



กรุงเทพธุรกิจ

Krungthep Turakij
Circulation: 160,000
Ad Rate: 1,600

Section: First Section/-

วันที่: อังคาร 1 ธันวาคม 2563

ปีที่: 34

ฉบับที่: 11740

หน้า: 11(ล่าง)

Col.Inch: 108.38 Ad Value: 173,408

PRValue (x3): 520,224

ศิลปิน: สีส

หัวข้อข่าว: ถอดรหัส'ทันเกม' การตลาดน้ำเมายุค 4.0

ถอดรหัส'ทันเกม' การตลาดน้ำเมายุค 4.0



วิษณุ ศรีทะวงศ์



ไพศาล ลิมสติดิย์



กนิษฐา ไทยกล้า

ความน่าเป็นห่วงของสังคมไทย
ที่แม้มีมาตรการควบคุมการเข้าถึง
และสื่อโฆษณาธุรกิจแอลกอฮอล์อย่าง
ไม่ลดละ แต่เวลาเดียวผู้ผลิตและ
จำหน่ายเหล้าและแอลกอฮอล์ก็ยังคง
พยายามสรรหาลูกเล่นใหม่ตลอดเวลา
หนึ่งในประเด็นร้อนสังคมไทยวันนี้
จึงหนีไม่พ้นการพูดคุยถึงแนวทาง
รับมือการตลาดธุรกิจแอลกอฮอล์ เป็น
อีกหัวข้อสำคัญในงานประชุมวิชาการ
สุราระดับชาติ ปีที่ 11 “ก้าวสู่ทศวรรษ
ที่สองของนโยบายควบคุมเครื่องดื่ม
แอลกอฮอล์ของประเทศไทย” ที่จัดโดย
ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา (ศวส.) คณะ
แพทยศาสตร์มหาวิทยาลัยสงขล
านครินทร์ และสำนักงานกองทุนสนับสนุน
การสร้างเสริมสุขภาพ(สสส.) ร่วมกับ
ภาคีเครือข่าย

เม้าท์ก๊อมีโยะ

รศ.ดร.สุรศักดิ์ ไชยสงค์ คณะ
เภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
สะท้อนสถานการณ์แท้จริงในการเข้า
ถึงแอลกอฮอล์ของคนไทยว่า จากชุด

ข้อมูลของ สสส. ทำให้ทราบว่า การเข้าถึง
แอลกอฮอล์คนไทยไม่ได้เกิดจากการซื้อ
บริโภคเพียงอย่างเดียว เพราะกว่าครึ่ง
เข้าถึงแอลกอฮอล์จากสังคมหรือการ
ได้รับจากผู้อื่น ขณะที่มาตรการควบคุม
การเข้าถึงแอลกอฮอล์บ้านเรายังมุ่งไปที่
ฝั่ง Supply Side หรือผู้ขายและผู้ผลิต
เป็นส่วนใหญ่

อย่างไรก็ดีอีกข้อมูลจากกรม
สรรพสามิตเองก็ชี้ให้เห็นว่า
ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีจุดจำหน่าย
แอลกอฮอล์มากอันดับต้นๆ ปัจจุบันมี
ร้านค้าที่ได้รับอนุญาตจำหน่ายแล้วถึง
หกแสนราย คิดเฉลี่ยถึง 90 ร้านต่อจำนวน
ประชากรไทย 10,000 คน ซึ่งถ้านับรวม
ร้านค้าที่ยังไม่มีใบอนุญาตไปด้วย ไทยจะ
กลายเป็นประเทศนำโด่งที่มีร้านค้าจำหน่าย
ถึง 113 ร้านต่อประชากร 10,000 คนทันที
สูงกว่าเวียดนามเพื่อนบ้านที่มีความ
หนาแน่นเพียง 45 ร้านต่อประชากร 10,000
คนเสียอีก ซึ่งตัวเลขดังกล่าวจึงทำให้
ต้องกลับมาขบคิดถึงการออกใบอนุญาต
ให้จำหน่ายของไทยว่าง่ายเกินไปหรือไม่

ออนไลน์ขายแฝง

ดูเหมือนความเปลี่ยนแปลงของ
โลกยุค Technology Disruptive กำลัง
เป็นอีกปัจจัยที่ทำลายการทำงานด้านสุรา
เมื่อโลกออนไลน์กำลังทำให้ผู้ขายเข้าถึง
ผู้ซื้อได้ง่ายขึ้น กนิษฐา ไทยกล้า สถาบัน
วิจัยวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัย
เชียงใหม่ ให้ข้อมูลว่าโซเชียลมีเดียเป็นสื่อ
การตลาดช่องทางใหม่ที่เบรคแอลกอฮอล์
หันมาเจาะกลุ่มลูกค้า ปัจจุบันการตลาดพัฒนา
ไปถึงรูปแบบ O2O (Online to Offline) ซึ่ง
เป็นกลยุทธ์ที่นำรูปแบบการตลาดออนไลน์
และออฟไลน์มาเพื่อเชื่อมโยงการขาย อาทิ
ผู้จำหน่ายจะนำเทคนิค “โพสต์ โลคัล แชร์”
หรือกลยุทธ์บอกต่อมาใช้เพื่อแชร์ไปรษณ
ลดแลกแจกแถม หรือคูปองส่วนลด แล้ว
ไปจบการขายที่หน้าร้าน ซึ่งรูปแบบการตลาด
แนวนี้ยังตอบรับกับพฤติกรรมผู้บริโภค
นักช้อปออนไลน์ยุคปัจจุบัน

“ปัจจุบันเริ่มมีการใช้ถ้อยคำสแลง
เปรียบเปรยที่เชื่อมไปถึงตราสินค้า การ
ใช้สัญลักษณ์ภาพ ที่เรียกว่าอีโมจิ และ
อีโมติคอนต่างๆ ที่ทำให้นักถึงสัญลักษณ์
โลโก้หรือตราสินค้า แม้แต่ในช่วงโควิด-19
ที่หน้าร้านจำหน่ายไม่ได้ ก็มีการขาย



กรุงเทพธุรกิจ

Krungthep Turakij
Circulation: 160,000
Ad Rate: 1,600

Section: First Section/-

วันที่: อังคาร 1 ธันวาคม 2563

ปีที่: 34

ฉบับที่: 11740

หน้า: 11(ล่าง)

Col.Inch: 108.38 Ad Value: 173,408

PRValue (x3): 520,224

ศิลปิน: สีสี่

หัวข้อข่าว: ถอดรหัส'ทันเกม' การตลาดน้ำเมายุค 4.0



ผ่านออนไลน์ โดยมีทั้งโปรจัดสงฟรีหรือส่งถึงบ้าน”

ขณะที่ **วิษณุ ศรีทะวงศ์** ผู้จัดการแผนงาน มูลนิธิเครือข่ายพลังสังคม เสริมว่า แม้จะโฆษณาสินค้าโดยตรงไม่ได้ แต่อุตสาหกรรมสุราทั้งหลายยังได้นำกลยุทธ์การตลาดที่เรียกว่า Brand Experience และ Brand Engagement มาใช้ สื่อสารเนื้อหาแฝงที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดรู้สึกผูกพันกับแบรนด์ และเกิดความภักดีต่อแบรนด์ในที่สุด และยังเลือกที่จะสื่อสารผู้บริโภคผ่านกิจกรรมวิถีชีวิตคนไทย ไปจนถึงประเพณีต่าง ๆ โดยทั้งการเข้าไปเป็นสปอนเซอร์ สนับสนุนเงินทุนการจัดงานหรือกิจกรรมในชุมชน

“บุคลิกคนไทยชอบความสนุกสนาน รักเพื่อนฝูง ชอบการเที่ยวการสังสรรค์ โดยเฉพาะเทศกาล หรือการเที่ยวในวันหยุดยาว ทำให้แบรนด์แอลกอฮอล์มาสร้างพื้นที่ในการทำความรู้จักกับผู้บริโภคผ่านช่องทางเหล่านี้ การเข้าถึงผ่านกิจกรรมรื่นเริงและประเพณีต่างๆ ทำให้กลุ่มเด็กมีพฤติกรรมที่เคยดื่มในบ้าน เปลี่ยนไปอยู่ดื่มคอนเสิร์ต ส่วนกลุ่มผู้ใหญ่และคนทำงานจะเปลี่ยนที่ดื่มจากผับบาร์ไปเป็นลานเบียร์แทน”

มองต่างมุม Brand DNA ผิดหรือไม่?

ด้าน **ไพศาล ลิ้มสถิตย์** กรรมการบริหารศูนย์กฎหมายสุขภาพและจริยศาสตร์ คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ที่

เจาะประเด็น การใช้ Brand DNA ของธุรกิจน้ำเมาอย่างมีปัญหาค่าความและข้อจำกัดของ พ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ปัจจุบันแบรนด์แอลกอฮอล์กำลังใช้ลูกเล่นใหม่ โดยการเลี่ยงไม่โฆษณาแอลกอฮอล์ แต่ไปออกผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่ถูกกฎหมาย แต่ใช้เครื่องหมายการค้าเดียวกันหรือเหมือนแบรนด์แอลกอฮอล์ ซึ่งจริงๆ แล้วตามกฎหมายถือว่าผิด ไม่ว่าจะเป็นการตราสินค้ารูปภาพ หรือโลโก้ แต่ก็มีบางฝ่ายที่มองว่ายังไม่เข้าข่ายผิดกฎหมาย

“หากดูตัวอย่างกฎหมายในต่างประเทศ ในนอร์เวย์มีการระบุว่า ห้ามนำเครื่องหมายการค้าหรือตราสินค้าที่จดทะเบียนเป็นแอลกอฮอล์ไปใช้กับผลิตภัณฑ์อื่น ไปแลนด์ มีการระบุให้ห้ามใช้เครื่องหมายในการโฆษณาสินค้าอื่นตั้งแต่ในปี 1982 ฝรั่งเศสก็ห้ามไม่ให้มีการโฆษณาสินค้าหรือแบรนด์แอลกอฮอล์ในสื่อที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นเด็กและเยาวชน”

10ปีประชาชนเห็นสื่อเมาน้อยลง

ดร.พ.บัณฑิต ศรีไพศาล Project Scientist, Centre for Addiction and Mental Health, Toronto, Canada เล่าถึงประสิทธิภาพของมาตรการควบคุมโฆษณาต่ออัตราการดื่มน้ำเมาจากการดื่มสุราในประเทศไทยตลอดสิบปีที่ผ่านมาว่า มาตรการควบคุมสื่อโฆษณาแอลกอฮอล์มีความสำเร็จที่ชี้วัดได้หลายประเด็น

ไม่ว่าจะเป็นห้ามแสดงภาพผลิตภัณฑ์ มีประสิทธิผลในการลดการรับรู้โฆษณา ลดลงได้ 24% (โดยจากเดิมที่พบเห็น 49% เหลือ 37%) และลดจำนวนครั้งที่เห็นเฉลี่ยลงไปถึง 50% ซึ่งหากประเทศไทยเพิ่มความเข้มข้นของมาตรการควบคุมโฆษณาไปสู่ระดับ 4 ยี่สิบจะลดปริมาณการดื่มและจำนวนผู้เสียชีวิตอันเกิดจากการดื่มได้ 383 คนต่อปี

ผลการศึกษาทั่วโลกตลอดสิบปีที่ผ่านมาพบตรงกันว่า การควบคุมโฆษณาได้ผลในการลดการเริ่มต้นดื่มของผู้ดื่มรายใหม่และลดปริมาณการดื่มลงได้ อย่างไรก็ตามการปล่อยให้ธุรกิจแอลกอฮอล์ควบคุมตนเองเป็นมาตรการที่ไม่ได้ผล และการพบโฆษณาแฝงโดยการให้ทุนอุปถัมภ์ ส่งผลต่อการดื่มเช่นกัน ในประเทศไทยมักใช้รูปแบบที่พุ่งเป้าให้เยาวชนสนใจ

อย่างไรก็ดี การคุมไม่ควรรู้ใช้แค่ Hard Approach แต่ควรใช้ Strategy Approach คือควรทำให้สังคมเห็นด้วยว่าการโฆษณามีผลกระทบต่อเยาวชน ด้วยการให้ความรู้ เพราะถ้าสังคมไม่เข้าใจจะรู้สึกว่าการคุมมากเกินไป นอกจากนี้ สสส.และเครือข่ายควรสร้างความรู้ต่อเนื่อง และติดตามสถานการณ์เพื่อให้เห็นภาพรวมตลอดเวลา



กรุงเทพธุรกิจ

Krungthep Turakij
Circulation: 160,000
Ad Rate: 1,600

Section: การเงิน-ลงทุน/Market Wise

วันที่: อังคาร 1 ธันวาคม 2563

ปีที่: 34

ฉบับที่: 11740

หน้า: 14(กลาง)

Col.Inch: 52.68 Ad Value: 84,288

PRValue (x3): 252,864

ศิลปิน: สีสี่

คอลัมน์: The Key Indicators: ระเบียบโลกใหม่ (New World Order)



กรุงเทพธุรกิจ

The Key Indicators

เจษฎา สุวกิจ, CFA

ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร FINNOMENA
และกรรมการผู้จัดการศูนย์
คณะเศรษฐศาสตร์ สสสทศาสตร์



งาน SEC Capital
Market Symposium และ
ได้ฟัง อ.อาร์ม ตั้งนิรันดร
ปาฐกถาในหัวข้อ "ระเบียบ
โลกใหม่" เห็นว่ามีประโยชน์มาก

และน่าจะช่วยให้นักลงทุนมองเห็น Mega Trend
ของโลกที่น่าสนใจในอนาคตไม่ไกลข้างหน้า
ซึ่งนับว่าเปลี่ยนแปลงไปไม่น้อยทีเดียวเนื่องจาก
ทั้งวิกฤติ COVID-19 และประธานาธิบดีทรัมป์
กำลังจะผ่านพ้นไป และโลกธุรกิจกำลังจะเปลี่ยน
จากเอกภพ (Globalization) ไปสู่โลกทวิภพ
(The Great Decoupling) (ดูคลิปวิดีโอเต็มๆ
ได้ที่ <https://fb.watch/1YCGb8TAm7/>)

อ.อาร์ม ใช้คำว่า K-Shape World Order
แทนระเบียบใหม่ของโลกที่กำลังจะเกิด
ในอนาคตไม่ไกลข้างหน้า นั่นคือ หลังวิกฤติ
เศรษฐกิจใหญ่ในรอบนี้ จะมีประเทศและ
ธุรกิจสองชนิดคือกลุ่ม "ผู้ชนะ" ที่ฟื้นตัวและ
เติบโตได้อีกมาก กับกลุ่ม "ผู้แพ้" ที่แม้วิกฤติ
ผ่านพ้นแต่ประเทศ และธุรกิจกลับโตได้ต่ำกว่า
ค่าเฉลี่ยที่ผ่านมา หรืออาจถึงขั้นหดตัวเพราะ
ปรับตัวไม่ทัน

ประเทศผู้ชนะคือประเทศที่เชื่อมโลก
ประเทศผู้แพ้คือประเทศที่ปิดตัวเอง

ประเทศผู้ชนะคือประเทศที่ทันสมัย
เทคโนโลยี ประเทศผู้แพ้คือประเทศที่ดึกขบวน
เทคโนโลยี

ประเทศผู้ชนะคือประเทศที่เน้น
ความยั่งยืน ประเทศผู้แพ้คือประเทศที่ไม่เน้น
เรื่องความยั่งยืน

ธุรกิจและบริษัทจดทะเบียนในตลาดหุ้น
ก็เช่นกัน

● สองห่วงโซ่เชื่อมโลก

จากยุคสงครามการค้าในรอบ 3-4 ปีที่ผ่านมา
เมื่อสหรัฐเข้าสู่การเปลี่ยนผ่านผู้นำ ดูเป็น
ที่ชัดเจนว่าการค้าเสรีจะกลับมาในระเบียบโลก
ใหม่นี้ และที่อ.อาร์มกล่าวไว้ที่น่าสนใจมาก
คือการค้าโลกกำลังจะเปลี่ยนจากโลกเอกภพ
(Globalization) ไปสู่โลกทวิภพ (The Great
Decoupling) ห่วงโซ่อุปทานของทั้งโลก
กำลังถูกเขย่าและเพราะ 2 ห่วงโซ่หลักคือ
"ห่วงโซ่สหรัฐเชื่อมโลก" และ "ห่วงโซ่จีนเชื่อมโลก"

การชิงไหวพริบเรื่องข้อตกลงทางการค้า
กลับมาอีกครั้งทั้ง RCEP ที่มีประเทศไทย
ได้ประโยชน์อยู่ด้วย และ CPTPP ที่ทรัมป์
เอาประเทศสหรัฐลบล้างออกไปก่อนหน้าโดยจีน
รีบชิงไหวพริบแสดงความจำนงสนใจเข้า
CPTPP ทันที ขณะที่ไบเดนก็สนใจจะกลับมา
เข้าร่วม ในสนธิสัญญานี้เช่นกัน การปิดประเทศ
ไม่ใช่คำตอบอีกต่อไป หลังวิกฤติ COVID-19 นั้น
ทุกคนต้องการเติบโต และการค้าการเปิดประเทศ
จะมีส่วนช่วยอย่างมาก

สำหรับประเทศไทย เราไม่จำเป็นต้อง
เลือกข้างว่าจะอยู่ห่วงโซ่ใดห่วงโซ่หนึ่ง แต่เรา
ต้องคิดที่จะเชื่อมทั้งสองห่วงโซ่เข้าด้วยกัน
ในบางอุตสาหกรรมเราเหมาะที่จะเชื่อมกับ
ห่วงโซ่จีน และในบางอุตสาหกรรมเราเหมาะที่จะ
เชื่อมกับห่วงโซ่สหรัฐ

● รถไฟขบวนเทคโนโลยี

การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยียังคง

เป็นกระแสหลักของโลก ประเทศ หรือบริษัท
ที่ตกขบวนจะถูกทิ้งไว้เบื้องหลัง จากวันนี้
ที่เราแบ่งธุรกิจเป็น Tech กับ Non-tech
แต่ก็ไม่กี่ปีทุกบริษัท ทุกอุตสาหกรรมจะต้อง
นำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ และบริษัทที่ปรับตัว
ไม่ทันจะกลายเป็นผู้แพ้ในทันที

ถ้ายุค 4.0 หมายถึงยุคอินเทอร์เน็ต
โลกเรากำลังเข้าสู่ยุค 5.0 ที่ทุกคนจะคุยกับทีวี
ดูเย็นในบ้านผ่านระบบ AI เทคโนโลยีอย่าง
Blockchain, Big Data, AR/VR บนความเร็ว
ของระบบ 5G และ 6G กำลังจะเข้ามาเป็นส่วนหนึ่ง
ในชีวิตประจำวัน

สำหรับประเทศไทย ผู้เขียนมองว่าประเทศ
เราอยู่ในสถานการณ์ลำบากทีเดียวสำหรับ
รถไฟขบวนเทคโนโลยีเพราะเราไม่ได้มีบริษัท
เทคโนโลยีขนาดใหญ่เป็นของตัวเองเลย
มีแต่อาศัยใช้แพลตฟอร์มจากต่างประเทศ
อย่างไรก็ตามรถไฟขบวนเทคโนโลยี
อย่างรวดเร็วยังคงอยู่ และทุกคนต้องพยายาม
ปรับตัวให้ดีที่สุด และเอาตัวรอดจากการ
ตกรถไฟขบวนนี้ให้ได้

● หัวใจคือความยั่งยืน

คำว่ายั่งยืนในที่นี้สะท้อนได้ผ่านคำว่า
ESG คือ Environmental (สิ่งแวดล้อม)
Social (สังคม) และ Governance (ธรรมาภิบาล)
ถึงเวลาที่ "ความยั่งยืน" โดยเฉพาะเรื่องสิ่งแวดล้อม
และปัญหาโลกร้อนจะกลายเป็น Mega Trend แล้ว
ประเทศและธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับเรื่องนี้
เช่น เรื่องพลังงานสะอาด จะเป็นผู้ที่สามารถ
เติบโตได้



กรุงเทพธุรกิจ

Krungthep Turakij
Circulation: 160,000
Ad Rate: 1,600

Section: การเงิน-ลงทุน/Market Wise

วันที่: อังคาร 1 ธันวาคม 2563

ปีที่: 34

ฉบับที่: 11740

หน้า: 14(กลาง)

Col.Inch: 52.68 Ad Value: 84,288

PRValue (x3): 252,864

ศิลปิน: สีส

คอลัมน์: The Key Indicators: ระเบียบโลกใหม่ (New World Order)

อ.อาร์ม ได้เล่าให้ฟังถึงความเหมือนของนโยบายของสีจิ้นผิง และ โจไบเดน ซึ่งเป็นเพื่อนกันมาตั้งแต่สมัยเป็นรองประธานาธิบดี โดยในแผนพัฒนาเศรษฐกิจที่ 14 ของจีนสำหรับ ค.ศ. 2021-2025 ได้ระบุชัดถึงนโยบายเรื่องการลงทุนในธุรกิจพลังงานทดแทน ขณะที่ โจไบเดนได้มีระบุถึงคำว่า “New Deal” ซึ่งหมายถึงการลงทุนครั้งใหญ่ในธุรกิจพลังงานสะอาดเช่นกัน ใน 3-5 ปีข้างหน้าเราจะได้เห็นธุรกิจอย่าง Tesla ของสหรัฐฯ และ Nio ของจีนได้จับคู่กันเพื่อชิงความเป็นหนึ่งในธุรกิจรถยนต์พลังงานไฟฟ้า

● อย่าปล่อยให้วิกฤติครั้งนี้สูญเปล่า

เรากำลังจะผ่านช่วงวิกฤติเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองครั้งสำคัญครั้งหนึ่งในประวัติศาสตร์ การจัดระเบียบโลกใหม่กำลังเกิดขึ้นในช่วงเวลาการเปลี่ยนผ่านของวิกฤติครั้งนี้

ประเทศและธุรกิจที่เชื่อมโลกใหม่บนสองห่วงโซ่อุปทานหลักคือสหรัฐฯ และจีน จะสามารถกลับมาเติบโตต่อไปได้

ประเทศและธุรกิจที่ปรับตัวให้ทันขบวนการเทคโนโลยี คือผู้ที่สามารถอยู่รอดต่อไปได้

ประเทศและธุรกิจที่เน้นความยั่งยืน จะสามารถหาเครื่องยนต์การเติบโตใหม่ให้กับตัวเองได้

สำหรับการลงทุนก็เช่นกัน แม้เศรษฐกิจจะผันผวนแต่เรากำลังอยู่ในภาวะที่ดอกเบี้ยต่ำ และสภาพคล่องสูง โลกที่กำลังเข้าสู่สังคมสูงวัยนั้น การลงทุนระยะยาวจะยังคงเป็น Mega Trend หลัก เทคโนโลยีที่กำลังเปลี่ยนแปลงตลาดทุน เพิ่มข้อมูลการเข้าถึงตลาดทุนและสร้างธุรกิจใหม่ นักลงทุนที่เข้าใจพลวัตความเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ และรู้จักเลือกลงทุนจะสามารถเป็นผู้ชนะในการลงทุนยุค “ระเบียบโลกใหม่ (New World Order)” ครั้งนี้แน่นอนครับ

FundTalk รายงาน



มติชน
กรอบบ่าย

Matichon (Mid-Day)
Circulation: 950,000
Ad Rate: 1,100

Section: First Section/-

วันที่: อังคาร 1 ธันวาคม 2563

ปีที่: 43 ฉบับที่: 15605

Col.Inch: 44.03 Ad Value: 48,433

คอลัมน์: สถานีคิดเลขที่12: ปีศาจ 2563

หน้า: 2(ล่างซ้าย)

PRValue (x3): 145,299

ศิลปิน: ชาว-ดำ

สถานีคิด เลขที่ 12 ปีศาจ 2563

“ปีศาจ” ผลงานวรรณกรรมเล่มสำคัญของ **“เสนีย์ เสาวพงศ์”** ที่มีอายุยืนยาวมาเกือบ 7 ทศวรรษ เพิ่งได้รับการตีพิมพ์ใหม่อีกครั้งในปี 2563

นับเฉพาะการจัดพิมพ์โดยสำนักพิมพ์มติชน นี่คือการพิมพ์ซ้ำเป็นครั้งที่ 5

ในเชิงเนื้อหา จุดเด่นหนึ่งที่เพิ่มเติมเข้ามาใน “ปีศาจ” ฉบับพิมพ์ใหม่ ก็คือ บทเสมือนคำนำสำนักพิมพ์ โดย **“สุพจน์ แจ็งเร็ว”** บรรณาธิการนิตยสารศิลปวัฒนธรรม และคำนำเสนอ โดย **“ประจักษ์ ก้องกีรติ”** อาจารย์คณะรัฐศาสตร์ ม.ธรรมศาสตร์ ที่สนใจศึกษาประเด็นความเคลื่อนไหวทางการเมืองวัฒนธรรมช่วงก่อน 14 ตุลาคม 2516

บทความทั้งสองชิ้นได้บ่งชี้ให้เห็นถึงชีวิตประวัติของนวนิยายเล่มนี้ ที่ดำเนินไปอย่างสอดคล้องกับบริบททางการเมืองที่พลิกผัน

จากผลงานวรรณกรรมที่ประพันธ์ขึ้นตามแนวทาง **“ศิลปะเพื่อชีวิต”** ในทศวรรษ 2490 ประจักษ์บรรยายให้เห็นว่าชื่อของ **“ปีศาจ”** และ **“เสนีย์ เสาวพงศ์”** ได้ค่อยๆ รวงเลือน หลังการรัฐประหารโดย **“จอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์”** อันนำไปสู่การปิดกั้นเสรีภาพและกระบวนการทำลายปัญญาชนสาธารณะ แต่แล้วผลงานการประพันธ์เรื่องนี้กลับค่อยๆ ถูกพลิกฟื้นคืนชีวิตขึ้นมาใหม่ในทศวรรษ 2510 โดยเหล่าคนหนุ่มสาวยุคแสวงหา

ตามความเห็นของสุพจน์ **“สาย สีมา”** ตัวละครเอกของ **“ปีศาจ”** นั้นมีสถานะเป็น **“ปฏิมาของคนรุ่นใหม่”** ในยุค 2510 เพราะเขาคือสำนักใหม่ของประวัติศาสตร์ เขาคือตัวแทนของ **“ลูกหลานชาวบ้านคนธรรมดาสามัญ”** ผู้มีจิตสำนึกซึ่งตระหนักว่าตนเองกำลังดำเนินชีวิตอยู่ในสังคมที่มีความขัดแย้งทางชนชั้น

“สาย สีมา” คือตัวแทนของ **“คนธรรมดา-คนชั้นล่าง”** ที่ไม่เคยมีตำแหน่งแห่งที่และปรากฏบทบาทในประวัติศาสตร์กระแสหลัก

บรรณาธิการนิตยสารศิลปวัฒนธรรมยังชี้ให้เห็นถึงความหมายที่แตกต่างกันของคำว่า **“ปีศาจ”**

(spectre) และ **“ผี”** (ghost)

กล่าวคือ ในขณะที่ **“ผี”** เป็นวิญญาณร้ายที่คอยตระเวนหลอกหลอนผู้คน **“ปีศาจ”** กลับเป็นอาการหลอนที่เกิดขึ้นจากความวิตกกังวลกลัวของตัวผู้ถูกหลอนเอง เช่น อาการหวาดวิตกต่อปัญหาที่กำลังจะมาถึงในอนาคต

ความหวาดกลัวที่ตัวละคร **“ท่านเจ้าคุณ”** มีต่อ **“สาย สีมา”** ในฐานะ **“ปีศาจที่กาลเวลาสร้างขึ้น”** จึงมีนัยยะความหมายตามแบบหลัง

บทตอนใหม่ทางประวัติศาสตร์การเมืองที่เริ่มต้นขึ้นหลังเดือนตุลาคม 2516 นำมาสู่ความเปลี่ยนแปลงของนวนิยายเรื่อง **“ปีศาจ”** เช่นกัน

ดังที่ประจักษ์ระบุว่าหลังเหตุการณ์ 14 ตุลา **“ปีศาจ”** ได้กลายเป็นวรรณกรรมยอดนิยมของคนหนุ่มสาวซึ่งกำลังตื่นตัวทางการเมือง

อันเนื่องมาจากการที่ **“เสนีย์”** สามารถฉายภาพการปะทะกันระหว่าง **“โลกเก่า”** กับ **“โลกใหม่”** หรือ **“ผู้ใหญ่-ผู้ดี”** กับ **“คนรุ่นใหม่-คนชั้นล่าง”** ได้อย่างชัดเจน

เช่นเดียวกับที่สุพจน์อธิบายว่า **“ปีศาจ”** นั้นผูกโยงกับคนรุ่นใหม่ที่มีจิตสำนึกการต่อสู้ทางชนชั้น ซึ่งจะยิ่งทวีจำนวนมากขึ้น ภายใน **“เงร่าเงบั้งของกาลเวลา”** หรือในยุคสมัยที่เคลื่อนหน้าไปไม่หยุดหย่อน



มติชน กรอบบ่าย

Matichon (Mid-Day)
Circulation: 950,000
Ad Rate: 1,100

Section: First Section/-

วันที่: อังคาร 1 ธันวาคม 2563

ปีที่: 43 ฉบับที่: 15605

Col.Inch: 44.03 Ad Value: 48,433

คอลัมน์: สถานีคิดเลขที่12: ปีศาจ 2563

หน้า: 2(ล่างซ้าย)

PRValue (x3): 145,299

ศิลปิน: ชาว-ดำ

อย่างไรก็ดี บรรณาธิการศิลปวัฒนธรรมตีความว่า “สารสำคัญ” ที่ “เสนีย์” ใส่เอาไว้ในผลงานเรื่องเอกของเขานั้นมีอยู่สองประการ

นอกจากประการแรก คือ การกล่าวถึงความขัดแย้งระหว่างรูปการจิตสำนึกเก่ากับใหม่ ซึ่งหลายคนสามารถจับใจความได้แล้ว

ยังมีสารประการที่สอง ซึ่งชี้แนะว่าการเปลี่ยนแปลงต้องมีจิตสำนึกและทิศทาง มิใช่การปล่อยให้กาลเวลาทำหน้าที่ของมันตามลำพัง

สอดคล้องกับที่ประจักษ์เขียนเอาไว้ว่า “เสนีย์” นั้นเชื่อมั่นในคุณค่าความเป็นมนุษย์และพลังคนหนุ่มสาวในการเปลี่ยนแปลงสังคม

ความเปลี่ยนแปลงใดๆ จึงจะก่อเกิดขึ้นได้ด้วยพลังของ “ปีศาจ” เหล่านี้ ไม่ใช่การคืบคลานของเข็มนาฬิกาเพียงเท่านั้น

ประเด็นท้าทายสุดท้าย ที่อยู่นอกเหนือจากงานประพันธ์ของ “เสนีย์ เสาวพงศ์” และบทความแนะนำหนังสือทั้งสองชิ้น ก็คือ เมื่อได้รับการตีพิมพ์ใหม่ในปี 2563

เรื่องราวและความคิดแบบ “ปีศาจ” จะส่งอิทธิพลต่อหรือกลืนกลายเป็นส่วนหนึ่งในการต่อสู้ของคนรุ่นใหม่ผู้เป็น “ปีศาจแห่งกาลเวลา” ณ ยุคปัจจุบัน ได้มากน้อยขนาดไหน?

ปรাপต์ บุนปาน



แบ่งปันโอกาส เพื่ออนาคตที่ก้าวหน้า

ค้นหาข่าวที่นี่ |

- หน้าแรก
- งานราชการ
- พนักงานราชการ-ลูกจ้างชั่วคราว
- งานราชการภูมิภาค
- สอบ กว.
- Contact Us
- Privacy Policy

คณะแพทยศาสตร์ มธ.รับสมัครนักวิทยาศาสตร์การแพทย์ ป.ตรี บัณฑิต-4ธ.ค.63

ThaiJobsgov.com > งานราชการ > คณะแพทยศาสตร์ มธ.รับสมัครนักวิทยาศาสตร์การแพทย์ ป.ตรี บัณฑิต-4ธ.ค.63 เมื่อ 30/11/2020 14:14 น.

Advertisement



คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ รับสมัครลูกจ้างชั่วคราว ตำแหน่ง นักวิทยาศาสตร์การแพทย์ จำนวน 1 อัตรา (สถานวิทยาศาสตร์พรีคลินิก) ผู้สมัครจะต้องสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือคุณวุฒิต่างอื่นที่เทียบได้ไม่ต่ำกว่านี้ และตำแหน่ง ผู้ปฏิบัติงานบริหาร จำนวน 1 อัตรา (ศูนย์แพทย์ฉุกเฉิน) ผู้สมัครจะต้องสำเร็จการศึกษาระดับวุฒิ ปวส. หรือคุณวุฒิต่างอื่นที่เทียบได้ไม่ต่ำกว่านี้ทางบัญชี พาณิชยการ เลขานุการ บริหารธุรกิจ การจัดการทั่วไป **สมัครได้ตั้งแต่วันที่ จนถึงวันที่ 4 ธันวาคม 2563**

ผู้ที่สนใจติดต่อขอรับใบสมัครและสมัครได้ที่ งานบริหารทรัพยากรมนุษย์ ชั้น 2 อาคารคุณากร คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต ในวันและเวลาราชการ หรือโทร. 02-926-9662 หรือ www.med.tu.ac.th (ประชาสัมพันธ์ ข้าราชการสมัครงาน)

รายละเอียดเพิ่มเติม/ดาวน์โหลดเอกสารประกาศฉบับเดิม : <http://www.med.tu.ac.th/webmed/wp-content/uploads/2020/11/HR-17.11.2020-001.pdf>

ขณะนี้ตำแหน่งว่าง

0 0 3 4 5 4 อัตรา

วันอังคารที่ 1 ธันวาคม 2563 เวลา 05:50:19

งานราชการล่าสุด

- อบต.บ้านท่าเฒ่า รับสมัครพนักงานจ้าง24อัตรา วุฒิ ป.6/ม.3/ปวช./ป.ตรี 1-9ธ.ค.63
- วิทยาลัยแพทยศาสตร์นานาชาติจุฬาภรณ์ มธ.รับสมัครนักวิทยาศาสตร์บัณฑิต ป.ตรี บัณฑิต-4ธ.ค.63
- องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ รับสมัครลูกจ้าง28อัตรา วุฒิ ปวช./ป.ตรีบัณฑิต-8ธ.ค.63
- กรมวิชาการเกษตร รับสมัครบรรจุข้าราชการ ตำแหน่งช่างโยธาฯ วุฒิ ปวส.7-29ธ.ค.63
- คณะแพทยศาสตร์ มธ.รับสมัครนักวิทยาศาสตร์การแพทย์ ป.ตรี บัณฑิต-4ธ.ค.63

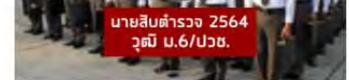


อัปเดตข่าวสาร
งานราชการเปิดสอบทั่วไทย
ผ่านทาง LINE ไม่พลาดทุกสายงาน
“ส่งตรงถึงมือคุณ”
 เพิ่มเป็นเพื่อน
เพียงแค่อัดไลน์ไอดี : @thaijobsgov

งานยอดนิยม



กรมยุทธศึกษาทหารบก รับสมัครบรรจบุคคล



เตรียมตัว!! นายสิบตำรวจ จะเปิดรับสมัครสอบเร็วๆนี้ วุฒิ ม.6/ปวช. อ่าหนักฮือฮือเลย!!

