



วารสารนวัตกรรมการศึกษาและการวิจัย

Journal of Educational Innovation and Research

ปีที่ 4 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2563

Vol. 4 No. 2 May – August 2020

ISSN: 2730-1672 (Online)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเผยแพร่ผลงานวิชาการที่มีคุณภาพ ในการพัฒนาศักยภาพผลงานทางวิชาการในลักษณะบทความทางวิชาการของคณาจารย์ นักวิชาการ และ นักศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา
2. เพื่อให้บริการทางสังคมในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางวิชาการ

นโยบายการตีพิมพ์

วารสารนวัตกรรมการศึกษาและการวิจัย มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการศึกษาค้นคว้า และเพื่อเผยแพร่บทความวิจัยและบทความวิชาการแก่นักวิจัย นักวิชาการ คณาจารย์ และนักศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา ในมิติเพื่อสนับสนุนการศึกษา การสอน การวิจัยวารสารมุ่งเน้นบทความทางด้านการศึกษานวัตกรรมการศึกษา ศิลปศาสตร์ การศึกษาเชิงประยุกต์และสหวิทยาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ทุกบทความที่ตีพิมพ์เผยแพร่ได้ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ อย่างน้อย 2 ท่าน เปิดรับบทความทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

กำหนดออกเผยแพร่วารสาร

กำหนดเผยแพร่ปีละ 3 ฉบับ

ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน

ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม

ฉบับที่ 3 กันยายน – ธันวาคม

กระบวนการพิจารณาบทความจากผู้ทรงคุณวุฒิ

วารสารมีกระบวนการประเมินคุณภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิก่อนตีพิมพ์ โดยบทความที่ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารได้ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ อย่างน้อย 2 ท่าน ในลักษณะปกปิดรายชื่อ (Double blind peer-reviewed) ทั้งนี้บทความจากผู้นิพนธ์ภายในจะได้รับการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกหน่วยงานที่จัดทำวารสาร ส่วนบทความจากผู้นิพนธ์ภายนอกจะได้รับการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิภายใน หรือนอกหน่วยงานที่จัดทำวารสารที่มีความเชี่ยวชาญในสาขา และไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับผู้นิพนธ์

กำหนดการเผยแพร่

ปีละ 3 ฉบับ (รวม 4 เดือน) คือ	ฉบับที่ 1	มกราคม – เมษายน
	ฉบับที่ 2	พฤษภาคม – สิงหาคม
	ฉบับที่ 3	กันยายน – ธันวาคม

เจ้าของ

สถาบันเทคโนโลยีนวัตกรรมทางการศึกษาและการวิจัยแห่งสุวรรณภูมิ (สนว.)

บรรณาธิการ

ผศ.ดร. ภูมิภควัชร จูมพงศ์คชศร

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

กองบรรณาธิการ

Prof. ZHOA Shulan

Institute of Southeast Asian Studies Yunnan
Academy of Social Sciences, China

Dr. Chai Ching Tan

Mae Fah Luang University, Thailand

ศ.ดร. จำนงค์ อติวัฒน์สิทธิ์

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

รศ.ดร. สัญญา เคนาภูมิ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

รศ.ดร. วรวิทย์ นิเทศศิลป์

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ผศ.ดร. ชนสิทธิ์ สิทธิสูงเนิน

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ผศ.ดร. ญาณกร ใต้ประยูร

สมาคมนักวิจัยแห่งประเทศไทย

ดร.นพพล แก้วสุวรรณ

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

พระปลัดสมชาย ปโยโค (ดำเนิน)

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ดร. ลำพอง กลมกุล

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ดร.สุขสรวรพ์ ศุภเศรษฐ์เสรี

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

ณัฐมน นานโพธิ์ศรี

สถาบันรัชต์ภาคย์

สำนักงานกองบรรณาธิการ

สถาบันเทคโนโลยีนวัตกรรมทางการศึกษาและการวิจัยแห่งสุวรรณภูมิ (สนว.)

เลขที่ 22/2 ม.5 ต.หนองปรือ อ.พนัสนิคม จ.ชลบุรี 20140 โทร 038-198600

094-9615665

บทบรรณาธิการ

วารสารนวัตกรรมการศึกษาและการวิจัย (Journal of Educational Innovation and Research) โดยสถาบันเทคโนโลยีนวัตกรรมทางการศึกษาและการวิจัยแห่งสุวรรณภูมิ (สนว.) สำหรับฉบับนี้ ได้รับความสนใจจากคณาจารย์ นักวิชาการ และ นักศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา ในมหาวิทยาลัยต่างๆ และได้รับการพิจารณาจากกองบรรณาธิการให้เผยแพร่ได้ จำนวนความ 8 บทความ ดังนี้

1) ศิล 5 กับการจัดการเพื่อเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ โดย พระศรีรัตนวิมล 2) นักบวชนอกศาสนา: มิติทางสังคมและการอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขในคัมภีร์พระพุทธศาสนา โดย พระครูพิทักษ์ศิลปาคม (นุชิต วชิรวิฑูโธ) 3) พฤติกรรมการเรียนรู้แบบเชิงรุก กรณีศึกษาแม่หญิงการะเกดจากละครเรื่องบุพเพสันนิวาส โดย ปิยวรรณ หอมจันทร์ 4) พุทธญาณวิทยาตามทัศนะของพุทธปรัชญาเถรวาท โดย สรวิชัย วงษ์สอาด, อุทัย สติมั่น 5) คุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนใต้ดิน จากสถานีท่าพระถึงสถานีวัดมังกรในกรุงเทพมหานคร โดย รุ่งโรจน์ สงสระบุญ 6) การตัดสินใจซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่มตรามาลีของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดย นันทพร ดำรงพงศ์, รุ่งโรจน์ สงสระบุญ, วิบูลย์ ชินบุรพา, มนทิรา ตันตระวาณิชย์ 7) ปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักรีสอร์ตของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี โดย วสันต์ กานต์วรรัตน์ และ 8) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านเวดดิ้งสตูดิโอในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร โดย กมลลา จันทร์พึง

กองบรรณาธิการขอขอบคุณ ผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้ให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงบทความให้เป็นไปตามมาตรฐาน เพื่อการพัฒนาวารสารเข้าสู่การรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารไทย (TCI) ต่อไป

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูมิภควิชช์ ภูมิพงศ์คชศร
บรรณาธิการ

สารบัญ

หน้า

บทบรรณาธิการ

I-IV

บทความวิชาการ

- ศีล 5 กับการจัดการเพื่อเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ 85-96
พระศรีรัตนวิมล
- นักบวชนอกศาสนา: มิติทางสังคมและการอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขในคัมภีร์พระพุทธศาสนา 97-108
พระครูพิทักษ์ศิลปาคม (นุชิต วชิรวิฑูโธ)
- พฤติกรรมการเรียนรู้แบบเชิงรุก กรณีศึกษาแม่หญิงการะเกดจากละครเรื่องบุพเพสันนิวาส 109-118
ปิยวรรณ หอมจันทร์
- พุทธญาณวิทยาตามทัศนะของพุทธปรัชญาเถรวาท 119-134
สรวิชัย วงษ์สอาด, อุทัย สติมัน

บทความวิจัย

- คุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนใต้ดิน 135-146
จากสถานีท่าพระถึงสถานีวัดมังกรในกรุงเทพมหานคร
รุ่งโรจน์ สงสระบุญ
- การตัดสินใจซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่มตรามาลีของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร 147-156
นันทพร ดำรงพงศ์, รุ่งโรจน์ สงสระบุญ, วิบูลย์ ชินบุรพา, มนทิรา ดันตระวาณิชย์
- ปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พัก รีสอร์ท ของนักท่องเที่ยวใน 157-170
อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี
วสันต์ กานต์วรรัตน์
- ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านเวดดิ้งสตูดิโอในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัด 171-182
สมุทรสาคร
กมลลา จันทร์พื้ง

ศีล 5 กับการจัดการเพื่อเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์

5 Precepts And Management To Become A Perfect Human Being

พระครูจริยธรรมานุรักษ์ (วัลลภ จริยธมฺโม)

Phrakhru Jariyathammanurak (Wanlop Cariyadhammo)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

Graduate School, Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Thailand.

Email: jariyatam58@hotmail.com

Received March 18, 2020; Revised May 18, 2020; Accepted July 18, 2020

บทคัดย่อ

ในพระพุทธศาสนาถือว่ากิเลสของมนุษย์เราเป็นที่มาและเป็นต้นเหตุของการทำลายล้างกันคือ ความโลภในทรัพย์สินเงินทอง โกรธมีโทษะอันเนื่องมาจากการขัดใจกันด้วยอาการต่าง ๆ และโมหะคือ ความหลงทั้ง 3 นี้เป็นรากเง้าของความชั่วทุกอย่าง มนุษย์เป็นสัตว์สังคม ต้องอยู่ร่วมกันเป็นหมู่เป็นพวก นับตั้งแต่เกิดจนตาย เมื่อมีการ พึ่งพาอาศัยกันในการดำเนินชีวิตจึงมีการแก่งแย่งผลประโยชน์กันอยู่เสมอ เพื่อให้คนเหล่านั้นมีความเห็นแก่ตัวอย่างไม่มีขอบเขต จึงต้องมีกฎข้อบังคับให้ทุกคนได้ถือปฏิบัติ ร่วมกันทั้งนี้ก็เพื่อความสงบสุขต่อตนเองและสังคม แต่ที่จริงแล้วธรรมชาติสร้างทุกสิ่งมาเพื่อให้ผสมกลมกลืนกันกับธรรมชาติ แต่ความกลมกลืนนั้นถูกทำลายลงด้วยฝีมือของมนุษย์ จึงมีผู้เห็นว่ามีความจำเป็นอย่างยิ่งที่มนุษย์จะต้องมีเครื่องมือในการรักษาดูแลดุลยภาพแห่งความเหมาะสมกลมกลืนนั้นได้ และสิ่งนั้นไม่ยากเกินไปที่คนทั่วไปจะทำตามได้ ศีล 5 เป็นหลักของมนุษยชาติที่มีมาแต่เก่าก่อนจึงไม่เป็นการยากนักที่จะประพฤติปฏิบัติตามกฎของศีล 5 ใครก็ตามที่ไม่ประพฤติปฏิบัติตามหลักของศีล 5 แล้ว ย่อมไม่มีการสรรเสริญจากบัณฑิต จะมีก็แต่คำติเตียนเท่านั้น เพราะการเบียดเบียนกัน การลักขโมยกัน เป็นต้น ไม่ใช่วิสัยที่มนุษย์ผู้มีจิตใจสูงจะพึงกระทำ

คำสำคัญ: ศีล 5; การจัดการ; มนุษย์ที่สมบูรณ์

Abstract

In Buddhism, human desires are the source and the cause of destruction. Greed for wealth Anger has anger due to the distraction with various symptoms and the rulers, namely the 3 delusions that are the root of all evil. Man is a social animal Must live together as a group From birth

to death, when there is an interdependence in life, there is always a struggle for the benefit. Lest they have no limitations in selfishness Therefore, there must be regulations for everyone to observe together for the peace of oneself and society. As a matter of fact, nature has created everything to blend with nature. But that harmony was broken by human hands. It is therefore seen that it is essential that human beings have the tools to maintain the equilibrium of suitability and harmony. And that is not too difficult for ordinary people to follow. The Five Precepts are the principles of ancient humanity, so it is not difficult to obey the rules of the Five Precepts. Then there would be no praise from the graduate there will be only reproach. Because of persecution Theft, etc. It is not what a human with a high mind should do.

Keywords: 5 Precepts; Management; A Perfect Human Being

บทนำ

โลกในปัจจุบันนี้ มีความเจริญก้าวหน้าทางด้านวัตถุ จึงทำให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ขึ้น โดยที่มนุษย์เราต่างก็พากันลืมที่จะพัฒนาคุณธรรมที่เป็นเครื่องมือประดับประดาหรือยึดเหนี่ยวจิตใจให้มีความเมตตา กรุณาต่อกัน ต่างคนก็ต่างพากันคิดหาหนทางที่จะเบียดเบียนกัน แย่งแย่งผลประโยชน์เพื่อครอบครองโดยเอามาบำรุงบำเรอความสุขส่วนตัวหรือพรรคพวกโดยไม่เลือกว่าสิ่งที่กระทำนั้นถูกหรือผิดขอให้ได้เท่านั้นเป็นพอ จึงทำให้เกิดการทุจริตคดโกงกันในรูปแบบต่าง ๆ มั่วสุมในอบายมุขต่าง ๆ สิ่งเหล่านี้ล้วนแต่เป็นแรงผลักดันให้เกิดความเกลียดชัง ความอาฆาตพยาบาท ความเห็นแก่ตัวเข้ามาแทนที่ และปัญหาเหล่านี้ก็เกิดมาจากสาเหตุหลัก คือ การขาดศีลธรรมประจำใจนั่นเอง เพราะเมื่อกิเลส คือ โลภะ โทสะ และโมหะ เข้าครอบงำจิตใจแล้วก็จะทำให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ตามมาอีกมากมาย เช่น ฆ่าคน ขโมยสิ่งของ หรือประพฤติดุร้ายในสามภพของผู้อื่น เป็นต้น (พระธรรมกิตติวงศ์ ทองดี สุรเตโช, 2551) ฉะนั้นมนุษย์เราทุกคนจึงควรมีศีลกันทุกคน เพราะศีลสามารถที่จะควบคุมพฤติกรรมต่าง ๆ ที่แสดงออกมาไม่ให้ก่อความเดือดร้อนให้แก่ตนเองและคนรอบข้าง (พระพรหมคุณาภรณ์ ป.อ. ปยุตโต, 2556) เพื่อตัดสินใจเลือกแนวทางในการปฏิบัติที่ดีที่สุด (พระเมธีวชิรภูสิต, 2561)

ผู้ที่ต้องการความสงบสุขร่มเย็นก็เพียงแต่พากันสมาทานศีล 5 และรักษาศีล 5 กันเท่านั้น ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมโลกปัจจุบันก็จะลดน้อยลงไปได้ และหมดไปในที่สุด ฉะนั้นในที่นี้ผู้เขียนจะได้วิเคราะห์ปัญหาตามลักษณะของศีล 5 ประการ ในประเด็นศีล 5 กับการจัดการเพื่อเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ต่อไป

ศีล 5 กับการจัดการเพื่อเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์

ศีล 5 ที่เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า เบญจศีล นั้น ชาวพุทธเราเอาแต่ท่อง ทว่าในทางปฏิบัติแล้ว หาผู้ปฏิบัติได้ครบทุกข้อค่อนข้างยาก นั่นอาจเป็นเพราะว่าเรามีทัศนคติในเชิงลบต่อศีล 5 ว่าเป็นข้อห้าม หรือเป็นกฎหมายจริยธรรมที่พระมอบให้ ซึ่งไม่ใช่เรื่องเกี่ยวกับชีวิตของตนโดยตรง จึงไม่อยากรนำมาปฏิบัติ แต่แท้ที่จริงนั้น ศีล 5 ไม่ใช่ข้อห้าม หากแต่เป็น “ข้อฝึกปฏิบัติ” (สิกขาบท) ที่เราทุกคนโดยไม่จำเป็นที่จะต้องเป็นชาวพุทธ ขอเพียงแค่เป็นมนุษย์เท่านั้น ก็ควรจะรับมาเป็นแนวทางในการปฏิบัติเพื่อฝึกพัฒนาชีวิตให้ดีขึ้นงามล้ำเลิศในทุกๆ ด้าน

ศีล 5 เป็นหลักปฏิบัติที่ช่วยพัฒนาพฤติกรรมของมนุษย์ที่แสดงออกด้วยความรักในสัตว์ทั้งหลาย ด้วยจิตเสมอกันในสัตว์ทุกหมู่เหล่าในที่ทั้งปวง เป็นหลักธรรมที่พระพุทธเจ้าทรงอบรมสั่งสอนให้มนุษย์โลกทุกคนได้ประพฤติปฏิบัติให้เกิดมีขึ้นในจิตใจ เพราะมีอานิสงส์ที่ปรากฏออกมาเป็นคุณธรรม 5 ประการ คือ 1) มีอายุยืน 2) มีทรัพย์มากและยั่งยืน 3) ไม่ต้องกลัวภัยจากใคร 4) มีวาจาไพเราะ 5) มีสติมั่นคง ซึ่งวิธีการเข้าถึงศีล 5 พึงปฏิบัติด้วยการมีศีล 5 ประกอบหลัก 3 ประการ 1) การไม่ทำบาปทั้งปวง 2) การทำกุศลให้ถึงพร้อม และ 3) การทำจิตใจให้บริสุทธิ์ (พระพรหมคุณาภรณ์ ป.อ. ปยุตโต, 2556)

พฤติกรรมเป็นการกระทำต่าง ๆ ของมนุษย์ที่ปรากฏออกมา 3 ทาง กาย วาจา และใจ หลักธรรมที่สามารถช่วยในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในทางที่ดี คือ หลักโยนิโสมนสิการ เป็นหลักธรรมในการไตร่ตรองความคิดที่ถูกต้องของการพัฒนาพฤติกรรมของมนุษย์ ได้แก่ 1) ด้านพฤติกรรม 2) ด้านเจตคติ 3) ด้านความคิด และ 4) ด้านอารมณ์ เมื่อปฏิบัติดีแล้วย่อมส่งผลในการพัฒนาให้มีความคิดถูกต้องและปฏิบัติตามตามหลักพระพุทธศาสนาอย่างมีความสุข 2 ประการ คือ 1) ได้ปฏิบัติตามหลักเบญจศีล 2) ได้ปฏิบัติตามหลักเบญจจริม (สงวน หล้าโพชนันท์, 2561)

ศีลข้อที่ 1

การละเว้นจากการฆ่าสัตว์ เป็นการดำเนินชีวิตไปในทางที่ชอบที่ควร แต่ถ้าวิเคราะห์ในจุดมุ่งหมายสำหรับนำมาใช้ในชีวิตประจำวันแล้ว ก็เพื่อห้ามการทำลายล้าง การเช่นฆ่า ดังนั้นในพระพุทธศาสนาจึงสอนให้ละเว้นสิ่งเหล่านั้น ให้มีเมตตาแผ่ไปสู่สรรพสัตว์ เพื่อที่สรรพสัตว์จะได้อยู่ร่วมกันอย่างสันติ

ความต่างของเมตตา กับ ปาณาติบาต เมตตา คือ ความรัก หมายถึง การแผ่ความปรารถนาดี (พระโมคคัลลานเถระ, 2547) ถ้าปัจเจกบุคคลสามารถปฏิบัติตามคำสอนของพระพุทธศาสนาเกี่ยวกับการแผ่เมตตาได้ ความขัดแย้งทั้งหลาย ก็ไม่ต้องแก้ไขด้วยวิธีเผชิญหน้ากัน แต่สามารถแก้ได้ด้วยสันติวิธี ทรงสอนให้ทุกคนยอมรับสิทธิในการมีชีวิตอยู่ของกันและกันไม่ไปทำลายหักล้างกัน โดยการใช้เมตตาปรารถนาที่จะเห็นตนเองอยู่อย่างไม่มีเวร ไม่มีภัย ไม่เบียดเบียนกัน ทำให้เกิดความคิดในแนวที่เอาใจเขามาใส่ใจเรา แม้สัตว์อื่นคนอื่นก็ต้องการอย่างนั้น ก็จะมีการยอมรับนับถือกันและกัน ฉะนั้นเมตตาธรรมนั้นเป็นธรรมะที่คุ้มครองโลกให้เกิดการอยู่ร่วมกันโดยปกติสุข

การประพฤติปฏิบัติตามศีล 5 ที่จะทำให้สมบุรณ์นั้นทำได้ยาก ในเมื่อมนุษย์เราร่วมมาแล้วยังคงซำกกันด้วยความโหดเหี้ยม เพราะคนเราทุกคนถือเอาชีวิตเป็นสำคัญที่สุดสำหรับตนเอง พระพุทธเจ้าจึงตรัสสอนให้งดเว้นจากการทำลายชีวิตของใคร ๆ (ปาณาติปาตา เวรมณี) การตั้งใจที่จะงดเว้นจากการทำลายเปียดเบียนชีวิตของผู้อื่นนั้นยังไม่พอ ในพระพุทธศาสนายังสอนให้มีความรักด้วย ความหวังดี (เมตตา) และให้มีความสงสาร (กรุณา) ต่อผู้อื่นด้วย จึงจะทำให้เกิดสันติภาพที่มั่นคงถาวรขึ้นในสังคมได้ เราไม่สามารถแสวงหาสันติภาพที่มั่นคงได้ด้วยวิธีการเช่นนั้น ถ้ามนุษย์ยังหวังสันติภาพในสังคมก็ต้องงดเว้นจากการฆ่า การเปียดเบียนกันอย่างเด็ดขาด และต้องงดเว้นจากการฆ่าการเปียดเบียนสัตว์ทุกชนิด เพราะสัตว์เหล่านี้คือสิ่งแวดล้อมของมนุษย์ และสัตว์เหล่านั้นก็ต้องการความสงบ

กิเลส 3 ที่ครอบงำจิตใจและเป็นตัวบงการอยู่เบื้องหลังของพฤติกรรมปฏุชนทั่วไป ถ้าขาดสติก็จะตกอยู่ใต้อำนาจครอบงำของกิเลสเหล่านี้ ได้แก่ **ตัณหา** คือความอยากได้อีกเขาเพื่อตัว ต้องการผลประโยชน์และไม่ยอมเสียสละเพื่อใคร **มานะ** คือความอยากให้ตัวยิ่งใหญ่ ต้องการอำนาจ ความเด่นดัง ความสำคัญหรือการครอบงำผู้อื่น ไม่ยอมใคร **ทิฐิ** คือความยึดถือเอาแต่ความเห็นของตัวเอง ต้องการให้เขารับเอาความคิดเห็นของตน ยึดถือในอุดมการณ์ของตนเป็นสำคัญ ไม่ยอมรับฟังใคร

การฆ่าคือการสร้างบาปกรรม การฆ่าสิ่งมีชีวิตทุกประเภทนั้นไม่ว่าจะเป็นการฆ่าคน วัวควาย ช้าง เสือ หมี นก ปลา แม้กระทั่งไล่เตีอน ก็มีผลร้ายทั้งสิ้น เป็นการสร้างบาปแน่นอน ส่วนจะบาปมากหรือน้อยนั้น ต้องตัดสินด้วยองค์ประกอบ 5 ประการ มีเรื่องเล่าไว้ในอรรถกถาธรรมบทภาค 2 เรื่องพระนางสามาวดีไว้ว่า สตรีกลุ่มหนึ่ง ก่อกองไฟเพื่อจะผิงแก้หนาวหลังจากอาบน้ำเสร็จ ไฟเกิดลุกไหม้พระปัจเจกพุทธเจ้ารูปหนึ่ง ขณะที่อยู่ในสมาบัติ พวกนางกลัวว่าความผิดจะปรากฏ จึงพร้อมใจกันชนหญ้า ไม้มาสูมเพื่อเผาท่านให้ท่านสิ้นไปเลย ด้วยบาปกรรมนั้น ทำให้พวกนางต้องตกนรก และตายไปในกองไฟในชาติที่เป็นมนุษย์ แม้ในชาติที่เป็นพระอริยบุคคลแล้วก็ต้องถูกไฟครอกตายหมดเช่นเดียวกัน (พระอริยบุคคลผู้อยู่ในสมาบัติใครทำให้ตายไม่ได้ ดังนั้นพระปัจเจกพุทธเจ้าจึงไม่มีพพาน) แต่ให้สังเกตว่าเจตนาครั้งแรกของพวกนางต้องการเพียงก่อไฟผิงแก้หนาว แต่เมื่อเห็นพระปัจเจกพุทธเจ้าอยู่ในกองไฟคิดว่าคงตายแล้วจึงเกิดเจตนาที่จะทำลายหลักฐาน สตรีเหล่านั้นจึงต้องรับผลของกรรมเช่นเดียวกับเจตนาของพวกนาง

สรุปได้ว่า การอยู่ร่วมกันโดยปกติสุขภายในสังคม เราจะต้องมองไปที่ระเบียบหรือข้อปฏิบัติเพื่อการอยู่ร่วมกัน ถึงแม้ว่ามนุษย์เราจะอยู่ในวัฒนธรรมที่แตกต่างกันออกไป แต่โดยพื้นฐานแล้วทุกชีวิตในโลกนั้นต้องการความสุขและไม่ต้องการความทุกข์ ฉะนั้นการฆ่าเป็นการเปียดเบียนตนเองและคนอื่นให้เดือดร้อน ต้องงดเว้น ไม่ควรกระทำเช่นนั้น

ศีลข้อที่ 2

อทินนาทาน ละเว้นจากการลักขโมย รวมถึงการละเมิดในสิทธิเสรีภาพของผู้อื่น การก้าวภายในหน้าที่การงานของผู้อื่นโดยพลการ การละทิ้งหน้าที่ การสนับสนุนให้คนทำทุจริตเป็นต้น ล้วนแต่

เป็นอนินนาทานทั้งนั้น แต่ถ้ามองแคบเข้ามาก็หมายถึงการฉกฉวยหยิบเอา การปล้น การข่มขู่ การคดโกง ศิลข้อที่ 2 นี้มีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตประจำวันของมนุษย์เช่น การหวังทรัพย์สมบัติที่ได้หามาได้เป็นต้น พระพุทธเจ้าทรงเห็นโทษของอนินนาทาน จึงสอนให้ละเว้นและประกอบอาชีพโดยสุจริต เพื่อเป็นเครื่องมือสนับสนุนการอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข และเป็นมงคลชีวิตเป็นการกระทำที่ไม่มีโทษทั้งแก่ตนเองและผู้อื่น

จุดมุ่งหมายของศิลปข้อนี้คือให้ดำเนินชีวิตด้วยสัมมาอาชีพะ ให้รู้จักเลี้ยงชีวิตของตนในทางที่ชอบธรรม โดยสรุปมีเหตุผลอยู่ 2 ประการคือ 1. ไม่ทำให้เจ้าของทรัพย์เดือดร้อน 2. ไม่ทำให้ตนเดือดร้อนในภายหลัง

สาเหตุของการแย่งชิงผลประโยชน์กัน การแก่งแย่งแข่งขันกันในการแสวงหาทรัพยากร เมื่อคนโลภมากขึ้น ทำให้เกิดปัญหาการเบียดเบียนกัน การสร้างความเจริญทางเศรษฐกิจในยุคปัจจุบัน เป็นการสนองความโลภ โกรธ หลงเป็นส่วนใหญ่ และเหตุที่เกิดการแย่งชิงผลประโยชน์กัน ก็เพราะความเห็นแก่ตัว และความเข้าใจผิด ความเห็นแก่ตัวเกิดจากกิเลส 3 ตัวคือ โลภ โกรธ หลง การรักษาศีลเป็นวิธียับยั้งหรือตัดกระแสของกิเลสทั้ง 3 ตัวนี้ ให้น้อยลงหรือไม่ให้กำเริบขึ้น ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมปัจจุบัน เกิดขึ้นจากการแย่งชิงผลประโยชน์กัน ถ้ามองว่าทำไปมนุษย์จึงมีการแย่งชิงผลประโยชน์กัน ตอบว่าเพราะมนุษย์เหล่านั้นลุ่มหลงแก่กิเลสทั้ง 3 ตัวนั้น สิ่งที่เราต้องการก็คือการละสิ่งเหล่านั้น โดยการประพฤติปฏิบัติตามหลักของศิลปข้อที่ 2 การดำรงชีวิตในสังคม ก็จะเป็นการเคารพสิทธิ ในชีวิต ในทรัพย์สิน ในผลประโยชน์ของกันและกัน ก็จะอยู่ร่วมกันโดยสันติสุข

แนวทางแก้ไขปัญหาของศิลปข้อที่ 2 ต้องแก้ไขด้วยการประกอบอาชีพที่สุจริต งดเว้นจากการเอารับเอาเปรียบกัน มีความรักในเพื่อนมนุษย์โดยเห็นคนที่ตนเอาเปรียบหรือไปเบียดบังเอาทรัพย์ของคนอื่นมานั้น เป็นเพื่อนร่วมทุกข์ เกิด แก่ เจ็บ ตายด้วยกันทั้งสิ้น มีความเสียสละไม่เห็นแก่ตัว เลี้ยงชีวิตโดยสุจริต เห็นความเดือดร้อนของเพื่อนมนุษย์จะต้องช่วยแก้ไข เมื่อมีทรัพย์สมบัติ ก็สอนให้รู้จักประมาณในการใช้จ่าย รู้จักเก็บออมรักษาทรัพย์สมบัติเหล่านั้นเอาไว้ พระพุทธเจ้าได้ทรงแสดงวิธีการหรือหลักการเพื่อแก้ปัญหาเหล่านั้นด้วยหลักของทฤษฎีธรรมมิกัตถะประโยชน์ 4 ประการคือ 1) ให้มีความขยันหมั่นเพียรในการปฏิบัติหน้าที่การงาน 2) เมื่อได้ทรัพย์สมบัติมาแล้วก็มีหลักในการรักษาทรัพย์ไว้โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ เพื่อบริโภคใช้สอยในครอบครัว และเก็บออมเอาไว้ 3) คบหาสมาคมกับคนดี แนะนำสิ่งที่เป็นประโยชน์ 4) รู้จักใช้สอยทรัพย์ไม่ให้ฟุ้งเฟ้อจนเกินไป ไม่ฟุ้งเฟ้อจนเกินไป

เมื่อทำได้เช่นนี้แล้วบุคคลก็จะได้รับความสุขจากการมีทรัพย์ และสามารถใช้จ่ายทรัพย์ จากการที่ไม่ต้องเป็นหนี้ และประกอบอาชีพที่สุจริต ถ้าบุคคลเหล่านั้นดำเนินชีวิตอยู่ในกรอบของศิลปข้อที่ 2 แล้วก็จะลดหรือเว้นจากการเบียดบังเอาทรัพย์สินของผู้อื่นหรือของส่วนรวมมาเป็นของตนเอง และเมื่อสิ่งเหล่านั้นลดลงไปได้แล้ว ความสุข ความสงบก็จะเกิดขึ้นตามสมควรแก่เหตุที่ตนได้ทำไว้ การแก้ไขปัญหในสภาพเช่นนี้ของโลกไม่สามารถแก้ไขได้ด้วยกฎหมาย หรือบทลงโทษใดๆ ถ้าสามารถแก้ปัญหาเหล่านั้นได้ด้วยกฎหมาย โลกก็จะไม่พบกับฝันร้ายครั้งแล้วครั้งเล่า จะให้ใครมาแก้ไขให้ไม่ได้ นอกจากจะแก้ไขที่ใจของ

ตนเอง ของแต่ละคนโดยสร้างจิตสำนึกและความรับผิดชอบร่วมกัน รู้จักและเข้าใจในสิทธิการครอบครองทรัพย์สินโดยธรรม ข้อนี้จำเป็นต้องนำหลักศาสนา来帮助แก้โดยสร้าง เจตนางดเว้นจากการยึดครองทรัพย์สินของผู้อื่นอย่างไม่เป็นธรรม เพื่อละเว้นการกระทำที่เป็นไปในทางแก่งแย่งกัน อันเป็นเหตุให้เบียดเบียนกันและกัน สามารถควบคุมกาย วาจา ใจ ให้เป็นปกติ ไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น มองเห็นโทษหรืออันตรายของการคดโกงที่มีต่อตนและสังคม ฝึกให้เกิดความรักผู้อื่น ความเสียสละทำลายความเห็นแก่ตัว ฝึกความซื่อสัตย์สุจริต ฝึกพึ่งตนเอง ฝึกการร่วมมือกันทำงานอันเป็นการสร้างความสามัคคี มนุษย์ทุกคนมีความเท่าเทียมกันทางธรรมชาติ ทั้งสถานภาพ และศักยภาพของความเป็นมนุษย์ (สมภาร พรหมทา, 2538)

สรุปได้ว่า พระพุทธศาสนาสอนให้งดเว้นจากการถือเอาทรัพย์สินสมบัติของใคร ๆ ที่เจ้าของเขาไม่ได้ให้ด้วยอาการแห่งขโมย (อทินนาทานา เวรมณี) และให้ประกอบอาชีพที่สุจริต (สัมมาอาชีวะ) ด้วย จึงจะทำให้เกิดสันติภาพที่มั่นคงในสังคมได้ แต่พระพุทธศาสนาเป็นศาสนาแห่งเสรีภาพ ไม่มีการบังคับให้เชื่อตาม หรือทำตาม เป็นแต่เพียงบอกให้ทราบว่าอะไรดีควรทำ อะไรไม่ดีไม่ควรทำ ไม่มีเครื่องมือสนับสนุน หากรัฐใช้อำนาจโดยชอบธรรมสนับสนุนให้ประชาชนดำเนินตามหลักนี้ สันติภาพก็จะเกิดขึ้นในสังคมได้

ศิลปะข้อที่ 3

การประพาดพิดในศิลปะข้อที่ 3 หรือกาเมสุมิจนจารได้ก่อให้เกิดปัญหาเรื่องการค้าประเวณีเป็นอย่างมาก เมื่อพิจารณาปัญหาดังกล่าวโดยมองจากปัญหากาเมสุมิจนจาร แล้วจะเห็นได้ว่าในทางปฏิบัติแล้ว สังคมโลกในปัจจุบันไม่ได้ปฏิบัติตามหลักของศิลปะข้อที่ 3 และจะเห็นได้ว่า เมื่อมีการประพาดพิดไปจากหลักของศิลปะข้อที่ 3 จนกลายเป็นค่านิยมที่ผิดเป็นมิชฌาภิสิฐ และเมื่อการประพาดพิดดังกล่าวได้แพร่หลายไปอย่างกว้างขวางในสังคม และกลายเป็นปัญหาสำคัญที่นำไปสู่ปัญหานานาประการที่มีความสลับซับซ้อนยิ่ง ๆ ขึ้น จนยากต่อการเยียวยาและแก้ไขได้

หลักธรรมเพื่อส่งเสริมการแก้ปัญหา ครอบครัวถือว่าเป็นจุดเริ่มต้นของการอยู่ร่วมกันอย่างใกล้ชิดรับรู้ทุกข์สุขของกันและกัน จึงจำเป็นที่จะต้องพึงพาวัตถุเครื่องหล่อเลี้ยงชีวิตให้ได้รับความสุข ความเจริญ และต้องมีหลักธรรมสำหรับครองเรือนด้วย การดำเนินชีวิตของฆราวาสจะมีความสุขและราบรื่นได้ ถ้าขาดหลักธรรมะหรือหลักปรัชญาสำหรับการครองเรือน ซึ่งเป็นปฏิบัติที่ควรแก่การศึกษาที่แสดงไว้ 4 ประการคือ

1. **สัจจะ** แปลว่า ความสัตย์ หรือความซื่อตรง หมายความว่ามีความประพฤติทางกาย ทางวาจา และทางใจซื่อตรงต่อคู่ครองของตนเอง
2. **ทมะ** คือการข่มใจไว้ หากต้องการปรับปรุงตัวเองให้เจริญก้าวหน้าแล้ว การยับยั้งตัวเองไม่ให้ก้าวไปสู่ความชั่ว ความผิด เพื่อที่จะไม่นำความเดือดร้อนมาสู่ตัวเองและครอบครัวใน

ภายหลัง โดยปกติแล้วมนุษย์มักจะทำสิ่งต่าง ๆ ตามอำเภอใจ ถ้าไม่รู้จักข่มใจไว้แล้วย่อมเกิดความเสียหายในภายหลัง

3. ขันติ แปลว่า ความอดทน ทนตรากตรำ ทนลำบาก ทนเจ็บใจ รวมไปถึงอดทนต่ออำนาจของกิเลส คนที่ไม่มีขันติ มักจะทำการที่สังคมตำหนิตีเยียนเช่น ผิดลูกเมียผู้อื่น เป็นต้น

4. จาคะ คือการสละสิ่งของของตน เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้อื่น ผู้อยู่ครองเรือนย่อมได้รับประโยชน์จากสังคม ฉะนั้นผู้อยู่ครองเรือนต้องถือเป็นหน้าที่ในการบริจาคช่วยเหลือสังคมตามความสามารถ ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงจิตใจที่เสียสละด้วย (ส.ส.15/845/298)

ธรรมทั้ง 4 ข้อนี้ เป็นพื้นฐานของการดำรงชีวิตสำหรับครอบครัว การดำเนินชีวิตจะมีความสุขราบรื่นและมีความสุข เพราะขาดปรัชญาการครองเรือนที่ถูกต้อง แต่ถ้ายึดตามหลักทั้ง 4 ประการข้างต้นแล้ว การครองเรือนก็มีความสุข ความเจริญได้ ซึ่งคุณธรรมนี้จะช่วยส่งเสริมสันติภาพเพิ่มจากศีล

การครองเรือน เป็นปัญหาชีวิตของคนส่วนใหญ่ในสังคม ในพระพุทธศาสนาได้สอนหลักในการครองเรือน โดยเริ่มต้นจากการเลือกคู่ครองและการครองคู่ การเลือกคู่ชีวิตนั้นเป็นเรื่องที่สำคัญ เพราะวาคนทั้งสองนั้นจะต้องอยู่ด้วยกันนาน ฉะนั้นท่านจึงสอนให้เราเลือกคนที่ มีทัศนคติที่ตรงกัน ดังที่ปรากฏในสมชีวิสูตร ดังนี้

1) ต้องเลือกคนที่มีพื้นฐานทางสติปัญญา หรือมีลักษณะนิสัยในระดับเดียวกัน หรืออย่างน้อยก็ให้อยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกัน

2) สามีต้องมีความรู้สึกต่อภรรยาเหมือนพ่อกับลูก พี่กับน้อง เพื่อนกับเพื่อน หรือนายกับคนรับใช้ ในทำนองเดียวกัน ภรรยาก็ต้องมีความรู้สึกต่อสามีเหมือนแม่กับลูก หรือพี่สาว-น้องสาวกับพี่ชาย น้องชาย เพื่อนกับเพื่อน นายกับลูกน้อง หมายความว่า คู่สามีภรรยาจำเป็นต้องที่คู่ใดคนหนึ่ง ใน 4 คู่นี้เป็นอย่างน้อย

3) สามีจะต้องยกย่องนับถือสถานะของภรรยา ไม่ดูหมิ่นภรรยาของตน ไม่มีหญิงอื่นมาเกี่ยวข้องกับตนในฐานะขู้สาว มอบหมายฐานะแม่บ้านให้แก่ภรรยา ให้เครื่องประดับของขวัญตามสมควรแก่โอกาส

4) ภรรยาจะต้องมีคุณธรรมของภรรยา คือจัดการงานอันเป็นหน้าที่ของตนให้ดี มีน้ำใจต่อคนใกล้เคียงของสามี ไม่นอกใจสามีตน รักษาทรัพย์สมบัติที่สามีหาได้มาให้ดี เป็นคนขยันในกิจการน้อยใหญ่อันอยู่ในความรับผิดชอบของตนเอง

5) เมื่อทั้งคู่มีบุตรธิดา ก็ต้องทำหน้าที่มารดาบิดาที่ดี ด้วยการอบรมสั่งสอนแนะนำให้บุตรธิดาไม่ให้ความชั่ว ให้ประพฤติปฏิบัติตนเป็นบุตรธิดาที่ดีของมารดาบิดา เป็นกุลบุตรกุลธิดาที่ของตระกูล เป็นศิษย์ที่ดีของครูอาจารย์ เป็นคนดีของสังคม ส่งเสริมสนับสนุนให้บุตรธิดาได้รับการศึกษาให้มีครอบครัวในวัยที่สมควร มอบทรัพย์สมบัติให้ยามที่เหมาะสม (พระพรหมคุณาภรณ์ ป.อ. ปยุตโต, 2556)

เมื่อคู่สามี-ภรรยาปฏิบัติตามหลักการนี้แล้ว จะสามารถเป็นแบบอย่างที่ดีแก่บุตร-หลาน และยังเป็นการลดปัญหาความขัดแย้งในครอบครัว อีกทั้งยังเป็นประโยชน์แก่ชุมชนและสังคมโดยรวม ซึ่งสามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคมได้เป็นอย่างดี เพราะถ้าไม่มีการดำเนินชีวิตอย่างหนึ่งให้ตกต่ำลงไป เป็นการให้เกียรติแก่กันและกัน ทำให้สถาบันครอบครัวอยู่ด้วยกันด้วยความผาสุก และมีความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน (สามัคคี) เป็นการดำเนินชีวิตด้วยความไม่ประมาทตามหลักพุทธธรรม (พระครูปลัดสุวัฒน สุวฑฺฒโน, 2563)

สรุปได้ว่า ชีวิตมนุษย์มิใช่มีความต้องการแต่เพียงปัจจัย 4 คือ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย และยารักษาโรคเท่านั้น แต่ยังต้องการความปลอดภัยในสังคม มีหลักประกันชีวิตที่แน่นอน และให้ตัวเองสุขสบายอีกด้วย ความสุขมิใช่หมายถึงความพร้อมมูลแห่งปัจจัยภายนอกแต่เพียงอย่างเดียว ยังต้องอาศัยปัจจัยภายในคือจิตใจประกอบด้วย จึงจะชื่อว่ามีความสุข ดังนั้นพระพุทธเจ้าจึงสอนปรัชญาแห่งการครองเรือนสำหรับฆราวาสไว้อย่างน่าสนใจ

ข้อที่ 4: เจตนาตเว้นจากการกล่าวเท็จ

คำว่า “เจตนาตเว้นจากการกล่าวเท็จ” ครอบคลุมลักษณะรวม 4 ประการคือ เว้นจากการกล่าวคำพูดที่พูดไม่จริง คำพูดที่ไม่ส่งเสริมสามัคคี คำพูดที่ไม่ส่งเสริมความรักชอบพอกัน และคำพูดที่ไม่เป็นสาระไม่เป็นประโยชน์ และเมื่อว่ากันถึงคำพูด 4 ลักษณะนี้แล้วต้องพูดคำพูดที่เป็นจริง คำพูดที่ส่งเสริมสามัคคี คำพูดที่ส่งเสริมความเมตตา คำพูดที่เอื้ออาทรมีสาระ การพูดของมนุษย์นั้น มีลักษณะที่แตกต่างกันออกไป บางคนพูดอย่างทำอย่าง บางคนปากกับใจตรงกัน คือพูดอย่างใดก็ทำอย่างนั้น เราจะพิจารณากันในที่นี้เฉพาะคำพูดที่ก่อให้เกิดความไม่เชื่อมั่นต่อกันเท่านั้น เพราะคนเรานั้นจะดีหรือชั่วไม่ได้อยู่ที่คำพูดเพียงอย่างเดียวเท่านั้น จะต้องดูพฤติกรรมอย่างอื่นประกอบด้วย

จุดมุ่งหมายของข้อที่ 4 การพูดเท็จ ในความหมายที่กว้างไม่ได้หมายความว่าแต่เพียงการพูดเท็จ การพูดปด การโกหกหลอกลวงเท่านั้น แต่ยังหมายถึงการสนับสนุนให้ผู้อื่นกล่าวเท็จด้วย เช่นการช่วยเหลือให้คนพูดเท็จในศาลสถิตยุติธรรมให้เป็นผู้ชนะคดี เป็นต้น ฉะนั้นพระพุทธเจ้าจึงสอนให้คนงดเว้นจากการพูดเท็จ เพราะเป็นบ่อเกิดของความเข้าใจผิด เป็นบ่อเกิดของการดำเนินชีวิตที่ผิด คนในแต่ละยุคแต่ละสมัยย่อมมีทั้งคนรักสงบ และคนดุร้ายอยู่ปนกันไป จะให้มีเฉพาะคนดีมีศีลธรรมกันหมดทุกคนนั้นเป็นไปได้ไม่ได้ ส่วนที่ว่าจะมีคนดีหรือคนชั่วมากกว่ากันนั้น เป็นอีกเรื่องหนึ่ง ถ้าคนในยุคใดสมัยใดมีศีลธรรมกันมาก สังคมประเทศชาติก็จะสงบสุขร่มเย็นและมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย การเอารัดเอาเปรียบกันอันเป็นเหตุให้ไม่มีความเชื่อมั่นต่อกันก็มิค่อยลงไปด้วย อันเนื่องมาจากคนเราโดยทั่วไปแล้วยังมีกิเลสอยู่นั่นเอง แต่ถ้ายุคใดสมัยใดมีคนชั่วหรือคนทุศีลมาก ก็จะทำให้เกิดความเดือดร้อนวุ่นวาย หาความสงบสุขไม่ได้ เพราะคนส่วนมากมักแต่คิดจะหาช่องทางเอารัดเอาเปรียบกัน

สาเหตุที่คนพูดเท็จ สาเหตุที่คนละเมิดศีลข้อสามมาก เพราะศีลข้อนี้จะละเมิดได้ง่ายกว่าทุกข้อ คือไม่ต้องใช้เครื่องมือประกอบในการล่วงละเมิด ไม่จำกัดเวลาและสถานที่ ตัวอย่างเช่นจากคำที่ว่าคนไม่

โกหก เป็นพ่อค้าแม่ค้าไม่ได้ และศีลข้อนี้ทำให้เศรษฐกิจของชาติไม่เจริญเป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นข้อแก้ตัวของผู้ที่เห็นแก้ตัว ทำให้เอาเปรียบคนเป็นนิสัย เห็นกันอยู่ทั่ว ๆ ไป คนเอาเปรียบผู้อื่นเป็นนิสัยมาจากอะไร ? ก็มาจากตัวของเราและความเห็นแก้ตัว ความเห็นแก้ตัวเป็นเหตุให้ลืมหืมตา ทำความผิด ทำความชั่วต่าง ๆ ทำให้เป็นคนอกตัญญูไม่รู้บุญคุณของใคร ความเห็นแก้ตัวทำให้เป็นคนใจดำ ทำให้ไม่สามัคคี ไม่รักษาสามัคคี ไม่มีเพื่อน อีกทั้งยังเป็นบ่อเกิดของการทะเลาะวิวาทกัน เป็นบ่อเกิดของการรบราฆ่าฟันกัน เป็นบ่อเกิดของการเข้าใจผิดต่อกัน ฉะนั้นต้องแก้ไขด้วยการรักษาศีลข้อมุสาให้บริสุทธิ์

แนวทางแก้ไขปัญหาของศีลข้อที่ 4 ในทัศนะของผู้วิจัยเห็นว่า วิธีแก้ปัญหามนุษย์ให้ถูกต้องก็คือ การทำให้บุคคลที่เป็นมิชฌาภิภูมิกเป็นสัมมาภิภูมิก เพราะฉะนั้น การพูดเท็จจึงเป็นทางแห่งความเสื่อม พระพุทธเจ้าตรัสว่า บุคคลต้องละเว้นจากการพูดเท็จทั้งปวง แน่นนอนที่สุดมูลฐานสำคัญคือความซื่อสัตย์ วิธีปฏิบัติเพื่อไปสู่ความสงบสุข คือการรักษาศีลให้บริสุทธิ์ พระพุทธเจ้าทรงเห็นโทษของมุสา ดังนั้นจึงสอนให้เรามองที่ตัวของเราก่อน คือต้องพยายามทำหรือประพฤติปฏิบัติตนเองให้ดีเสียก่อน คือทำตัวของเราเองให้เป็นแบบอย่างที่ดีเสียก่อน แล้วค่อยขยายไปสู่คนรอบข้าง การมีชีวิตอยู่โดยสวัสดิภาพ ในสถาบันครอบครัว หรือในสังคมรอบข้างนั้น จะต้องพูดกันด้วยสัจจะ (ความจริง) สันติภาพย่อมมาจากความเชื่อมั่นต่อกัน ไว้วางใจกันไม่หลอกลวงกัน ดังนั้น พระพุทธเจ้าจึงตรัสสอนให้พวกเรางดเว้นการพูดโกหกหลอกลวงกัน (มุสาวาทา เวรมณี) และให้พูดแต่ความจริง (สัจจวาจา) ด้วย

ลักษณะของการพูด ที่ก่อให้เกิดความผาสุก และเป็นไปเพื่อสันติสุขไว้หลายแห่ง ดังปรากฏในพระไตรปิฎก ดังต่อไปนี้ อปปีจจกถา ถ้อยคำที่ชักนำให้มีความปรารถนาน้อย สันตุฏฐิกถา ถ้อยคำที่ชักนำให้สันโดษยินดีด้วยปัจจัยตามมีตามได้ ปวิเวกกถา ถ้อยคำที่ชักนำให้สงัดกายสงัดใจ อสังสัคคกถา ถ้อยคำที่ชักนำไม่หระคนด้วยหมู่ วิริยารัมภกถา ถ้อยคำที่ชักนำให้ปรารถนาความเพียร สิลกถา ถ้อยคำที่ชักนำให้ตั้งอยู่ในศีล สมาธิกถา ถ้อยคำที่ชักนำให้ทำใจให้สงบ ปัญญาถา ถ้อยคำที่ชักนำให้เกิดปัญญา วิมุตติกถา ถ้อยคำที่ชักนำให้ทำใจให้พ้นจากกิเลส วิมุตติญาณทัสสนกถา ถ้อยคำที่ชักนำให้เกิดความรู้ความเห็นในความจริงที่พ้นจากกิเลส (อง.ทสท.24/69/130)

ลักษณะคำพูดข้างต้นดังกล่าว ทำให้ทราบถึงหลักแห่งคุณธรรม ที่พระพุทธเจ้าได้วางไว้ เพื่อเป็นเครื่องควบคุมให้บุคคลได้ประพฤติปฏิบัติตาม การไม่ยึดมั่น ในคุณธรรมคือความเชื่อมั่นต่อกันและกันได้ก่อให้เกิดปัญหาทางสังคม แม้ในอดีตสมัยพุทธกาลเรื่องดังกล่าวก็เกิดขึ้น ทำให้เกิดความแตกร้าง และก่อให้เกิดความเสียหายต่อคณะสงฆ์

สรุปได้ว่า การอยู่ร่วมกันในสังคม ต้องมีทั้งคนดี(คนมีศีล) ทั้งคนไม่ดี (คนทุศีล) จะมากหรือน้อยนั้น ก็แล้วแต่สภาพแวดล้อมในสังคมนั้น ๆ เป็นส่วนประกอบด้วย เพราะแต่ละคนนั้นมีพื้นฐานทางจิตใจที่แตกต่างกัน ดังนั้นพระพุทธเจ้าจึงแสดงศีลข้อ 4 (มุสาวาทา เวรมณี) ไว้เพื่อให้คนเรามีความซื่อสัตย์ และมีความเชื่อมั่นต่อกันแล้วจึงจะสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างสงบสุข

ศิลปะที่ 5

ในภาวะปัจจุบันนี้คนไทยเป็นจำนวนมากรู้จักพระพุทธศาสนา แต่ไม่เข้าใจพระพุทธศาสนา เพียงพอ ไม่ได้ศึกษาให้มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องในเรื่องของคำสอนเบื้องต้นเกี่ยวกับศิลปะ 5 และไม่ได้ประพฤติปฏิบัติตามหลักคำสอน โดยอาจจะเห็นว่าคำสอนทางศาสนาเป็นเรื่องล้าสมัย และการที่ได้ประสบกับปัญหาเกี่ยวกับความทุกข์ร้อนทั้งหลายนั้นก็เนื่องมาจากการที่คนเหล่านั้นไม่รู้จักรูขุมขนธรรมเบื้องต้น ไม่มีศีลธรรม ไม่มีที่พึ่งทางใจเลยหันเข้าหาสิ่งเสพติดของมีนเมามาเป็นที่พึ่ง ไม่ได้ใช้ศีลธรรมเป็นเครื่องคุ้มครองจิตใจ จึงทำให้ได้รับความทุกข์ความเดือดร้อนอันเกิดจากสิ่งเหล่านั้น และการที่ทางภาครัฐบาลได้มุ่งแต่พัฒนาด้านวัตถุ ละเลยคุณธรรมจึงทำให้สังคมไทยเสื่อมทรามลง ทำให้ประชาชนมีความเห็นแก่ตัวกันมากขึ้น และทำให้หลงใหลในอบายมุข สิ่งมีนเมา ยาเสพติด

สิ่งเสพติดให้โทษ นอกจากจะไม่ใช่ประโยชน์ต่อร่างกายแล้วยังเป็นภัยที่ร้ายแรงต่อสุขภาพของผู้เสพ แล้วยังทำลายศีลธรรมและความสงบสุขของสังคมด้วย เพราะเมื่อเสพหรือดื่มเข้าไปแล้วมักประมาท ทำให้ขาดสติควบคุมตนเองไม่ได้ เกิดความผิดละเมิดเป็นสาเหตุของอุบัติเหตุต่าง ๆ เช่น ฆาตกรรม โจรกรรม การข่มขืนและอุบัติเหตุบนท้องถนน เป็นต้น ทำให้ต้องสูญเสียทั้งชีวิตและทรัพย์สินไปเป็นจำนวนมาก เบื้องต้นที่สุดและสูงสุดของการดำรงชีวิตของคนเราต้องมีสติ (ความระลึกได้) หรือในทางประพฤติปฏิบัติเรียกว่า ความไม่ประมาท (อัปปมาทะ) นั่นเอง พระพุทธเจ้าจึงตรัสสอนให้พวกเรางดเว้นจากการเสพยาสุรา, เมรัย และสิ่งมีนเมา อันเป็นที่ตั้งแห่งความประมาท คือการเพลอสติ (สุราเมรัยมัชฌิมาทัญญูฐานา เวรมณี) และสอนให้มีสติระลึกชอบ (สัมมาสติ) ด้วย สาเหตุของการติดยา คืออาจถูกชักชวน, อยากรลอง, ถูกหลอกเนื่องจากไม่รู้เท่าไม่ถึงการณ์, และจากสภาพแวดล้อม จึงทำให้เกิดปัญหาต่าง ๆ เช่น ด้านร่างกาย, สังคม, เศรษฐกิจ, การปกครอง, อุบัติเหตุบนท้องถนน, การประทุษร้ายต่อทรัพย์สิน, ความผิดทางเพศ เป็นต้น

การแก้ปัญหายาเสพติด ศิล 5 ในพระพุทธศาสนา มีลักษณะเป็นเหมือนยา ซึ่งคนจะต้องเชื่อหมอ เชื่อในตัวยา และต้องรับประทานยาตามที่หมอสั่ง โรคจึงจะได้บรรเทาเบาลงและผู้นั้นจะหายป่วย ในที่สุด ศิล 5 ในพระพุทธศาสนามีใช้เป็นเรื่องของการดลบันดาลเป็นเรื่องของเหตุผล ใครต้องการผล เช่นไรก็ต้องสร้างเหตุเช่นนั้น (บุคคลปลูกพืชชนิดใด ก็จะได้ผลของพืชชนิดนั้น ทำความดีก็จะได้รับผลดี ทำความชั่วก็จะได้รับผลชั่ว) เหตุแห่งความสุขและเหตุแห่งความทุกข์ หรือเหตุแห่งความเสื่อมและเหตุแห่งความเจริญ ก็เป็นเหมือนทางสองสาย สายหนึ่งมุ่งไปสู่อันตราย และอีกสายหนึ่งมุ่งไปสู่ที่มีความสุข ความเจริญ แม้ทางแห่งความวุ่นวาย และทางแห่งความสันติภาพก็ทำนองเดียวกัน ในการใช้ศิลปะ 5 เพื่อสถาปนาสันติภาพนั้น ต้องได้องค์ประกอบสำคัญอย่างน้อย 3 ประการคือ

1) องค์การทางศาสนาต้องสอนหรือให้การศึกษาในเรื่องพิษภัยหรือโทษของสิ่งเสพติดอย่างจริงจังและพยายามแก้ปัญหาที่ต้นเหตุ คือมุ่งไปแก้ปัญหาทางครอบครัว ถ้าครอบครัวอบอุ่น ไม่แตกแยก ไม่ทอดทิ้งเด็กเป็นต้น ปัญหาเรื่องยาเสพติดก็จะลดน้อยลงหรือไม่มีในที่สุด

2) สังคมต้องมีมาตรการส่งเสริมและร่วมมือกับองค์กรทางพระพุทธศาสนาโดยหันหน้าเข้าวัด เพื่อลดความสนใจต่อสิ่งล่อใจเช่น สถานเริงรมณ์ มั่วสุมตามห้างสรรพสินค้า เป็นต้น

3) รัฐต้องมีกฎหมายมาสนับสนุน คือบังคับให้เป็นไปตามกฎหมายอย่าง เคร่งครัด และเพิ่มโทษของการค้ายาเสพติดให้หนักขึ้น

ผลกระทบทางศีลธรรม สิ่งเสพติดเป็นความเสื่อมโทรมทางศีลธรรมและเป็นเรื่องละเอียดอ่อนคงอยากที่จะแก้ไขได้ เป็นโทษแก่ร่างกายและทางจิตใจ และแก้สังคมโดยรวมอีกทั้งยังมีผลระยะยาวคือ ทำให้สมองพิการ ความจำเสื่อม นอนไม่หลับ จนถึงเป็นโรคจิต สิ่งเหล่านี้ได้สะท้อนให้เห็นถึงสภาพความเป็นจริงของสังคมไทยได้เป็นอย่างดีว่า สุราและสิ่งเสพติดทั้งหลายนั้นมีอิทธิพลในทางลบและมีบทบาทที่สำคัญต่อสังคมในทางทำลายในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี

การดื่มสุราเพื่อเข้าสังคม การดื่มสุราเพื่อเข้าสังคม ถ้าไม่ดื่มก็เข้าสังคมกับเขาไม่ได้ ตามความเป็นจริงแล้ว การที่คนเรากล่าวอ้างถึงสังคมว่าสิ่งที่ตนต้องทำไปเช่นนั้นก็เพราะสังคม คนเช่นนี้มีมาแล้วในอดีตดังที่พระสารีบุตรเถระได้กล่าวแก่นันทยานิพราหมณ์ที่เป็นข้าราชการ แต่ฉ้อราษฎร์บังหลวงแล้วอ้างว่าที่ตนทำไปนั้นตนทำเพื่อพ่อแม่ บุตรภรรยา เป็นต้น

หลักธรรมในพระพุทธศาสนามีการชี้แจง สั่งสอน ว่าอะไรเป็นบาป อะไรเป็นบุญ เป็นคุณ เป็นโทษ เป็นประโยชน์ และไม่เป็นประโยชน์ แต่ไม่ได้ไปควบคุมพฤติกรรมของคนว่า จะต้องทำอย่างนี้ อย่างนั้น เพราะพระพุทธศาสนาไม่มีการบังคับใคร ถ้าเขาทำดีเขาก็ได้ดี ถ้าเขาทำชั่วเขาก็จะได้รับผลชั่ว เช่นเดียวกัน เพราะฉะนั้น การที่มีปัญหาทางอาชญากรรมนั้น คงจะเป็นเงื่อนไขทางอารมณ์ เงื่อนไขทางสังคม เงื่อนไขทางเศรษฐกิจ การศึกษาทางสภาพแวดล้อมต่าง ๆ เป็นเรื่องผลประโยชน์ ตลอดจนถึงความขัดแย้งทางการเมือง

สรุปได้ว่า การฝึกฝนอบรมตนเองตามหลักของศีลข้อที่ห้าจึงเป็นเป้าหมายในที่นี้ การทำความเข้าใจในความเข้าใจในศีลข้อที่ห้าต่อปัญหาต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อบุคคลสถาบันครอบครัวตลอดถึงสังคม โดยส่วนรวมนั้นก็เนื่องมาจากสุราและสิ่งเสพติด ให้ผลร้ายในหลายรูปแบบดังกล่าวนั้น คนที่ไม่ดื่มสุราก็มีชีวิตอยู่ได้ดี มีสุขภาพร่างกายแข็งแรง อีกทั้งยังไม่สิ้นเปลืองทรัพย์ไปโดยเปล่าประโยชน์ ไม่เป็นบ่อเกิดของโรค มีความสะอาด มีสติปัญญาสมบูรณ์ดี

บทสรุป

ศีล 5 เป็นหลักปฏิบัติที่ช่วยพัฒนาพฤติกรรมของมนุษย์ที่แสดงออกด้วยความรักในสัตว์ทั้งหลาย ด้วยจิตเสมอกันในสัตว์ทุกหมู่เหล่าในที่ทั้งปวง เป็นหลักธรรมที่พระพุทธเจ้าทรงอบรมสั่งสอนให้มนุษย์โลกทุกคนได้ประพฤติปฏิบัติให้เกิดมีขึ้นในจิตใจเนื่องจากโลกของเรามีคนโลภมาก และการแข่งขันกันแย่งชิงทรัพยากรกัน ทำให้เกิดการเบียดเบียนกันเอง กระทบกระแทกกัน ชวากันเพื่อทรัพยากรธรรมชาติ ทำให้สภาพแวดล้อมเสื่อม เกิดการขาดแคลนทรัพยากร หากบุคคลในสังคมดำเนินชีวิตอยู่ในกรอบของศีล จะอยู่ในสังคมใดหรือวัฒนธรรมใด ก็สามารถอยู่ร่วมกันได้โดยปกติสุข การยึดหลักของศีล 5 เป็นหลักในการ

ดำเนินชีวิต รู้จักหลักหรือละเว้นความชั่วต่างๆ ห่างไกลจากอบายมุข และยังส่งเสริมให้มีความเจริญก้าวหน้า ทำตนให้เป็นคนดี ทำประโยชน์ให้แก่สังคมโดยรวม

เอกสารอ้างอิง

- พระครูปลัดสุวัฒน สุวฑฺฒโน. (2563). การดำเนินชีวิตตามหลักพุทธธรรมในยุคโควิด 19. *วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 3(1), 115-128.
- พระธรรมกิตติวงศ์ (ทองดี สุรเตโช). (2551). *พจนานุกรมเพื่อการศึกษาพุทธศาสน์ คำวัด : อธิบายศัพท์และความหมายที่ชาวพุทธควรรู้*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สถาบันบันลือธรรม
- พระธรรมปิฎก (ป. อ. ปยุตฺโต). (2538). *พุทธธรรม*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตฺโต). (2556). *พจนานุกรมพุทธศาสน์ ฉบับประมวลศัพท์*. กรุงเทพฯ: ธรรมสภาและสถาบันบันลือธรรม.
- พระเมธีวชิรภูมิ (จำเนียร จิรวโร). (2561). พุทธวิธีในการวางแผนบริหารองค์การอย่างเฉียบขาด. *วารสารนวัตกรรมการศึกษาและการวิจัย*, 3(1), 1-14.
- พระโมศคัลลานเถระ. (2547). *คัมภีร์อภิธานวรรณนา*. พระมหาสมปอง มุทีโตแปลและเรียบเรียง. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ประยูรพรินต์ติ้ง.
- มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2539). *พระไตรปิฎกภาษาไทย ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- สงวน หล้าโพทนัน. (2561). หลักศีล 5 เพื่อการพัฒนาพฤติกรรมมนุษย์. *วารสาร มจร นครน่านปริทรรศน์*. 2(1), 61-80.
- สมภาร พรหมทา. (2538). *ปรัชญาสังคมและการเมือง*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นักบวชนอกศาสนา: มิติทางสังคมและการอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข

Pagan Priests: Social Dimensions and Peaceful Coexistence

พระครูพิทักษ์ศิลปาคม (นุชิต วชิรวิฑูโธ)

Phrakhru Pitaksillapakhom (Nuchit Vajiravuddho)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

Graduate School, Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Thailand.

Email: nangyai@gmail.com

Received March 28, 2020; Revised May 31, 2020; Accepted July 28, 2020

บทคัดย่อ

พุทธบัญญัติเป็นประโยชน์ทั้งแก่ภิกษุ อุบาสกอุบาสิกา นักบวชนอกศาสนาและคณะสงฆ์โดยรวม โดยเฉพาะพระพุทธองค์บัญญัติเพื่อห้ามไม่ให้ภิกษุประพฤติตามคำสอนของนักบวชนอกศาสนา ซึ่งจะสร้างความสับสนแก่คณะสงฆ์และพุทธศาสนิกชน มีแต่จะก่อให้เกิดความแตกแยกในหมู่พุทธบริษัท ไม่ส่งเสริมการปฏิบัติตามพระธรรมวินัย ไม่เป็นไปตามหลักไตรสิกขา (ศีล สมาธิ ปัญญา) ทำให้การดำเนินชีวิตของพระสงฆ์ได้รับความลำบาก กล่าวได้ว่า การที่พระพุทธองค์บัญญัติสิกขาบทเกี่ยวกับนักบวชนอกศาสนานั้นก็เพื่อให้พระสงฆ์ทราบแนวทางปฏิบัติต่อนักบวชนอกศาสนาเพื่อป้องกันความระแวงสงสัยและความเข้าใจผิดที่อาจเกิดขึ้นทั้งจากภิกษุด้วยกัน และอุบาสกอุบาสิกา ขณะเดียวกันก็อาจจะเกิดความระแวงสงสัยและความเข้าใจผิดจากนักบวชนอกศาสนาและสาวก ที่สำคัญสิกขาบทเหล่านี้ช่วยสร้างความเข้าใจในการปฏิบัติต่อกันระหว่างศาสนาเป็นอย่างดี นักบวชนอกศาสนาผู้ต้องการเข้ามาเกี่ยวข้องกับพระพุทธศาสนาเมื่อทราบช่องทางที่บัญญัติไว้อย่างชัดเจนก็จะปฏิบัติตนได้อย่างถูกต้อง

คำสำคัญ: นักบวชนอกศาสนา; มิติทางสังคม; การอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข

Abstract

Buddhist commandments are beneficial to both the monks. Worshiper Pagan priests and clergy as a whole Especially the Buddha's commandment to prohibit the monks from following the teachings of pagan monks Which will confuse the monks and Buddhists It will only cause divisions among Buddhist companies Does not promote the observance of the dharma It is not in accordance

with the Tri-Sika (meditation, meditation, wisdom) principle, making the life of the monks difficult. Prevent suspicion and misunderstanding that may arise both from the monks together And worshipers At the same time, there may be suspicions and misunderstandings from pagan priests and disciples. Importantly, these Sikkadas help to build understanding of interfaith practice as well. Pagan priests who want to get involved with Buddhism, knowing clearly defined channels, will perform correctly.

Keywords: Pagan Priests; Social Dimensions; Peaceful Coexistence

บทนำ

มนุษย์อยู่รวมกันเป็นกลุ่ม ทำกิจกรรมร่วมกัน มีความต้องการขั้นพื้นฐาน ได้แก่ความต้องการทางกายเพื่อความอยู่รอด ความต้องการความปลอดภัยและความมั่นคง ความต้องการทางสังคม ความต้องการมีคุณค่าและความต้องการความสำเร็จในชีวิต (Maslow, 1970) ศาสนาเป็นสิ่งที่คอยยึดเหนี่ยวจิตใจมนุษย์ ตอบคำถามบางประการที่วิทยาศาสตร์ไม่อาจพิสูจน์ได้ ช่วยคำจูนและปลอบประโลมมนุษย์ต่อสภาพความเป็นจริงที่ไม่เป็นอย่างที่คาดหวัง หลากๆ ศาสนายังกำหนดข้อประพฤติปฏิบัติตนของมนุษย์รวมทั้งบทลงโทษ ศาสนายังมีส่วนในการสร้างกติกการอยู่ร่วมกันในสังคม และมีอิทธิพลอย่างสูงต่อวัฒนธรรมของสังคมนั้น ๆ (รสลิน ศิริยะพันธุ์, 2559)

นักบวชนอกศาสนามีบทบาทโดดเด่นในสังคมมาก่อนที่พระพุทธศาสนาจะอุบัติ และมีบทบาทในสังคมเรื่อยมาจนกระทั่งถึงสมัยปัจจุบัน ทศนะของพระพุทธศาสนาต่อนักบวชนอกศาสนาอาจจำแนก ได้ 3 ลักษณะ คือ บางลัทธิมีคำสอนและหลักการปฏิบัติสอดคล้องหรือเกื้อกูลต่อการปฏิบัติตนตามคำสอนในพระพุทธศาสนา บางลัทธิมีคำสอนและหลักการปฏิบัติคล้ายกับพระพุทธศาสนาในบางแง่ และบางลัทธิมีคำสอนและหลักการปฏิบัติที่ขัดแย้งหรือแตกต่างอย่างสิ้นเชิงกับคำสอนในพระพุทธศาสนาที่ทรงห้ามพุทธบริษัทไม่ให้ปฏิบัติตามอย่างเด็ดขาด (พระพรหมคุณาภรณ์ ป.อ. ปยุตโต, 2556) นักบวชนอกศาสนาที่เรียกว่า เติรธีย์ หรือ อัญญ์เติรธีย์นั้นจำแนกออกเป็นประเภทสำคัญๆ ได้ 3 จำพวก มี 1) ดาบส (ฤาษีหรือชฎิล) ดาบส แปลว่า นักบวชผู้บำเพ็ญตบะ (พระโมคคัลลานเถระ, 2547) หมายถึง นักบวชผู้บำเพ็ญตบะหรือบำเพ็ญพรตเพื่อข่มกิเลสโดยการทรมานตัว ให้ได้รับความลำบาก นอกจากนี้ยังนิยมเรียกดาบสด้วยคำอื่นอีก คือ ชฎิล : นักบวชผู้ทรงชฎา หรือ ผู้มีชฎา เพราะดาบสเป็นนักบวชที่เกล้าผมเป็นมวยเหมือนชฎา หรือ ฤษี (อิสิ) : นักบวชผู้แสวงหาคุณความดีทั้งหลายมีฉันทเป็นต้น (ขุ.เปต.อ. (ไทย)49/2/2/338.) ในคัมภีร์พระพุทธศาสนาจึงเรียกดาบสว่า ชฎิลบ้าง (ขุ.พุทธ.อ. (ไทย) 73/9/2/211) ฤาษีบ้าง (ขุ.จริยา.อ. (ไทย) 74/9/3/214) 2) ปริพาชก เป็นนักบวชผู้ชายนอกพระพุทธศาสนาพวกเขาหนึ่งในชมพูทวีป ชอบสัจจจริยาไปในที่ต่างๆ แสดงทัศนะทางศาสนาปรัชญาของตน หากเป็นหญิงเรียกว่า ปริพาชิกา จำแนกเป็น 2 ประเภท คือ (1) ปริพาชกผู้รุ่มผ้า เช่น สัจจจริยาปริพาชก สุปียปริพาชก (ที.ส. (ไทย) 1/1/1) (2) ปริพาชกผู้ไม่รุ่มผ้า หรือ ปริพาชกเปลือย 3) นิครนถ์ คือ นักบวชผู้เป็นศิษย์ของนิครนถ์นาฏบุตร แบ่งเป็น 2 พวก คือ (1) ทิทัมพร:

นักบวชไม่นุ่งผ้าแม้แต่ชิ้นเดียว (นุ่งสมหม่มฟ้า) (พระโมคคัลลานเถระ, 2547) (2) เศรษฐมพร : นักบวชนุ่งผ้าสีขาว นิครนถ์เป็นนักบวชที่ไม่นับถือพระเวท

นักบวชนอกศาสนาจึงเป็นกลุ่มบุคคลที่น่าศึกษามากที่สุด ทั้งนี้เพราะนักบวชนอกศาสนาทุกประเภทถือเป็นนักบวชหรือบรรพชิตเหมือนกับภิกษุ ทำหน้าที่เผยแผ่ลัทธิคำสอน เป็นที่พึ่งทางใจในสังคมเดียวกันกับพระพุทธเจ้าและภิกษุ อีกทั้งรูปแบบการดำเนินชีวิต การใช้ปัจจัย 4 คำสอนและสถานทางสังคมก็คล้ายกับภิกษุ (พระธรรมกิตติวงศ์ ทองดี สุรเตโช, 2551) การศึกษาพระวินัยหรือพุทธบัญญัติเกี่ยวกับนักบวชนอกศาสนาจะทำให้ทราบวิธีปฏิบัติต่อนักบวชนอกศาสนาประเภทต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง

ติดถียปริวาส: มิติทางสังคมและพุทธบัญญัติเกี่ยวกับนักบวชนอกศาสนา

ติดถียปริวาสเป็นพุทธบัญญัติเกี่ยวกับการให้อุปสมบทแก่นักบวชนอกศาสนา เป็นพระวินัยปิฎกอีกเรื่องหนึ่งที่ถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัดจริงจังและส่งผลกระทบต่อความรู้สึกของพุทธบริษัท คือ การคัดเลือกกุลบุตรผู้เคยบวชเป็นนักบวชนอกศาสนา โดยมีพุทธบัญญัติไว้เป็นแนวปฏิบัติว่า หากกุลบุตรผู้เคยบวชเป็นนักบวชนอกศาสนาพวกริพาชกเปลือย คือ อาชีวกและอเจลก มาขอบวชเป็นภิกษุจะต้องให้อยู่ปริวาสเป็นเวลา 4 เดือน เรียกว่า ติดถียปริวาส มีรายละเอียดและวิธีปฏิบัติ

ติดถียปริวาส หมายถึง การเข้ามาอยู่ใกล้หมู่สงฆ์ของนักบวชอันควรเยี่ยงไรเพื่อรับการอบรมและกระทำวัตรบางอย่างจนกว่าสงฆ์จะยินดีและยอมอนุญาตให้อุปสมบทเป็นภิกษุ ติดถียปริวาสนี้กำหนดให้ปฏิบัติเฉพาะนักบวชนอกศาสนาบางพวกเท่านั้น ซึ่งจะได้กล่าวถึงเหตุผลและแนวทางปฏิบัติโดยละเอียดในข้อต่อไป

ความเป็นมาของติดถียปริวาส

พระวินัยปิฎก ตอนอัญญติดถียปุพพกถา (วิ.ม. (ไทย) 4/86/138-141) และปสุตรสูตร กล่าวถึงความ เป็นมาของติดถียปริวาสสรุปความได้ว่า ครั้งหนึ่ง ขณะที่พระพุทธเจ้าประทับอยู่ที่กรุงสาวัตถี เกิดเหตุการณ์ภิกษุไปเข้ารีตเดียรถีย์ขึ้น ภิกษุนั้นชื่อว่า ปสุระ ก่อนบวชเป็นภิกษุท่านเคยบวชเป็นปริพาชกมาก่อน ท่านเป็นนักไดวาทะที่มีฝีมือจัดจ้าน มีชื่อเสียงและมีลูกศิษย์บริวารมาก ทะนงตนว่ามีวาทะเป็นเลิศที่สุดในชมพูทวีป ทำให้ผู้คนเกรงไม่อยากไดวาทะด้วย วันหนึ่งท่านเดินทางมาถึงกรุงสาวัตถีได้เอากิ่งหว้าปักกองทรายทำทนายหาคนไดวาทะไว้ที่ประตูเมือง ท่านพระสารีบุตรมาพบเข้าจึงให้เด็กถอนกิ่งหว้าออกเป็น การรับที่จะเป็นคู่ไดวาทะด้วย พอถึงวันนัดหมายมีผู้คนมาฟังการไดวาทะมากมาย พระสารีบุตรให้สิทธิ์แก่ปสุระปริพาชกเป็นคนถามเพราะเขาเห็นว่าการถามง่ายกว่าการตอบ วันนั้นมีการโต้กันในเรื่องอะไรเป็นกามของบุรุษ ในการไดวาทะปรากฏว่าปสุระปริพาชกแพ้ จากนั้นได้เกิดความคิดที่จะเข้ามาบวชเป็นภิกษุในพระพุทธศาสนาเพื่อจะได้โอกาสเรียนตำราไดวาทะ จึงเข้าไปในเมืองหาบาตรและจีวรและได้ขอบวชในสำนักของพระโกลุทายี ต่อมาท่านไม่เชื่อฟังคำสอนของพระอุปัชฌาย์ ผิดหวังที่พระโกลุทายีไม่สอนตำราไดวาทะให้จึงได้ใช้วาจาชมพระอุปัชฌาย์แล้วหนีออกจากวัดกลับไปยังอารามของปริพาชกทั้งๆที่ยังเป็นภิกษุอยู่ พร้อมกันนั้นก็ยังมีความคิดที่จะไดวาทะกับพระพุทธเจ้าอีกด้วย (ส.ส.อ. (ไทย) 47/1/6/756-760) การที่

พระปสุระกลับไปเข้ารีตเดียรถย์ทั้งที่ตนบวชเป็นภิกษุอยู่นั้น ทำให้พุทธบริษัทพากันตำหนิ พระพุทธเจ้าจึงตรัสว่า “ผู้เคยบวชในลัทธินอกศาสนา (เดียรถย์) เข้ามาบวช เมื่อพระอุปัชฌาย์ว่ากล่าวโดยธรรม กลับคัดค้านแล้วจากไปเข้ารีตเดียรถย์ ต่อมาหากเขากลับมาขอบวชอีก ไม่ควรบวชให้” (วิ.ม. (ไทย) 4/86/137-138) นับตั้งแต่นั้นเป็นต้นมาจึงมีข้อปฏิบัติเรื่องติดถียปรีวาสขึ้นในพระพุทธศาสนา (ที.สี. (ไทย) 9/405/173-174)

ขั้นตอนการปฏิบัติในการอยู่ติดถียปรีวาส

การอยู่ติดถียปรีวาสนั้นมีหลักการสำคัญ คือ บุคคลผู้เคยเป็นบวชเป็นเดียรถย์มาก่อนหากประสงค์จะเข้ามาบรรพชาอุปสมบทในพระพุทธศาสนาจะต้องได้รับการอบรม (ปรีวาส) 4 เดือน

1) **ข้อปฏิบัติเบื้องต้น** คือ (1) ให้โกนผม ปลงหนวด (2) นุ่งห่มผ้ากาสาเยะ ทำหำหม่นเวียงป่าข้างหนึ่ง ไหว้เท้าภิกษุทั้งหลาย (3) เปล่งวาจาขอถึงพระรัตนตรัยเป็นสรณะ (ไตรสรณคมน์) 3 จบ (4) ให้ภิกษุรูปหนึ่งสวดประกาศขอให้สงฆ์ให้ติดถียปรีวาสเพื่ออบรมตน 4 เดือน (วิ.ม. (ไทย) 4/86/138-141)

2) **ขอติดถียปรีวาส** กุลบุตรผู้เคยเป็นเดียรถย์มาก่อนให้กล่าวคำขอติดถียปรีวาสว่า “ท่านผู้เจริญ ข้าพเจ้ามีชื่อนี้เคยเป็นอัญเดียรถย์ หวังอุปสมบทในพระธรรมวินัยนี้ ท่านผู้เจริญ ข้าพเจ้านั้นขอปรีวาส 4 เดือนต่อสงฆ์ พึงขอแม้ครั้งที่ 2 ฯลฯ พึงขอแม้ครั้งที่ 3 ฯลฯ (วิ.ม. (ไทย) 4/86/138.)

3) **ญัตติกรรมสวดประกาศให้ติดถียปรีวาส** ต่อจากนั้น ภิกษุผู้ฉลาดสามารถพึงประกาศให้สงฆ์ทราบด้วยญัตติหตุติกรรมวาจาว่า “ท่านผู้เจริญ ขอสงฆ์จงฟังข้าพเจ้า ผู้มีชื่อนี้เคยเป็นอัญเดียรถย์ หวังอุปสมบทในพระธรรมวินัยนี้ เธอขอปรีวาส 4 เดือนต่อสงฆ์ ถ้าสงฆ์พร้อมกันแล้วพึงให้ปรีวาส 4 เดือนแก่ผู้มีชื่อนี้ซึ่งเคยเป็นอัญเดียรถย์ นี่เป็นญัตติ ท่านผู้เจริญ ขอสงฆ์จงฟังข้าพเจ้า ผู้มีชื่อนี้เคยเป็นอัญเดียรถย์ หวังอุปสมบทในพระธรรมวินัยนี้ เธอขอปรีวาส 4 เดือนต่อสงฆ์ สงฆ์ให้ปรีวาส 4 เดือนแก่ผู้มีชื่อนี้ ซึ่งเคยเป็นอัญเดียรถย์ ท่านรูปใดเห็นด้วยกับการให้ปรีวาส 4 เดือนแก่ผู้มีชื่อนี้ ซึ่งเคยเป็นอัญเดียรถย์ ท่านรูปนั้นพึงนั่ง ท่านรูปใดไม่เห็นด้วย ท่านรูปนั้นพึงทักท้วง ปรีวาส 4 เดือน สงฆ์ให้แล้วแก่ผู้มีชื่อนี้ซึ่งเคยเป็นอัญเดียรถย์ สงฆ์เห็นด้วยเพราะฉะนั้นจึงนั่ง ข้าพเจ้าขอถือเอาความนิ่งนั้นเป็นมติอย่างนี้” ต่อจากนั้น เมื่อไม่มีผู้คัดค้านจึงถือว่าสำเร็จสังกรรมในเรื่องนี้ไปขั้นตอนหนึ่ง ในระหว่างนี้หากประพฤติดนเรียวร้อย เป็นที่พอใจของสงฆ์จึงจะทำการบวชให้ (วิ.ม. (ไทย) 4/86/138.)

4) **ข้อปฏิบัติที่ให้สงฆ์ไม่ยินดี** แต่ถ้าในระหว่างอยู่ติดถียปรีวาสนี้ ถ้ากุลบุตรผู้เคยเป็นอัญเดียรถย์นั้นประพฤตีสเลหาย ไม่ให้สงฆ์ยินดี ด้วยพฤติกรรมต่อไปนี้ คณะสงฆ์ก็จะไม่ยอมบวชให้ ความประพฤติดังกล่าวนั้นมี 5 ประการ ได้แก่ (1) เข้าหมู่บ้านช้าเกินไป กลับสายเกินไป (2) เป็นผู้มึนหมอง แพศยา (วิ.ม.อ. (ไทย) 4/1/233.) หมองม่าย สวาเหื้อ บัณเฑาะก์ ภิกษุณี เป็นโคจร (3) เป็นผู้เกียจคร้านในการทำงานใหญ่่น้อยของเพื่อนสหพรหมจารีทั้งหลาย และยังไม่ประกอบด้วยปัญญาเป็นเครื่องพิจารณาอันเป็นอุบายในการทำงานเหล่านั้น (4) เป็นผู้ไม่มีฉันทะแรงกล้าในอุเทศ ในปริปุจฉา ในอธิศีล อธิจิต อธิปัญญา (5) ออกจากลัทธิของครู แต่ยังมีดมั่น ความประพฤติที่กล่าวมานี้จัดเป็นข้อปฏิบัติไม่ให้สงฆ์ยินดี เป็นเหตุให้ภิกษุจะให้กุลบุตรนั้นบรรพชาอุปสมบทในพระพุทธศาสนา

5) ข้อปฏิบัติให้สงฆ์ยินดี ส่วนข้อปฏิบัติเป็นเหตุให้สงฆ์ยินดีก็มีนัยตรงข้ามกับที่กล่าวมาสรุปได้ 5 ประการ คือ (1) เข้าหมู่บ้านไม่ซำนัก กลับไม่สายนัก (2) ไม่เป็นผู้มีหญิงแพศยา หญิงม่าย สาวเทื่อ บัณเฑาะก์ ภิกษุณี เป็นโคจร (3) เป็นผู้ขยัน ไม่เกียจคร้านในการงานใหญ่น้อยของเพื่อนสหพรหมจารีทั้งหลาย (4) เป็นผู้มั่งคั่งแรงกล้าในอุเทศ ในปริปัจฉา ในอธิศีล อธิจิต อธิปัญญา (5) ไม่ยึดติดกับลัทธิเกิด หากมีผู้ติเตียนจะไม่แสดงอาการให้ปรากฏ (วิ.ม. (ไทย) 4/87/141.)

สรุปได้ว่า เมื่อศาสนิกของศาสนาอื่นจะเปลี่ยนมาถือพระพุทธศาสนา หากเป็นบุคคลทั่วไป พระพุทธศาสนาไม่มีขั้นตอนอะไรพิเศษ จะมีขั้นตอนคัดกรองบ้างก็เฉพาะนักบวชนอกศาสนาเท่านั้น มีข้อกำหนดให้นักบวชนอกศาสนาจำพวก ปริพาชกเปลื้อง คือ อาชีวกและอเจลก (รวมทั้งนิครนถ์ด้วย) เท่านั้นที่ก่อนจะเข้ามาบวชเป็นภิกษุจะต้องอยู่ติดตึยปริวาส 4 เดือน เพราะนักบวชพวกนี้เปลื้องกายและมีปฏิรูปขัดแย้งกับพระพุทธศาสนา

มิติทางสังคมและพุทธบัญญัติเกี่ยวกับวิธีปฏิบัติต่อภิกษุผู้เข้ารีตเดียรฉัตร

เรื่องราวเกี่ยวกับนักบวชนอกศาสนาในคัมภีร์พระวินัยปิฎกถูกกล่าวถึงมากที่สุดและส่งผลกระทบต่อจิตใจของพุทธบริษัทมากที่สุด คือ เรื่องภิกษุเข้ารีตเดียรฉัตร (ติดตึยปักกันตกะ) สำหรับบุคคลที่เป็นที่มาของสิกขาบทนี้ คือ พระปฐุระ ภิกษุรูปนี้ก่อนบวชในพระพุทธศาสนาได้เคยบวชเป็นปริพาชกมาก่อน แต่ในขณะที่บวชอยู่นั้นท่านเห็นว่าพระพุทธเจ้าและภิกษุสงฆ์มีคณนัถือมากมาย ได้รับความเคารพนับถือจากคนทุกระดับ ได้รับลาภสักการะมาก จึงคิดจะบวชเป็นภิกษุเพื่อจะขโมยเรียนพระธรรมวินัยของพระพุทธเจ้า แล้วลาสิกขากลับไปบวชเป็นปริพาชกดังเดิม เมื่อตัดสินใจแล้วท่านได้มาขอบวชในสำนักของพระอุทายีซึ่งแม้จะบวชเกิน 10 พรรษา (สามารถเป็นพระอุปัชฌาย์ได้) แต่ท่านเป็นคนที่ไม่ค่อยฉลาด ไม่รอบรู้พระธรรมวินัยและไม่สามารถอบรมสั่งสอนลูกศิษย์ได้ เมื่อท่านให้ปฐุระปริพาชกบวชเป็นภิกษุแล้วแล้วก็ไม่สามารถอบรมสั่งสอนได้ เมื่อว่ากล่าวสั่งสอนตามหลักพระธรรมวินัยพระปฐุระก็ไม่พอใจ กลับโต้เถียงกับพระอุทายีผู้เป็นอุปัชฌาย์แล้วหนีกลับไปเข้ารีตเดียรฉัตรดังเดิมโดยไม่ได้ทำการลาสิกขาบทก่อน กล่าวคือ พระปฐุระได้เดินทางกลับไปยังสำนักปริพาชกแล้วประกาศตนนับถือลัทธิปริพาชกทั้ง ๆ ที่ยังถือเพศเป็นภิกษุครองผ้ากาสาวะอยู่

การกระทำของพระปฐุระแพร่กระจายไปอย่างรวดเร็ว พวภิกษุผู้ห่วงใยพระศาสนาจึงพากันตำหนิประณาม โพนทะนาถึงเรื่องที่พระอุปัชฌาย์ผู้ไม่ฉลาดและไม่สามารถอบรมสั่งสอนศิษย์ได้ จึงเป็นเหตุให้พระพุทธองค์บัญญัติสิกขาบทเกี่ยวกับกรณีนี้ 2 สิกขาบท คือ (1) บัญญัติห้ามอุปัชฌาย์ผู้โง่เขลา ไม่ฉลาด ไม่พึงให้อุปสมบทแก่กุลบุตร หากละเมิดสิกขาบทนี้ต้องอาบัติทุกกฏ ทรงอนุญาตให้ภิกษุผู้ฉลาดผู้สามารถมีพรรษาครบ 10 หรือมีพรรษาเกิน 10 ให้อุปสมบทได้ (วิ.มหา. (ไทย) 4/76/103-104.) (2) หากกุลบุตรผู้เคยบวชเป็นนักบวชนอกศาสนา (เฉพาะนักบวชปริพาชกเปลื้องกาย คือ อาชีวก อเจลก และนิครนถ์) มาขอบวช จะต้องให้อยู่ติดตึยปริวาสเป็นเวลา 4 เดือนจนกว่าคณะสงฆ์จะยินดีและมั่นใจว่ามีศรัทธาต้องการบวชเป็นภิกษุเพื่อศึกษาพระธรรมวินัยจริง (วิ.ม.อ. (ไทย) 6/4/1/231-232.)

มิติทางสังคมเกี่ยวกับการสงเคราะห์นักบวชนอกศาสนา

นักบวชนอกศาสนาเป็นบุคคลที่มีวิถีชีวิต สถานภาพและบทบาททางสังคมคล้ายกับภิกษุในพระพุทธศาสนา นักบวชเหล่านั้นมักจะสร้างอารามหรืออาศรมอยู่ในบริเวณใกล้ ๆ กับวัดของภิกษุ ทำให้นักบวชนอกศาสนาต้องเข้าไปรับประทานอาหารในชุมชนแห่งเดียวกันกับภิกษุ โดยหลายหลายกรณีนักบวชนอกศาสนาและภิกษุมีอุปนิสัยคนเดียวกัน อีกทั้งคำสอนและหลักการปฏิบัติของพระพุทธศาสนาก็มีหลายอย่างแตกต่างจากของนักบวชนอกศาสนา สาเหตุเหล่านี้ทำให้หลายครั้งเกิดความขัดแย้งระหว่างศาสนาขึ้น บางครั้งอาจแค่มีการโต้เถียง ยกวาทีหรือใส่ร้ายกัน แต่บางกรณีอาจมีการวางแผนให้ร้ายอย่างเป็นขบวนการ เช่น กรณีนางสุนทรีปริพาชกาและนางจิณฺมจมาณวิกาใส่ร้ายพระพุทธเจ้าว่ามีความสัมพันธ์ลึกซึ้ง และบางกรณีอาจมีการใช้ความรุนแรงถึงขั้นทำร้ายจนเสียชีวิต เช่น กรณีพระมหาโมคคัลลานะถูกโจรสลัดฆาตกรรม

เมื่อพิจารณาโดยภาพรวมจะพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างภิกษุกับนักบวชนอกศาสนาก็มีหลายแง่มุมที่เป็นบรรยากาศของความปรองดองสมานฉันท์ กล่าวคือ มีการพบปะสนทนาและให้การสงเคราะห์กัน ไม่ได้มีแต่การตั้งแง่รังเกียจหรือโจมตีใส่ร้ายกันเพียงอย่างเดียว การพบปะสนทนาหรือทำการสงเคราะห์กันระหว่างภิกษุกับนักบวชนอกศาสนามักจะถูกจับตาทั้งจากอุบาสกอุบาสิกาและคณะสงฆ์ ด้วยเหตุที่เคยมีความขัดแย้งกันในสังคมทั้งโดยการใช้วาจาโต้ตอบและการทำร้ายร่างกายศาสนิกชนร่วมศาสนากับตนจึงมีการเรียกร้องให้ภิกษุเข้าไปมีความเกี่ยวข้องหรือทำการสงเคราะห์นักบวชนอกศาสนาด้วยวิธีการที่เหมาะสม จึงเป็นเหตุให้พระพุทธองค์บัญญัติสิกขาบทเป็นพุทธบัญญัติไว้เป็นแนวปฏิบัติในการมอบให้อาหารแก่นักบวชนอกศาสนา นักบวชนอกศาสนาส่วนมากจะเป็นนักบวชพวกอนาคาริกคือ ละทิ้งบ้านเรือน ออกบวชเป็นบรรพชิต ดำรงตนเป็นผู้ไม่มีครอบครัว ไม่ประกอบอาชีพหารายได้มาเลี้ยงตัว ไม่ทำครัวหุงต้มหรือประกอบอาหารฉันเอง แต่จะใช้วิธีเข้าไปหมู่บ้านเพื่อรับอาหารจากชาวบ้านมาฉันหรือไปฉันอาหารในบ้านของคฤหัสถ์ มีพุทธบัญญัติเป็นหลักปฏิบัติว่า ในกรณีที่ภิกษุมีลาภสักการะมาก คือ มีคนถวายอาหาร (ขนม) มากฉันไม่หมด สามารถแจกอาหารนั้นแก่นักบวชนอกศาสนาและคนกินเดนได้

สรุปได้ว่า สิกขาบทนี้ไม่ได้ทรงห้ามสงเคราะห์นักบวชนอกศาสนาด้วยการให้อาหารมีขนมและข้าวสวยเป็นต้น เพียงแต่ห้ามให้ด้วยมือของตน พระอรรถกถาจารย์อธิบายว่า แม้ภิกษุจะเข้าใจผิดคิดว่าเดียรถย็นนั้นเป็นมารดาบิดาของตนก็ต้องอาบัติปาจิตตีย์ ภิกษุที่ต้องการจะให้อาหารแก่นักบวชนอกศาสนาให้วางอาหารลงบนภาชนะของนักบวชนอกศาสนาหรือวางในบาตรของตนแล้วบอกให้นักบวชนอกศาสนาหยิบเอาอาหารไปบริโภคได้

มิติทางสังคมและพุทธบัญญัติเกี่ยวกับการปฏิสัมพันธ์กับนักบวชนอกศาสนา

1) รับนิมนต์ไปฉันอาหารของนักบวชนอกศาสนา

วิธีปฏิบัติอย่างหนึ่งที่พบได้ทั่วไปในคัมภีร์พระพุทธศาสนาคือความมีไมตรีต่อกันระหว่างพระพุทธรูปกับนักบวชนอกศาสนา ต่างฝ่ายจะให้เกียรติกันเพราะถือว่าเป็นนักบวชเหมือนกัน แม้จะเป็นคนละลัทธิ ที่จะกล่าวถึงในที่นี้คือการรับนิมนต์ไปฉันภัตตาหารในอาศรมหรืออารามของนักบวชนอกศาสนา โดยพระพุทธรูปพร้อมภิกษุสงฆ์จะปฏิบัติต่อนักบวชนอกศาสนาอย่างให้เกียรติ มีการสนทนาอนุโมทนาและแนะนำสั่งสอนด้วยความกรุณา เป็นโอกาสให้พระพุทธรูปได้มีโอกาสแสดงธรรมและแลกเปลี่ยนความเห็นกับนักบวชเหล่านั้นด้วย หลายครั้งเกิดความคุ้นเคย ประทับใจและเลื่อมใสศรัทธาหลายครั้งได้แต่เพียงรับฟัง ไม่เห็นด้วยก็แยกย้ายกันไป การรับนิมนต์ไปฉันอาหารของนักบวชนอกศาสนาที่พบในคัมภีร์พระวินัยปิฎกที่นักศึกษามี 2 กรณี ดังต่อไปนี้

(1) **ฉันคนโภชนะที่เป็นภัตตาหารของนักบวชนอกศาสนา** ตามปกติแล้วภิกษุจะต้องเที่ยวไปรับอาหารที่มีคนถวายตามหมู่บ้าน จากนั้นบางรูปอาจจะฉันภัตตาหารในบ้านคฤหัสถ์ บางรูปอาจกลับมาแะฉันในระหว่างทาง บางรูปอาจกลับมาฉันที่ศาลาหอฉันหรือที่กุฏิของตน มีบางกรณีเท่านั้นที่สามารถฉันคนโภชนะหรือขอภัตตาหารจากคฤหัสถ์มาฉันได้ การฉันคนโภชนะมีได้ 2 กรณี (วิ.ป. (บาลี) 8/322/261.) ได้แก่ (1) ทายกนิมนต์ไปฉัน คือ ทายกนิมนต์ภิกษุตั้งแต่ 4 รูปขึ้นไปพร้อมกันไปฉันโดยออกซื้ออาหาร ภิกษุไปพร้อมกัน รับประเคนพร้อมกัน ฉันพร้อมกัน แต่ถือการรับประเคนพร้อมกันเป็นประมาณ ถ้ารับประเคนแยกกัน ไม่ต้องอาบัติ นี้จัดเป็นคนโภชนะโดยทายกนิมนต์ (2) ภิกษุออกปากขอภัตตาหารมาฉัน คือ ภิกษุตั้งแต่ 4 รูปขึ้นไป ยืนหรือนั่งอยู่ด้วยกันเห็นอุบาสกแล้วออกปากขอว่า ท่านจงถวายภัตตาหารแก่อาตมาทั้ง 4 รูป หรือเห็นต่างคราวกัน แล้วต่างออกปากขอร่วมกัน หรือต่างคราวกันว่า ท่านจงถวายภัตตาหารแก่อาตมา แล้วจะไปพร้อมกัน หรือไปแยกกัน จะรับประเคนภัตตาหารแล้วฉันพร้อมกัน หรือแยกกันฉันก็ตาม ต้องอาบัติเพราะถือการรับประเคนพร้อมกันเป็นประมาณ นี้จัดเป็นคนโภชนะโดยการออกปากขอ (วิ.มหา.อ. (ไทย) 4/2/467-468.)

(2) **ฉันน้ำปานะของนักบวชนอกศาสนา** อีกเหตุการณ์หนึ่งที่แสดงถึงพระมหากรุณาคุณที่พระพุทธรูปเจ้านักบวชนอกศาสนาและแสดงให้เห็นว่านักบวชนอกศาสนาพวกดาบสหรือชฎิลมีวิถีชีวิตและหลักการปฏิบัติหลายอย่างคล้ายกับภิกษุในพระพุทธศาสนา คือ การฉันน้ำปานะในเวลาวิกาล ทั้งนี้เนื่องจากในช่วงแรกของการประกาศพระพุทธศาสนา พระพุทธรูปเจ้ายังไม่อนุญาตให้ภิกษุฉันน้ำปานะในเวลาวิกาล แต่ต่อมาเถรชฎิลได้คิดจะถวายน้ำปานะแก่พระพุทธรูปเจ้าพร้อมภิกษุสงฆ์จึงได้ขอโอกาสจัดทำถวาย พระพุทธรูปเจ้าจึงอนุญาตให้ถวายได้

2) เจริญกับนักบวชนอกศาสนาด้วยคำสัตย์ ไม่พูดกลับไปกลับมา

เนื่องจากภิกษุและนักบวชนอกศาสนาอาศัยอยู่ในสังคมเดียวกัน นิยมสร้างอารามหรืออาศรมอยู่ตามราวป่าเหมือนกัน ตอนหาอาหารก็นิยมเข้าไปรับอาหารจากบ้านของคฤหัสถ์เหมือนกัน อีกทั้งยังมีความในใจศึกษาคำสอนที่สอนกันในหมู่คณะด้วยกัน แม้จะเป็นนักบวชคนละลัทธิก็ตาม ในการสนทนาหรือเจรจากันนั้นถือกันในกลุ่มนักบวชว่าจะต้องพูดด้วยคำจริง ไม่กลับไปกลับมา ไม่เช่นนั้นจะถูกตำหนิประณามหรือโทษนาให้เสียชื่อเสียง (วิ.มหา. (ไทย) 2/1-2/185-186.)

3) ห้ามภิกษุณีฟ้องร้องคดีและสมณปริพาชก

สำหรับภิกษุณีก็มีสิกขาบทที่บัญญัติแก่ภิกษุณีที่เกี่ยวกับนักบวชนอกศาสนา 1 สิกขาบท คือ ห้ามภิกษุณีก่อคดีพิพาทกับผู้คนต่าง ๆ รวมทั้งนักบวชนอกศาสนาด้วย ดังรายละเอียดในสังฆาภิเสกสิกขาบทที่ 1 เรื่องมีอยู่ว่า สมัยหนึ่ง พระพุทธเจ้าประทับอยู่ที่วัดเชตวัน อุบาสกคนหนึ่งได้ถวายโรงเก็บของแก่ภิกษุณีสงฆ์จากนั้นไม่นานก็ถึงแก่กรรม อุบาสกมีบุตร 2 คน คนหนึ่งมีศรัทธา อีกคนหนึ่งไม่มีศรัทธา จากนั้นบุตรของคหบดีได้มาแบ่งสมบัติกัน โรงเก็บของถูกแบ่งให้เป็นของบุตรคนที่ไม่ศรัทธา เขาจึงไปทวงโรงเก็บของจากภิกษุณีอุลลันหนาโดยขอให้ภิกษุณีออกไปจากโรงเก็บของ จึงเกิดการโต้เถียงกันขึ้นจนเกิดการฟ้องร้องไปถึงอำมาตย์ผู้พิพากษา เมื่อมีการสอบสวนทราบความจริงแล้วอำมาตย์ผู้พิพากษาจึงตัดสินให้โรงเก็บของตกเป็นของภิกษุณี บุตรของคหบดีจึงไม่พอใจตำหนิ ประณาม โพนทะนาเรื่องที่เกิดขึ้น ภิกษุณีอุลลันหนาจึงไปฟ้องอำมาตย์ผู้พิพากษา ในเรื่องนี้ภิกษุณีได้ฟ้องร้องบุตรของคหบดี 3 ครั้งและมีการลงโทษบุตรของคหบดี 3 ครั้ง คือ ครั้งแรก บุตรคหบดีถูกริบโรงเก็บของยกให้เป็นของภิกษุณี ครั้งที่ 2 บุตรคหบดีถูกปรับสินไหม ถึงตอนนั้นบุตรของคหบดีจึงได้สร้างที่พักของอาชีวกไว้ใกล้ที่อยู่ของภิกษุณีแล้วสั่งให้พูดตะโกนใส่พวกภิกษุณี ครั้งที่ 3 บุตรคหบดีถูกจับจองจำไว้ พวกชาวบ้านจึงพากันตำหนิ ประณาม โพนทะนาก่อให้เกิดความเสียหาย เมื่อภิกษุทั้งหลายทราบเรื่องจึงกราบทูลเรื่องนี้แก่พระพุทธเจ้า จึงทรงบัญญัติสิกขาบทห้ามภิกษุณีฟ้องร้องคดีความกับผู้คนต่าง ๆ คือ คหบดี บุตรคหบดี ทาสหรือกรรมกร โดยที่สุุดกระทั่งกับสมณปริพาชก ภิกษุณีรูปใดละเมิดสิกขาบทนี้ต้องอาบัติสังฆาภิเสกชื่อว่าปฐมาปัตติกะ นิสสารณียะ (วิ.ภิกษุณี (ไทย) 3/678-679/25-27)

มิติทางสังคมและพุทธบัญญัติเกี่ยวกับการทำกิริยามารยาทเหมือนนักบวชนอกศาสนา

นักบวชนอกศาสนาจะมีคำสอนที่สั่งสอนแก่ศิษย์และมีการสืบต่อไปตามลำดับแล้ว ยังมีการกำหนดวัตรหรือหลักการปฏิบัติที่สอดคล้องกับคำสอนในลัทธิของตนอีกด้วย ในพระสูตรต้นตปิฎกกล่าวถึงวัตรหรือหลักการปฏิบัติตามลัทธิของนักบวชนอกศาสนามากมาย บรรดาวัตรหรือหลักการปฏิบัติเหล่านั้นบางอย่างพระพุทธเจ้าก็อนุญาตให้ภิกษุปฏิบัติ แต่อาจมีการแก้ไขหรือปรับปรุงให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น แต่วัตรหรือหลักการปฏิบัติหลายอย่างพระพุทธเจ้าก็ห้ามไม่ให้ภิกษุปฏิบัติตาม เพราะเห็นว่าไม่เป็นประโยชน์ มีแต่จะทำให้ได้รับความลำบาก เสียเวลาเปล่า วัตรหรือหลักการปฏิบัติของนักบวชนอกศาสนาที่เกี่ยวข้องกับพุทธบัญญัติจำแนกกว้าง ๆ เป็น 2 ลักษณะ คือ

1) หลักการปฏิบัติที่อนุญาตให้ภิกษุปฏิบัติได้

วัตรหรือหลักการปฏิบัติบางอย่างของนักบวชนอกศาสนาเป็นประโยชน์ต่อตัวนักบวชทั้งด้านการดำเนินชีวิตและการพัฒนาตนตามคำสอนในลัทธิ ก่อให้เกิดความเลื่อมใสศรัทธาของประชาชน วัตรหรือหลักการปฏิบัติในลักษณะนี้พระพุทธองค์ก็อนุญาตให้ภิกษุปฏิบัติได้ โดยอาจมีการแก้ไขหรือปรับวิธีปฏิบัติให้สอดคล้องกับพระธรรมวินัย จากการศึกษาพบว่า มี 3 เรื่องได้แก่

(1) **การพักจำพรรษาในฤดูฝน** ในช่วงแรกของการประกาศพระพุทธศาสนา พระพุทธองค์ยังไม่อนุญาตให้มีการพักจำพรรษาในช่วงฤดูฝน พวกภิกษุเที่ยวจาริกไปทั้งในฤดูหนาว ฤดูร้อนและฤดูฝน ประชาชนจึงพากันตำหนิ ประณาม โพนทะนาเนื่องจากเห็นว่า ภิกษุที่จาริกไปในที่ต่าง ๆ ไม่หยุดพักนั้นได้เหยียบย่ำข้าวกล้า เบียดเบียนสิ่งมีชีวิตและสัตว์ตัวเล็ก ๆ จำนวนมากให้ได้เสียชีวิต พวกอัญญเดียรเถียผู้สอนธรรมไม่ดียังพักอยู่ประจำที่ตลอดฤดูฝน อีกทั้งฝนตกก็ยังไม่พักอยู่ประจำในฤดูฝน ส่วนสมณะเชื้อสายศากยบุตรเที่ยวจาริกไปทั้ง 3 ฤดู ภิกษุทั้งหลายได้ยินคำตำหนิจึงเข้าไปกราบทูลพระพุทธเจ้า พระองค์จึงรับสั่งอนุญาตให้ภิกษุพักจำพรรษาดังพระดำรัสว่า “ภิกษุทั้งหลาย เราอนุญาตให้ภิกษุทั้งหลายเข้าจำพรรษา” (วิ.ม. (ไทย) 4/184/292.)

(2) **ประชุมกล่าวธรรมในวัน 14 ค่ำ 15 ค่ำ และ 8 ค่ำ** ในช่วงแรกของการประกาศพระพุทธศาสนา ยังไม่มีการกำหนดวันประชุมฟังธรรม หรือการประชุมทำกิจกรรมในวัน 14 ค่ำ 15 ค่ำ และ 8 ค่ำ แต่ต่างจากนักบวชพวกปริพาชกอัญญเดียรเถีย ทั้งนี้เพราะนักบวชนอกศาสนาเหล่านี้ประชุมกล่าวธรรมในวัน 14 ค่ำ 15 ค่ำ และ 8 ค่ำ แต่ละวันมีประชาชนพากันไปฟังธรรมจำนวนมาก ทำให้ประชาชนเกิดความรำคาญรำคาญใจในพวกปริพาชกอัญญเดียรเถียเหล่านั้น

(3) **นักบวชชายไม่ไหวนักบวชหญิงตามลำดับพรรษา** อีกเรื่องหนึ่งที่เป็นธรรมเนียมปฏิบัติของนักบวชนอกศาสนาที่พระพุทธเจ้าให้ภิกษุและภิกษุณีถือปฏิบัติ คือ การไม่ให้นักบวชชายกับนักบวชหญิงกราบไหว้กันตามลำดับพรรษา

2) หลักการปฏิบัติที่ห้ามไม่ให้ภิกษุปฏิบัติ

เท่าที่ต่อวัตรหรือหลักการปฏิบัติของนักบวชนอกศาสนาอีกแบบหนึ่งที่พระพุทธองค์บัญญัติเป็นหลักปฏิบัติสำหรับภิกษุ คือ การห้ามไม่ให้ปฏิบัติเหมือนกับนักบวชนอกศาสนาในบางเรื่อง โดยมีการแสดงให้เห็นโทษของวัตรหรือการปฏิบัติเหล่านั้น พร้อมกับมีพุทธดำรัสห้ามหรือบัญญัติเป็นสิกขาบทปรับอาบัติแก่ภิกษุผู้ละเมิด จำแนกเป็น 4 เรื่อง มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

(1) **เปลือยกาย** นักบวชนอกศาสนาแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ (1) นักบวชหนุ่ม (ฉันทปริพาชก) ได้แก่ ปริพาชกหนุ่มสาวมีสัญชาติปริพาชกเป็นต้น รวมทั้งพวกดาบส (ฤาษีหรือขฤโณ) (2) นักบวชเปลือยกาย ไม่หนุ่ม (อจฉันทปริพาชก) ได้แก่ ปริพาชกเปลือยจำพวกอาชีวก อเจลก และนิครนถ์ พระพุทธศาสนาถือว่า การเปลือยกายเป็นสิ่งไม่ควรทำ มนุษย์ควรจะละอายใจเมื่อต้องเปิดเผยอวัยวะที่ควรปกปิด ควรใช้เครื่องนุ่งห่มปกปิดอวัยวะส่วนที่ยังหิริให้กำเริบ ดังนั้น การเปลือยกาย ไม่ว่าจะเปลือยทั้งหมดหรือเปลือยบางส่วน ล้วนเป็นการกระทำที่พระพุทธเจ้าห้ามไม่ให้สาวกของพระองค์ปฏิบัติ โดยทรงตำหนิและรับสั่งห้ามไว้อย่างชัดเจน

(2) **รับนิมิตบาตด้วยมือทั้งสอง** พฤติกรรมของภิกษุอีกอย่างหนึ่งที่ทำให้เกิดความเสียหายจนต้องมีพุทธบัญญัติห้าม คือ การใช้มือทั้ง 2 ข้างรับอาหารมาฉันแทนที่จะใช้บาตร การกระทำนี้ถูกตำหนิว่าทำเหมือนพวกเดียรเถีย เรื่องมีอยู่ว่า ครึ่งหนึ่งขณะที่พระพุทธเจ้าประทับอยู่วัดนิโครธาราม เมืองกบิลพัสดุ์ นางช่างหม้อคนหนึ่งปรารถนาจะถวายบาตรแก่ภิกษุ ทำให้มีภิกษุไปขอบาตรจำนวนมาก ไม่

มีเวลานั้นหม้อขาย ทำให้ขาดรายได้ ชาวบ้านจึงตำหนิ ภิกษุจึงกราบทูลพระพุทธเจ้าให้ทราบเรื่องจึงทรงรับสั่งห้ามไม่ให้ภิกษุขอบาตร รูปใดขอปรับอาบัติทุกกฏ ต่อมาบาตรของภิกษุรูปหนึ่งแตก เธอไม่กล้าขอบาตรใหม่จากคฤหัสถ์เนื่องจากมีพุทธตำราสั่งห้ามไว้ เมื่อถึงเวลาภิกษาจาร ภิกษุรูปนั้นจึงเที่ยวรับบิณฑบาตด้วยมือทั้งสอง พวกชาวบ้านจึงพากันตำหนิว่า สมณะเชื้อสายศากยบุตรเที่ยวรับบิณฑบาตด้วยมือทั้งสองเหมือนพวกเดียรฉัตร เมื่อภิกษุอื่นได้ยินเสียงตำหนิจากชาวบ้านจึงไปกราบทูลพระพุทธเจ้า จึงทรงบัญญัติสิกขาบทแก้ไขปัญหาก็ภิกษุเที่ยวรับบิณฑบาตด้วยมือรูปนั้น (วิ.มหา. (ไทย) 2/609-610/128-129.) ต่อมามีการบัญญัติสิกขาบทนี้เพิ่มเติมว่า “ก็ ภิกษุใดมีบาตรที่มีรอยซ่อมหย่อนกว่า 5 แห่ง (วิ.ม.อ. (บาลี) 2/612-3/221.) ขอบาตรใหม่ไปอื่น ต้องอาบัตินิสสัคคียปาจิตตีย์ ภิกษุนั้นพึงสละบาตรใบนั้นในภิกษุบริษัทบาตรใบสุดท้ายอันภิกษุบริษัทนั้นพึงมอบให้ภิกษุนั้นด้วยสั่งว่า “ภิกษุ บาตรนี้เป็นของเธอ พึงใช้จนกว่าจะแตก” นี่เป็นการทำที่สมควรในเรื่องนั้น” (วิ.มหา. (ไทย) 2/612/130.)

(3) สมาทานไม่พูด (มุควัตร) ในระหว่างจำพรรษา ในปวารณาชั้นธกะ ได้กล่าวถึงการประพฤติตัวของภิกษุพวกหนึ่งที่ตั้งกติกากันไม่พูดกันระหว่างจำพรรษา (มุควัตร) เมื่อพระพุทธองค์ทราบจึงตำหนิแล้วบัญญัติสิกขาบทห้ามไว้ เรื่องมีอยู่ว่า สมัยหนึ่ง พระพุทธเจ้าประทับอยู่วัดเชตวัน เมืองสาวัตถี มีภิกษุพวกหนึ่งที่มีความคุ้นเคยกันจำพรรษาในวัดแห่งหนึ่งในแคว้นโกศล ได้ปรึกษากันตกลงกันว่า จะอยู่ด้วยกันอย่างสามัคคี ไม่ทะเลาะกัน อยู่รวม กันอย่างผาสุก ไม่ลำบากด้วยบิณฑบาต โดยตกลงที่จะไม่ทักทายไม่ปราศรัยกันและกัน รูปใดกลับจากบิณฑบาตก่อนก็ให้จัดเตรียมที่ฉันและสถานที่อื่นไว้รอ รูปที่กลับมาทีหลังถ้าอาหารเหลือ หากต้องการก็ฉันได้ ถ้าไม่ต้องการก็ให้นำไปเทในที่ที่ไม่มีของเสียขวิด หรือเทน้ำที่ไม่มีสัตว์ จากนั้นให้เก็บที่ฉันและสิ่งของอื่น ๆ เก็บ กวาด ล้างภาชนะให้เรียบร้อย หากน้ำไม่มีก็ให้ตักมาใส่ หากยกของหนักไม่ไหวก็ให้ใช้วิธีกวักมือเรียก แต่อย่าใช้เปล่งวาจาพูดคุยกับบุคคลอื่น

(4) การกัณร่มนดินเที่ยว การแสดงพฤติกรรมเหมือนนักบวชนอกศาสนาอีกเรื่องหนึ่งที่เป็นที่มาของพุทธบัญญัติเกี่ยวกับนักบวชนอกศาสนา คือ การเดินกัณร่มนดินในที่ชุมชน เรื่องมีอยู่ว่า สมัยหนึ่ง มีคนอยากจะถวายเป็นอภินิหารแก่ภิกษุเพื่อใช้กันแดด ภิกษุจึงไปกราบทูลพระพุทธเจ้า ทรงอนุญาตให้ใช้ได้ ต่อมาภิกษุฉัพพัคคีย์กัณร่มนดินเที่ยวตามถนน อุบาสกคนหนึ่งไปเที่ยวอุทยานกับสาวกของอาชีวกหลายคน พวกสาวกของอาชีวกเห็นพวกภิกษุฉัพพัคคีย์กัณร่มนดินทาเกี๋ยงจึงกล่าวกับอุบาสกว่า พระคุณเจ้าเหล่านี้ของท่านเดินกัณร่มนดินล้ายโหรารัณมหารัณมาตย์ อุบาสกกล่าวว่า บุคคลที่กัณร่มนมาไม่ใช่ภิกษุ แต่เป็นปริพาชก เมื่อเห็นไม่ตรงกันจึงได้พนันกัน พอเดินทางมาถึงเห็นเป็นภิกษุ อุบาสกนั้นจึงตำหนิภิกษุฉัพพัคคีย์ที่กัณร่มนดินเที่ยว ภิกษุทั้งหลายจึงนำเรื่องไปกราบทูลพระพุทธเจ้าจึงทรงบัญญัติสิกขาบทห้ามไว้ ต่อมาได้ผ่อนปรนให้ภิกษุเป็นไขกัณร่มนได้ ต่อมาภิกษุทั้งหลายยำเกรงไม่กล้าใช้ร่มนในเขตวัด จึงทรงรับสั่งว่า “ภิกษุทั้งหลาย เราอนุญาตให้ภิกษุถึงจะไม่เป็นไขก็กัณร่มนในวัด ในเขตวัดได้” (วิ.จู. (ไทย) 7/270/56-57.)

สรุปได้ว่า พุทธบัญญัติเกี่ยวกับนักบวชนอกศาสนามีเนื้อหาจำแนกเป็น 5 ประเด็น คือ (1) พุทธบัญญัติเกี่ยวกับการสงเคราะห์และปฏิสัมพันธ์นักบวชนอกศาสนา (2) พุทธบัญญัติเกี่ยวกับวิธีปฏิบัติต่อภิกษุผู้เข้ารีตเดียรฉัตร (3) พุทธบัญญัติเกี่ยวกับการให้อุปสมบทแก่นักบวชนอกศาสนา (4) พุทธบัญญัติ

เกี่ยวกับการใช้สอยปัจจัย 4 และ (5) พุทธบัญญัติเกี่ยวกับวัตรหรือหลักการปฏิบัติของนักบวชนอกศาสนา พิจารณาจากพุทธบัญญัติเหล่านี้โดยรวมทำให้เห็นว่า พระพุทธเจ้าและพุทธบริษัทให้ความสำคัญกับนักบวชนอกศาสนามาก ไม่ได้มองนักบวชนอกศาสนาในแง่ร้ายเสมอไป แต่สอนให้แยกแยะด้วยเหตุผล แล้วให้ความเกี่ยวข้องกับนักบวชเหล่านั้นอย่างเหมาะสม โดยระมัดระวังไม่ให้เกิดความขัดแย้งกับบุคคลทั้งที่เป็นชาวพุทธและผู้นับถือศาสนาอื่น

สรุป

มิตินทางสังคมและพุทธบัญญัติเกี่ยวกับนักบวชนอกศาสนาสรุปความได้ว่า นักบวชนอกศาสนาที่มีความเกี่ยวข้องกับพุทธบัญญัติ ได้แก่ คาบส (ฤๅษีหรือขฤๅล) ปริพาชก อาชีวก อเจลกและนิครนถ์ พระพุทธองค์บัญญัติพระวินัยเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการปกครองคณะสงฆ์ พระพุทธเจ้าบัญญัติพระวินัยเพื่อเป็นระเบียบความเป็นอยู่และกำกับความประพฤติของภิกษุและภิกษุณี ควบคุมความประพฤติไม่ให้เสื่อมเสียและฝึกฝนให้ประพฤติดีงามเป็นคุณเกื้อกูลยิ่ง มิตินทางสังคมและพุทธบัญญัติที่เกี่ยวกับนักบวชนอกศาสนาจำแนกเป็น 6 เรื่อง คือ (1) มิตินทางสังคมและพุทธบัญญัติเกี่ยวกับการให้บรรพชาอุปสมบทแก่นักบวชนอกศาสนา (2) มิตินทางสังคมและพุทธบัญญัติเกี่ยวกับวิธีปฏิบัติต่อภิกษุผู้เข้ารีตเดียรฉัตร (3) มิตินทางสังคมและพุทธบัญญัติเกี่ยวกับการสงเคราะห์นักบวชนอกศาสนา (4) มิตินทางสังคมและพุทธบัญญัติเกี่ยวกับการปฏิสัมพันธ์กับนักบวชนอกศาสนา (5) มิตินทางสังคมและพุทธบัญญัติเกี่ยวกับการใช้สอยปัจจัย 4 และ (6) มิตินทางสังคมและพุทธบัญญัติเกี่ยวกับการทำกิริยามารยาทเหมือนนักบวชนอกศาสนา

ดังนั้นหากพิจารณาจากพุทธบัญญัติเหล่านี้โดยรวมทำให้เห็นว่า พระพุทธเจ้าและพุทธบริษัทให้ความสำคัญกับนักบวชนอกศาสนามาก ไม่ได้มองนักบวชนอกศาสนาในแง่ร้ายเสมอไป แต่สอนให้แยกแยะด้วยเหตุผล แล้วให้ความเกี่ยวข้องกับนักบวชเหล่านั้นอย่างเหมาะสม โดยระมัดระวังไม่ให้เกิดความขัดแย้งกับบุคคลทั้งที่เป็นชาวพุทธและผู้นับถือศาสนาอื่น ขณะเดียวกันก็วางแนวปฏิบัติแก่คนที่ไม่หวังดีต่อพระพุทธศาสนาไว้อย่างเคร่งครัด ทั้งเป็นการรักษาความรู้สึกของคณะสงฆ์และอุบาสกอุบาสิกาอีกทางหนึ่งด้วย เช่น วิธีปฏิบัติต่อคนที่บวชเข้ามาแอบเรียนพระธรรมวินัยแล้วกลับไปเข้ารีตเดียรฉัตรตามเดิม ทรงห้ามคณะสงฆ์ไม่ให้คนพวกนี้บวช หรือหากบวชแล้วก็ต้องให้ลาสิกขาออกไป เพื่อไม่ให้มีคนที่ปรารถนาดีมาแฝงตัวทำร้ายพระพุทธศาสนา อีกแง่หนึ่งนั้นก็ทรงต้องการให้พระพุทธศาสนากับนักบวชนอกศาสนามีความเข้าใจอันดี มีความสามัคคีปรองดองกัน ดังจะเห็นได้จากห้ามภิกษุณีพึงร้องคดีกับนักบวชนอกศาสนา อีกทั้งยังอนุญาตให้ภิกษุทำการสงเคราะห์นักบวชนอกศาสนาด้วยการให้อาหาร หากนิมนต์ไปฉันภัตตาหารก็ให้ไปฉันเพื่อฉลองศรัทธาได้ และดำเนินชีวิตอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข

เอกสารอ้างอิง

- พระธรรมกิตติวงศ์ (ทองดี สุรเตโช). (2551). *พจนานุกรมเพื่อการศึกษาพุทธศาสน์ คำวัด : อธิบายศัพท์และความหมายที่ชาวพุทธควรรู้*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สถาบันบันลือธรรม
- พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตโต). (2556). *พจนานุกรมพุทธศาสน์ ฉบับประมวลศัพท์*. กรุงเทพฯ: ธรรมสภาและสถาบันบันลือธรรม.
- พระมหาประกาศิต อาจารย์ปาลี. (2559). ดิตถิยปริวาส : วัตรปฏิบัติสำหรับคัดกรอง คนต่างศาสนาก่อนบวชเป็นภิกษุ. *วารสาร มจร พุทธปัญญาปริทรรศน์* , 1(2), 107-122.
- พระโมศคัลลานเถระ. (2547). *คัมภีร์อภิธานวรรณนา*. พระมหาสมปอง มุทิโตแปลและเรียบเรียง. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: บริษัทประยูรพรินท์ติ้ง.
- มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2539). *พระไตรปิฎกภาษาไทย ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- รสลิน ศิริยะพันธุ์. (2559). ศาสนาและความเชื่อในสังคมการเมืองไทย. ใน *พื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรมของการเมืองไทย*. (พิมพ์ครั้งที่ 6). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- Maslow, A. (1970). Human needs theory: Maslow's hierarchy of human needs. In R.F.Craven & C. J. Hirnle (Eds.), *Fundamental of Nursing: Human Health and Function*. (3rd ed.) Philadelphia: Lippincott.

พฤติกรรมการเรียนรู้แบบเชิงรุก กรณีศึกษาแม่หญิงการะเกดจากละครเรื่อง บุพเพสันนิวาส*

Active Learning Behavior on Aggressive: “Karaked” from Bubphasanniwas Series

ปิยวรรณ หอมจันทร์

Piyawan Homchan

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

MahachulalongkornrajavidyalayaUniversity, Thailand.

Email: giggy2009@hotmail.com

Received April 18, 2020; Revised June 3, 2020; Accepted July 18, 2020

บทคัดย่อ

การเรียนรู้เป็นกระบวนการสร้างความรู้และเป็นการเพิ่มศักยภาพทางปัญญาให้กับมนุษย์ ปัญญาที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์และการลงมือปฏิบัติเพื่อให้เกิดทักษะความชำนาญ โดยกล่าวได้ว่ามนุษย์นั้นเป็นผู้ที่มีศักยภาพในการเรียนรู้ เป็นผู้ที่สามารถฝึกฝนได้และควรได้รับการฝึกฝน มนุษย์มีพัฒนาการที่เป็นเลิศกว่าสิ่งมีชีวิตใดๆในโลก ซึ่งการเรียนรู้ที่ดีเกิดขึ้นจากการสร้างองค์ความรู้ในตนเองและนำองค์ความรู้ไปสร้างสรรค์ผลงานทำให้เห็นถึงองค์ความรู้ที่เป็นรูปธรรมที่ชัดเจน ซึ่งจะมีความคงทนถาวรไม่เสื่อมง่ายและสามารถถ่ายทอดให้ผู้อื่นเข้าใจได้ดี องค์ความรู้ที่สร้างขึ้นจากการเรียนรู้นี้จะพื้นฐานให้ผู้เรียนรู้สามารถต่อยอดองค์ความรู้ใหม่ต่อไปอย่างไม่สิ้นสุด

คำสำคัญ: พฤติกรรมการเรียนรู้; การเรียนรู้เชิงรุก; มนุษย์

Abstract

Learning is a process of creating the knowledge and increase intellectual potential to the human. Intelligence is the result of creativity and action to achieve skill. By saying that humans are potential learners, be the one who can training, and should have received training. Human development is superior to any organism in the world. The good learning comes from the creation of self-knowledge and bring the

* ปรับปรุงจากประชุมวิชาการระดับชาติ MCU Congress II

knowledge to create a work to see the knowledge as factual objective by clearly. It is durable, not easy to forget and can convey to others to understand better. The knowledge created by this learning will be the basis for the learners to continue to the new knowledge of endlessly

Keywords: Learning Behavior; Proactive Learning; Human

บทนำ

เมื่อกล่าวศตวรรษที่ผ่านมามีการเรียนรู้ในรูปแบบของวัด วัด และในสกุลช่างต่างๆ ได้สูญหายไปคงไว้แต่เพียงการเรียนรู้ในระบบโรงเรียน ทั้งๆ ที่การเรียนรู้นอกระบบ และการเรียนรู้ที่หลากหลายยังคงอยู่ มนุษย์มีการเรียนรู้ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ กล่าวคือ การเรียนรู้ที่เป็นทางการ มีการจัดระบบการเรียนรู้ที่ชัดเจน มีหลักสูตร มีสื่อ มีวิธีการ ตลอดจนการวัดผล ประเมินผล จะเป็นในระบบหรือนอกระบบก็ตาม แต่เป็นเรื่องที่คาดหมายวางแผนได้ ส่วนการเรียนรู้ที่ไม่เป็นทางการ เป็นการเรียนรู้ที่มีความหลากหลาย ไม่ชัดเจนตายตัว เรียนรู้โดยการเลียนแบบ (Animate) เรียนรู้จากการทำงาน เรียนรู้จากการเล่น เรียนรู้จากการสนทนา เรียนรู้จากการเข้าไปสัมผัสกับเหตุการณ์ต่างๆ เป็นการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ ตามสถานการณ์ ไม่อาจคาดหมายกะการล่วงหน้าได้ มนุษย์เป็นสิ่งมีชีวิตที่มีการเรียนรู้ได้อย่างมากมาย สามารถใช้ความรู้นั้นเพื่อการพัฒนาตนเอง ครอบครัว ชุมชน และสังคมได้ ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาการทางร่างกายและสมอง หรือโดยการพัฒนาการเรียนรู้เพื่อการอยู่รอดในสังคมก็ตาม มนุษย์มีวิวัฒนาการของการเรียนรู้ที่น่าสนใจ เริ่มตั้งแต่การเรียนรู้เพื่อที่จะมีชีวิตรอดตามสัญญาณของสิ่งมีชีวิตไปสู่การทำมาหากินยังชีพ จนพัฒนาขึ้นเป็นวิถีชีวิตจึงทำให้การเรียนรู้มีรูปแบบขึ้น การเรียนรู้ (Learning) เป็นองค์ประกอบพื้นฐานของพฤติกรรมมนุษย์ (ซัพพร วิชชาวุธ, ชีระพร อุวรรณโน และ พรรณทิพย์ ศิริวรรณบุศย์, 2531) ซึ่งเป็นที่รวมของเหตุผลสำคัญหลายประการที่จะอธิบายความซับซ้อนของพฤติกรรมบุคคล เป็นความจำเป็นที่ต้องเรียนรู้และเข้าใจวิธีการเรียนรู้ของบุคคลเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการอธิบายสาเหตุพฤติกรรมและใช้คาดคะเนพฤติกรรมที่จะเกิดในอนาคตสำหรับการบริหารงานขององค์การ ซึ่งลักษณะสำคัญของการเรียนรู้ที่บ่งบอกได้ว่าบุคคลใดเป็นบุคคลแห่งการเรียนรู้คือ การมีความคิดสร้างสรรค์และเปิดโอกาสให้ผู้อื่นมีส่วนร่วม สามารถจัดระดับความคิดได้ดีมีการคิดวางแผนและการประยุกต์ใช้ มีปฏิสัมพันธ์ที่เอื้อให้เรียนรู้ มีกระบวนการสร้างสถานการณ์ที่เป็นกิจกรรมส่งเสริมทักษะการคิดและสามารถสอนหรืออธิบายให้ผู้อื่นเข้าใจต่อไปได้

พฤติกรรมการเรียนรู้

การศึกษาพฤติกรรมของมนุษย์นั้นจะต้องศึกษาทั้งร่างกายและจิตใจของมนุษย์ ร่างกายคือสิ่งที่เป็นรูปธรรมที่สามารถจับต้องและนำมาศึกษาวิเคราะห์ เพื่อให้ทราบกระบวนการทำงานของร่างกายได้ ส่วนจิตเป็นนามธรรมเป็นธรรมชาติที่ทำให้เกิดอารมณ์ ความรู้สึกและจินตนาการ การศึกษาร่างกายและจิตจะทำให้ทราบทั้งกระบวนการทำงานของร่างกายที่ทำงานไปตามกลไกของธรรมชาติซึ่งคล้ายกับเครื่องจักร ส่วนของ

จิตนั้นเป็นการทำหน้าที่ของสมองในส่วนต่างๆ เพื่อก่อให้เกิดอารมณ์ ความรู้สึก และจินตนาการ รวมทั้งการสั่งการให้มีการแสดงออกเพื่อเป็นการตอบโต้ต่อสิ่งแวดล้อมเรียกว่า “พฤติกรรม” ซึ่งพฤติกรรมก็คือ สิ่งใดๆก็ตามที่คนเรามีการกระทำเช่น การรับประทานอาหาร การนอน การพูด การคิด การเล่น การดูโทรทัศน์และการอ่านหนังสือ เป็นต้น คำว่า พฤติกรรม จะรวมถึงพฤติกรรมภายในซึ่งเป็นเรื่องส่วนบุคคลและเป็นกิจกรรมภายในเช่น การคิด การฝัน และการจำ ทั้งนี้พฤติกรรมดังกล่าวสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทคือ (คณะครู ศาสตราจารย์สถาบันราชภัฏพระนคร, 2544)

พฤติกรรมภายนอก แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. พฤติกรรมโมลาร์ (Molar behavior) หมายถึง พฤติกรรมที่สังเกตได้โดยไม่ต้องใช้เครื่องมือช่วย เช่น การกินอาหาร การพูด การเขียนหนังสือ การอ่านหนังสือ
2. พฤติกรรมโมเลกุล (Molecular behavior) เป็นพฤติกรรมที่สังเกตได้แต่ต้องใช้เครื่องช่วยเช่น การเต้นของหัวใจ การความดันโลหิต คลื่นสมอง กระแสไฟฟ้าใต้ผิวหนัง เป็นต้น

พฤติกรรมภายใน แบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ

1. พฤติกรรมที่กระทำโดยรู้สึกตัว (Conscious) เป็นพฤติกรรมที่อยู่ในระดับจิตสำนึกที่เกิดขึ้นโดยผู้ที่เป็นเจ้าของพฤติกรรมจะรู้สึกว่ามันเกิดขึ้น ซึ่งถ้าบุคคลนั้นสามารถควบคุมความรู้สึกที่เกิดขึ้นได้และไม่วางใจหรือไม่แสดงอาการให้ผู้อื่นรู้ก็ยากที่ผู้สังเกตจะรู้ได้ โดยเฉพาะถ้าผู้สังเกตไม่มีเกณฑ์ที่ชัดเจนและรัดกุมพอในการสังเกตพฤติกรรมภายนอกเช่น ปวดฟัน หิว โกรธ ตื่นเต้น เหนื่อย หรือชื่นชม เป็นต้น
2. พฤติกรรมภายในที่เกิดขึ้นโดยไม่รู้สึกรู้ตัว (Unconscious) เป็นพฤติกรรมที่อยู่ในระดับจิตไร้สำนึกหรือจิตใต้สำนึกหรือเป็นพฤติกรรมที่ขาดสติสัมปชัญญะเช่น ความคิด ความปรารถนา ความคาดหวัง ความกลัว เป็นต้น

การเปลี่ยนแปลงอย่างถาวรทางพฤติกรรมอันเป็นผลที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์ เรียกว่า “การเรียนรู้” บุคคลทั่วไปอาจคิดว่าการเรียนรู้คือ ความรู้หรือสิ่งต่างๆที่เกิดขึ้นในโรงเรียน และรับมาจากสถาบันการศึกษา ในความเป็นจริงแล้วบุคคลมีการเรียนรู้ตลอดเวลาจนเราสามารถกล่าวได้ว่าการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลเป็นตัวชี้ให้เห็นว่าการเรียนรู้ได้เกิดขึ้นแล้ว ทั้งนี้เพราะการเรียนรู้คือ การเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมที่ค่อนข้างถาวรซึ่งองค์ประกอบความหมายของการเรียนรู้มีอยู่ 4 ประการคือ ประการแรกการเรียนรู้เข้าไปเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลง บุคคลสามารถที่จะเรียนรู้รูปแบบของพฤติกรรมที่ตนชื่นชอบหรือไม่ชื่นชอบเพื่อนำมาเป็นแบบของพฤติกรรมที่ใช้แสดงออกในองค์การ ประการที่สอง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่เกิดขึ้นเป็นการเปลี่ยนแปลงที่ค่อนข้างถาวร การเปลี่ยนแปลงชนิดชั่วคราวอาจเป็นเพียงผลสะท้อนที่เกิดขึ้นจากการรับรู้จะเรียกว่า การเรียนรู้ได้ต่อเมื่อ มีการเปลี่ยนแปลงที่ถาวรเกิดขึ้นในพฤติกรรม ประการที่สาม การเรียนรู้จะเกิดขึ้นได้จะต้องมีการเปลี่ยนแปลงในกระบวนการทางความคิดหรือเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ประการสุดท้าย รูปแบบบางประการของประสบการณ์ ถือว่ามีความจำเป็นสำหรับการเรียนรู้เช่นรูปแบบประสบการณ์ตรงที่บุคคลได้พบสิ่งต่าง ๆ ด้วยตัวเอง โดยตรง หรือรูปแบบประสบการณ์

ทางอ้อมที่บุคคลได้รับจากการสังเกต บอกเล่า การอ่านและอื่นๆในทำนองนี้ เมื่อสิ่งเหล่านี้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ค่อนข้างถาวรในพฤติกรรมของบุคคลก็ถือว่าการเรียนรู้ได้เกิดขึ้นแล้ว

นอกจากองค์ประกอบความหมายของการเรียนรู้แล้วยังมีทฤษฎีการเรียนรู้ที่ช่วยจะอธิบายรูปแบบและกระบวนการทางการเรียนรู้ได้อีกทางหนึ่ง ซึ่งในบทความนี้ได้นำเสนอ 3 ทฤษฎีต่อไปนี้ (ประยงค์ มีใจเชื้อ, 2557)

1. ทฤษฎีการเรียนรู้โดยการวางเงื่อนไขแบบดั้งเดิม (Classical Conditioning Theory) ทฤษฎีนี้เกิดขึ้นจากการทดลองของนักจิตวิทยาชาวรัสเซีย ในการทดลองตามทฤษฎีนี้มีขั้นตอนดังนี้ เริ่มต้นโดยนำชิ้นเนื้อมาให้สุนัขในขณะที่สุนัขมีอาการหิวเมื่อเห็นชิ้นเนื้อสุนัขก็จะเกิดอาการน้ำลายไหลเพิ่มขึ้นมากทันที ต่อมาหยุดการนำชิ้นเนื้อมาให้แต่ทำการทดลองโดยการสั่นกระดิ่งแทน ในขณะที่สุนัขมีอาการหิว ในขั้นนี้เสียงกระดิ่งไม่ทำให้สุนัขเกิดอาการน้ำลายไหลเพิ่มมากขึ้นแต่อย่างใด หลังจากนั้นทำการวางเงื่อนไขโดยการเชื่อมโยงเสียงกระดิ่งกับชิ้นเนื้อ โดยทำการสั่นกระดิ่งก่อนเล็กน้อยแล้วให้ชิ้นเนื้อแก่สุนัขภายหลังและทำการทดลองแบบนี้ซ้ำหลายครั้ง ขั้นตอนมาทำการทดลองสั่นกระดิ่งอย่างเดียวในขั้นนี้สุนัขเพียงได้ยินเสียงกระดิ่งก็เกิดอาการน้ำลายไหลเพิ่มมากขึ้นทันทีปฏิกิริยาเช่นนี้แสดงให้เห็นว่า สุนัขได้เกิดการเรียนรู้ที่จะแสดงการตอบโต้สิ่งเร้า ในที่นี้สิ่งเร้าคือเสียงกระดิ่ง การตอบโต้คืออาการน้ำลายไหลเพิ่มมากขึ้นของสุนัข เพื่อทำความเข้าใจแนวคิดหลักของทฤษฎีนี้โดยพิจารณาจากองค์ประกอบต่อไปนี้ เนื้อ คือสิ่งเร้าที่ไม่ได้วางเงื่อนไข อาการน้ำลายไหล คือ การตอบโต้ชนิดไม่มีเงื่อนไข ทั้งนี้ไม่ว่าสุนัขหรือมนุษย์มีอาการหิวเมื่อได้เห็นอาหารหรือได้กลิ่นอาหารอาการน้ำลายไหลเป็นเรื่องของธรรมชาติ เสียงกระดิ่ง คือสิ่งเร้าเทียมหรือสิ่งเร้าที่มีการวางเงื่อนไข ในขั้นแรกเสียงกระดิ่งไม่ก่อให้เกิดอาการน้ำลายไหล ต่อมาเมื่อมีการวางเงื่อนไขโดยการเชื่อมโยงเสียงกระดิ่งเข้ากับการให้เนื้อแก่สุนัข เสียงกระดิ่งจึงถือว่าเป็นสิ่งเร้าที่มีเงื่อนไข อาการน้ำลายไหลที่เกิดจากการที่สุนัขได้ยินเสียงกระดิ่งเพียงอย่างเดียวนั้นถือเป็นการตอบโต้ที่มีเงื่อนไข ทั้งนี้เพราะว่าการวางเงื่อนไขโดยการเชื่อมโยงระหว่างเสียงกระดิ่งกับการให้ชิ้นเนื้อแก่สุนัขมีผลทำให้สุนัขเกิดการเรียนรู้ที่จะแสดงการตอบโต้ต่อสิ่งเร้า ภายในองค์การเราก็คงสามารถพบเห็น ปฏิกิริยาการต่อสิ่งเร้าตามทฤษฎีการเรียนรู้โดยการวางเงื่อนไขแบบดั้งเดิมได้ ตัวอย่างเช่น โรงงานผลิตสินค้าแห่งหนึ่ง ทุกครั้งที่ผู้บริหารระดับสูงจากสำนักงานใหญ่จะมาตรวจเยี่ยมโรงงาน ฝ่ายบริหารโรงงานจะจัดการให้มีการจัดระเบียบโรงงาน ทำความสะอาดเป็นการใหญ่ เมื่อถึงวันมาตรวจเยี่ยมจริงพนักงานทุกคนจะต้องปฏิบัติตัวให้ดีที่สุด ให้ดูสงบเรียบร้อย เหตุการณ์เช่นนี้เกิดขึ้นเป็นประจำพนักงานในโรงงานก็จะเกิดการเรียนรู้ว่า เมื่อใดก็ตามที่มีการทำความสะอาดแสดงว่าผู้บริหารระดับสูงจะมาทำการตรวจเยี่ยมโรงงานและก็จะรู้ดีกว่าควรแสดงปฏิกิริยาตอบโต้ต่อสิ่งเร้าเช่นนี้อย่างไร

2. ทฤษฎีการเรียนรู้โดยการวางเงื่อนไขแบบปฏิบัติการ (Operant Conditioning theory) แนวความคิดตามทฤษฎีนี้เชื่อว่า มนุษย์สามารถเรียนรู้ที่จะแสดงพฤติกรรมเพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งที่ต้องการหรือหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่ต้องการ พฤติกรรมที่เกิดจากการเรียนรู้ของมนุษย์เช่นนี้จะแสดงออกบ่อยครั้งเพียงใดขึ้นอยู่กับจำนวนของการเสริมแรง ดังนั้นการเสริมแรงจึงสามารถทำให้มีการแสดงพฤติกรรมออกมามากครั้งได้ ผู้ทำการทดลองทฤษฎีนี้คือ นักจิตวิทยาจากมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด ชื่อ B.F. Skinner ได้ให้แนวคิด

ไว้ว่า การให้รางวัลแก่การแสดงพฤติกรรมที่พึงประสงค์จะทำให้มีการแสดงพฤติกรรมที่พึงประสงค์เกิดขึ้นอีก มนุษย์จะสามารถเรียนรู้ที่จะแสดงพฤติกรรมที่พึงประสงค์ได้หากเขาแสดงพฤติกรรมแล้วได้รับรางวัลที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ ส่วนการแสดงพฤติกรรมชนิดใดที่ไม่ได้รางวัลหรือถูกลงโทษพฤติกรรมนั้นก็จะไม่ได้รับการแสดงออกมาอีก พฤติกรรมตามแบบ Operant Conditioning หาได้ง่ายมากเช่น อาจารย์บอกนักศึกษาว่า ถ้าอยากได้เกรด G นักศึกษาจะต้องมีความขยันหมั่นเพียรศึกษาเล่าเรียนเพื่อจะได้ทำข้อสอบให้ดีที่สุด เมื่อ นักศึกษาปฏิบัติตามก็ได้เกรด G ตามที่คาดหวังส่งผลให้นักศึกษาแสดงพฤติกรรมเช่นเดิมอีกเมื่อต้องการเกรด G ในทางตรงกันข้ามหากนักศึกษาแสดงพฤติกรรมการศึกษาไม่เอาใจใส่ต่อหน้าที่การเรียน ไม่อ่านหนังสือ ผลออกมาก็คือ การสอบตกซึ่งเป็นผลที่นักศึกษาไม่ชอบพ่อแม่หรือผู้ปกครองก็ไม่ชอบ เมื่อเป็นเช่นนี้แล้ว ต่อมานักศึกษาก็จะลดหรือเลิกพฤติกรรมเช่นนี้เพราะส่งผลไม่ดีต่อตัวเอง ดังนั้น จึงพอสรุปแนวคิดตามทฤษฎีนี้ได้ว่าพฤติกรรมใดที่แสดงออกแล้วได้รับรางวัลที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ มนุษย์จะเรียนรู้ที่จะแสดง พฤติกรรมนั้นซึ่งจะแสดงออกบ่อยครั้งเพียงใดขึ้นอยู่กับจำนวนการเสริมแรงหรือการให้แรงเสริมในทางบวก ส่วนพฤติกรรมที่แสดงออกแล้วถูกลงโทษหรือไม่ได้รับรางวัลอันก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจ มนุษย์ก็จะเรียนรู้ที่จะลดหรืองดเว้นการแสดงออกพฤติกรรมเช่นนี้ ซึ่งการลดหรืองดเว้นจะช้าหรือเร็วขึ้นอยู่กับจำนวนการ เสริมแรงหรือการให้แรงเสริมทางลบได้แก่ การลงโทษหรือความรุนแรงของการลงโทษอันเป็นสิ่งที่มนุษย์ไม่ ต้องการ (ประยงค์ มีใจชื้อ, 2557)

3. ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning theory) การเรียนรู้ทางสังคมของมนุษย์เกิดขึ้นได้ หลายวิธีเช่น การสังเกตสิ่งที่เกิดขึ้นกับผู้อื่น การได้ยินได้ฟังจากการบอกเล่าของผู้อื่น การมีประสบการณ์ตรง ตัวอย่างการเรียนรู้ทางสังคมมีมากมายมนุษย์อาจเกิดการเรียนรู้โดยการสังเกตจากพฤติกรรมของบิดามารดา ครูบาอาจารย์ เพื่อนสนิทมิตรสหาย เพื่อนร่วมงานและเจ้านาย ดาราภาพยนตร์ หรือบุคคลในวงการทีวี เป็นต้น แนวคิดตามทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมนี้ชี้ให้เห็นว่า การเรียนรู้ชนิดนี้เกิดขึ้นได้ทั้งโดยการสังเกตการณ์ และ ประสบการณ์ตรง มีทักษะทางสังคม ทักษะการสื่อสาร ทักษะการทำงานร่วมกับผู้อื่น และการเคารพสิทธิของ ผู้อื่น (วรรณพร กระต่ายทอง, 2559) และจะเกิดขึ้นได้อย่างสมบูรณ์จะต้องประกอบด้วยกระบวนการที่สำคัญ 4 กระบวนการดังต่อไปนี้

1) กระบวนการแห่งความตั้งใจ ในขั้นตอนนี้ผู้เรียนมีความตระหนักถึงความสำคัญของรูปแบบ พฤติกรรมทางสังคมและมีความจำเป็นต้องใช้เพื่อแสดงออกในสถานการณ์ที่เหมาะสม จึงเกิดความสนใจและ การตั้งใจเรียนรู้

2) กระบวนการแห่งความทรงจำ อิทธิพลของรูปแบบพฤติกรรมที่กล่าวถึง ในขั้นตอนแรกขึ้นอยู่กับ ความทรงจำของผู้เรียนว่าจะจดจำได้มากน้อยเพียงใด ละเอียดยิ่งขึ้นแค่ไหน ดังนั้น ความทรงจำจึงมี อิทธิพลต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ทางสังคม

3) กระบวนการแห่งการทดลองทำ หลังจากที่มีผู้เรียนมีความสนใจ ความตั้งใจ ความเข้าใจ และ ความทรงจำเกี่ยวกับรูปแบบพฤติกรรมแล้ว ขั้นนี้เป็นขั้นที่จะต้องทดลองแสดงออกซึ่งพฤติกรรมนั้นด้วยตัวเอง โดยการแสดงตามแบบพฤติกรรมที่รับรู้ได้เห็นและจดจำมา

4) กระบวนการแห่งการเสริมแรงหรือการให้แรงเสริม ผู้เรียนจะถูกจูงใจให้แสดงพฤติกรรมตามแบบที่จดจำมา หากแสดงออกแล้วได้รับรางวัลที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจและการได้รับรางวัลนี้จะมีอิทธิพลก่อให้เกิดมีความตั้งใจสูงขึ้นมีการเรียนรู้ที่ดีขึ้นและมีการแสดงพฤติกรรมที่พึงประสงค์บ่อยขึ้น

จึงสรุปได้ว่า พฤติกรรมการเรียนรู้นั้นเกิดขึ้นจากพฤติกรรมทั้งภายในเช่น ความคิด ความทรงจำ ความชอบ ความกลัว และภายนอกเช่น การพบเห็นสิ่งต่างๆ การศึกษาค้นคว้า และอาจเกิดขึ้นได้จาก การสังเกตการณ์ การลอกเลียนแบบจากพฤติกรรมของบิดามารดา ครูบาอาจารย์ เพื่อนสนิทมิตรสหาย และสิ่งแวดล้อมรอบตัว การเรียนรู้เป็นการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมที่ค่อนข้างถาวร เนื่องจากการเรียนรู้จะเกิดขึ้นได้โดยการเปลี่ยนแปลงในกระบวนการทางความคิดหรือการเปลี่ยนแปลงของทัศนคตินั่นเอง

การเรียนรู้แบบเชิงรุก (Active Learning)

การเรียนรู้แบบเชิงรุก (Active Learning) คือ การจัดการเรียนรู้ที่ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติ และได้ใช้กระบวนการคิดวิเคราะห์เพื่อพัฒนาความรู้และทักษะด้านต่างๆของผู้เรียนหรือผู้ฟังเป็นการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ต้องเปิดโอกาสให้ผู้เรียนสำรวจค้นหาข้อมูลลงมือปฏิบัติคิดวางแผนร่วมกันกับเพื่อนหรือสมาชิกในทีม เพื่อให้บรรลุเป้าหมายหรือบรรลุจุดประสงค์การเรียนรู้จะทำให้ผู้เรียนมีทักษะกระบวนการคิดสามารถแก้ปัญหาหรือออกแบบสร้างสรรค์ชิ้นงานได้ สอดคล้องตามจุดประสงค์การเรียนรู้ ซึ่งการเรียนรู้เชิงรุกประกอบด้วยรายละเอียด ดังนี้

1) เรียนรู้จากการลงมือ Learning by doing ได้แก่ (1) การเรียนรู้มีความคิดวางแผนด้วยตนเอง (2) ลงมือทำด้วยตนเองหรือร่วมกับผู้เชี่ยวชาญด้านนั้นๆเพื่อให้งานสำเร็จ (3) มีความสร้างสรรค์เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ

2) การเรียนรู้จากการสำรวจค้นหา Inquiry based learning ได้แก่ ถามด้วยคำถามที่สำคัญ สำรวจตรวจสอบรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์หาแนวทางแก้ไขปัญหา สื่อสารหรือส่งต่อสิ่งที่ค้นพบ และ คิดสะท้อนสิ่งที่ได้เรียนรู้

3) การเรียนรู้จากการมีส่วนร่วม Cooperative learning ได้แก่ การทำงานเป็นทีม หรือ การมีส่วนร่วมได้แบ่งปันประสบการณ์กับเพื่อนร่วมทีม

4) เรียนรู้ผ่านการคิดเชิงลึก Thinking based learning การเรียนรู้ผ่านกระบวนการคิดวิเคราะห์ ใช้วิธีการกระตุ้นให้ผู้เรียนคิดเป็นลำดับขั้นแล้วขยายความคิดต่อเนื่อง จากความคิดออกเป็นแผนหรือลำดับเวลา (Time line) เพื่อพิจารณาแยกแยะอย่างรอบด้าน ด้วยการให้เหตุผลและเชื่อมโยงกับความรู้เดิมที่มีจนสามารถสร้างสิ่งใหม่หรือตัดสินใจ ประเมินหาข้อสรุป แล้วนำไปแก้ปัญหาได้อย่างมีหลักการ

กระบวนการเรียนรู้ Active Learning ทำให้ผู้เรียนสามารถรักษาผลการเรียนรู้ให้อยู่คงทนได้มากและนานกว่ากระบวนการเรียนรู้แบบ Passive Learning เพราะกระบวนการเรียนรู้ แบบ Active Learning สอดคล้องกับการทำงานของสมองที่เกี่ยวข้องกับความจำ โดยสามารถเก็บและจำสิ่งที่ผู้เรียนได้เรียนรู้อย่างมีส่วนร่วมมีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อน ผู้สอน สิ่งแวดล้อม สังเคราะห์ และการประเมินค่า จากสิ่งที่ได้รับจากกิจกรรมการ

เรียนรู้ ทำให้การเรียนรู้เป็นไปอย่างมีความหมายและนำไปใช้ในสถานการณ์อื่นๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (สภาพร พงศพิฏล, 2555) สามารถแบ่งออกเป็น 2 กระบวนการ ดังนี้

1) **Passive Learning** หรือกระบวนการเรียนรู้แบบตั้งรับ กระบวนการเรียนรู้ โดยการอ่านท่องจำของผู้เรียนจะจำในสิ่งที่เรียนได้เพียง 10% เนื่องจากการเรียนรู้โดยการฟังบรรยายเพียงอย่างเดียวผู้เรียนไม่มีโอกาสได้มีส่วนร่วมในการเรียนรู้ด้วยกิจกรรมอื่นๆ ในขณะที่อาจารย์สอน เมื่อเวลาผ่านไปผู้เรียนจะจำได้เพียง 20% และหากในการเรียนการสอนผู้เรียนมีโอกาสได้เห็นภาพประกอบด้วยเช่น การให้ดูภาพยนตร์ การสาธิต การทดลองการจัดนิทรรศการให้ผู้เรียนได้ดูรวมถึงการนำผู้เรียนไปทัศนศึกษาดูงานตามสถานที่ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องก็จะทำให้ผลการเรียนรู้คงอยู่ได้ถึง 30%

2) **Active Learning** หรือกระบวนการเรียนรู้เชิงรุก กระบวนการเรียนรู้ที่ผู้สอนจัดประสบการณ์ให้กับผู้เรียนเพิ่มขึ้น โดยให้มีการอภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกันก็ทำให้ผลการเรียนรู้เพิ่มขึ้นเป็น 50% การให้ผู้เรียนมีบทบาทในการแสวงหาความรู้และการเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพสัมพันธ์ ปฏิสัมพันธ์ จนเกิดความรู้ความเข้าใจนำไปประยุกต์ใช้สามารถวิเคราะห์สังเคราะห์ประเมินค่าและพัฒนาตนเองอย่างเต็มความสามารถ ด้วยการลงมือปฏิบัติรวมถึงการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ให้เขาได้มีโอกาสร่วมอภิปรายให้มีโอกาสฝึกทักษะการสื่อสารทำให้ผลการเรียนรู้เพิ่มขึ้น 75% การนำเสนองานทางวิชาการเรียนรู้ในสถานการณ์จำลอง ทั้งมีการฝึกปฏิบัติในสภาพจริงมีการเชื่อมโยงกับสถานการณ์ต่างๆ สอนและถ่ายทอดต่อผู้อื่นรวมถึงมีการถามตอบแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างกัน ซึ่งจะทำให้ผลการเรียนรู้เกิดขึ้นถึง 90 % (วิทยากรนอกกล่อง, 2561)

การเรียนรู้เชิงรุก (Active-Learning) เป็นการเรียนรู้ที่พัฒนาทักษะความคิดระดับสูงอย่างมีประสิทธิภาพช่วยให้ผู้เรียนวิเคราะห์ สังเคราะห์ และประเมินข้อมูลในสถานการณ์ใหม่ได้ดี สามารถชี้นำตลอดชีวิตในฐานะผู้ฝึกฝนการเรียนรู้ธรรมชาติของการเรียนรู้เชิงรุก (เยาเวรศ ภัคดีจิตร, 2557) Active Learning เป็นการเรียนรู้ที่พัฒนาศักยภาพทางสมอง ได้แก่ การคิดแก้ปัญหาการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้เป็นการเรียนรู้ร่วมกันที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ ผู้เรียนหรือผู้ฟังสร้างองค์ความรู้และจัดระบบการเรียนรู้ด้วยตนเองหรือต่อยอดได้เข้าใจและใช้งานเป็น ผู้ฟังหรือผู้เรียนได้มีส่วนร่วมในการสร้างความเข้าใจ โดยการถามตอบร่วมกันเพื่อไขข้อสงสัยมีการสร้างองค์ความรู้ การสร้างปฏิสัมพันธ์ร่วมกันและการร่วมมือกันมากกว่าการแข่งขัน เรียนรู้ความรับผิดชอบร่วมกันการมีวินัยในการทำงาน และการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบเป็นกระบวนการสร้างสถานการณ์ ให้ผู้เรียน อ่าน พุด ฟังคิดเป็นกิจกรรมเน้นทักษะ การคิดขั้นสูง หรือเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมเป็นกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนบูรณาการข้อมูลข่าวสารและหลักการสู่การสร้างความคิดรวบยอดเป็นผู้สอนที่คอยอำนวยความสะดวกในการจัดการเรียนรู้เพื่อให้ผู้เรียนเป็นผู้ปฏิบัติด้วยตนเอง เกิดประสบการณ์การสร้างองค์ความรู้และการสรุปบทวนของผู้ฟังเอง

การเรียนรู้จะสนุกมากขึ้นถ้าผู้เรียนเปิดใจ เปิดตา เปิดหู ต้องรู้จักตนเองก่อนว่าชอบวิธีการเรียนรู้ด้วยวิธีใดและใช้วิธีนั้นเรียนรู้พัฒนาตัวเองให้ดีขึ้นเช่น บางคนชอบเรียนรู้ด้วยตนเอง บางคนชอบฟังคนอื่นอธิบายเพิ่มเติม บางคนชอบฟัง บางคนชอบอ่านแล้วค่อยๆ สาระเอง บางคนชอบดูวิดีโอ บางคนชอบการทดสอบ

ทดลองค้นคว้าและสรุปประเด็นตามที่ตนเองเข้าใจ แล้วนำไปปรับใช้ มีความคิดนอกกรอบคิดสร้างสรรค์และเป็นคนคิดบวก กล้าแสดงความคิดเห็นของตนเองออกไปด้วยเพราะถ้าเราฟังผู้อื่นเพียงอย่างเดียวเราอาจจะได้รับเนื้อหาสาระด้านเดียว รักในสิ่งที่ทำ รักในสิ่งที่ต้องเรียนรู้หรือรับผิดชอบตนเอง รู้จักบทบาทของตัวเองว่าควรทำอะไรเมื่อถึงเวลาทำงานก็ต้องทำอย่างสุดความสามารถ หรือเมื่อถึงเวลาเล่นก็เล่น แล้วพอถึงเวลาเรียนรู้พัฒนาตนเองก็ทำให้เต็มที่เช่นกัน ค้นหาแรงบันดาลใจจากสิ่งแวดล้อมรอบตัว เพื่อปลุกพลังความสามารถให้ตื่นฟื้นขึ้นมาให้มีแรงผลักดันทำสิ่งที่อยากทำ หรือสิ่งที่ต้องทำให้ประสบความสำเร็จได้ปรับตัวให้เข้ากับทุกสถานการณ์แต่ก็ต้องรู้จักกาลเทศะว่าเวลาไหน ควรทำอะไร เหตุการณ์ไหน ควรวางตัวอย่างไรหรือต้องเข้าหาใครทำงานร่วมกับผู้อื่นให้ได้

ดังนั้น หากจะกล่าวโดยสรุปถึงพฤติกรรมของผู้เรียนที่ต้องการอันเกิดจากการเรียนรู้ นั้น อาจแบ่งออกได้เป็น 3 ลักษณะคือ ต้องการให้ผู้เรียนคิดแก้ปัญหาได้ หรือเรียกว่ามีความสามารถทางสติปัญญา ต้องการให้ผู้เรียนทำงานร่วมกับเครื่องมือ อุปกรณ์ เทคโนโลยีที่สมัยสมัยเพื่อสร้างผลงานได้ หรือเรียกว่าความสามารถทางทักษะ สุดท้ายคือ ต้องการให้ผู้เรียนเป็นผู้มีกิจนิสัยที่ดีในการทำงาน มีความตระหนักรับผิดชอบต่อหน้าที่ ตรงต่อเวลา ซื่อสัตย์สุจริต และเป็นพลเมืองดีในสังคม หรือที่เรียกว่าลักษณะกิจนิสัยในการทำงาน (สุราษฎร์ พรหมจันทร์, 2550)

วิเคราะห์พฤติกรรมการเรียนรู้แบบเชิงรุกของแม่หญิงการะเกดจากละครเรื่องบุพเพสันนิวาส

จากละครเรื่องบุพเพสันนิวาสที่โด่งดังในเวลานี้คงเป็นละครเพียงไม่กี่เรื่องที่ถูกกระแสสังคมออนไลน์พูดถึงแบบตลึงตลึง ผู้ชมทั้งหลายได้รับความเพลิดเพลินไปกับเนื้อหาที่สนุกสนานน่าติดตามรวมถึงนักแสดงทุกคนต่างก็มีบทบาทสร้างความโดดเด่นจากเหตุการณ์ต่างๆ เนื้อเรื่องของละครดำเนินต่อไปเรื่อยๆ อย่างไม่น่าเบื่อถึงแม้จะเป็นละครย้อนยุคอิงประวัติศาสตร์สอดแทรกสาระความรู้สมัยกรุงศรีอยุธยาได้อย่างน่าสนใจโดยเฉพาะนางเอก “แม่หญิงการะเกดหรือเกดสุรางค์” ที่สร้างสรรค์ผลงานหรือยุคปัจจุบันเรียกว่า “นวัตกรรม” ได้แบบไม่หยุดยั้งไม่ว่าจะเป็นการออกแบบตัดเย็บกางเกงชั้นใน การออกกำลังกายด้วยโยคะ การทำ CPR เพื่อช่วยชีวิตหมีสนุนทรเทวา การปรุงมะม่วงน้ำปลาหวานการปรุงน้ำจิ้มซีฟู้ด เครื่องกรองน้ำ การพูดภาษาฝรั่งเศส การใช้ศัพท์แสลงหรือภาษาวัยรุ่นในยุคปัจจุบัน การเป็นผู้นำเชียร์การแข่งขันเรือ การออกแบบกระทะปิ้งหมูและอีกหลายๆอย่างที่ได้พบเห็นจากในละคร

พฤติกรรมของแม่หญิงการะเกดที่ช่างสงสัย กล้าถาม กล้าแสดงความคิดเห็นและลงมือทำจริง อีกทั้งการเรียนรู้ที่จะปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมในกรุงในยุคกรุงศรีอยุธยาที่เปลี่ยนแปลงจากความเป็นอยู่ในยุคปัจจุบันอย่างมาก อาทิเช่น การอาบน้ำที่ท่าน้ำการเดินทางโดยทางน้ำเป็นหลัก การเข้าเวจหรือการขบถายแบบสมัยก่อน และต้องเรียนรู้ที่จะอดทนต่อการใช้ชีวิตที่ไม่มีเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตหรือเครื่องมือสื่อสาร โทรศัพท์ แท็บเล็ต เป็นต้น การเรียนรู้ที่จะแต่งกายให้เหมาะสมกับสถานการณ์ต่างๆ และการใช้ชีวิตประจำวันของแม่หญิงในสมัยก่อนในช่วงที่มีรอบเดือนแม่หญิงการะเกดก็สามารถเรียนรู้การขี่ม้าของแม่หญิงในยุคโบราณและปรับตัวได้อย่างรวดเร็ว แม้แต่การต้องเรียนรู้ที่จะเข้าครัวทำอาหารโบราณสมัยกรุงศรี

อยุธยาให้เป็น การร้อยมาลัยหรือที่เรียกว่างานกรรุดอกไม้ การพับดอกบัว การสลักผักผลไม้ และการเย็บปักถักร้อยเสื้อผ้าให้สวยงามตามแบบประเพณี รวมถึงการเรียนรู้จักการใช้ภาษา ค่าเงิน และเวลาในสมัยก่อนที่มีความแตกต่างกับปัจจุบันอย่างมาก การจดจำคำศัพท์ที่ใช้ในยุคนั้นช้อยสถาปรรดาศักดิ์และต้องเรียนรู้การเรียบเรียงประโยคคำพูดให้ถูกต้องเหมาะสมกับสถานการณ์ต่างๆและยังต้องเรียนรู้การปรับตัวเข้าหาผู้คนที่มีการแบ่งชั้นวรรณะการวางตัวให้เหมาะสม ซึ่งสิ่งต่างๆเหล่านี้ล้วนเคยได้รับมาจากการศึกษาเล่าเรียนในโรงเรียนที่ดี มหาวิทยาลัยก็ดี การบอกกล่าวสอนสั่งและสังเกตการณ์จากยายและแม่ ครั้นเมื่ออยู่ในยุคปัจจุบันซึ่งจัดว่าเป็นกระบวนการเรียนรู้แบบตั้งรับหรือ Passive Learning และเมื่อต้องย้อนยุคมาอยู่ในยุคกรุงศรีอยุธยาจึงนำประสบการณ์หลายๆอย่างที่เคยประสบมาในยุคปัจจุบันนำมาประยุกต์ใช้และถ่ายทอดให้ผู้คนในสมัยกรุงศรีอยุธยาได้เห็น ได้ใช้ ได้สัมผัสรสชาติที่แปลกใหม่ก็ถือเป็นการนำสิ่งที่ตนเคยได้เรียนรู้มาถ่ายทอดเรียกว่าเป็นกระบวนการเรียนรู้เชิงรุกหรือ Active Learning ดังจะเห็นได้จากตอนที่แม่หญิงการะเกดปรุงมะม่วงน้ำปลาหวานก็ดี การปรุงน้ำจิ้มซีฟู้ดก็ดีหรือการคิดทำเครื่องกรรอนน้ำก็ดี กระทั่งปึงหมู หรือแม้แต่การสอนให้ผู้คนในเรือนนอนกางมุ้งและเผยแพร่ความรู้เรื่องใช้เลือดคอกที่มีอยู่กลายเป็นพาหนะ การสอนให้ปาวนานุ่นมาทำหมอนและอื่นๆอีกมากมาย เป็นการเรียนรู้จากประสบการณ์ในยุคปัจจุบันแล้วนำไปสอนให้ผู้คนในเรือนของออกญาโหราธิบดีได้สัมผัสกับสิ่งแปลกใหม่

สรุป

พฤติกรรม คือ การกระทำของบุคคลไม่ว่าจะเป็นการกระทำสิ่งใดก็ตามโดยสามารถเกิดขึ้นได้ทั้งจากพฤติกรรมภายในและพฤติกรรมภายนอก การเรียนรู้เป็นพฤติกรรมหนึ่งที่เกิดจากความคิด การฟัง การสังเกต การได้ลงมือปฏิบัติของผู้เรียนรู้และนำไปสู่การถ่ายทอดประสบการณ์ให้กับผู้อื่นต่อไป กระบวนการเรียนรู้ที่ตั้งรับเพียงอย่างเดียวจะทำให้ผู้เรียนรู้ไม่สามารถรักษาผลการเรียนรู้ได้คงทนเท่ากับกระบวนการเรียนรู้เชิงรุกเพราะ กระบวนการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) สอดคล้องกับการทำงานของสมองที่เกี่ยวข้องกับความจำทำให้ผลการเรียนรู้อย่างคงอยู่ได้ในปริมาณที่มากกว่ากระบวนการเรียนรู้แบบตั้งรับ (Passive Learning) ผลจากการเรียนรู้สะท้อนให้เห็นว่าผู้เรียนคิดแก้ปัญหาได้ มีความสามารถทางสติปัญญา (Intellectual Skill) ผู้เรียนมีความสามารถทำงานร่วมกับเครื่องมือ อุปกรณ์ เทคโนโลยีที่สมัยสมัยเพื่อสร้างผลงานได้ ที่เรียกว่าความสามารถทางทักษะ (Physical Skill) สุดท้ายคือ ทำให้ผู้เรียนเป็นผู้มีกิจนิสัยที่ดีในการทำงานมีความตระหนักรับผิดชอบต่อหน้าที่ ตรงต่อเวลา ซื่อสัตย์สุจริต และเป็นพลเมืองดีในสังคม หรือที่ลักษณะกิจนิสัยในการทำงาน (Work Habit)

จากเหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นในละคร แม่หญิงการะเกดมีพฤติกรรมการเรียนรู้แบบเชิงรุกที่พอจะสรุปได้ว่า แม่หญิงการะเกดเป็นคนที่ปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ที่ไม่คุ้นเคยได้เก่ง เข้ากับคนแปลกหน้าได้ง่ายมีทัศนคติที่ดีจริงใจชอบการเรียนรู้ สนใจเรื่องราวที่เกิดขึ้นตลอดเวลา นอกจากความเก่งเรื่องประวัติศาสตร์ที่เคยได้เรียนรู้มาแล้วยังสามารถนำความรู้รอบตัวในยุคปัจจุบันไปประยุกต์ใช้ในยุคที่หลงเข้าไปอย่างสมัยกรุงศรีอยุธยาได้อย่างสร้างสรรค์ซึ่งเข้าช่วยเป็นการเรียนรู้แบบเชิงรุก Active Learning นั่นเอง

เอกสารอ้างอิง

- คณะครุศาสตร์ สถาบันราชภัฏพระนคร. (2544). *เอกสารประกอบการสอนวิชาพฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาตน*. กรุงเทพฯ: สถาบันราชภัฏพระนคร.(อัดสำเนา)
- ชัยพร วิชาวุธ, ชีระพร อุวรรณโณ และ พรณทิพย์ ศิริวรรณบุศย์. (2531). *พฤติกรรมจริยธรรมในสังคมไทยปัจจุบัน: ศึกษาตามแนวคิดทางจิตวิทยาสังคม*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ.
- ประยงค์ มีใจเชื้อ. (2557). *พฤติกรรมองค์การ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- เยาวเรศ รักดีจิตร. (2557). Active Learning กับการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21. เอกสารประกอบการเสวนาทางวิชาการ “วันส่งเสริมวิชาการสู่คุณภาพการเรียนรู้การสอน” 30 กรกฎาคม 2557 ณ หอประชุมมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.
- วรรณพร กระต่ายทอง. (2559).การพัฒนาหลักสูตรเสริมเพื่อพัฒนาทักษะทางสังคมสำหรับการอยู่ร่วมกันในสังคมพหุวัฒนธรรมของนักศึกษา. *วารสารมนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 11(2), 141–165.
- วิทยากรนอกกล่อง. (2561). *พฤติกรรมการเรียนรู้แบบเชิงรุก Active Learning*. สืบค้นเมื่อวันที่ 22 มีนาคม 2561 จาก <https://web.facebook.com/search/top/?%20backpacker>
- สถาพร พฤษภูมิกุล. (2555). คุณภาพผู้เรียน เกิดจากกระบวนการเรียนรู้. *วารสารการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา*, 6(2), 1 – 12.
- สุราษฎร์ พรหมจันทร์. (2550). *ยุทธวิธีการเรียนการสอนวิชาเทคนิค*. กรุงเทพฯ: สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

การตัดสินใจซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่มตรามาลีของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

The Purchasing Decision of Ready to Drink Fruit Juice Brand Malee in Bangkok

นันทพร ดำรงพงศ์,¹ รุ่งโรจน์ สงสระบุญ, วิบูลย์ ชินบุรพา และ มนทิรา ตันตระวานิชย์

Nantaporn Damrongpong,¹ Rungroje Songsraboon, Vibool Chinburapa and

Monthira Tantrawanich

มหาวิทยาลัยสยาม

Siam University, Thailand.

¹Corresponding Author Email: rrs101@hotmail.com

Received May 18, 2020; Revised May 28, 2020; Accepted August 8, 2020

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อสำรวจปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคน้ำดื่มผลไม้พร้อมดื่มตรามาลีในกรุงเทพมหานคร (2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคน้ำดื่มผลไม้พร้อมดื่มตรามาลีในกรุงเทพมหานคร (3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อผลไม้พร้อมดื่มตรามาลีในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคน้ำดื่มผลไม้พร้อมดื่มตรามาลีในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับผลการทดสอบสมมติฐานใช้สถิติไคสแควร์

ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อน้ำดื่มผลไม้พร้อมดื่มตรามาลี ประเภทน้ำส้มเหตุผลที่เลือกซื้อเพราะรสชาติอร่อย จำนวนของการซื้อ 2-3 กล่อง ความถี่ของการซื้อ 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ ค่าใช้จ่ายในการซื้อ 101-500 บาท และตนเองเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อผลไม้พร้อมดื่มตรามาลีในกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญต่อยี่ห้อมากที่สุด ให้ความสำคัญต่อยี่ห้อเป็นอันดับรองลงมา และให้ความสำคัญต่อยี่ห้อเป็นอันดับสุดท้าย สำหรับการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ และพฤติกรรมของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่มตรามาลีในกรุงเทพมหานคร ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

คำสำคัญ: ปัจจัยทางการตลาด; การตัดสินใจซื้อ; น้ำผลไม้พร้อมดื่มตรามาลี

Abstract

This research aims (1) to explore demography of ready to drink fruit juice brand Malee in Bangkok. (2) to study customer's behavior of ready to drink fruit juice brand Malee in Bangkok. (3) to study factors that were related to a decision of ready to drink fruit juice brand Malee in Bangkok. Sample group used in this study is consumer who the purchasing decision of ready to drink fruit Juice Brand Malee in Bangkok totally 400 persons by purposive random sampling and statistical method used in data analysis is frequency distribution, percentage, mean, and standard deviation and Chi Square is used to test hypothesis results, it is found by research results that:

Most consumers buy ready to drink fruit juice brand Malee in Bangkok by orange juice, reason they buy ready to drink fruit juice because it had good taste, Purchases 2-3 boxes of frequency 1-2 times/week. The cost of buy were 101-500 baht and they buy with their own decision. In addition, it was still found that consumers emphasize on marketing factors which were important to purchase selection ready to drink fruit juice brand Malee in much level by emphasizing mostly on distribution channel factor, followed by product factor and emphasis on channel factor was the last. For assumption test, it had found that gender, age, status, educational level, occupation and monthly income were related to the purchasing decision of ready to drink fruit juice brand Malee in Bangkok by product, price, distribution channels and promotion.

Keyword: Marketing factor; The Purchasing Decision; ready to drink fruit juice brand Malee

บทนำ

ในอดีตผู้ประกอบการอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ของไทยนั้นยังเป็นผู้ผลิตอยู่น้อยราย การแข่งขันทางการตลาดไม่รุนแรงมากนัก ตัวผลิตภัณฑ์ยังไม่มีความหลากหลายเท่าที่ควร เพราะผู้ประกอบการนั้นสามารถหาซื้อผักหรือผลไม้ที่ตนเองชื่นชอบแล้วสามารถมารับประทานได้ด้วยตนเองโดยง่าย ได้รับประทานเครื่องดื่มที่สดใหม่ หรือในส่วนของผู้ประกอบการบางกลุ่มนิยมการรับประทานผลไม้สดมากกว่า แต่ในปัจจุบันพฤติกรรม การดำเนินชีวิตในสังคมไทยมีความเปลี่ยนแปลงจากอดีต ทำให้ผู้บริโภคโดยมากต่างต้องปรับรูปแบบการใช้ชีวิต ให้สามารถดำเนินชีวิตได้ในสภาพแวดล้อมใหม่ที่มีข้อจำกัดด้านต่างๆมากขึ้น ทั้งเรื่องของอัตราการ แข่งขันที่มีความรุนแรง ข้อจำกัดของเวลา รูปแบบการใช้ชีวิตที่เร่งรีบนิยมความสะดวกสบายในการใช้ชีวิต สิ่งที่จะสามารถเห็นได้ชัดเจนที่สุดและเป็นเรื่องที่ใกล้ตัวคนเรามาก คงหนีไม่พ้น เรื่องการเลือกบริโภคอาหาร หรือเครื่องดื่ม ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานที่สำคัญต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์แต่เพราะการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมที่มีความหลากหลายมากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคเปลี่ยนรูปแบบของการเลือกบริโภคอาหารและเครื่องดื่มไปจากเดิม ผู้บริโภคต่างต้องการความสะดวกในการเลือกบริโภค รวดเร็ว

ทันใจเข้าถึงได้ง่าย ราคาต้องสมเหตุสมผลตามสภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน เหตุนี้จึงกระตุ้นให้ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารและธุรกิจเครื่องดื่ม เกิดการตื่นตัว สร้างกลยุทธ์ต่างๆมาตอบสนองความต้องการให้แก่กลุ่มเป้าหมายของตนเอง

นอกจากนี้เทรนด์ที่กำลังมาแรงในสังคมไทยตอนนี้คือ ดงหนีไม่พ้น กระแสรักสุขภาพ หรือ Health Conscious ที่กำลังเป็นเทรนด์ทั่วโลก “โดยสังคมไทยต่างตื่นตัว และให้ความสนใจเป็นอย่างมาก เป็นปัจจัยสำคัญหลักอีกปัจจัยหนึ่งในการขับเคลื่อนให้อุตสาหกรรมน้ำผลไม้ของไทยเติบโต ควบคู่กับการที่นักการตลาดจัดทำแผนกลยุทธ์ส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาดส่งผลให้ธุรกิจน้ำผลไม้มีการขยายตัวเพิ่มขึ้น” เมื่อผู้บริโภคเริ่มหันมาใส่ใจในสุขภาพอนามัย โดยเฉพาะกลุ่มผู้ดูแลสุขภาพ น้ำผลไม้พร้อมดื่มจึงเป็นตัวเลือกหลักของคนกลุ่มนี้ หรือกลุ่มคนเมืองที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่รีบเร่ง ทำให้ละเลยการทานอาหารให้ครบ 5 หมู่ น้ำผลไม้ถึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่ช่วยเติมเต็มความต้องการ จนตลาดอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ไทยสามารถแย่งส่วนแบ่งตลาดเครื่องดื่มชนิดอื่นๆในประเทศไทยได้ ปัจจุบันประเทศไทยมีผู้ประกอบการธุรกิจน้ำผลไม้รวมทั้งสิ้นจำนวน 176 ราย (พิพัฒน์พล สัตตานุสรณ์, 2558) ในจำนวนนี้ประกอบไปด้วยผู้ประกอบการรายใหญ่ที่เป็นที่รู้จักโดยกว้างและผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก ต่างกระจายตัวอยู่ในแถบกรุงเทพและปริมณฑลเป็นส่วนใหญ่ โดยในช่วงระยะ 2-3 ปีที่ผ่านมาผู้อุตสาหกรรมน้ำผลไม้ทั้งตลาดในประเทศและตลาดส่งออกมีอัตราการขยายตัวอย่างมาก ซึ่งในอนาคตตลาดน้ำผลไม้ยังมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

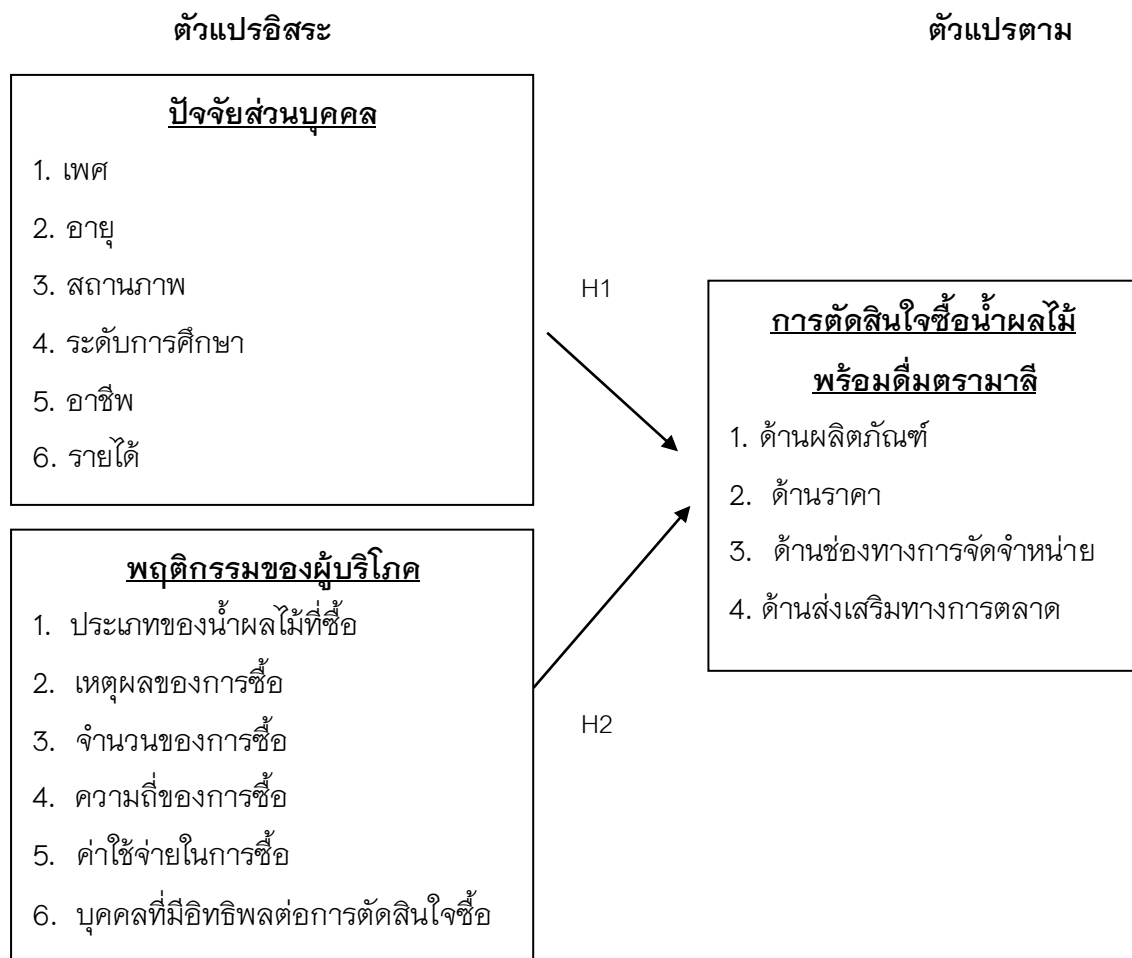
ด้วยเหตุผลดังกล่าว การศึกษาการตัดสินใจซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่มตรามาลีของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร” ว่าผู้บริโภคมีพฤติกรรมต่อการบริโภคน้ำผลไม้พร้อมดื่มอย่างไร และให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดมากน้อยเพียงใด เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการบริการ อีกทั้งเพื่อเป็นแนวทางในการนำมาปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจให้เหมาะสมและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้มากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสำรวจปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคน้ำผลไม้พร้อมดื่มตรามาลีในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคน้ำผลไม้พร้อมดื่มตรามาลีในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่มตรามาลีในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่มตรามาลีในกรุงเทพมหานคร
2. พฤติกรรมของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่มตรามาลีในกรุงเทพมหานคร



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยผู้วิจัยดำเนินการศึกษาค้นคว้าตามขั้นตอน ดังนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริโภคน้ำดื่มผลไม้พร้อมดื่มตรามาลีในกรุงเทพมหานคร

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริโภคน้ำดื่มผลไม้พร้อมดื่มตรามาลีในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน คำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2557)

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด และพฤติกรรมผู้บริโภคตามแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2552) และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งยังดัดแปลงจากแบบสอบถามที่มีผู้สร้างมาแล้วเป็นแนวทาง เพื่อนำมากำหนดกรอบและขอบเขตเนื้อหาในการสร้างแบบสอบถาม ให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา สถิติที่ใช้หาคุณภาพของแบบสอบถาม ใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach)

ผลการทดสอบความเชื่อมั่นพบว่า $\alpha = 0.913$ ซึ่งแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่มตรามาลี ในกรุงเทพมหานคร เป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ประยุกต์ตามมาตรวัดของลิเคิร์ท (Likert Scale) โดยแบ่งระดับความสำคัญออกเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) วันจันทร์ถึงวันอาทิตย์ ตั้งแต่เวลา 9.00 น. ถึง 18.00 น. ที่ซูเปอร์มาเก็ตในห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานครที่มีผู้มาใช้บริการมากที่สุดจำนวน 10 แห่ง (chner ฌิมพัค, 2554) แห่งละ 40 ตัวอย่าง เป็นเวลา 10 วัน โดยจะเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคน้ำดื่มผลไม้พร้อมดื่มตรามาลีในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยเก็บข้อมูลในเดือนตุลาคม 2561

6. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) (กัลยา วานิชปัญษา, 2557) เพื่ออธิบายลักษณะประชากรศาสตร์ พฤติกรรมของผู้บริโภค และระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่มตรามาลีในกรุงเทพมหานคร และใช้สถิติไคสแควร์ เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมของผู้บริโภคกับการตัดสินใจซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่มตรามาลีในกรุงเทพมหานคร โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัย

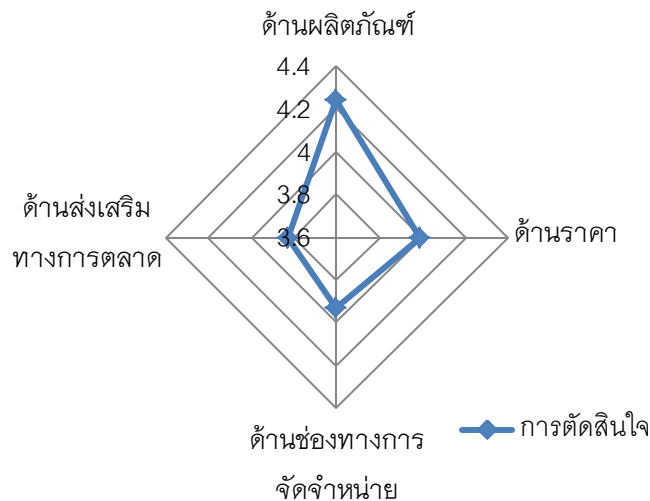
ปัจจัยส่วนบุคคล

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 64.00 และ 36.00 ตามลำดับ มีอายุ 20 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.25 มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 38.50 การศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 41.25 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 38.25 และมีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.75

พฤติกรรมของผู้บริโภคน้ำดื่มผลไม้พร้อมดื่มตรามาลี

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อน้ำดื่มผลไม้พร้อมดื่มตรามาลี ประเภทน้ำส้มคิดเป็นร้อยละ 29.00 เหตุผลที่เลือกซื้อเพราะรสชาติอร่อย คิดเป็นร้อยละ 49.00 จำนวนของการซื้อ 2-3 กล่อง คิดเป็นร้อยละ 53.00 ความถี่ของการซื้อ 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 39.00 ค่าใช้จ่ายในการซื้อ 101-500 บาท คิดเป็นร้อยละ 64.00 และ ตนเองเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.50

การตัดสินใจซื้อผลไม้พร้อมดื่มตรามาลีในกรุงเทพมหานคร



ภาพที่ 2 การตัดสินใจซื้อผลไม้พร้อมดื่มตรามาลีในกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์จากภาพที่ 2 พบว่า ระดับการตัดสินใจซื้อผลไม้พร้อมดื่มตรามาลีในกรุงเทพมหานคร มากที่สุด คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 4.24$; S.D. = 0.79) รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ($\bar{x} = 3.99$; S.D. = 0.66) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{x} = 3.93$; S.D. = 0.84) และน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านส่งเสริมการตลาด ($\bar{x} = 3.83$; S.D. = 0.86) ตามลำดับ

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อผลไม้พร้อมดื่มตรามาลีในกรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อผลไม้พร้อมดื่มตรามาลีในกรุงเทพมหานคร ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านส่งเสริมทางการตลาด อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อผลไม้พร้อมดื่มตรามาลีในกรุงเทพมหานคร ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมทางการตลาด ส่วนสถานภาพ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อผลไม้พร้อมดื่มตรามาลีในกรุงเทพมหานคร ในด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา จากผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สรุปผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่มตรามาลีในกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยส่วนบุคคล	การตัดสินใจซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่มตรามาลีในกรุงเทพมหานคร			
	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย	ด้านส่งเสริม ทางการตลาด
1. เพศ	0.001*	0.000*	0.515	0.000*
2. อายุ	0.002*	0.004*	0.031*	0.015*
3. สถานภาพ	0.000*	0.000*	0.614	0.515
4 . ระดับ การศึกษา	0.000*	0.009*	0.000*	0.000*
5. อาชีพ	0.001*	0.000*	0.025*	0.005*
6. รายได้				

หมายเหตุ : ระดับนัยสำคัญที่ระดับ * $p < 0.05$

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่มตรามาลีในกรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ประเภทของน้ำผลไม้ที่ซื้อ จำนวนของการซื้อ ความถี่ของการซื้อ ค่าใช้จ่ายในการซื้อ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่มตรามาลีในกรุงเทพมหานคร ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านส่งเสริมทางการตลาด ส่วนเหตุผลของการซื้อ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่มตรามาลีในกรุงเทพมหานคร ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านส่งเสริมทางการตลาด จากผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 สรุปผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้บริโภคกับการตัดสินใจซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่มตรามาลีในกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมของผู้บริโภค	การตัดสินใจซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่มตรามาลีในกรุงเทพมหานคร			
	ด้าน ผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านช่องทาง การจัด จำหน่าย	ด้านส่งเสริม ทางการ ตลาด
1. ประเภทของน้ำผลไม้ที่ซื้อ	0.000*	0.000*	0.052	0.000*
2. เหตุผลของการซื้อ	0.004*	0.003*	0.001*	0.005*
3. จำนวนของการซื้อ	0.000*	0.000*	0.615	0.004*
4. ความถี่ของการซื้อ	0.000*	0.005*	0.518	0.000*
5. ค่าใช้จ่ายในการซื้อ	0.000*	0.000*	0.105	0.000*
6. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ	0.013*	0.000*	0.070	0.003*

หมายเหตุ : ระดับนัยสำคัญที่ระดับ * $p < 0.05$

อภิปรายผลการวิจัย

1. ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่มตรามาลีในกรุงเทพมหานครโดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เพราะก่อนที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่มตรามาลีในกรุงเทพมหานคร จะต้องมีการศึกษา ค้นหาข้อมูล ประเมินผลทางเลือก เพื่อที่จะได้ตัดสินใจซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่มตรามาลีในกรุงเทพมหานคร ซึ่งการประเมินทางเลือกนั้น ผู้บริโภคก็จะคำนึงหรือให้ความสำคัญกับตรายี่ห้อที่น่าเชื่อถือ รสชาติอร่อยเป็นที่ยอมรับ ความหลากหลายของรสชาติ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และปริมาณ ความสะดวกในการหาซื้อได้ง่าย มีจำหน่ายตามร้านค้าทั่วไป และร้านสะดวกซื้อ ความโดดเด่นในการจัดวางสินค้า และการส่งเสริมการตลาด เช่น การใช้สิทธิแลกซื้อชุดคัมมน้ำผลไม้พร้อมดื่มตรามาลีในราคาที่ถูก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2552) ที่กล่าวว่า การตัดสินใจเป็นวิธีการที่บุคคลควรประพฤติเพื่อให้ได้ผลสูงสุด โดยมีวิธีการตัดสินใจ 6 ขั้นตอน คือ (1) ค้นหาความต้องการในการตัดสินใจ (2) สร้างเกณฑ์ในการตัดสินใจ (3) แบ่งน้ำหนักในแต่ละเกณฑ์ (4) พัฒนาทางเลือก (5) ประเมินผลทางเลือก และ (6) เลือกทางเลือกที่ดีที่สุด

2. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์

กับการตัดสินใจซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่มตรามาลีในกรุงเทพมหานครทั้งนี้อาจเนื่องมาจากพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภคนั้น ย่อมแตกต่างกันไปตามปัจจัยส่วนบุคคลโดยผู้ที่มีเพศต่างกัน ย่อมมีพฤติกรรมการใช้ซื้อแตกต่างกันออกไป ส่วนผู้ที่มีอายุต่างกัน ย่อมมีพฤติกรรมการซื้อเปลี่ยนไปตามประสบการณ์ในการเคยซื้อหรือบริโภค นอกจากนี้คนที่มีการศึกษาสูง จะมีการพิจารณาหรือหาข้อมูลก่อนที่จะตัดสินใจเลือกซื้อ ส่วนคนที่มีอาชีพต่างกันย่อมมีแนวคิดค่านิยมที่มีต่อผลิตภัณฑ์แตกต่างกันออกไปตามอาชีพที่ประกอบ ส่วนคนที่มีรายได้สูง ย่อมมีพฤติกรรมการใช้จ่ายหรือซื้อซื้อมากกว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำ ซึ่งต้องคิดพิจารณาในการเลือกซื้อ และเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นจริง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler (2012) ที่กล่าวว่า การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนทางด้านต่างๆ ได้แก่ อายุ ชั้นตอนวัฏจักรชีวิต ครอบครัว อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษา รูปแบบการดำรงชีวิต บุคลิกภาพ และแนวความคิดส่วนบุคคล โดยอายุที่แตกต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ต่างกัน ส่วนอาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่ต่างกัน สำหรับผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ และรายได้ (Income) โอกาสทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและบริการที่เขาตัดสินใจซื้อ และสอดคล้องกับงานวิจัยของพิพัฒน์ พล สัตตานุสรณ์ (2558) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการบริโภคอย่างรับผิดชอบต่อสังคมกับความภักดีต่อตราสินค้ามาลี ผลิตภัณฑ์โครงการหลวง พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับความภักดีต่อตราสินค้ามาลี

3. จากผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค ได้แก่ ประเภทของน้ำผลไม้ที่ซื้อ เหตุผลของการซื้อ จำนวนของการซื้อ ความถี่ของการซื้อ ค่าใช้จ่ายในการซื้อ และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่มตรามาลีในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านส่งเสริมทางการตลาด ทั้งนี้อาจเนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคในด้านต่าง ๆ ถือว่าเป็นปัจจัยที่ช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้า หรืออาจกล่าวได้ว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นมูลเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของอดุลย์ จาตุรงค์กุล (2555) ที่กล่าวว่า พฤติกรรมการบริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดถือว่าเป็นตัวกระตุ้นหรือสิ่งเร้าทางการตลาดที่กระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้พร้อมดื่มตรามาลีในกรุงเทพมหานครในด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการพัฒนา ทำการวิจัยคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ให้มีคุณค่าทางโภชนาการเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งยังต้องมีการพัฒนารสชาติให้ดียิ่งขึ้น มีการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่สะดุดตา มีความหลากหลาย ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ตลอดจนสร้างความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้บริโภคทั้งในเรื่องคุณภาพของสินค้า ความปลอดภัยในการ

บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับสินค้าที่ดี มีคุณภาพ เกิดความประทับใจ และเกิดการซื้อซ้ำ อันจะนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้พร้อมดื่มอย่างยั่งยืน

นอกจากนี้ผู้บริโภคยังให้ความสำคัญต่อด้านราคา อยู่ในอันดับรองลงมาอีก ดังนั้นผู้ประกอบการควรปรับเปลี่ยนราคาสินค้าให้เหมาะสมกับคุณภาพ และความต้องการของผู้บริโภค ตลอดจนกำหนดราคาสินค้าให้มีหลายระดับราคา เพื่อเข้าถึงลูกค้าทุกระดับ ส่วนด้านส่งเสริมการตลาดพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อด้านส่งเสริมการตลาดอยู่ในอันดับสุดท้าย ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์และสื่อความหมายให้ชัดเจน อีกทั้งต้องโฆษณาให้เห็นถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ว่ามีคุณสมบัติอย่างไรบ้าง เพื่อสร้างแรงจูงใจให้เกิดการบริโภค หรือต้องการบริโภค อีกทั้งควรมีการจัดการส่งเสริมการตลาด เช่น การใช้สิทธิแลกซื้อสุดคุ้ม น้ำผลไม้พร้อมดื่มตรามาลีในราคาที่ถูก

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชปัญษา. (2557). *สมการโครงสร้าง SEM โดย AMOS*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิพัฒน์พล สัตตานุสรณ์. (2558). *พฤติกรรมผู้บริโภคอย่างรับผิดชอบต่อสังคมกับความภักดีต่อตราสินค้ามาลี ผลิตภัณฑ์โครงการหลวง* (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ธนกร ฉิมพัต. (2554). *พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ "มาลี" ของเจ้าหน้าที่กรมพัฒนาที่ดิน ในเขตกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2552). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2555). *กลยุทธ์การตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Kotler, P. (2012). *Marketing Management (The Millennium edition)*. New Jersey: Person Prentice Hall.

ปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พัก รีสอร์ทของ
นักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

Factors Relation to Resort Selection Behavior of Tourists in Suan Phung District
of Ratchaburi Province

วสันต์ กานต์วรรตน์

Wasan Kanworarat

วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม

Siam Technology College, Thailand.

E-mail: nong2224@hotmail.com

Received May 20, 2020; Revised June 12, 2020; Accepted August 20, 2020

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พัก รีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พัก รีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี และ 2) ศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พัก รีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาใช้บริการและพักค้างคืนในรีสอร์ทอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี คำนวณจากสูตรของทาโร ยามาเน่ โดยดำเนินการสุ่มแบบง่าย ได้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบน และค่า Chi -Square (χ^2) วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

ผลการวิจัย พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พัก รีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จำแนกตามด้านเพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พัก รีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ในเรื่องความถี่ในการใช้บริการที่พัก รีสอร์ทที่มีความสัมพันธ์กันทางด้านลักษณะทางกายภาพ จำนวนวันในการเข้าพัก รีสอร์ทต่อครั้งไม่มีความสัมพันธ์กัน ราคาที่พัก รีสอร์ทที่เลือกใช้บริการ มีความสัมพันธ์กันกับการส่งเสริมการตลาดและด้านบุคลากร จำนวนคนที่เข้าพัก รีสอร์ทไม่มีความสัมพันธ์กัน การเลือกช่วงวันในการเข้าพัก รีสอร์ทมีความสัมพันธ์กันกับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด วิธีการสำรวจห้องพักรีสอร์ทมีความสัมพันธ์กันกับด้านกระบวนการให้บริการ และในเรื่องเหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักรีสอร์ทมีความสัมพันธ์กันกับด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านบุคลากรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ส่วนผสมทางการตลาด; พฤติกรรมลูกค้า; นักท่องเที่ยว

Abstract

The research study is about Factors Relation to Resort Selection Behavior of Tourists in Suan Phung District of Ratchaburi Province. The aims of the research were 1) to study the behavior of selecting the resorts to stay from tourists in Suan Peung district, Ratchaburi province and 2) to study the factors and behaviors of selecting the resorts to stay. The respondents for this research were tourists both Thai and foreigners that came to use the services at the resorts in Suan Peung district Ratchaburi province. The results were calculated by the formula of Taro Yamane by using simple random sampling for 400 sampled values. The statistics used for analyzing were frequencies, percentage, mean, standard deviation, and chi-square (χ^2). The analyzed statistics were calculated by computer program called Statistical Package.

The results showed that the relationship between personal factors and behavioral associated with the resorts from the tourists were distributed by demographic areas, such as gender, age, occupation, and income salary, have the statistics level at 0.05

The results for relationship between marketing services and behavioral of selecting resorts from the tourists, due to the frequencies of using services from resorts were no relationship between physical environment and days staying at the resorts. Also, there was no relationship between the prices and marketing services. However, the days selected to use the services as well as the ways to contact for reservation has some relationship depending on process of reservations and services provided. For the reasons for selecting resorts have the relationship with the product and services as well as the medium for providing services in the statistical level of 0.05.

Keywords: Marketing Mix; Customer Behavior; Tourists

บทนำ

ธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจบริการด้านที่พักที่มีความสำคัญอย่างมากในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย ซึ่งก่อให้เกิดรายได้เข้าประเทศอย่างมหาศาล และเป็นส่วนหนึ่งที่เกิดจากการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจภายในประเทศ กระตุ้นการลงทุน และเพิ่มอัตราการขยายตัวของธุรกิจสร้างความหลากหลายในธุรกิจการให้บริการ อันส่งผลให้เกิดการสร้างงานสร้างรายได้เพิ่มขึ้นให้กับผู้มีส่วนร่วมในวงกว้าง สังคมมีความเป็นอยู่ดีขึ้น ขณะเดียวกันก่อให้เกิดมาตรฐานการครองชีพสูงขึ้นเป็นเงาตามตัว ตลอดจนท้องถิ่นยังได้มีการพัฒนาพื้นที่เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งแสดงถึงบทบาทสำคัญของการท่องเที่ยวที่มีต่อเศรษฐกิจและชุมชนเป็นอย่างดี โดยในปัจจุบันธุรกิจเกี่ยวกับที่พักและโรงแรมมีการสร้างเพิ่มขึ้นมากมาย เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติ ธุรกิจเหล่านี้ได้มีการสร้างความแตกต่างทั้งรูปแบบโครงสร้างและการบริการที่นักท่องเที่ยวสามารถเลือกใช้บริการได้ตามความต้องการของตน ประกอบกับในปัจจุบันธุรกิจที่พักและโรงแรม ได้มีการพัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็วทั้งด้านปริมาณ และคุณภาพ เพื่อสร้างความประทับใจต่อนักท่องเที่ยว ประเภทของที่พักแรมซึ่งพบเห็นกันทั่วไป อาทิ รีสอร์ท บูติคโฮเต็ล เกสต์เฮาส์ เป็นต้น แต่ละแห่งก็จะมีรูปแบบของห้องพักในสภาพโดยรวมที่มีความหลากหลาย และสร้างความแตกต่างกันออกไปทั้งในรูปลักษณ์ สีสีน การออกแบบห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวก จึงสามารถสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในแต่ละบุคคลแต่ละกลุ่ม แต่ละสัญชาติตามรสนิยมของตน

รีสอร์ทเป็นที่พักที่นักท่องเที่ยวนิยมเลือกใช้บริการ เนื่องจากส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ในพื้นที่ที่เป็นธรรมชาติ มีบรรยากาศ ทิวทัศน์ ที่สวยงาม โดยเฉพาะพื้นที่อำเภอสวนผึ้งจังหวัดราชบุรีเป็นพื้นที่หุบเขา มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวสูง อุดมสมบูรณ์ไปด้วยธรรมชาติที่งดงาม รวมทั้งเป็นแหล่งท่องเที่ยว เช่น ถ้ำ น้ำตก และยังมีสภาพอากาศที่เหมาะสมกับการพักผ่อนตากอากาศ และรักษาสุขภาพเป็นอย่างดี มีบรรยากาศสงบร่มรื่น อากาศบริสุทธิ์เย็นสบาย รวมทั้งอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร

อำเภอสวนผึ้งในแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลท่องเที่ยวและวันหยุดติดต่อกันหลายวัน ซึ่งช่วงที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวมากอยู่ระหว่างเดือนมกราคมถึงเดือนเมษายน เนื่องจากเป็นช่วงฤดูร้อน และช่วงเทศกาลคริสต์มาสต่อเนื่องถึงช่วงปีใหม่ ทำให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาพักผ่อนและรักษาสุขภาพในจังหวัดราชบุรี ธุรกิจที่พักประเภทรีสอร์ท เพื่อตอบสนองความต้องการของการท่องเที่ยวในเรื่องของที่พักค้างแรมระหว่างเดินทางมาท่องเที่ยว รีสอร์ทจึงมีการกระจายขึ้นตามจุดต่างๆ ของบริเวณแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น อาจเป็นเพราะว่าในปัจจุบันการคมนาคมมีความสะดวกมากขึ้น การแข่งขันที่เพิ่มขึ้นผู้ประกอบการที่พักแบบรีสอร์ท จึงพยายามสร้างจุดเด่นในการบริการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อสร้างความแปลกใหม่และข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน อีกทั้งปัจจุบันนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ไม่เพียงแต่ธุรกิจที่พักเท่านั้น แต่ยังรวมถึงธุรกิจบริการด้านอื่นๆ หันมาสนองตอบความต้องการที่ไม่มีขีดจำกัด และความคาดหวังของผู้ที่มาใช้บริการทำให้ธุรกิจบริการต้องพัฒนาอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น เป็นที่มาให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พัก รีสอร์ท ของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ทั้งนี้ผลการวิจัยจะเป็นข้อมูลสารสนเทศให้กับผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก รีสอร์ทใช้ในการวางแผน พัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติต่อไป เพื่อให้อยู่ควบคู่กับแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนที่ยั่งยืนต่อไป อีกทั้งเป็นข้อมูลสารสนเทศให้กับภาครัฐในการนำข้อมูลครั้งนี้ประกอบการทำแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างดีที่สุด และเกิดประโยชน์สูงสุดต่อธุรกิจการท่องเที่ยวโดยรวมของประเทศไทยต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พัก รีสอร์ท ของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พัก รีสอร์ท ของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

การทบทวนวรรณกรรม

1. **ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ** อุดุลย์ จาตุรงค์กุล และคณะ.(2550). ได้อธิบายทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการของ Phillip Kotler ว่า ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคคล (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process) โดยส่วนประกอบทุกตัวมีความเกี่ยวพันกัน และเท่าเทียมกัน ขึ้นอยู่กับผู้บริหารจะวางกลยุทธ์

2. **ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค** โมเดล 5 ขั้นตอน ในกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ได้อธิบายว่า “ผู้บริโภคจะแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งออกมาจะต้องมีสาเหตุที่ทำให้เกิดพฤติกรรมนั้นๆ เสมอ ซึ่งสาเหตุดังกล่าวจะเป็นสิ่งกระตุ้นทำให้มนุษย์เกิดความต้องการ และจากความต้องการดังกล่าวจะส่งผลให้เกิดแรงจูงใจเพื่อแสดงพฤติกรรมออกมา” จากทฤษฎีข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคจะมีลักษณะดังนี้ 1) พฤติกรรมผู้บริโภคจะเกิดขึ้นได้ต้องมีสาเหตุที่ทำให้เกิดความต้องการขึ้น 2) พฤติกรรมผู้บริโภคจะเกิดขึ้นได้ต้องมีสิ่งจูงใจให้แสดงพฤติกรรมต่างๆ 3) พฤติกรรมผู้บริโภคที่เกิดขึ้นย่อมมีเป้าหมายในเรื่องของการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

3. **ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับที่พัก รีสอร์ท** การจัดแบ่งประเภทของที่พักแรมหรือโรงแรมแตกต่างกันออกไปตามวัตถุประสงค์ในการจัดประเภทซึ่งอาจขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้ง การเข้าพักอาศัยของแขก การบริหารงาน การจัดบริการแก่แขก หรือขึ้นอยู่กับองค์ประกอบอื่นๆ ดังนั้นการจัดแบ่งประเภทของที่พักแรมจึงแตกต่างกันออกไปตามวัตถุประสงค์ดังกล่าวแล้ว และได้จัดแบ่งโรงแรมออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

3.1 โรงแรมเพื่อการพาณิชย์หรือโรงแรมแขกพักไม่ประจำ (Commercial or Transient Hotels) โรงแรมประเภทนี้มีมากกว่าประเภทอื่นๆ ทำเลที่ตั้งอยู่ในเมือง ทั้งนี้เพื่อความสะดวกในการติดต่อธุรกิจ แขกซึ่งพักในโรงแรมดังกล่าวแล้ว เป็นนักธุรกิจ นักท่องเที่ยว ที่มีวัตถุประสงค์พักชั่วคราวเพื่อติดต่อธุรกิจ หรือการท่องเที่ยว มิได้มีวัตถุประสงค์เพื่อเช่าอยู่เป็นที่พักประจำสำหรับการประกอบธุรกิจ หรือที่อยู่อาศัย โรงแรมเพื่อการพาณิชย์ หรือโรงแรมแขกพักไม่ประจำดังกล่าวแล้ว จะจัดบริการความสะดวกสบายต่างๆ แก่แขกอย่างพร้อมเพรียง เช่น ห้องอาหาร สถานที่บริการด้านธุรกิจ เช่น การส่งจดหมาย โทรเลข หรือระบบการสื่อสารอื่นๆ สถานที่พักผ่อนหย่อนใจและการออกกำลังกาย เช่น สระว่ายน้ำ สนามเทนนิส ฯลฯ องค์กรประกอบดังกล่าวแล้วต้องจัดบริการให้แขกเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ในการติดต่อธุรกิจ และการพักผ่อนอย่างพอเพียง เพื่อให้การบริการเกิดความประทับใจ

3.2 โรงแรมแขกพักประจำ (Residential Hotels) โรงแรมประเภทนี้มีวัตถุประสงค์ในการให้แขกเช่าพักอาศัยอยู่ประจำ มีการจัดห้องอาหารบริการแก่แขกและลูกค้าทั่วไป ทำเลที่ตั้ง โดยปกติแล้วอยู่ในบริเวณชานเมืองเพื่อเหมาะแก่การเป็นที่พักอาศัย แต่ก็มีบางโรงแรมตั้งอยู่ใกล้ย่านธุรกิจ ทั้งนี้เพื่ออำนวยความสะดวกแก่แขกในการติดต่อการงาน

3.3 รีสอร์ท (Resorts) โรงแรมประเภทนี้ตั้งอยู่ในบริเวณที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติ เช่น ชายทะเลหรือบริเวณภูเขา ทั้งนี้เพื่อให้แขกได้พักผ่อน สามารถสัมผัสกับธรรมชาติได้อย่างแท้จริง โรงแรมต้องจัดบริการต่างๆ เช่น ห้องอาหาร การชกกีฬ การติดต่อสื่อสาร หรือบริการอื่นๆ เหมือนโรงแรมทั่วไป แต่ต้องเน้นบริการทางด้านนันทนาการ และนันทนาการแก่แขกให้มากกว่าโรงแรมทั่วไป ดังนั้นโรงแรมรีสอร์ทต้องจัดสร้างสระว่ายน้ำ สนามเทนนิส สนามขี่ม้า ตลอดจนกิจกรรมในการบันเทิงอื่นๆ ให้กับแขกผู้มาพัก ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในด้านการพักผ่อนเป็นหลัก ในปัจจุบันโรงแรมรีสอร์ทนอกจากมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจแล้ว การตอบสนองลูกค้าเพื่อการเพื่อการประชุม สัมมนา การจัดงานเที่ยวแบบให้รางวัล (Incentive Tour) เพิ่มปริมาณมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การใช้สถานที่ดังกล่าวแล้วนอกฤดูกาลท่องเที่ยว เพราะสามารถลดค่าบริการได้ต่ำกว่าฤดูกาลท่องเที่ยว

4. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับอำเภอสนม จังหวัดราชบุรี เดิมอำเภอสนมเป็นตำบลหนึ่งของอำเภอมวกเหล็ก จังหวัดราชบุรี เรียกว่า ตำบลสนม เป็นตำบลที่กว้างขวาง ทิศกันดารเต็มไปด้วยภูเขา ป่าไม้ การคมนาคมไม่สะดวก ประชาชนส่วนใหญ่เป็นชาวไทยเชื้อสายกะเหรี่ยง แบ่งเป็น 16 หมู่บ้าน การปกครองดูแลเป็นไปด้วยความยากลำบาก รัฐบาลจึงได้ส่งหน่วยพัฒนาการเคลื่อนที่ที่ 20 กองอำนวยการรักษาความปลอดภัยแห่งชาติ (กรป.กลาง) กองบัญชาการทหารสูงสุดประกอบด้วย 3 เหล่าทัพและข้าราชการพลเรือน ซึ่งเป็นผู้แทนของกระทรวง ทบวง กรมต่างๆ ร่วมกันพัฒนาตำบลสนมเป็นการเข้าไปแนะนำความรู้ จากเมืองสู่ชุมชน ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ คมนาคม และการเมือง ตั้งแต่วันที่ 20 มีนาคม พ.ศ. 2511 ต่อมากระทรวงมหาดไทยได้แบ่งพื้นที่อำเภอจอนม โดยตั้งเป็นกิ่งอำเภอสนมตั้งแต่วันที่ 15 พฤศจิกายน พ.ศ. 2517 และต่อมาได้ยกฐานะเป็น “อำเภอสนม” เมื่อวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2526 โดยที่มาของคำว่า “สนม” เนื่องจากพื้นที่โดยทั่วไปของอำเภอสนมมีสภาพแวดล้อมประกอบด้วย

ธรรมชาติ ป่าไม้ เพื่อรักษา และต้นไม้ชนิดหนึ่งที่ชาวบ้านเรียกว่า “ต้นผึ้ง” ซึ่งเป็นต้นไม้ที่มีเปลือกสีขาวนวล ไม่มีกะเทาะหรือลอกให้เห็นมีดอกสีเหลืองสดและมีกลิ่นหอมที่สำคัญคือจะมีผึ้งจำนวนมากนับแสนนับล้านตัวชอบมาอาศัยทำรังบนต้นผึ้งนี้เท่านั้น จากคำกล่าวของร้านขายยาหรือพ่อค้าในตลาดราชบุรีจะถามเสมอว่า “น้ำผึ้งได้มาจากป่าไหน” คำตอบที่ได้จากพ่อค้าที่ไปรับซื้อออกมาจากป่าคือ “มาจากป่ากะเหรี่ยงโน้น ผึ้งมาทำรังบนต้นผึ้งเป็นร้อยๆ” ต้นผึ้งมักขึ้นอยู่ตามฝั่งลำภาชีเป็นกลุ่มๆ มีแต่พวกพรานกะเหรี่ยงเท่านั้นที่ขึ้นไปเอาผึ้งลงมาได้ ซึ่งน้ำผึ้งเดือนห้าจากป่ากะเหรี่ยงนั้นมีชื่อมาก และชาวราชบุรีจะเรียกว่าน้ำผึ้งจากสวนผึ้ง จากนั้นชื่อของบ้านสวนผึ้งจึงปรากฏเป็นชื่อหมู่บ้านจากกะเหรี่ยงที่ได้นำน้ำผึ้งและของป่าถวายรัชกาลที่ 5 เมื่อคราวเสด็จประพาสถ้ำจอมพลเมื่อปี พ.ศ. 2438 ตำบลสวนผึ้งจึงเป็นตำบลเมื่อตั้งเป็นกิ่งอำเภอจอมบึง พ.ศ. 2438 สมัยมณฑลราชบุรี

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การะเกด แก้วมรกต (2554) วิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่ พบว่า โดยรวมมีระดับการความสำคัญในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมาก 5 ด้านเรียงตามลำดับ คือ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ และอยู่ในระดับปานกลาง 3 ด้าน คือ ด้านราคา ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด และการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่

พัฒนารพี ศรีตุลา (2554) วิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการโรงแรมและที่พักในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยการตลาดบริการโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่อยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยการตลาด ได้แก่ ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการให้บริการ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลกับพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการโรงแรม พบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการทุกประเด็น และพบว่า ปัจจัยการตลาดของโรงแรม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการโรงแรม

กัมปนาท บุญพ้อมี (2551) วิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ต กรณีศึกษา : เกาะลันตา จังหวัดกระบี่ พบว่า เหตุผลการเลือกที่พักจะพิจารณาด้านราคาเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ มีวัตถุประสงค์เพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อน เดินทางมากับครอบครัว ได้รับข้อมูลแนะนำบริการที่พักจากตัวแทน มีการจอง/สำรองสถานที่พัก ตัดสินใจเลือกที่พักด้วยตนเอง และจะกลับมาใช้บริการที่พักแห่งเดิมอีก ส่วนเหตุผลที่ไม่กลับมาใช้บริการที่พักแห่งเดิมเพราะการเดินทางไม่สะดวกและไม่ปลอดภัย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พัก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านห้องพัก อาหาร และเครื่องดื่ม มากที่สุด โดยเน้นเรื่องความสะดวกสบายของห้องพักและห้องน้ำ รองลงมา ด้านลักษณะทางกายภาพเน้นเรื่องความสะดวกบริเวณสถานที่โดยรอบของที่พัก

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการและพักค้างคืนในรีสอร์ทของอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี จากสถิติในปี พ.ศ. 2556 มีจำนวนทั้งสิ้น 363,058 คน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2556)

กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาใช้บริการและพักค้างคืนในรีสอร์ตอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี คำนวณจากสูตรของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) โดยดำเนินการสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) ได้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน (จากจำนวนประชากรทั้งสิ้น 363,058 คน)

ขั้นตอนการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม โดยมีวิธีการสร้างและมีลักษณะแบบสอบถาม ดังนี้

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้สร้างเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ตอนที่ 2 พฤติกรรมทางเลือกใช้บริการที่พักรีสอร์ตของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ตอนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามลำดับ ดังนี้ 1) ผู้วิจัยได้จัดทำทีมงานในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยอบรมแนะนำทีมงานให้เข้าใจแบบสอบถามและทดสอบจนเชื่อว่ามีความชำนาญก่อนการออกเก็บจริงในพื้นที่ 2) ทีมงานทำการแจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด ตามเขตพื้นที่ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง และ 3) นำแบบสอบถามที่ได้กลับคืนมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ ใช้วิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักรีสอร์ตของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ ใช้วิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า ใช้การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์หาปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการรีสอร์ตของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี จำแนกปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักรีสอร์ตของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี วิเคราะห์โดยใช้ค่า Chi-Square (χ^2) ด้วยวิธีของเพียร์สัน เพื่อวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 56.75 มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.00 ซึ่งส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน/รับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 29.75 และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 20,001–30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.50

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการที่พักรีสอร์ท จำนวนวันในการเข้าพักรีสอร์ทต่อครั้ง ราคาที่พักรีสอร์ทที่เลือกใช้บริการ จำนวนคนที่เข้าพักรีสอร์ท การเลือกช่วงวันในการเข้าพักรีสอร์ท วิธีการสำรองห้องพักพักรีสอร์ทและเหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักรีสอร์ท ของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการที่พักรีสอร์ทปีละ 2–3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 41.50 ซึ่งในการเข้าพักรีสอร์ทในแต่ละครั้งส่วนใหญ่ใช้เวลา 2–3 วัน คิดเป็นร้อยละ 41.50 โดยราคาที่พักรีสอร์ทที่เลือกใช้บริการส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 500 – 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 39.00 ส่วนใหญ่เข้าพักรีสอร์ทเป็นจำนวน 2–3 คน คิดเป็นร้อยละ 43.75 ทั้งนี้ช่วงวันที่เข้าพักรีสอร์ทส่วนใหญ่เป็นวันหยุดเทศกาล คิดเป็นร้อยละ 48.50 วิธีที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้สำรองห้องพัก คือ ทางโทรศัพท์ คิดเป็นร้อยละ 67.25 และเหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักรีสอร์ทของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เพราะอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 31.50

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ โดยแสดงเป็นภาพรวมและรายด้าน ปรากฏผลดังตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการโดยภาพรวม และรายด้าน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความสำคัญ
เฉลี่ยรวมด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ	4.20	0.40	มาก
เฉลี่ยรวมด้านราคา	3.90	0.56	มาก
เฉลี่ยรวมด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.24	0.87	มาก
เฉลี่ยรวมด้านการส่งเสริมการตลาด	4.18	0.69	มาก
เฉลี่ยรวมด้านบุคลากร	4.46	0.59	มาก
เฉลี่ยรวมด้านลักษณะทางกายภาพ	4.23	0.47	มาก
เฉลี่ยรวมด้านกระบวนการให้บริการ	4.21	0.48	มาก
โดยภาพรวม	4.20	0.40	มาก

จากตารางที่ 1.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบัณฑิตส่วนประสมทางการตลาดบริการ โดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พัก รีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนี้

1. ด้านเพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พัก รีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 3 รายการ ได้แก่ 1) จำนวนวันในการเข้าพัก รีสอร์ทต่อครั้ง 2) วิธีการสำรองห้องพัก รีสอร์ท และ 3) เหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก รีสอร์ท

2. อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พัก รีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 2 รายการ ได้แก่ 1) จำนวนวันในการเข้าพัก รีสอร์ทต่อครั้ง และ 2) เหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก รีสอร์ท

3. อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พัก รีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 2 รายการ ได้แก่ 1) จำนวนคนที่เข้าพัก รีสอร์ท และ 2) วิธีการสำรองห้องพัก รีสอร์ท

4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พัก รีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 4 รายการ ได้แก่ 1) ความถี่ในการใช้บริการที่พัก รีสอร์ท 2) จำนวนวันในการเข้าพัก รีสอร์ทต่อครั้ง 3) วิธีการสำรองห้องพัก รีสอร์ท และ 4) เหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก รีสอร์ท

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พัก รีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พัก รีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ในเรื่องความถี่ในการใช้บริการที่พัก รีสอร์ทพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน ยกเว้นด้านลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พัก รีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ในเรื่องจำนวนวันในการเข้าพัก รีสอร์ทต่อครั้งพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พัก รีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ในเรื่องราคาที่เข้าพัก รีสอร์ทที่เลือกใช้บริการพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน ยกเว้น 2 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการส่งเสริมการตลาด และ 2) ด้านบุคลากร มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ในเรื่องจำนวนคนที่เข้าพักที่รีสอร์ท พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ในเรื่องการเลือกช่วงวันในการเข้าพักที่รีสอร์ท พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน ยกเว้น 2 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ 2) ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ในเรื่องวิธีการสำรองห้องพักที่รีสอร์ท พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน ยกเว้นด้านกระบวนการให้บริการ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

7. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ในเรื่องเหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักรีสอร์ท พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน ยกเว้น 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ 2) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ 3) ด้านบุคลากร มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผลการวิจัย

พฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี จากผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้บริการที่พักรีสอร์ทปีละ 2-3 ครั้ง ซึ่งในการเข้าพักที่รีสอร์ทในแต่ละครั้งส่วนใหญ่ใช้เวลา 2-3 วัน โดยราคาที่พักรีสอร์ทที่เลือกใช้บริการอยู่ระหว่าง 500 – 1,000 บาท ส่วนใหญ่เข้าพักที่รีสอร์ทเป็นจำนวน 2-3 คน ทั้งนี้ช่วงวันที่เข้าพักที่รีสอร์ทส่วนใหญ่เป็นวันหยุดเทศกาล และเหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักรีสอร์ทของเพราะอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้อาจเนื่องจากว่า อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานครมากนัก อีกทั้งยังเป็นจังหวัดที่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยธรรมชาติ จึงเหมาะกับการสร้างที่พักที่พักรีสอร์ทเป็น อย่างมาก เหมาะกับการพักผ่อนของนักท่องเที่ยวที่ต้องการธรรมชาติ ความเงียบสงบ มีความเป็นส่วนตัว จากผลการวิจัยจะเห็นว่า นักท่องเที่ยวเดินทางมาพักที่พักรีสอร์ทปีละ 2-3 ครั้ง เพราะจังหวัดราชบุรีสะดวกต่อการเดินทางมาพักผ่อนหรือท่องเที่ยวเพราะไม่ไกลจากเมืองหลวงมากนัก โดยจะเลือกวันหยุดเทศกาลเพราะส่วนใหญ่จะหยุดพร้อมกันจึงเหมาะกับการมาท่องเที่ยวและเข้าพักที่พักรีสอร์ทเป็น อย่างมาก ซึ่งการเข้าพักแต่ละครั้งก็พักไม่เกิน 2-3 วันเป็นการเข้าพักในช่วงเวลาสั้นๆ และเห็นว่าราคาที่พักรีสอร์ทก็ไม่แพงเท่ากับโรงแรม จึงทำให้รีสอร์ทเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว และเหตุผลที่สำคัญอีกอย่างที่นักท่องเที่ยวเลือกพักรีสอร์ทเพราะอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว ทำให้การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวสะดวก ซึ่งสอดคล้องกับอนุภา สายบัวทอง (2550) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการพักรีสอร์ทในราคา 500-1,000 บาท และอภริดี เนติ

รังษิรัชรา (2551) ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้บริการในช่วงวันหยุดเทศกาล โดยใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อปี

ปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี จากผลการวิจัย พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ทั้งนี้เนื่องจากว่า รายได้ที่แตกต่างกันทำให้มีการเลือกใช้บริการที่พักรีสอร์ทต่างกัน กล่าวคือ ผู้ที่มีรายได้ต่ำจะเลือกเข้าพักปีละ 1 ครั้ง แต่ในแต่ละครั้งจะพักเป็นเวลา 3-5 วัน เพื่อให้การพักผ่อนคุ้มค่าที่สุด และเลือกพักรีสอร์ทที่อยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวเพราะจะได้ไม่เสียเวลาในการเดินทาง จากที่พักไปยังสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งต่างจากผู้ที่มีรายได้สูงจะมีกำลังในการเลือกใช้บริการที่พักได้บ่อยปีละ 2-3 ครั้ง ทั้งนี้จะเห็นว่าการเข้าพักจะพักครั้งละ 1 วัน อาจเป็นเพราะว่าต้องการมาพักผ่อนโดยตรงมากกว่ามาท่องเที่ยว ดังนั้นจึงต้องการความสงบ ความเป็นส่วนตัว และความเป็นธรรมชาติเพื่อให้ร่างกายผ่อนคลายมากกว่า สอดคล้องไพศาล ทองคำ (2551) พบว่า กลุ่มที่มีรายได้ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ที่พักต่างกัน โดยกลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 500 เหรียญดอลลาร์สหรัฐอเมริกา ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ที่พักมากที่สุด คือ ราคาที่พัก ส่วนกลุ่มรายได้มากกว่า 2,901 เหรียญดอลลาร์สหรัฐอเมริกา ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ที่พักมากที่สุด คือ ความปลอดภัย ดังนั้นการใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวจึงพอใจเลือกใช้ตามระดับรายได้ของตน และสอดคล้องกรรณเกษม วสันตวิภูวดี (2551) ที่ทำการศึกษาคำถามที่กำหนดพฤติกรรมการใช้จ่าย และระยะเวลาพำนักรักของนักท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยที่มีผล ได้แก่ ปัจจัยสำคัญ คือ รายได้ นั้นหมายถึงว่ารายได้เป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อหรือใช้บริการ

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี จากผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ในเรื่อง จำนวนวันในการเข้าพักพักรีสอร์ทต่อครั้ง และในเรื่อง จำนวนคนที่เข้าพักพักรีสอร์ท ทั้งนี้เนื่องจากว่า ที่พักพักรีสอร์ทที่มีคุณภาพที่ดี มีมาตรฐานอยู่ในระดับที่น่าพอใจแล้ว ถึงแม้ว่าจะเข้าพัก 1 วันหรือมากกว่า 1 วัน และในการเข้าพักในแต่ละครั้งจะเข้าพักคนเดียวหรือหลายคนก็ตาม นักท่องเที่ยวก็ไม่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมากนัก แสดงว่า ผู้เข้าพักมีความพึงพอใจและประทับใจ และกลับมาใช้บริการจากที่พักพักรีสอร์ทอีกครั้ง สอดคล้องกับวิจัย สอดคล้องกับวรชรา วรรณ (2545) ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการที่พักในจังหวัดเชียงราย พบว่า ธุรกิจโรงแรมมีลักษณะพื้นฐานที่ไม่แตกต่างไปจากธุรกิจอื่น คือ มีทั้งปัจจัยที่ควบคุมได้ และปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้ เช่น สภาพอากาศ ภาวะเศรษฐกิจ ภาวะทางสังคมวัฒนธรรม และ

อื่นๆ โดยผู้ให้บริการมีบทบาทต่อการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ให้บริการมากที่สุด และยังสอดคล้องกับไพศาล ทองคำ (2551) พบว่า หลักการในการให้บริการจะต้องให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการ ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจ และไม่ก่อผลเสียใดๆ เมื่อบริการที่พึง และการบริการที่ประทับใจตรงตามความต้องการของลูกค้าแล้ว ลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อเสนอแนะ 2 ด้าน ได้แก่ ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้ และข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1. การตั้งราคาของที่พักรีสอร์ท ควรตั้งราคาให้หลากหลายเพื่อให้สอดคล้องกับรายได้ที่แตกต่างกันของผู้เข้าพักหรือนักท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่จะมองว่าราคาที่พักรีสอร์ทเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความพึงพอใจและมีผลต่อการตัดสินใจเข้าพักมากที่สุด ทั้งนี้เพื่อให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาพักตลอดเวลา อันจะส่งผลให้ที่พักรีสอร์ทสามารถอยู่รอดได้ภายใต้สภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำ

2. ควรวางแผนกลยุทธ์เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป ถึงแม้ว่าจากผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พักรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ในเรื่อง จำนวนวันในการเข้าพักที่พักรีสอร์ทต่อครั้ง และในเรื่อง จำนวนคนที่เข้าพักที่พักรีสอร์ท ก็ตาม ทั้งนี้ผู้บริหารก็ไม่ควรละเลย แต่ควรวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจมากที่สุด

ข้อเสนอแนะในการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาถึงแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจบริการที่พักรีสอร์ทในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี เพื่อรองรับการขยายตัวทางการท่องเที่ยวในอนาคต ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักรีสอร์ทที่มีความสนใจ สามารถนำไปเป็นแนวทางในการจัดการต่อไป

2. ควรศึกษาการเลือกใช้บริการที่พักรีสอร์ทของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพื่อให้ทราบถึงปัญหาและความต้องการที่แท้จริง ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักรีสอร์ทสามารถนำไปวางแผนและปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้ลูกค้าชาวต่างชาติเกิดความพึงพอใจมากที่สุด

เอกสารอ้างอิง

- กรรณเกษม วสันตวิษุวัต. (2551). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการโรงแรมแบบบูติคในจังหวัดเชียงใหม่(วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2556). *สถิตินักท่องเที่ยว*. สืบค้นเมื่อวันที่ 17 มกราคม 2557, จาก <http://www.tat.or.th>.
- โกศล วัชรโพน. (2545). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการเลือกใช้บริการที่พักโรงแรมประเภทเกสต์เฮาส์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่(วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กัมปนาท บุญพ้อม. (2551). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ตกรณีศึกษา เกาะลันตา จังหวัดกระบี่(วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต
- ไพศาล ทองคำ. (2551). *พฤติกรรมและความต้องการเลือกใช้บริการที่พักโรงแรมของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา บริเวณอ่าวนาง จังหวัดกระบี่(วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.
- รัตนภรณ์ ถาวร. (2550). *พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการที่พักโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ (วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- วชิราภรณ์ โลหะขาละ. (2545). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเลือกใช้บริการที่พักในจังหวัดเชียงราย(วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- อภิรดี เนติรังสีวัชร. (2551). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมและที่พักในจังหวัดนครราชสีมา*. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
- อณูภา สายบัวทอง. (2550). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมฮิลตัน หัวหินรีสอร์ท แอนด์ สปา ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ(วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล และดลยา จาตุรงค์กุล. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านเวดดิ้งสตูดิโอในอำเภอกระทุ่มแบน
จังหวัดสมุทรสาคร

Factors Affecting the Selection of Wedding Services Studios in Krathum Baen
District, Samutsakhon Province

กมลลา จันทร์พื้ง

Kamala Chanpueng

มหาวิทยาลัยสยาม

Siam University, Thailand.

Email: ranja@hotmail.co.th

Received May 20, 2020; Revised June 12, 2020; Accepted August 20, 2020

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ย ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านเวดดิ้งสตูดิโอในเขตกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร รวมทั้งศึกษาส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์และบริการ ราคา สถานที่และทำเลที่ตั้งการส่งเสริมการตลาด คุณสมบัติของพนักงาน กระบวนการให้บริการ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านเวดดิ้งสตูดิโอในเขตกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร และเพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ที่มีผลต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ของผู้ใช้บริการร้านเวดดิ้งสตูดิโอ ในเขตกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในบริเวณเขตกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับผลการทดสอบสมมติฐานใช้ค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุตั้งแต่ 22-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ 15,000-20,000 บาทต่อเดือน ส่วนพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านเวดดิ้งสตูดิโอ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกถ่ายภาพแต่งงาน ส่วนใหญ่เคยใช้บริการมาแล้ว 1 ครั้ง โดยรู้จักร้านเวดดิ้งสตูดิโอจากอินเทอร์เน็ต สำหรับผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเวดดิ้งสตูดิโอคือคู่สมรส ราคาชุด ที่สนใจมากที่สุดคือ ราคา 20,000 บาทขึ้นไป นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านเวดดิ้งสตูดิโอ โดยรวม และรายด้าน

ย่อย อยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านเวดดิ้งสตูดิโอในอันดับแรก รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ส่วนปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีผลในระดับสุดท้าย

สำหรับการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลทำให้พฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านเวดดิ้งสตูดิโอ ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ทางด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านสถานที่และทำเลที่ตั้ง และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของร้านเวดดิ้งสตูดิโอ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านเวดดิ้งสตูดิโอของผู้ตอบแบบสอบถาม นอกจากนี้ยังพบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลทำให้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของร้านเวดดิ้งสตูดิโอ ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

คำสำคัญ: การเลือกใช้บริการ; ร้านเวดดิ้งสตูดิโอ; ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

Abstract

The objective of this research is to study the Demographic Factor that including the sex, age, education level, occupation and incomings that caused The Choosing Behavior of the Wedding Studio Service Shop in Krathum Baen District, Samut Sakhon Province. Moreover, the objective of this research is to study The Service Marketing mix such as Products and Services, Prices, Location, Promotion, The Performance of Employee, The Service procedure and the physical environment that caused The Choosing Behavior of the Wedding Studio Service Shop in Krathum Baen District, Samut Sakhon Province. For the study of the Demographic Factor that caused The Service Marketing mix of people who used the Wedding Studio Service Shop in Krathum Baen District, Samut Sakhon Province is The easily example group which was used in this study was random by the 400 of people who live in Krathum Baen District, Samut Sakhon Province. The statistics which were used in data analysis are the frequency distribution, the Percentage, the average and the Standard deviation. For more further, the Pearson Correlation was used in the result of the hypothesis and found that

The results showed that the majority example group were females in the age of 22 – 30 years old, finished the Bachelor's Degree, working in the private company and had the average income about 15,000–20,000 Baht per month. For the Behavior of Wedding Studio Shop choosing caused that the majority example group chose to take the wedding photo, they used to use the service for one more and they knew the wedding studio shop by the internet. Their spouses were the main key of the decision in choosing the shop and the most interested package of the shop had the

cost about 20000 baht up. Moreover, the study found that the Factor of the marketing mix might have an effect on the Behavior of the wedding studio shop choosing in totally and some divided side for more numbers. The factor of the service producer had an effect to the Behavior of the wedding studio shop choosing in the first thing, the secondary is the factor of products & services. The last thing is the factor of physical environment.

For the Study of Hypothesis shown that the Factor of Demographic such as sex, age, the education level work and the different income have the effect to the wedding studio shop' s service choosing in Krathum Baen District, Samut Sakhon Province. The study shown that there is the different in the mix of market, the service of products and the position of the place include the physical environment of the wedding studio shop that relate with the Behavior of the wedding studio shop choosing of the respondents. Moreover, the study shown that the different of the education level effected to the market mix of the market services wedding studio shop in Krathum Baen District, Samut Sakhon Province.

Keywords: Service Choosing; Wedding Studio Shop; the Demographic Factor

บทนำ

การแต่งงานเป็นจุดเริ่มต้นของชีวิตครอบครัวของมนุษย์ โดยเฉพาะการจัดพิธีแต่งงานนั้นถือเป็นสิ่งสำคัญเพื่อเป็นการประกาศให้ญาติมิตรและครอบครัวทราบและร่วมแสดงความยินดีกับคู่บ่าวสาว อีกทั้งยังเป็นความภูมิใจของบิดามารดาผู้ให้กำเนิด แต่ในปัจจุบันสภาพสังคมที่เปลี่ยนไป ทำให้ชีวิตความเป็นอยู่มีความเร่งรีบมากขึ้น ทำให้ไม่มีเวลาในการเตรียมตัวของคู่บ่าวสาว การจัดหาสถานที่จัดงาน การแจกการ์ด การจัดหาของชำร่วย การจัดหาชุดแต่งงาน การถ่ายภาพงานพิธี และการจัดงานฉลองมงคลสมรส นับเป็นขั้นตอนที่ย่างยากไม่น้อย จึงต้องมีตัวกลางที่ประสานระหว่างความต้องการของคู่บ่าวสาวกับในเรื่องของเวลาและความสมบูรณ์แบบในการจัดเตรียมงาน จึงเป็นจุดกำเนิดที่ทำให้เกิดธุรกิจ Wedding Studio (Pre-wedding) หรือธุรกิจบริการแต่งงานแบบครบวงจร ซึ่งสามารถแบ่งเบาภาระทั้งด้านเวลาและค่าใช้จ่ายของคู่บ่าวสาวไปได้มากสำหรับการจัดพิธีแต่งงานในปัจจุบันนั้น คู่บ่าวสาวจะนิยมเลือกใช้ธุรกิจบริการแต่งงานแบบครบวงจรหรือเรียกตามสมัยนิยมว่าร้านเวดดิ้งสตูดิโอ โดยมีจุดประสงค์หลักเพื่อให้ทางร้านดูแลจัดการเกี่ยวกับงานแต่งงาน อำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ หรือซื้อหาของใช้ที่เกี่ยวข้องกับการแต่งงาน เพื่อความสะดวกสบายจึงนิยมเลือกใช้บริการร้านเวดดิ้งสตูดิโอซึ่งเป็นศูนย์บริการครบวงจรและสะดวกกว่าเดินหาซื้อของเองตามแหล่งต่างๆ

ด้วยเหตุนี้จึงทำให้การทำธุรกิจร้านเวดดิ้งสตูดิโอเริ่มเข้ามามีบทบาทมากขึ้นกว่าในอดีต โดยผู้บริโภคหรือคู่แต่งงานประมาณ 80 % หันมาใช้บริการถ่ายภาพวิวาห์จากแต่ก่อนมีเพียง 10% เท่านั้นและ

คาดว่าจะมีแนวโน้มมาใช้บริการเพิ่มขึ้นเมื่อเงินหมุนเวียนในธุรกิจนี้ไม่น่าจะต่ำกว่า 6,000 ล้านบาท (เดบิตอย่างรวดเร็วสำหรับธุรกิจน้องใหม่สตูดิโอถ่ายภาพ, 2553) ทำให้เกิดธุรกิจวิวาห์ขึ้นในหลายพื้นที่อย่างมากมาย ส่งผลให้เกิดการแข่งขันกันระหว่างร้านเวดดิ้งสตูดิโอเพิ่มสูงขึ้น แต่ละร้านเวดดิ้งสตูดิโอจึงนำเอาจุดเด่นของตนมาโฆษณา อีกทั้งยังใช้กลยุทธ์การลดราคาเพื่อดึงลูกค้าให้มาใช้บริการ โดยเฉพาะช่วงปลายปีเป็นช่วงที่มีการใช้บริการถ่ายภาพแต่งงานสูงที่สุดเนื่องจากคู่บ่าวสาวมักจะถือฤกษ์ดีที่เหมาะสมสำหรับการแต่งงานในช่วงนี้คิดโดยเฉลี่ยรายได้ของการถ่ายภาพแต่งงานมาจากไตรมาสสุดท้ายถึง 65% (ความเข้มข้นของธุรกิจสตูดิโอถ่ายภาพแต่งงานในช่วงไตรมาสสุดท้าย, 2553) แต่พบว่าพฤติกรรมของลูกค้าต่อรายเริ่มเปลี่ยนไปมีการเลือกใช้บริการแพ็คเกจที่มีราคาถูกลงเพราะผู้บริโภคมีการศึกษาข้อมูลและเปรียบเทียบความคุ้มค่าของแต่ละสตูดิโอถ่ายภาพแต่งงานที่มีให้เลือกมากมายในขณะนี้

ซึ่งเหตุผลดังกล่าวให้ร้านเวดดิ้งสตูดิโอต้องเผชิญกับสภาพการแข่งขันที่รุนแรงเนื่องจากทางเลือกในการเลือกใช้บริการเพิ่มมากขึ้น ทั้งยังมีการแข่งขันจากช่างภาพอิสระและช่างตัดชุดจากภายนอกอีกด้วย จึงทำให้ร้านเวดดิ้งสตูดิโอต้องมีการปรับกลยุทธ์การบริหารงาน โดยให้ความสนใจไปที่ผู้ใช้บริการเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อหาวิธีและแนวทางในการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ให้มีประสิทธิภาพและครองส่วนแบ่งการตลาดให้มากที่สุดเพื่อบรรลุเป้าหมายของการประกอบธุรกิจ จากที่กล่าวข้างต้นทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาในเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านเวดดิ้งสตูดิโอในเขตกรุงเทพมหานคร จังหวัดสมุทรสาคร โดยผลของการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนทางการตลาด การกำหนดกลยุทธ์ การปรับปรุงการให้บริการในอนาคต ให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งทางธุรกิจนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการนำผลการวิจัยนี้ไปเป็นฐานข้อมูลในการพัฒนาเพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าต่อไป

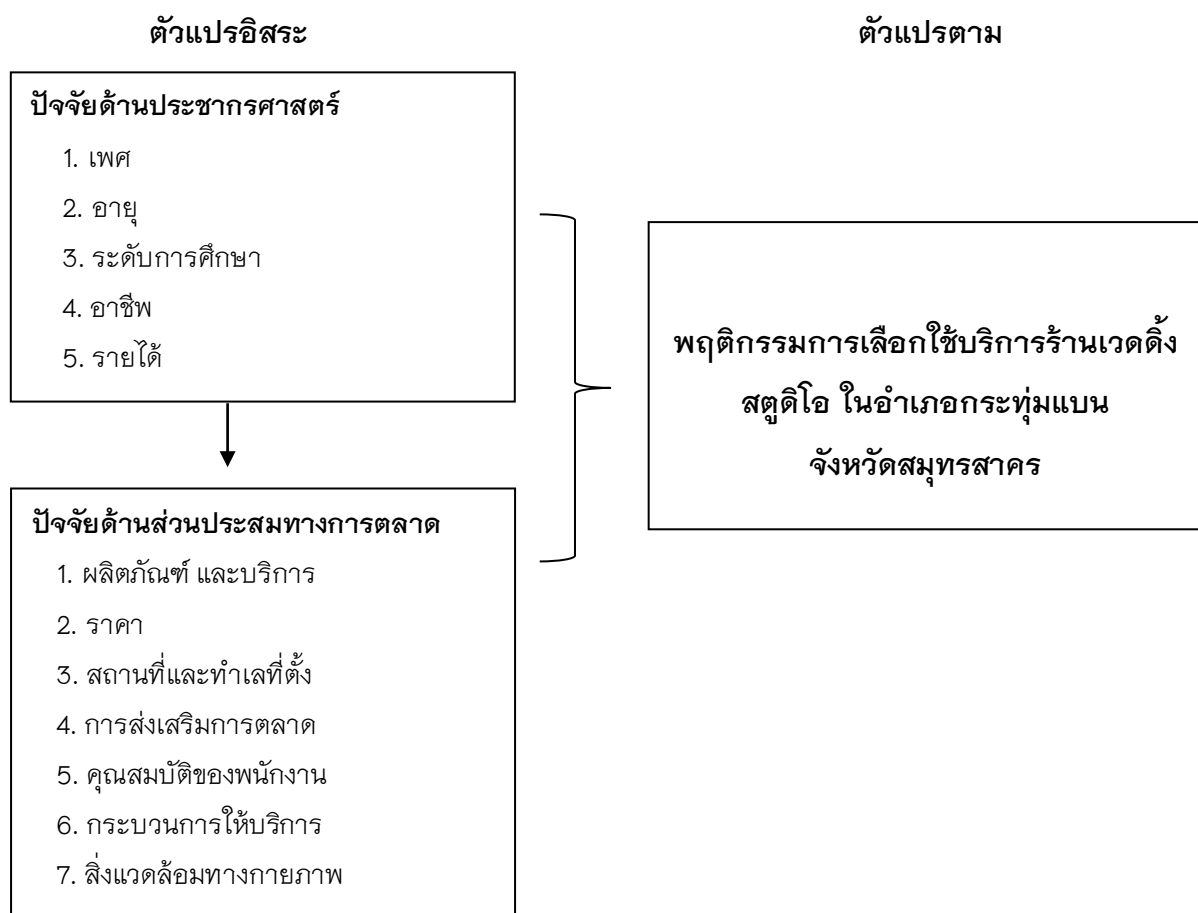
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ย ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านเวดดิ้งสตูดิโอในเขตกรุงเทพมหานคร จังหวัดสมุทรสาคร
2. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์และบริการ ราคา สถานที่และทำเลที่ตั้ง การส่งเสริมการตลาด คุณสมบัติของพนักงาน กระบวนการให้บริการ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านเวดดิ้งสตูดิโอในเขตกรุงเทพมหานคร จังหวัดสมุทรสาคร
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ที่มีผลต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ของผู้ใช้บริการร้านเวดดิ้งสตูดิโอ ในเขตกรุงเทพมหานคร จังหวัดสมุทรสาคร

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการร้านเวดจ์สตูดิโอ ในเขตกระทู้มแบน จังหวัดสมุทรสาคร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลทำให้พฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านเวดจ์สตูดิโอ ในเขตกระทู้มแบน จังหวัดสมุทรสาครแตกต่างกัน
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์และบริการ ราคา สถานที่และทำเลที่ตั้ง การส่งเสริมทางการตลาด คุณสมบัติของพนักงาน กระบวนการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านเวดจ์สตูดิโอ ในเขตกระทู้มแบน จังหวัดสมุทรสาครแตกต่างกัน
3. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการร้านเวดจ์สตูดิโอ ในเขตกระทู้มแบน จังหวัดสมุทรสาคร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลทำให้ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์และบริการ ราคา สถานที่และทำเลที่ตั้ง การส่งเสริมทางการตลาด คุณสมบัติของพนักงาน กระบวนการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ แตกต่างกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในบริเวณเขตกระทู้แบน จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 400 คน โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้น โดยดัดแปลงจากแบบสอบถามที่มีผู้สร้างมาแล้วเป็นแนวทาง เพื่อนำมากำหนดกรอบและขอบเขตเนื้อหาในการสร้างแบบสอบถาม ให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา ซึ่งแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านเวดดิ้งสตูดิโอ ได้แก่ ช่วงเวลาในการใช้บริการ บริการที่ต้องการได้รับ ประสิทธิภาพในการใช้บริการ การวางแผนช่วงเวลาที่จะใช้บริการ และค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งแบ่งเป็น 7 ด้าน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์และบริการ ราคา สถานที่และทำเลที่ตั้ง การส่งเสริมการตลาด คุณสมบัติของพนักงาน กระบวนการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ประยุกต์ตามมาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยแบ่งระดับความสำคัญออกเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และไม่มีผล

จากนั้นนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้อาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบและปรับแก้ตามคำแนะนำ เพื่อความสมบูรณ์ของเนื้อหา รวมทั้งการใช้ภาษาที่เหมาะสม และนำแบบสอบถามไปทดลอง (Try-out) ใช้กับผู้เลือกใช้บริการร้านเวดดิ้งสตูดิโอที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน แล้วนำผลที่ได้ไปหาความเชื่อมั่น โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach ซึ่งผลการหาค่าความเชื่อมั่นปรากฏว่า ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.912 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.7 ขึ้นไป แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นในระดับที่ยอมรับได้ จึงนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลต่อไป

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2541) และค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (ชูศรีพันธุ์ทอง, 2527) โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัย

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของลูกค้า

ตารางที่ 1 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

(n = 400)

ลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	178	44.5
หญิง	222	55.5
2. อายุ		
ต่ำกว่า 22 ปี	20	5.0
22 – 30 ปี	224	56.0
31 – 40 ปี	126	31.5
41 – 50 ปี	20	5.0
มากกว่า 50 ปีขึ้นไป	10	2.5
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	40	10.0
ปริญญาตรี	238	59.5
สูงกว่าปริญญาตรี	122	30.5
4. อาชีพ		
พนักงานบริษัทเอกชน	180	45.0
ข้าราชการ/พนักงานหน่วยงานรัฐ	48	12.0
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	4	1.0
อาชีพอิสระ	66	16.5
เจ้าของธุรกิจ	76	19.0
อื่นๆ	26	6.5
5. รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	50	12.5
15,000 – 20,000 บาท	126	31.5
20,001 – 30,000 บาท	84	21.0
30,001 – 40,000 บาท	86	21.5
40,001 – 50,000 บาท	18	4.5
มากกว่า 50,000 บาท	36	9.0

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุตั้งแต่ 22-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ 15,000-20,000 บาทต่อเดือน

พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการเวดจ์สตูดิโอ

ตารางที่ 2 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการเวดจ์สตูดิโอ

(n = 400)

พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการเวดจ์สตูดิโอ	จำนวน	ร้อยละ
1. ประเภทภาพถ่ายกิจกรรมที่เลือกใช้บริการ ¹		
ภาพถ่ายงานแต่งงาน	330	82.5
ภาพถ่ายรับปริญญา	154	38.5
ภาพถ่ายกิจกรรมครอบครัว	72	18.0
ภาพถ่ายงานเลี้ยงสังสรรค์	60	15.0
ภาพถ่ายแฟชั่น (ไปรเวท)	52	13.0
อื่นๆ	10	2.5
2. จำนวนครั้งที่เคยใช้บริการร้านเวดจ์สตูดิโอ		
เคยใช้บริการแล้ว 1 ครั้ง	200	50.0
เคยใช้บริการแล้ว 2 ครั้ง	128	32.0
เคยใช้บริการแล้ว 3 ครั้ง	46	11.5
เคยใช้บริการแล้ว 4 ครั้ง	22	5.5
เคยใช้บริการมากกว่า 4 ครั้งขึ้นไป	4	1.0
3. แหล่งที่รู้จักร้านเวดจ์สตูดิโอ		
อินเทอร์เน็ต	274	68.5
ป้ายโฆษณา	76	19.0
สื่อสิ่งพิมพ์	82	20.5
เพื่อน/คนรู้จักแนะนำ	272	68.0
อื่นๆ	4	1.0
4. ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้ ¹		
คู่สมรส	236	59.0
ญาติผู้ใหญ่	134	33.5
เพื่อนฝูง	216	54.0

พนักงานขาย	92	23.0
อื่นๆ	8	2.0
5. ราคาชุด (Package) ที่สนใจ		
น้อยกว่า 5,000 บาท	44	11.0
5,001 – 10,000 บาท	62	15.5
10,001 – 15,000 บาท	66	16.5
15,001 – 20,000 บาท	100	25.0
20,000 บาทขึ้นไป	128	32.0

หมายเหตุ: เครื่องหมาย ^{1/} เป็นคำถามที่ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกถ่ายภาพแต่งงาน ส่วนใหญ่เคยใช้บริการมาแล้ว 1 ครั้ง โดยรู้จักร้านเวดดิ้งสตูดิโอจากอินเทอร์เน็ต สำหรับผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเวดดิ้งสตูดิโอคือคู่สมรส ราคาชุด (Package) ที่สนใจมากที่สุดคือ ราคา 20,000 บาทขึ้นไป

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านเวดดิ้งสตูดิโอ

ตารางที่ 3 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านเวดดิ้งสตูดิโอ

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	4.1840	.59179	มาก
ด้านราคา	4.0550	.66982	มาก
ด้านสถานที่และทำเลที่ตั้ง	4.1067	.63829	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.0367	.66983	มาก
ด้านคุณสมบัติของพนักงาน	4.0850	.68154	มาก
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.2750	.69324	มาก
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	3.9267	.76774	มาก
รวม	4.0956	.55974	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านเวดดิ้งสตูดิโอ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.0956 และทุกๆปัจจัยมีผลต่ออยู่ในระดับมากเช่นกัน

โดยปัจจัยที่มีผลมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 4.2750 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.1840 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่ออยู่ในระดับสุดท้าย คือ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.9267

การทดสอบสมมติฐาน

จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการร้านเวดจ์สตูดิโอ ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านเวดจ์สตูดิโอ ในเขตกรุงเทพมหานคร นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการของร้านเวดจ์สตูดิโอ ในเขตกรุงเทพมหานคร ยกเว้นระดับการศึกษาที่พบว่ามีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ แต่ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้แก่ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านคุณสมบัติของพนักงาน และด้านกระบวนการให้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านเวดจ์สตูดิโอ ในเขตกรุงเทพมหานคร ยกเว้นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านสถานที่และทำเลที่ตั้ง และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่พบว่ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านเวดจ์สตูดิโอ ในเขตกรุงเทพมหานคร

อภิปรายผล

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการร้านเวดจ์สตูดิโอ ในอำเภอกรุงเทพมหานคร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านเวดจ์สตูดิโอ ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ดุลยลักษณ์ อุโฬจิตร (2552) ที่กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา และรายได้ โดยเพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความต้องการบริโภคที่แตกต่างกันในสินค้าบางประเภท ขึ้นอยู่กับลักษณะของสินค้า ส่วนอายุที่แตกต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน สำหรับอาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน ทางด้านรายได้จะมีผลกระทบต่อสินค้าและบริการที่ตัดสินใจซื้อ และผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ

2. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการของร้านเวดจ์สตูดิโอ ในอำเภอกรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปัญญา อุดงศิริเทพ (2554) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการถ่ายภาพแต่งงานร้านมงคลสมรส ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการถ่ายภาพแต่งงาน

ร้านมงคลสมรสไม่แตกต่างกัน แต่ขัดแย้งในเรื่องของเพศ และอายุ ที่พบว่า เพศ และอายุที่แตกต่างกันให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการถ่ายภาพแต่งงานร้านมงคลสมรสแตกต่างกัน ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากก่อนที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อสินค้าய่อมที่จะต้องมีการค้นหา และวิเคราะห์ข้อมูล มีการประเมินผลทางเลือก จึงให้ความสำคัญกับปัจจัยผลิตภัณฑ์และบริการ ราคา สถานที่และทำเลที่ตั้ง การส่งเสริมทางการตลาด คุณสมบัติของพนักงาน กระบวนการให้บริการ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพเหมือนกัน

3. ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการของร้านเวดดิ้งสตูดิโอ ในเขตกรุงเทพมหานคร จังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของไข่มุก ศิริรักษ์ (2555) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ปรึกษาการจัดงานแต่งงานในเขตบางกอกน้อยกรุงเทพมหานคร พบว่า ระดับการศึกษารายได้เฉลี่ยต่อเดือนและอาชีพที่ต่างกันใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ปรึกษาการจัดงานแต่งงานแตกต่างกัน

4. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้แก่ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านคุณสมบัติของพนักงาน และด้านกระบวนการให้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านเวดดิ้งสตูดิโอ ในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของอารยา ปัญญาวัฒน์ (2552) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากผู้รับจัดการงานแต่งงานในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า การประชาสัมพันธ์ผลงานที่ผ่านมาของผู้รับจัดการงาน การแต่งกายของพนักงานเป็นเอกลักษณ์น่าเชื่อถือ และการที่ผู้รับจัดการงานมีราคาต่ำกว่าผู้รับจัดการงานรายอื่นๆ เหมาะสมกับคุณภาพและมาตรฐานของบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

5. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านสถานที่และทำเลที่ตั้ง และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านเวดดิ้งสตูดิโอ ในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากปัจจัยดังกล่าวถือเป็นปัจจัยภายนอกที่ช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการสินค้าหรือบริการ หรืออาจกล่าวได้ว่า สิ่งกระตุ้นทางการตลาด เป็นมูลเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปัญญา อุดงศิริเทพ (2554) ที่พบว่า การถ่ายภาพชุดแต่งงานชุดไทย ชุดสากล ชุดนานาชาติ ชุดไปรเวท องค์ประกอบของการถ่ายภาพ กรอบรูปและอัลบั้ม ความสวยงามของภาพถ่ายแต่งงาน ตลอดจนทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง ความสะอาดและความสะดวกสบาย การตกแต่งภายในสถานที่นั่งเพียงพอกับลูกค้า และบรรยากาศภายในร้านที่สวยงาม หรรษา เป็นสิ่งสำคัญที่จะดึงดูดให้ผู้บริโภคสนใจ และเลือกใช้บริการถ่ายภาพแต่งงานร้านมงคลสมรส ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ผลการวิจัยพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่เลือกกราคาชุด (Package) ที่สนใจในราคาสูง แสดงว่าปัจจัยด้านราคาไม่ใช่ข้อจำกัดของลูกค้า ในขณะที่ผลงานที่ผ่านมาหรือชื่อเสียงของร้าน ความสะดวกในการติดต่อ

และความพร้อมในการให้บริการด้านต่างๆ ทั้งอุปกรณ์ เช่น ชุดให้เช่า หรือทีมงานที่มีประสบการณ์ ล้วนเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมากกว่า ดังนั้น ร้านเวดดิ้งสตูดิโอจึงควรจัดราคาชุด (Package) ในระดับราคาสูงได้ โดยให้เน้นคุณภาพในการสร้างสรรค์ผลงานให้ตรงความต้องการของลูกค้ามากที่สุด

2. การใช้ช่องทางสื่อสารการตลาดผ่านโซเชียลมีเดีย นอกจากจะเป็นช่องทางติดต่อกับลูกค้า และเผยแพร่ผลงานแล้ว ยังเป็นช่องทางรับผลตอบรับ (feedback) ของลูกค้าที่เคยใช้บริการ ทำให้ลูกค้าใหม่พิจารณาเป็นทางเลือกที่จะใช้บริการมากขึ้น จึงควรประชาสัมพันธ์ข่าวสารและเผยแพร่ผลงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง ควรมีการศึกษาโดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (in-depth interview) จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริโภคมกลุ่มเป้าหมาย เพื่อทราบข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับความคิดเห็นและพฤติกรรมการใช้บริการร้านเวดดิ้งสตูดิโอ เพื่อวางแผนการใช้ส่วนประสมทางการตลาดให้เหมาะสมต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- ไข่มุก ศิริรักษ์. (2555). *การใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่ปรึกษาการจัดงานแต่งงานในเขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร(วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยเกริก.
- ชูศรี พันธุทอง. (2527). *หนังสืออ่านประกอบวิชาสถิติเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2541). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย*. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: เทพเนรมิต.
- ปัญญา อุดงค์ศิริเทพ. (2554). *ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการถ่ายภาพแต่งงานร้านมงคลสมรสในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา(วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.
- อารยา ปัญญาวัฒน์. (2552). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากผู้รับจัดการงานแต่งงานในจังหวัดเชียงใหม่(วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.