

หน่วยที่ 8

ทักษะการดำเนินชีวิตของไทยในกระแสโลก

หน่วยนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับแนวทางในการปรับตัวให้สามารถดำเนินชีวิตตามวิถีไทยในกระแสโลกปัจจุบัน โดยเน้นเรียนเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตของคนไทย เอกลักษณ์ ความเป็นไทย องค์ประกอบของเอกลักษณ์ความเป็นไทย และการปรับตัวในการดำเนินชีวิตตามวิถีไทยในกระแสโลก เพื่อให้ผู้เรียนเกิดการตระหนักรู้เอกลักษณ์ความเป็นไทย อีกทั้งยังคงสามารถรักษาความเป็นไทย เข้าใจอิทธิพลของกระแสการเปลี่ยนแปลงในโลกสากลที่มีผลต่อความเป็นไทย และสามารถปรับตัวได้อย่างเหมาะสม อันจะนำไปสู่การเป็นพลเมืองที่สามารถดำเนินชีวิตแบบไทยได้อย่างเท่าทัน มีความสุขท่ามกลางความเป็นสากลของประชาคมอาเซียนและประชาคมโลกในปัจจุบันได้ โดยเนื้อหาของหน่วยนี้ประกอบไปด้วย

1. การดำเนินชีวิตของคนไทย
2. เอกลักษณ์ความเป็นไทย
3. องค์ประกอบของเอกลักษณ์ความเป็นไทย
4. การปรับตัวในการดำเนินชีวิตของไทยในกระแสโลก
5. การปรับตัวในการดำเนินชีวิตของไทยในการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ
6. การปรับตัวในการดำเนินชีวิตของไทยในการเข้าสู่เมืองท่องเที่ยวของโลก
7. การปรับตัวในการดำเนินชีวิตของไทยในการเข้าสู่เศรษฐกิจ และสังคมดิจิทัล
8. บทสรุป
9. คำศัพท์น่ารู้
10. คำถามฝึกคิดวิเคราะห์

1. การดำเนินชีวิตของไทย

ลักษณะการดำเนินชีวิตของคนไทย มีหลายส่วนมาเกี่ยวข้อง ขอให้ศึกษาคำที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ลักษณะการดำเนินชีวิตของคนไทย หมายถึง วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนในแต่ละภูมิภาคขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ ได้แก่ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ สภาพการใช้ชีวิต หมู่บ้าน ชาวเขา ตลาดน้ำ ศูนย์วัฒนธรรม สวนสนุก การแสดงสินค้าพื้นบ้าน การศึกษา และงานประเพณีต่างๆ รากฐานทางวัฒนธรรมดั้งเดิมของกลุ่มคนในภูมิภาค การรับวัฒนธรรมจากภายนอก และลักษณะการผสมผสานทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นผลทำให้ลักษณะการดำเนินชีวิต หรือวัฒนธรรม ความเป็นอยู่ของคนไทยในภูมิภาคต่างๆ มีเอกลักษณ์เฉพาะตน (ทรูปลูกปัญญาต่อทศอม, 2554)

2. ประเพณี และวัฒนธรรม (Tradition and Culture) หมายถึง วิธีการดำเนินชีวิตของประชาชน ส่วนใหญ่ในสังคมนั้นๆ อย่างเป็นทางการและมีแบบแผน ซึ่งจะยึดหลักความเชื่อ ความคิดเป็นแนวทางในการปฏิบัติ การกระทำ จะมีเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละชาติที่สร้างขึ้น และใช้อยู่ในหมู่ของสังคมนั้นๆ มีการสืบทอดกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษ (วัฒนธรรมกับวิถีชีวิตคนไทย, 2558)

3. ความเป็นไทย (Thainess) หมายถึง คุณลักษณะที่แสดงออกถึงความภาคภูมิใจ เห็นคุณค่า ร่วมอนุรักษ์ และสืบทอดภูมิปัญญาไทย ขนบธรรมเนียมประเพณีไทย ศิลปะ และวัฒนธรรมไทย มีความกตัญญูกตเวที และใช้ภาษาไทยในการสื่อสารได้อย่างถูกต้อง และเหมาะสม (ประไพ ประดิษฐ์สุขถาวร, 2558) ในขณะที่ TAT Magazine สื่อนิตยสารออนไลน์ ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (“Thainess”, 2015) ได้ระบุว่า Thainess หมายถึง วัฒนธรรมไทย หรือ Thai Culture ซึ่งทุกสิ่งที่มีในประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็นคน ประเพณี วิถีชีวิต สถาปัตยกรรมธรรมชาติ ภาษา การแต่งกาย เป็นต้น ที่ถูกส่งมอบจากรุ่นสู่รุ่น หรือถูกปรับปรุง ให้สอดคล้องกับการดำรงชีวิตในปัจจุบัน ซึ่งอาจจะมีในลักษณะที่เป็นแบบดั้งเดิม (Traditional) และแบบร่วมสมัย (Contemporary)

จากที่กล่าวมาคำว่า การดำเนินชีวิต (Way of life) วิถีชีวิต (Lifestyle) ประเพณี และวัฒนธรรม (Tradition and Culture) และ ความเป็นไทย (Thainess) คำเหล่านี้มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน จึงนำมาใช้อธิบายเกี่ยวกับลักษณะการดำเนินชีวิตของคนไทย จึงสรุปได้ว่า การดำเนินชีวิตของไทย (Thais Lifestyle) หมายถึง วิถีชีวิตของคนไทยซึ่งสะท้อนของรูปแบบของการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคมไทย ทั้งภาษา อาหาร การแต่งกาย วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ศิลปกรรม ผู้สถาปัตยกรรม ดนตรี และสิ่งที่ยึดถือปฏิบัติต่อกันมา มีการสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น รวมทั้งสิ่งใหม่ที่หลอมรวมเข้าด้วยกันอย่างร่วมสมัย

2. เอกลักษณ์ความเป็นไทย

2.1 ความหมายเอกลักษณ์ความเป็นไทย

เอกลักษณ์ อ่านออกเสียงว่า เอก-กะ-ลัก บางคนใช้คำว่าอัตลักษณ์ และบางคนมีการใช้สลับกันอีกด้วย ในการสื่อความหมายถึงลักษณะเฉพาะตัว เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในเนื้อหา บทนี้ใช้คำว่า เอกลักษณ์ โดยมีผู้ให้ความหมายของเอกลักษณ์ ดังนี้

ราชบัณฑิตยสถาน (2546, หน้า 1391) ได้อธิบายความหมายไว้ในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน ไวยากรณ์ เอกลักษณ์ เป็นคำนาม หมายถึง ลักษณะที่เหมือนกันหรือมีส่วนร่วม สอดคล้องกับ วิทย์ เทียงบุรณะ (2547, หน้า 1098) ได้อธิบายความหมายว่า เอกลักษณ์ ทำหน้าที่เป็นคำนาม มีความหมายว่า ลักษณะอันเหมือนกัน หรือมีส่วนร่วม แต่หากทำหน้าที่เป็นคำวิเศษณ์ คำคุณศัพท์ หรือกริยาวิเศษณ์ มีความหมายว่า อันมีลักษณะเหมือนกัน

หากพิจารณาจากศัพท์ภาษาอังกฤษ พจนานุกรมนิวเวบสเตอร์ (Valakekklam, 1975, p.746) ได้ให้ความหมายของคำว่า เอกลักษณ์ (Identity) ว่า หมายถึง เงื่อนไข หรือลักษณะเฉพาะตัวที่สามารถจำแนกบุคคล หรือสิ่งของได้ ลักษณะส่วนตัวมีความเหมือนโดยธรรมชาติ หรือคุณภาพ อาจหมายถึงเหมือนกันอย่างแท้จริง (the condition or character that distinguishes a person or a thing; individuality; sameness in nature or qualities; exact likeness) ซึ่งสอดคล้องกับพจนานุกรมอังกฤษ-ไทย วิทย์ เทียงบุรณะ (2541, หน้า 519) ได้กล่าวว่า identity อ่านออกเสียงว่า ไอ-เดน-ทิ-ที หมายถึง เอกลักษณ์ ลักษณะเฉพาะตัว สถานะความเหมือนกัน หลักฐาน หรือรูปพรรณ

นักการตลาดชื่อดัง ฟลลิป คอตเลอร์ (Kotler, 2000, p.423) ได้กล่าวไว้ว่า เอกลักษณ์เป็นลักษณะเฉพาะตัว (Identity) และภาพลักษณ์ (Image) จำเป็นต้องทำให้โดดเด่นเพราะผู้ซื้อ หรือผู้บริโภคมีพฤติกรรมตอบสนองต่อบริษัท และภาพลักษณ์ของตราหือแตกต่างกัน ลักษณะเฉพาะตัวนั้น กำหนดวิถีทางที่บริษัทมุ่งหวังแสดงความเป็นตัวตนเพื่อวางตำแหน่งบริษัท หรือวางตำแหน่งของสินค้า จึงกล่าวได้ว่าการมีเอกลักษณ์ หรือสิ่งที่เป็นลักษณะเฉพาะตัวนั้น สะท้อนถึงอำนาจทางธุรกิจที่ได้จากความสามารถสร้างความแตกต่าง (Differentiation) ในระบบตลาดได้ (เกศสิริ ปันธุระ, 2550) เพราะเป็นสิ่งสำคัญที่มีผลต่อการยอมรับการซื้อผลิตภัณฑ์ และการให้ความเชื่อถือของสาธารณะชน

สำหรับฐิติ บุญยศ (2550) ให้ความหมายของคำว่า เอกลักษณ์ ในหัวข้อการถ่ายทอดทางวัฒนธรรมในครอบครัวว่า เอกลักษณ์เป็นลักษณะพิเศษที่พอมองดูก็รู้ได้ทันทีว่าเป็นอะไร มีลักษณะอย่างไร แต่เดิมนั้น มีการถ่ายทอดวัฒนธรรมด้วยระบบครอบครัว พ่อแม่สอนทำกับข้าว จากบริบททางสังคมที่มีเปลี่ยนแปลงไป วิธีการถ่ายทอดวัฒนธรรมจากกลุ่มอ้างอิงทางสังคม โดยเฉพาะการถ่ายทอดเอกลักษณ์อันโดดเด่นของอาหารไทยชาววังเปลี่ยนแปลงไป ไม่เพียงแต่ถ่ายทอดผ่านครอบครัว กลไกของระบบเศรษฐกิจก็ส่วนในการถ่ายทอดมายังคนรุ่นหลังด้วยเช่นกัน (เกศสิริ ปันธุระ, 2550) เช่น การประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยตำรับชาววัง การเปิดโรงเรียนสอนทำอาหารไทย เป็นต้น

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่า เอกลักษณ์ หมายถึง ลักษณะเฉพาะที่โดดเด่นใช้บ่งบอก ลักษณะที่เหมือนกันหรือมีส่วนร่วม โดยสามารถนำไปใช้ได้หลายกรณี ดังนั้น ผู้เขียนขอสรุป ความหมายว่า เอกลักษณ์ความเป็นไทย หมายถึง ลักษณะพิเศษที่โดดเด่นเฉพาะตัวที่มีร่วมกัน ของไทยที่สามารถบ่งบอกความเป็นไทยได้ อาทิ สัญลักษณ์ประจำชาติไทย (Nation Identity) ลักษณะนิสัยของคนไทย แหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย สิ่งที่สามารถแสดงถึงความเป็นไทยต่างๆ รวมถึงสิ่งที่คนทั่วไปยอมรับถึงความเป็นไทย เช่น รอยยิ้ม รดตักตัก อาหารไทย มวยไทย เป็นต้น

2.2 แนวคิดโครงสร้างของเอกลักษณ์

โครงสร้างของเอกลักษณ์ (identity structure) นักวิชาการได้เสนอแนวคิดว่าคุณลักษณะของตราสินค้าเป็นองค์ประกอบหนึ่ง โครงสร้างของเอกลักษณ์มีสองส่วนสำคัญ (Aaker, 1996) ได้แก่

2.2.1 เอกลักษณ์หลัก (core identity) เป็นส่วนที่แสดงถึงความเป็นแก่นแท้ เปรียบได้กับหัวใจซึ่งจะคงอยู่ และติดแน่นกับตราสินค้าตลอดไป เอกลักษณ์หลักนี้เป็นสิ่งที่บ่งบอกตำแหน่งอันเป็นจุดยืนของตรา (brand positioning) เพราะบ่งบอกความเป็นจิตวิญญาณ พื้นฐานความเชื่อ และคุณค่าที่เป็นแรงผลักดันให้เอกลักษณ์นั้นมีศักยภาพ หรือความสามารถขององค์กรที่เป็นเจ้าของตรา และจุดยืนที่เป็นความมุ่งมั่นขององค์กร หรือหน่วยงานนั้นๆ จากแนวคิดนี้อาจกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า เอกลักษณ์หลักของความเป็นไทย ในที่นี้ก็คือคุณลักษณะ (Characteristics) ที่เป็นแก่นแท้ของความเป็นไทยคงอยู่ติดแน่น เป็นหัวใจของความเป็นไทยบ่งบอกถึงจิตวิญญาณความเป็นไทยที่มีส่วนผลักดันอย่างมากต่อศักยภาพของความเป็นไทย

2.2.2 เอกลักษณ์ขยาย (extended identity) เป็นส่วนที่ขยาย หรือช่วยเสริมให้เอกลักษณ์ตรามีลักษณะ และรูปแบบที่เฉพาะตัวมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น เป็นการสร้างจิตวิญญาณให้กับตรา ซึ่งได้แก่ สิ่งที่กำหนดบุคลิกลักษณะ อุปนิสัยของตราว่าเป็นอย่างไร รวมถึงส่วนประกอบอื่นๆ เช่น โลโก้ ผลิตภัณฑ์ คำขวัญ สัญลักษณ์ อารมณ์ความรู้สึกต่างๆ และการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นผู้สะท้อนเอกลักษณ์ (endorser) หรือประวัติ/ความเป็นมาที่เป็นมรดกสืบต่อกันมา (brand heritage)

จากแนวคิดนี้ อาจกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า เอกลักษณ์ขยายของความเป็นไทย ในที่นี้ก็คือการนำคุณลักษณะอื่นๆ (Other Characteristics) และรูปแบบที่สามารถนำมาเป็นสื่อช่วยเสริมเอกลักษณ์หลักนั่นเอง เป็นการเสริมสร้างจิตวิญญาณให้กับความเป็นไทย อาจมีการสร้างลักษณะเฉพาะตัวของความเป็นไทยให้สมบูรณ์ขึ้น ให้เห็นบ่อยขึ้น จดจำง่ายขึ้น ช่วยให้เข้าถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทยได้อย่างชัดเจน ประเด็นหนึ่งสำคัญคือ สิ่งที่น่ามาเป็นสื่อที่นั้นต้องเป็นภาพลักษณ์ของความเป็นไทย เช่น สัญลักษณ์ โลโก้ แหล่งท่องเที่ยว ประเพณี วัฒนธรรม คำขวัญ เรื่องเล่า ตำนาน เป็นต้น

3. องค์ประกอบของเอกลักษณ์ความเป็นไทย

จากความหมายของเอกลักษณ์ความเป็นไทยที่กล่าวในหัวข้อที่ผ่านมา มีความหลากหลายในหัวข้อนี้จึงอธิบายถึงองค์ประกอบของเอกลักษณ์ความเป็นไทย ซึ่งจากการสืบค้นรวบรวมข้อมูลนั้น บางแหล่งระบุเอกลักษณ์ความเป็นไทยจากสิ่งที่จับต้องได้ และสิ่งที่จับต้องไม่ได้ บางแหล่งกล่าวถึง

เอกลักษณ์ด้วยการจำแนกตามภูมิภาค บางแหล่งกล่าวรวมไปในส่วนของวัฒนธรรมไทย ขอสรุปองค์ประกอบของเอกลักษณ์ความเป็นไทย ดังนี้

1. สัญลักษณ์ประจำชาติไทย (Nation Identity) สำนักงานเสริมสร้างเอกลักษณ์ของชาติ สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี ได้กำหนดสัญลักษณ์ประจำชาติไทย 3 สิ่ง ดังภาพที่ 8.1 ได้แก่ ช้างไทย (Chang Thai) เป็นสัตว์ประจำชาติไทย ดอกราชพฤกษ์ (Ratchapruerk) หรือที่รู้จักกันดีว่า ดอกคูน เป็นดอกไม้ประจำชาติ และศาลาไทย (Sala Thai) เป็นสถาปัตยกรรมประจำชาติไทย



ช้างไทย Chang Thai (Elephant หรือ *Elephas maximus*)



ดอกราชพฤกษ์ Ratchapruerk (*Cassia fistula* Linn.)



ศาลาไทย Sala Thai (Pavilion)

ภาพที่ 8.1 สัญลักษณ์ประจำชาติไทย

ที่มา : (สัญลักษณ์ประจำชาติไทย”, 2554)

2. การแต่งกาย ปัจจุบันการแต่งกายของคนไทยมีความเป็นสากลมากขึ้น แต่ก็ยังคงเครื่องแต่งกายของไทยไว้ในโอกาสสำคัญต่างๆ เช่น งานพระราชพิธี งานที่เป็นพิธีการ พิธีแต่งงาน เทศกาล และงานประเพณีที่จัดขึ้นที่ต้องการ แสดงให้เห็นถึงความเป็นไทยอย่างชัดเจน ในบางหน่วยงานของราชการมีการรณรงค์ให้แต่งกายในรูปแบบไทยๆ ด้วย ซึ่งก็ได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี (ประเภทของเอกลักษณ์ไทย, 2558) เช่น ชุดประจำชาติไทย การแต่งกายด้วยผ้าไทย การรณรงค์การแต่งตัวด้วยผ้าขาวม้า วันจันทร์ข้าราชการแต่งชุดสีทากี เป็นต้น

3. มารยาทไทย มารยาทไทยที่รู้จักกันอย่างเป็นสากล คือ การยิ้ม จนเป็นคำที่แทนชื่อเรียกประเทศไทยว่า Land of smiles อีกประการคือ มารยาทไทยมีการทักทายด้วยการไหว้ การแสดงความเคารพด้วยการกราบ โดยมีกริยามารยาทที่แบ่งออกได้อย่างชัดเจน (ประเภทของเอกลักษณ์ไทย, 2558) เช่น กราบพระพุทธรูป กราบพระสงฆ์ กราบไหว้บุคคลในฐานะหรือวัยต่างๆ ตลอดจนการวางตนด้วยความสุภาพอ่อนน้อมถ่อมตน การแสดงความกตัญญูกตเวทิต่อผู้มีพระคุณ การมีน้ำใจเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

4. ภาษาไทย เอกลักษณ์ภาษาไทยมีทั้งภาษาเขียน และภาษาพูด อักษรไทยที่ใช้ในภาษาเขียนสละสลวย มีพยัญชนะ 44 ตัว และมีสระที่ใช้ในภาษาไทย 32 รูป ดังภาพที่ 8.2 จึงสามารถเขียนได้ทั้งลักษณะร้อยแก้ว ร้อยกรอง สุภาษิต คำคม รวมถึงการเลือกใช้คำกับบุคคลในระดับต่างๆ ภาษาพูดมีท่วงทำนองคล้ายดนตรี เพราะวรรณยุกต์ที่ใช้ในภาษาไทยมี 5 เสียง คือเสียงสามัญ ไม้เอก ไม้โท ไม้ตรี ไม้จัตวา ช่วยให้สื่อสารกันได้อย่างเข้าใจ ถึงแม้จะมีสำเนียงที่แตกต่างกันไปบ้างในแต่ละพื้นที่ (ประเภทของเอกลักษณ์ไทย, 2558)

ก ข ฃ ค ฅ ง จ
 ฉ ช ฌ ฎ ญ ฎ ฏ ฐ
 ฑ ฒ ณ ด ต ถ ท ธ
 น บ ป ผ ฝ พ ฟ ภ
 ม ย ร ล ว ศ ษ ส
 ห ฬ อ ฮ

-ะ	-า	-ิ	-ึ	-ึ	-ึ
สระอะ	สระอา	สระอิ	สระอี	สระเอ	สระเเอ
-ุ	-ู	-ะ	-เ	-แะ	-แ
สระอุ	สระอู	สระเอะ	สระเเอ	สระแอะ	สระแเอ
-โะ	-โ	-เาะ	-อ	-เอะ	
สระโอะ	สระโ	สระเาะ	สระอ	สระเอะ	
-เอ	-เยะ	-เีย	-เือะ	-เือ	
สระเอ	สระเียะ	สระเีย	สระเือะ	สระเือ	
-ัวะ	-ัว	-ำ	-ไ	-ใ	
สระัวะ	สระัว	สระำ	สระไ	สระใ	
-เ	ฤ	ฤา	ฎ	ฎา	
สระเ	ฤ	ฤ	ฎ	ฎ	

ภาพที่ 8.2 พยัญชนะไทย (ซ้าย) และ สระในภาษาไทย (ขวา)

ที่มา : ifestyle.campus-star.com <http://doitai.blogspot.com/2008/12/blog-post.html>

5. ศิลปกรรมแขนงต่าง ๆ (ประเภทของเอกลักษณ์ไทย, 2558) ได้แก่

สถาปัตยกรรม เห็นได้จากชิ้นงานที่ปรากฏตามศาสนสถาน โบสถ์วิหาร ปราสาทราชวัง เช่น พระบรมมหาราชวัง วัดพระศรีรัตนศาสดาราม พระที่นั่งดุสิตปราสาท และอาคารบ้านทรงไทย

ประติมากรรม เช่น พระพุทธรูป ปางต่างๆ บานประตูสลักไม้สักปิดทอง การแกะสลักเทียนในขบวนแห่เทียนเข้าพรรษา การแทงหยวกกล้วยของสกุลช่างเพชรบุรี รวมถึงเครื่องปั้นดินเผาที่มีชื่อเสียงของจังหวัดราชบุรี ตุ๊กตาชาววัง เป็นต้น

จิตรกรรม ปรากฏให้เห็นเด่นชัดมากในงานศิลป์ด้านจิตรกรรม คือ จิตรกรรมฝาผนังที่ถ่ายทอดเรื่องราวผ่านภาพวาดตามวัด สถานที่สำคัญต่าง ๆ

นาฏศิลป์ การแสดงที่มีชื่อเสียงและจัดเป็นนาฏศิลป์ชั้นสูง ก็คือการแสดงโขน รวมถึงการแสดงต่างๆ เช่น รำกลองยาว การฟ้อน การแสดงโนราห์ ลิเก ลำตัด หมอลำ ละคร ระบำ

6. ลักษณะนิสัยของคนไทย เชื่อว่าหลายท่านเคยได้ยินกันขึ้นชม และว่าร้าย รวมถึงมีการกล่าวเชิงประชดว่า ทำอะไรตามใจคือไทยแท้ สภาวิจัยแห่งชาติ ได้รายงานผลการสำรวจเกี่ยวกับลักษณะนิสัยประจำชาติของคนไทยว่า มีลักษณะ (สุวัฒน์ ทองธนากุล, 2548) ดังนี้ 1. รักสงบ เคารพอาวุโส 2. ชอบผู้นำ ทำสำรวย 3. ชอบบันเทิง สนุกสนาน 4. จิตใจเอื้ออารี 5. โอนอ่อนผ่อนตาม 6. เชื้อโอชกลางของคลัง 7. เชื้อกฏแห่งกรรม 8. เมตตากรุณา ผักชีโรยหน้า 9. มีความเกรงใจ ให้อภัยเสมอ 10. ยอมผู้มีอำนาจ 11. ตามใจต่างชาติรักเอกราช 12. ไม่กระตือรือร้น 13. สุขเอาเผากิน 14. ไม่ยอมให้ใครดูหมิ่น 15. ช่างอดช่างทน 16. เป็นคนใจกว้าง ฉลาดเลือกงาน 17. ทำการมักแบ่ง 18. รักถิ่น และครอบครัว 19. อ่อนน้อมถ่อมตน 20. กตัญญูทเวที 21. ชอบมือเกสิทธิ์ 22. เกรงครัต เคารพแต่พระมหากษัตริย์

จากที่กล่าวมารายงานผลวิจัยนี้สะท้อนถึงพฤติกรรมของคนไทยที่ดี และไม่ดีด้วย ในทัศนะของผู้เขียนเห็นว่าลักษณะนิสัยของคนไทยที่เหมาะสมกับการส่งเสริมให้เป็นเอกลักษณ์ความเป็นไทย ได้แก่ การเทิดทูนพระมหากษัตริย์ มารยาทการไหว้ และความมีน้ำใจของคนไทย

7. แหล่งท่องเที่ยวของไทย มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากมายทั้งทางธรรมชาติ และสถานที่ท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น มีแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างประสบการณ์ที่ดี มีวิถีชีวิตชุมชนเรียบง่ายอีกหลาย

แหล่งท่ามกลางสี่ส้น และความศิวิไลซ์ เป็นเมืองที่ให้ความคุ้มค่าต่อการใช้จ่ายเพราะค่าครองชีพที่ไม่สูงมาก แต่ได้สินค้า คุณภาพ และราคาที่คุ้มค่า รวมทั้งมีความหลากหลายที่นักท่องเที่ยวอยากมาสัมผัส (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2557)

เป็นที่น่าสังเกตว่าแหล่งท่องเที่ยวของไทยที่เหมาะสมกับการส่งเสริมให้เป็นเอกลักษณ์ความเป็นไทย ด้วยความงามของสถาปัตยกรรม ทัศนียภาพ ความร่มรื่น ศิลปวัฒนธรรม และประเพณีอันดีงาม ผู้คนเป็นมิตร พรั่งพร้อมด้วยแหล่งช้อปปิ้ง อาหารอร่อย และที่สุดของความคุ้มค่าการใช้จ่าย โดยควรมีการออกแบบการท่องเที่ยวให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวตามเอกลักษณ์ความเป็นไทย เช่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

8. สิ่ง que แสดงถึงความเป็นไทยที่ยอมรับกันเป็นสากล เช่น รถตุ๊กตุ๊ก อาหารไทย ต้มยำกุ้ง มวยไทย นิทานพื้นบ้าน ลีเก และการละเล่นพื้นเมืองต่างๆ

องค์ประกอบของเอกลักษณ์ความเป็นไทยที่กล่าวมานี้ ควรเลือกอย่างเหมาะสมกับการใช้ชีวิตของบุคคล สถานการณ์ และหน่วยงานในการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมสัญลักษณ์ประจำชาติไทย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทยให้มีผลระยะยาว

4. การปรับตัวในการดำเนินชีวิตของไทยในกระแสโลก

เนื้อหาในหน่วยเรียนก่อนหน้านี้ทุกบท แสดงให้ถึงการเปลี่ยนแปลงของโลกยุคปัจจุบันที่มีการปรับเปลี่ยนเร็วมาก ทั้งผู้คนจะอาศัยอยู่ในประเทศของตนก็ตาม ความเป็นสากลของประชาคมโลกก็เข้ามามีบทบาทอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ตัวอย่างเช่น ในอดีตการพบชาวต่างชาติที่ไม่ใช่คนไทยอาจไม่บ่อยนัก ปัจจุบันนี้การพบเห็นชาวต่างชาติในประเทศไทย แทบจะเรียกได้ว่าเป็นสิ่งปกติประจำวันที่มีโอกาสพบคนต่างชาติ โดยเฉพาะเมื่อมีการรวมกลุ่มของประชาคมอาเซียน ทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายอย่างเสรีตามหลักการของสิบประเทศตลาดเดียว (Single Market) ดังนั้น การปรับตัวทางสังคมของคนไทยควรปรับตัวให้การยอมรับความแตกต่างของเพื่อนมนุษย์ที่มีความแตกต่างกัน ให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เพื่อสามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างมีความสุข

อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงของกระแสโลกนั้นมีหลายมิติ ทั้งด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้านเทคโนโลยี และด้านสิ่งแวดล้อม ประกอบกับการดำเนินชีวิตตามวิถีไทยนั้นก็มีความหลากหลาย จึงเป็นสิ่งที่ควรนำมาพิจารณาต่อว่า ทักษะการดำเนินชีวิตของไทยในกระแสโลกควรเป็นอย่างไร ควรจะยืนอยู่ที่เดิมเพื่ออนุรักษ์ ควรจะปรับตัวบ้างเพื่อความอยู่รอด หรือควรจะพัฒนาเพื่อการเติบโตท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของกระแสโลก จึงเสนอแนวทางการปรับตัวในการดำเนินชีวิตตามวิถีไทยในกระแสโลกอย่างสอดคล้องกับความเป็นสากลพอเป็นสังเขปในหัวข้อต่อไป

5. การปรับตัวในการดำเนินชีวิตของไทยในการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ

สังคมโลกในอนาคตเป็นสังคมที่ผู้สูงอายุ (Aging Society) คือ สภาพสังคมที่มีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป ที่อยู่จริงในพื้นที่ต่อประชากรทุกช่วงอายุในพื้นที่เดียวกันในอัตราเท่ากับหรือมากกว่าร้อยละ 10 ขึ้นไป จากการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างประชากรของโลก มีผู้สูงอายุมากขึ้นจากการที่มี

คนเกิดน้อยลงและอายุยืนมากขึ้น ทำให้ประชากรทั่วโลกมีอายุเฉลี่ยยืนยาวขึ้นอย่างน้อย 9 ปี และประชากรทั่วโลกที่มีอายุมากกว่า 65 ปี มีจำนวน 2 พันกว่าล้านคน คิดเป็นร้อยละ 20 ของประชากรทั่วโลก ซึ่งพบได้ในเกือบทุกประเทศแถบยุโรป โดยเฉพาะประเทศอิตาลี เยอรมัน อังกฤษ และสแกนดิเนเวีย รวมไปถึงประเทศญี่ปุ่นที่เป็นสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ตั้งแต่ปี 2010 จากคาดการณ์จำนวนประชากรผู้สูงอายุในปี 2050 กลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ พบว่า ประเทศไทยเป็นประเทศที่จะมีจำนวนประชากรผู้สูงอายุมากเป็นอันดับที่ 2 คือ รองจากประเทศสิงคโปร์ โดยประเทศลาว เป็นประเทศที่มีสัดส่วนของจำนวนประชากรผู้สูงอายุต่ำที่สุดในกลุ่ม (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2557)

ประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างประชากรเช่นเดียวกัน ปัจจุบันมีผู้สูงอายุประมาณร้อยละ 10 ของประชากรทั้งหมด และปี 2050 คาดว่ามีผู้สูงอายุถึงประมาณร้อยละ 25 ของประชากรทั้งหมด จัดว่าดีที่สุดในกลุ่ม 6 ประเทศ ASEAN ที่รับการสำรวจ (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2557) กระทรวงสาธารณสุขเปิดเผยผู้สูงอายุชาวไทยเพิ่มจำนวนปีละ 5 แสนคน คาดปี 2568 ประเทศไทยมีผู้สูงอายุ 14 ล้านกว่าคน ก้าวเข้าสู่การเป็นสังคมผู้สูงอายุ โดยจะมีผู้สูงอายุ 1 คน ในประชากรทุกๆ 5 คน (ไทยรัฐออนไลน์, 2557) ดังนั้น จึงเป็นสิ่งที่ประเทศไทยต้องเผชิญ และไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ จากผลการสำรวจประเทศที่มีการจัดการด้านผู้สูงอายุดีที่สุด ล้วนเป็นประเทศพัฒนาแล้วทั้งสิ้น ประเทศไทยมีคะแนนดีที่สุดในด้านสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อผู้สูงอายุ โดยอยู่ในอันดับที่ 12 แต่ทว่า สถานการณ์รักษาพยาบาลกลับอยู่ในอันดับที่ 41 จัดว่าอยู่ปานกลาง ส่วนด้านความมั่นคงทางการเงิน อยู่อันดับที่ 58 และด้านการจ้างงานกับการศึกษาอยู่อันดับที่ 73 (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2557)

สำหรับแนวทางการปรับตัวในการดำเนินชีวิตของไทยในการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุนั้นมี ดังนี้

ประการแรก ควรอนุรักษ์ลักษณะทางสังคมของไทย ส่งเสริมสังคมเมืองให้กลับมาสู่เป็นสังคมที่เอื้อเพื่อ ให้ความสำคัญกับผู้สูงอายุมากขึ้น มีการอำนวยความสะดวกให้กับผู้สูงอายุไทย รวมไปถึงนโยบายที่เกี่ยวกับผู้สูงอายุโดยตรง เช่น นโยบายเงินบำนาญ วิธีการจ่ายเงิน กิจกรรมส่งเสริมสุขภาพตลอดจนส่งเสริมธุรกิจผลิตภัณฑ์ และบริการเพื่อผู้สูงอายุ เป็นต้น

ประการที่สอง แนวทางการพัฒนาโอกาสในสังคมผู้สูงอายุนั้น ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อผู้สูงอายุ จึงทำให้ประเทศไทยเป็นเป้าหมาย เพื่อการพักผ่อน และการท่องเที่ยวระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ไม่ว่าจะเป็นผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น ยุโรป หรือออสเตรเลีย นอกจากนี้ การให้บริการที่ดี และมีความพร้อมเรื่องการอำนวยความสะดวกด้านสุขภาพ สถานพยาบาล โรงแรม ร้านอาหารต่างๆ สำหรับนักท่องเที่ยว ก่อให้เกิดเป็นโอกาสของประเทศไทยทางธุรกิจเพื่อผู้สูงอายุ อุตสาหกรรมใหม่ และนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เพื่อสังคมผู้สูงอายุมากขึ้น

6. การปรับตัวในการดำเนินชีวิตของไทยในการเข้าสู่เมืองท่องเที่ยวของโลก

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : UNWTO) คาดการณ์การเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยว ว่าเมื่อถึงปี พ.ศ. 2563 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ จำนวน

1,600 ล้านคน โดยมีภูมิภาคเอเชียตะวันออก และแปซิฟิก และกลุ่มประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม โครงสร้างการตลาดนั้น กลุ่มประเทศ BRIC (บราซิล รัสเซีย อินเดีย และจีน) มีรายได้เพิ่มขึ้น จึงมีศักยภาพของส่งออกนักท่องเที่ยวในอนาคต ประกอบกับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุของหลายๆ ประเทศ ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น และการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวสูงขึ้น เพราะการเข้าถึงข้อมูลของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ที่มีพฤติกรรมใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อทำการสืบค้น ข้อมูลท่องเที่ยว และเปรียบเทียบราคาผ่านอินเทอร์เน็ตมากขึ้น (สมาคมการตลาดท่องเที่ยวไทย, 2559)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นจุดเด่นมาก เพราะเป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศด้วย โดยมีความต่อเนื่องจากการท่องเที่ยวทั้งด้านเศรษฐกิจ และการใช้จ่ายภาคประชาชน ปี 2558 มีการใช้เงินลงทุนประมาณ 1,200 ล้าน แต่สามารถสร้างรายได้เข้าประเทศถึง 2.23 ล้านล้านบาท สร้างเงินไหลเวียนสะพัดอยู่ในประเทศเป็นมูลค่ามหาศาล (ประยุทธ์ จันทร์โอชา, 2559) กรุงเทพมหานคร เมืองหลวงของประเทศไทยได้รับคัดเลือกเป็นเมืองน่าท่องเที่ยวที่สุดในโลกจาก Travel & Leisure magazine ถึง 3 ปีซ้อน คือ ปี พ.ศ.2553 พ.ศ.2554 และ พ.ศ.2555 กรุงเทพมหานครเป็นสุดยอดเมืองท่องเที่ยวโลกในปี 2556 จากผลสำรวจ ของมาสเตอร์การ์ด โกลบอล เดสติเนชั่น ซิตี 2013 อินเด็กซ์ จาก 132 เมืองทั่วโลก กรุงเทพมหานคร ติดอันดับ 1 มีนักท่องเที่ยวถึง 15.98 ล้านคน ตามสถิติของ MasterCard ที่วัดข้อมูลจากตัวเลขที่มีการใช้จ่ายต่างๆ เป็นกรณีศึกษา และการคาดการณ์ประจำปี เหตุผลที่กรุงเทพฯ ได้เป็นเมืองสุดยอดจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว เพราะมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากมาย ทั้งทางธรรมชาติ และสถานที่ท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เป็นเมืองที่ให้ความสำคัญต่อการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ด้วยค่าครองชีพที่ไม่สูงมาก แต่ได้สินค้าคุณภาพ และราคาที่คุ้มค่าต่อการใช้จ่าย มีแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างประสบการณ์ที่ดี มีวิถีชีวิตชุมชนเรียบง่ายอีกหลายแหล่งท่ามกลางสี่ส้น และความศิวิไลซ์ จึงเป็นเสน่ห์ และความหลากหลายที่นักท่องเที่ยวอยากมาสัมผัส (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2557)

นอกจากนี้ มีหน่วยงานที่ประเมินอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติบอกว่า สถิตินักท่องเที่ยวในไทยปี 2558 มีจำนวน 30 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 20 จัดเป็นอันดับที่ 11 ของประเทศในโลก รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างประเทศมีจำนวน 1.57 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 22 ติดอันดับ 6 ของโลก เช่นเดียวกับกับการเดินทาง และท่องเที่ยวโลกที่ได้ประเมินว่า ปี 2558 นี้มีนักท่องเที่ยวเข้าประเทศไทยเป็นอันดับที่ 4 ของโลก เพิ่มจากปี 2557 ซึ่งอยู่ในอันดับที่ 10 ของโลก (ประยุทธ์ จันทร์โอชา, 2559)

จากที่กล่าวมา อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยนั้น มีความโดดเด่นในสายตาของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ จึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีการปรับตัวอย่างต่อเนื่อง สำหรับแนวทางการปรับตัวในการดำเนินชีวิตของไทยในการเข้าสู่เมืองท่องเที่ยวของโลกอย่างยั่งยืน นั้น มีดังนี้

ประการแรก ควรอนุรักษ์ และส่งเสริม การท่องเที่ยวสืบสานวัฒนธรรมไทย แต่งกายไทย อาหารไทย โบราณสถาน ภูมิปัญญาท้องถิ่น ประเพณีไทยต่างๆ และเอกลักษณ์ของไทยที่งดงามให้มากขึ้น เพื่อให้อำนาจกับหน่วยงานการปกครองส่วนภูมิภาคได้ร่วมกันพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็นการรองรับการมาเยือนของนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ (Foreign Tourists) ควบคู่

ไปกับขยายตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourist) ให้ท่องเที่ยวเพื่อชิมซบมรดกเอกลักษณ์ความเป็นไทย ถ้าทุกคนร่วมมือกันภายใต้นโยบายเดียวกันทั้งภาคธุรกิจเอกชน ประชากรรัฐเกื้อหนุน ประชาสังคมในพื้นที่ ประชาชนร่วมมือต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยใจบริการ รอยยิ้มของไทย รักษาความปลอดภัย เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาการหลอกลวง ทูจจริต หรือทำอันตรายแก่นักท่องเที่ยว ร่วมกันสร้างความไว้วางใจให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวที่ประเทศไทยอย่างยั่งยืน

ประการที่สอง แนวทางการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นเมืองท่องเที่ยวของโลกอย่างยั่งยืน เป็นที่น่าสังเกตว่าแหล่งท่องเที่ยวของไทย มีจุดเด่นที่ เอกลักษณ์ความเป็นไทย ความงามของสถาปัตยกรรม ทัศนียภาพ ความร่มรื่น ศิลปวัฒนธรรม และประเพณีอันดีงาม ผู้คนเป็นมิตร พร้อมด้วยแหล่งช้อปปิ้ง อาหารอร่อย และมีความคุ้มค่าของการใช้จ่าย ดังนั้น ควรมีการออกแบบการท่องเที่ยวให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวหลากหลายตามแต่ลักษณะของตลาดเป้าหมาย โดยเน้นที่พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น

กลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มหน่วยงาน ได้แก่ การท่องเที่ยว MICE (Meeting/ Incentive/ Conference / Exhibition) เป็นการจัดบริการท่องเที่ยวให้กลุ่มลูกค้าของผู้ที่จัดประชุม มีรายการจัดนำเที่ยวก่อนการประชุม และการจัดรายการนำเที่ยวหลังการประชุม

กลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ควรเน้น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และประเพณี (Cultural and Tradition Tourism) เพื่อท่องเที่ยวในงานเทศกาล ประเพณีไทย การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เพื่อท่องเที่ยวโบราณสถาน โบราณวัตถุ และการท่องเที่ยวหมู่บ้าน/ชนบท เพื่อท่องเที่ยววิถีชีวิต ความเป็นอยู่ รูปแบบการดำรงชีวิตของชาวชนบท

กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ควรเน้นการท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ/แหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ และการท่องเที่ยวแบบจิตอาสา เพื่อศึกษา และเสริมการอนุรักษ์ธรรมชาติ เช่น การปลูกป่าชายเลน การเก็บขยะจากทะเล

กลุ่มนักท่องเที่ยวสร้างประสบการณ์ ควรเน้น การท่องเที่ยวเชิงกีฬา เพื่อท่องเที่ยวพร้อมกับได้มีส่วนร่วมในกิจกรรม เล่นกีฬาที่สนใจ การท่องเที่ยวแบบผจญภัย เพื่อท่องเที่ยวที่ได้ประสบการณ์ใหม่อันสนุกสนานตื่นเต้น ผจญภัย และมีความปลอดภัย

กลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ เพื่อท่องเที่ยวแนวการรักษาสุขภาพไปพร้อมกัน เพราะเมืองไทยเป็นแหล่งอาหารธรรมชาติ อาจควบคู่กับธรรมชาติบำบัด เช่น การนวดสปา ควรเน้นการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ ชิมซบสุนทรีย์ภาพของกิจกรรมในชีวิตประจำวัน การท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูสุขภาพ (Health Tourism) และการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ เพื่อเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมท้องถิ่นของชุมชน บางครั้งอาจพักนานเป็นเดือนๆ นิยมเรียกว่า การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Long Stay Tourism)

7. การปรับตัวในการดำเนินชีวิตของไทยในการเข้าสู่เศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล

เศรษฐกิจ และสังคมดิจิทัล (Digital Economy: DE) เป็นเรื่องสำคัญที่ทั่วโลกตื่นตัวอย่างมาก จากพฤติกรรมของคนทั่วโลกที่เชื่อมโยงด้วยอินเทอร์เน็ตกับอุปกรณ์ดิจิทัล ที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมของการดำรงชีวิต เป็นยุค S-M-I-C (Social-Mobile-Information-Cloud) ที่มีการเชื่อม

อินเทอร์เน็ตในทุกสิ่ง (Internet of Thing : IoT) ซึ่งไม่เชื่อมโยงกันเพียงแต่เครื่องคอมพิวเตอร์, Notebook หรือ Smart Phone แต่อาจรวมไปถึงของใช้ต่างๆ ไปด้วยในชีวิตประจำวัน เช่น นาฬิกาข้อมือ, โทรศัพท์, ตู้เย็น หรือแม้กระทั่งรองเท้า ก็สามารถเชื่อมต่อได้ทั้งสิ้น (ปริญญา หอมเอนก, 2558) ถือว่าเป็นยุคการปฏิรูปทางดิจิทัล (Digital Transformation) อย่างกว้างขวางในระดับโลก ซึ่งกลายมาเป็นปัจจัยสำคัญของการเติบโต และความสำเร็จในอนาคตของเศรษฐกิจ และสังคม

เศรษฐกิจ และสังคมดิจิทัล นั่นคือ เศรษฐกิจ และสังคมที่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร หรือที่นิยมเรียกออย่างทันสมัยว่า เทคโนโลยีดิจิทัล เป็นกลไกสำคัญเพื่อขับเคลื่อนการปฏิรูปกระบวนการผลิต การดำเนินธุรกิจ การค้า การบริการ การศึกษา การสาธารณสุข การบริหารราชการแผ่นดิน รวมทั้งกิจกรรมทางเศรษฐกิจ และสังคมอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจ การพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในสังคม และการจ้างงานที่เพิ่มขึ้น (กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร, 2559)

การปฏิวัติทางด้านดิจิทัลนี้ไม่ใช่เพียงแต่แค่เทคโนโลยี แต่เกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค และโอกาสทางธุรกิจ ธุรกิจในอนาคตจะกำหนดมาเป็นอย่างดี ทั้งลักษณะของบริษัท โครงสร้างองค์กร และรัฐบาลก็มีการใช้เทคโนโลยีในการเข้าถึงทุกภาคส่วน รวมทั้งผู้บริโภค หรือประชาชนอย่างกว้างขวางด้วยกระบวนการทางด้านดิจิทัล การคาดการณ์นี้มีผลอย่างชัดเจนในกลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศ (Gartner Inc., 2016) และจากการพัฒนาของระบบอินเทอร์เน็ตของโลกอย่างไม่เคยมีมาก่อน ดังภาพที่ 8.3 แสดงแนวโน้มยังคงมีการขยายตัวของจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลกเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง และเป็นปัจจัยสำคัญในการผลักดันให้เข้าสู่เศรษฐกิจสังคมยุคดิจิทัล (Digital Economy ..., 2559) ประชาคมโลกจึงมีความจำเป็นที่จะต้องจัดเตรียมโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) กติกา กฎระเบียบ และกฎหมายการบริหารอย่างมีประสิทธิภาพ และปรับทัศนคติของประชาชนในการเข้าถึงระบบอินเทอร์เน็ตอย่างเหมาะสม ทั้งนี้ Digital Economy มีบทบาทสำคัญมากขึ้นเรื่อยๆ จนหลายประเทศได้นำมาเพิ่มเติมในแผนพัฒนาเศรษฐกิจ ส่วนใหญ่จะเน้นหนักไปที่การวางโครงสร้างพื้นฐานของระบบ IT และอินเทอร์เน็ตให้ทั่วถึงเพื่ออำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสารระหว่างกันทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นแบบธุรกิจกับรัฐ (B2G) ผู้บริโภคกับรัฐ (C2G) ธุรกิจกับธุรกิจ (B2B) และธุรกิจกับผู้บริโภค (B2C) ผู้บริโภคกับผู้บริโภค (C2C)



ภาพที่ 8.3 จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลกที่เพิ่มขึ้นตลอดสิบปี (พ.ศ.2548-2558)
ที่มา : (Digital Economy ..., 2559)

เศรษฐกิจและสังคมดิจิทัลของประเทศไทย รู้จักกันในชื่อ ประเทศไทย 4.0 (Thailand 4.0) ประเทศไทยมีการพัฒนาตามหลัก 3 ยุคมาแล้ว ประเทศไทย 1.0 ขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมด้วยระบบเกษตรกรรม ประเทศไทย 2.0 มีการนำเครื่องจักรมาช่วย ได้ขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมด้วยระบบอุตสาหกรรมเบา ประเทศไทย 3.0 ได้ขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมด้วยระบบอุตสาหกรรมหนัก เน้นพัฒนามิติเศรษฐกิจ มิติสังคมหายไป เสียสมดุล เสียทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ป่าถูกบุกรุก ทำให้เกิดปัญหา ความเหลื่อมล้ำ ความไม่สมดุลของการพัฒนา ประชาชนก็ไม่ค่อยเข้มแข็ง เพราะว่าเคยชินกับการช่วยเหลือของแนวทางประชารัฐ (ประยุทธ์ จันทร์โอชา, 2559)

ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ.2560-2759) ประเทศไทย 4.0 เป็นขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล เน้นการพัฒนาที่สมดุล 4 มิติ กล่าวคือ มีความสมดุลในความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจ การรักษาสีเขียว สิ่งแวดล้อม การมีสังคมที่อยู่ดีมีสุข และการเสริมสร้างภูมิปัญญามนุษย์ โดยการพัฒนาที่สมดุลตั้งอยู่บนฐานคิดของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (โมเดลประเทศไทย 4.0..., 2558) พัฒนารูปแบบของการลงทุน โครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศไทยใหม่ ที่เรียกว่า New Economy Model เศรษฐกิจรูปแบบใหม่ ต้องใช้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว คือทำอะไรก็ตาม ต้องมีเหตุมีผล มีพอประมาณแล้วมีภูมิคุ้มกันที่ดีภายใต้เงื่อนไข ความรู้ และคุณธรรม มีการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ทุกมิติ อาหารจะทำยังไง ผลผลิตทางการเกษตรจะทำยังไง เพิ่มนวัตกรรม นวัตกรรมคือทำใหม่ คิดใหม่ ออกแบบให้ทันสมัย (ประยุทธ์ จันทร์โอชา, 2559) ถ้าหากดำเนินการปฏิรูป สร้างความเข้มแข็ง อย่างจริงจังและต่อเนื่อง โดยการผนึกกำลังของทุกภาคส่วน ก็อาจเป็นไปได้ว่า ประเทศไทยจะสามารถพัฒนาประเทศให้ก้าวสู่การเป็นประเทศในโลกรุ่นหนึ่ง จากประเทศรายได้ปานกลาง เป็นประเทศรายได้สูง เป็นเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม ดังภาพที่ 8.4 มีความมั่งคั่ง มั่นคง และยั่งยืน เปรียบเสมือนเดียวกับอารยประเทศอื่นในประชาคมโลก



ภาพที่ 8.4 การพัฒนาประเทศไทย 4.0 (Thailand 4.0) ในเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล
ที่มา : (โมเดลประเทศไทย 4.0..., 2558)

สำหรับกลไกการขับเคลื่อนชุดใหม่ (New Growth Engine) 3 กลไกสำคัญ ได้แก่ 1. กลไกขับเคลื่อนผ่านการสร้าง และยกระดับผลิตภาพ (Productive Growth Engine) 2. กลไกขับเคลื่อนที่

คนส่วนใหญ่มีส่วนร่วมอย่างเท่าเทียมและทั่วถึง (Inclusive Growth Engine) และ 3. กลไกการขับเคลื่อนที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน (Green Growth Engine) ซึ่งภายใต้นโยบายนี้จำเป็นต้องปรับโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศจากเดิมที่มีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ เน้นการเพิ่มมูลค่า (Value Added) ไปสู่ความได้เปรียบในเชิงแข่งขันของโครงสร้างเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ที่เน้นการสร้างมูลค่า (Created Value) ให้กับ 5 กลุ่มอุตสาหกรรมหลัก (ประยุทธ์ จันทร์โอชา, 2559; โมเดลประเทศไทย 4.0..., 2558) ได้แก่ 1. กลุ่มอุตสาหกรรมทางชีวภาพ 2. กลุ่มอุตสาหกรรมพลังงานทดแทน 3. กลุ่มอุตสาหกรรมด้านวิศวกรรมและการออกแบบ 4. กลุ่มอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องกับคุณภาพชีวิต และ 5. กลุ่มอุตสาหกรรมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อุตสาหกรรมหลักนี้ตั้งอยู่บนฐานของความได้เปรียบเชิงธรรมชาติ และวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทย มาผสานต่อยอดด้วยการบริหารจัดการองค์ความรู้สมัยใหม่ร่วมสร้างมูลค่าอย่างเหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงในประชาคมโลกที่กำลังเปลี่ยนผ่านจากสังคมที่เน้นองค์ความรู้ ก้าวเข้ามาสู่ยุคของสังคมที่เน้นคุณภาพชีวิตมากขึ้น

จากที่กล่าวมาเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัลของประชาคมโลกเป็นประเด็นเด่นมาก ประเทศไทยมีการปรับตัวตอบสนองอย่างเห็นได้ชัด จากการที่ภาครัฐได้ประกาศยุทธศาสตร์ชาติ ประเทศไทย 4.0 จึงความจำเป็นที่จะต้องมีการปรับตัวอย่างต่อเนื่อง สำหรับแนวทางการปรับตัวในการดำเนินชีวิตของไทยในการเข้าสู่เศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล มีสาระสำคัญคือต้องปรับตัวให้ทันสมัย พยายามเรียนรู้เศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล ทั้งเรื่องการค้าในชีวิตประจำวัน การประกอบการทางธุรกิจ การมีส่วนร่วมกับกิจกรรมของภาครัฐที่มีบริการอำนวยความสะดวกด้วยระบบ e-Service ผ่านทางดิจิทัล เช่น Mobile Application e-book และ Social Media

นอกจากนี้ อีกประเด็นหนึ่งที่สำคัญคือต้องรู้จักการปรับตัวให้เท่าทันสื่อออนไลน์ เรียนรู้ที่จะใช้สื่อดิจิทัลด้วยความปลอดภัย ควรมีสติรู้เท่าทันการคุกคามผ่านสื่อออนไลน์ (Cyber Bullying) การโจรกรรมเอกลักษณ์บุคคล (Identity Theft) รวมถึงการเคารพสิทธิส่วนบุคคลด้วย (Privacy) และยังมีหลากหลายมิติมาก (Productivity World, 2015) สามารถอ่านเพิ่มเติมได้จากบทความสรุปสัมมนา Productivity Conference 2015 : “Managing Today to Shape Tomorrow’s World” เพื่อเตรียมพร้อมองค์กรให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงตามแนวทางการจัดการอนาคต จัดโดยสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ และสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย จากลิงค์นี้

http://www.ftpi.or.th/download/member-file/productivity_world/pw119/P-world-issue119-Nov-Dec-15-Future.pdf

8. บทสรุป

การดำเนินชีวิตของไทย (Thais lifestyle) หมายถึง วิถีชีวิตของคนไทยซึ่งสะท้อนของรูปแบบของการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคมไทย ทั้งภาษา อาหาร การแต่งกาย วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ศิลปกรรม สถาปัตยกรรม ดนตรี และสิ่งที่ยึดถือปฏิบัติต่อกันมา มีการสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น รวมทั้งสิ่งใหม่ที่หลอมรวมเข้าด้วยกันอย่างร่วมสมัย (Contemporary)

เอกลักษณ์ความเป็นไทย หมายถึง ลักษณะพิเศษที่โดดเด่นเฉพาะตัวที่มีร่วมกันของไทยที่สามารถบ่งบอกความเป็นไทยได้ อาทิ สัญลักษณ์ประจำชาติไทย ลักษณะนิสัยของคนไทย แหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย สิ่งที่สามารถแสดงถึงความเป็นไทยต่างๆ รวมถึงสิ่งที่คนทั่วไปยอมรับ

ถึงความเป็นไทย เช่น รอยยิ้ม รถตุ๊กตุ๊ก อาหารไทย มวยไทย เป็นต้น โครงสร้างของเอกลักษณ์ คือ 1) เอกลักษณ์หลักของความเป็นไทย คือ คุณลักษณะที่เป็นแก่นแท้จิตวิญญาณของความเป็นไทย และ 2) เอกลักษณ์ขยายของความเป็นไทย ก็คือการนำคุณลักษณะอื่นๆ และรูปแบบที่สามารถนำมาเสริมสร้างลักษณะเฉพาะให้สมบูรณ์ขึ้น เช่น สัญลักษณ์ ประเพณี เรื่องเล่า ตำนาน เป็นต้น

องค์ประกอบของเอกลักษณ์ความเป็นไทย คือ สัญลักษณ์ประจำชาติไทย ภาษาไทย การแต่งกาย มารยาทไทย ศิลปกรรมแขนงต่างๆ ลักษณะนิสัยของคนไทย แหล่งท่องเที่ยวของไทย และสิ่งที่แสดงถึงความเป็นไทยที่ยอมรับกันเป็นสากล เช่น รถตุ๊กตุ๊ก อาหารไทย ต้มยำกุ้ง มวยไทย

การปรับตัวในการดำเนินชีวิตของไทยในกระแสโลกนั้น ควรจะยืนอยู่ที่ยึดมั่นเพื่ออนุรักษ์ ควรจะปรับตัวบ้างเพื่อความอยู่รอด หรือควรจะพัฒนาเพื่อการเติบโตท่ามกลางการเปลี่ยนแปลง โดยมีประเด็นแนวทางการปรับตัวในการดำเนินชีวิตของไทยอย่างสอดคล้องกับความเป็นสากล ได้แก่ การปรับตัวในการดำเนินชีวิตของไทยในการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ การปรับตัวในการเข้าสู่เมืองท่องเที่ยวของโลก และการปรับตัวเข้าสู่เศรษฐกิจ และสังคมดิจิทัล

9. คำศัพท์น่ารู้

Tradition and Culture หมายถึง วิธีการดำเนินชีวิตของประชาชน ส่วนใหญ่ในสังคมนั้นๆ อย่างเป็นระเบียบ และมีแบบแผนซึ่งจะยึดหลักความเชื่อ ความคิดเป็นแนวทางในการปฏิบัติ การกระทำจะมีเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละชาติที่สร้างขึ้น และใช้อยู่ในหมู่ของสังคมนั้นๆ มีการสืบทอดกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษ

Thais lifestyle หมายถึง วิถีชีวิตของคนไทยซึ่งสะท้อนของรูปแบบของการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคมไทย ทั้งภาษา อาหาร การแต่งกาย วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ศิลปกรรม สถาปัตยกรรม ดนตรี และสิ่งที่ยึดถือปฏิบัติต่อกันมา รวมทั้งสิ่งใหม่ที่ร่วมสมัย

Nation Identity สัญลักษณ์ประจำชาติไทย 3 สิ่ง ได้แก่ ช้างไทย เป็นสัตว์ประจำชาติไทย ดอกราชพฤกษ์ หรือที่รู้จักกันดีว่าดอกคูณ เป็นดอกไม้ประจำชาติ และศาลาไทย เป็นสถาปัตยกรรมประจำชาติไทย

Aging society สังคมที่ผู้สูงอายุ คือ สภาสังคมที่มีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป ที่อยู่จริงในพื้นที่ต่อประชากรทุกช่วงอายุในพื้นที่เดียวกันในอัตราเท่ากับหรือมากกว่าร้อยละ 10 ขึ้นไป

MICE เป็นคำย่อของ (Meeting/Incentive/Conference/Exhibition) เป็นการจัดบริการท่องเที่ยวให้กลุ่มลูกค้าของผู้ที่จัดประชุม มีรายการจัดนำเที่ยวก่อนการประชุม (pre-tour) และการจัดรายการนำเที่ยวหลังการประชุม (post-tour)

Digital Economy หมายถึง เศรษฐกิจ และสังคมดิจิทัล ที่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร หรือที่นิยมเรียกอย่างทันสมัยว่า เทคโนโลยีดิจิทัล เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการปฏิรูปกระบวนการผลิต การดำเนินธุรกิจ การค้า การบริการ การศึกษา การสาธารณสุข การบริหารราชการแผ่นดิน รวมทั้ง กิจกรรมทางเศรษฐกิจ และสังคมอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจ การพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในสังคม และการจ้างงานที่เพิ่มขึ้น

10. คำถามฝึกคิดวิเคราะห์

1. หากมีเพื่อนชาวต่างชาติต้องการทราบถึง การดำเนินชีวิตของคนไทย ท่านจะอธิบายให้เพื่อนท่านฟังเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตของไทย อย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

2. เอกลักษณ์ความเป็นไทย หมายถึงอะไร จงอธิบาย พร้อมทั้งยกตัวอย่างของเอกลักษณ์หลัก (core identity) และเอกลักษณ์ขยาย (extended identity) ประกอบคำอธิบายให้ชัดเจน

.....

.....

.....

3. ให้ท่านยกตัวอย่างเอกลักษณ์ความเป็นไทยที่โดดเด่น พร้อมทั้งให้เหตุผลว่าสื่อถึงความเป็นไทยอย่างไร หากท่านมีโอกาสจงอธิบายว่าท่านจะอย่างไรเพื่อให้เป็นที่ยอมรับระดับสากลได้

.....

.....

.....

4. จากการเข้าสู่ของสังคมผู้สูงอายุในกระแสโลกให้ท่านเสนอแนะวิธีการปรับตัวในการดำเนินชีวิตของท่าน อย่างไรเพื่อเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ พร้อมทั้งให้เหตุผล หรือยกตัวอย่างประกอบ

.....

.....

.....

5. กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย เป็นเมืองท่องเที่ยวของโลก ในฐานะคนไทยคนหนึ่งที่เป็นเจ้าของบ้าน ท่านจะปรับตัวในการดำเนินชีวิตของท่าน อย่างไร เพื่อก้าวสู่เมืองท่องเที่ยวของโลกอย่างยั่งยืน จงอธิบาย สามารถยกตัวอย่าง สถานการณ์ประกอบคำอธิบายได้

.....

.....

.....

6. ท่านคิดว่าท่านจะปรับตัวในการดำเนินชีวิตเพื่อก้าวเข้าสู่เศรษฐกิจ และสังคมดิจิทัล
อย่างไรจงอธิบาย สามารถยกตัวอย่าง สถานการณ์ประกอบคำอธิบายได้

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

อาจารย์ผู้เรียบเรียงหน่วยที่ 8 : อาจารย์ ดร.เกษสิรี ปั่นจรรยา