

# สุทธิปริทัศน์

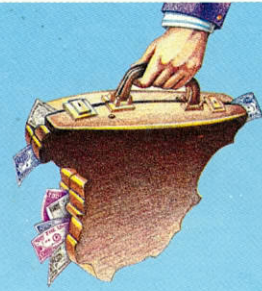
ปีที่ ๔ ฉบับที่ ๑๒

กุมภาพันธ์-พฤษภาคม ๒๕๓๓

ISSN 0857-2670

ราคา ๓๐ บาท

## ฉบับ "ธุรกิจระหว่างประเทศ"



- ปัจจัยอะไรบ้างกำหนดธุรกรรมการค้าระหว่างประเทศ
- บทบาทของการค้าระหว่างประเทศต่อระบบเศรษฐกิจแห่งชาติ
- ความยิ่งใหญ่ของอุตสาหกรรมรถยนต์ข้ามชาติ บริษัท ดาเดตา คาร์ล มอเตอร์ จำกัด

# มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

## “สร้างสรรค์บัณฑิตเพื่อธุรกิจอนาคต”



ปัจจุบัน มหาวิทยาลัยเปิดสอนทั้งในระดับปริญญาตรีและปริญญาโท ในคณะต่าง ๆ ดังนี้

### 1. คณะบริหารธุรกิจ (บช.บ.)

เปิดสอน 6 ภาควิชา คือ การเงิน การตลาด การบริหารงานบุคคล การจัดการทั่วไป เลขานุการ และคอมพิวเตอร์ธุรกิจ

### 2. คณะการบัญชี (บช.บ.)

เปิดสอนภาควิชาการบัญชี

### 3. คณะเศรษฐศาสตร์ (ศ.บ.)

เปิดสอนภาควิชาเศรษฐศาสตร์

### 4. คณะนิติศาสตร์ (น.บ.)

เปิดสอนภาควิชานิติศาสตร์

### 5. คณะมนุษยศาสตร์ (ศษ.บ.)

เปิดสอน 3 ภาควิชาคือ ภาษาอังกฤษ ภาษาจีนกลาง และการท่องเที่ยวและการโรงแรม

นอกจากนี้ ยังมีภาควิชาภาษาญี่ปุ่น เยอรมัน และฝรั่งเศสให้เลือกเป็นวิชาโท และตั้งแต่ปีการศึกษา 2533 เป็นต้นไป วิชาโทเหล่านี้จะเปิดสอนเป็นวิชาเอก

### 6. คณะนิเทศศาสตร์

เปิดสอน 2 ภาควิชา คือภาควิชา นิเทศศาสตร์ธุรกิจ ซึ่งแบ่งออกเป็น การประชาสัมพันธ์ การโฆษณา และการสื่อสารการตลาด

และ ภาควิชาสื่อสารมวลชน ระดับปริญญาตรีหลักสูตรต่อเนื่อง 2 ปี ภาควิชา ปกติและภาคค่ำ

เป็นหลักสูตรสำหรับผู้ที่จะการศึกษา ระดับ ปวส. และ ปวท. เพื่อเข้าศึกษาใน คณะบริหารธุรกิจและคณะการบัญชี นอกจากนี้มหาวิทยาลัยยังรับโอน นักศึกษาจากมหาวิทยาลัยอื่นที่มีคุณสมบัติ ตามระเบียบของทบวงมหาวิทยาลัย เข้า ศึกษาในหลักสูตรต่อเนื่องดังกล่าวนี้อีกด้วย หลักสูตรต่อเนื่อง 2 ปี ระดับปริญญา ตรีมีดังนี้

1. คณะบริหารธุรกิจ เปิดสอน 4 ภาควิชา คือ การเงิน การบริหารงานบุคคล การตลาด และการจัดการทั่วไป

2. คณะการบัญชี เปิดสอนภาควิชาการบัญชี

### ระดับปริญญาโท ภาคค่ำ

มหาวิทยาลัยได้เปิดสอนระดับปริญญาโทภาคค่ำ หลักสูตรบริหารธุรกิจตั้งแต่ปีการศึกษา 2529 สำหรับในปีการศึกษาใหม่นี้ มหาวิทยาลัยเปิดสอน 4 หลักสูตร คือ

1. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บช.ม.) สาขาองค์การและการจัดการ การตลาดและการบัญชี
2. หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต (นศ.ม.)
3. หลักสูตรนิติศาสตรมหาบัณฑิต (น.ม.)
4. หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (ศ.ม.)



# สุทธิปริทัศน์

ปีที่ ๔ ฉบับที่ ๑๒

กุมภาพันธ์-พฤษภาคม ๒๕๓๓

ISSN 0857-2670

ราคา ๓๐ บาท

**เจ้าของ**

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต  
 ๑๑๐/๑-๔ ถนนประชาชื่น เขตดอนเมือง กรุงเทพฯ ๑๐๒๑๐  
 โทร. ๕๕๐๐๐๕๐ (อัตโนมัติ ๒๐ เลขหมาย) ๕๕๘๙๙๗/๙๑

**คณะที่ปรึกษา**

ดร.ไสว สุทธิพิทักษ์  
 อาจารย์ประเสริฐ ประกาสะโนบล  
 ศจ.ดร.ภิญโญ สาร  
 รศ.นพ.เมืองทอง ขัมมณดี  
 ดร.เลิศลักษณ์ ส.บุรุษพัฒน์  
 อาจารย์ประกาศ วัชรภรณ์  
 คณะบดีทุกคณะ

**บรรณาธิการ : ผู้พิมพ์และโฆษณา**

รศ.ดร.นวนิตย์ อินทรามะ

**ผู้ช่วยบรรณาธิการ**

ผศ.วรรณวิภา ท้วงศ์

**กองบรรณาธิการ**

อาจารย์ชานานู ปิยวนิชพงษ์  
 อาจารย์วิศรุต สุวรรณวิเวก  
 อาจารย์ธงชัย หงษ์จร  
 อาจารย์สุวรรณา ตรีมาศ  
 ดร.ปริญ ลักขิตานนท์  
 อาจารย์ไกรภพ กฤตสวนนท์  
 อาจารย์วิสุทธิจิตรา อูชชิน  
 อาจารย์दनัย มุสตา  
 อาจารย์ปรียาภรณ์ หนูสนั่น  
 อาจารย์ปริญญา เกื้อหนู  
 อาจารย์วรภากร เกตุทัต  
 อาจารย์ ช.ชยรินทร์ เพ็ชฌุไพศิษฏ์

**ฝ่ายจัดการ**

อาจารย์สุนันทา ลิมศิริวงศ์

**ฝ่ายสมาชิก**

อาจารย์สมศิริ วีระภาพ

**วัตถุประสงค์**

๑. เพื่อเป็นการเผยแพร่ความรู้ทางด้านวิชาการในศาสตร์สาขาต่าง ๆ
๒. เพื่อให้บริการทางวิชาการแก่สังคม ในรูปแบบของวารสารทางวิชาการ
๓. เพื่อส่งเสริมการแสดงความคิดเห็น เสนอผลการค้นคว้าและวิจัย
๔. เพื่อให้ผู้ทรงคุณวุฒิ คณาจารย์ และนักวิชาการได้เผยแพร่ผลงาน
๕. เพื่อเผยแพร่เกียรติคุณทางด้านวิชาการ ของมหาวิทยาลัย ในฐานะสถาบันอุดมศึกษาแห่งหนึ่ง

**เหรียญก**

นายพัฒนพงศ์ อภิเดชพัชรกุล

**ประชาสัมพันธ์**

อาจารย์กิตติชัย สุรทนต์

**ออกแบบและจัดรูปเล่ม**

อาจารย์ก่อเกียรติ ขวัญสกุล

**ศิลปกรรม**

นายวรภากร กรดอนวล

**พิสูจน์อักษร**

อาจารย์ชัยศักดิ์ ศุภระกาญจน์

**พิมพ์ที่** บริษัท เอติสันเพรสโปรดักส์ จำกัด

โทร. ๓๘๕๐๐๖๘

บทความหรือข้อคิดเห็นของผู้เขียนทุกท่านที่ปรากฏอยู่ในวารสาร มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต สุทธิปริทัศน์ ทุกฉบับเป็นทัศนะวิจารณ์อิสระ ซึ่งคณะผู้จัดทำไม่จำเป็นต้องเห็นด้วย

# สารบัญ

## - บรรณาธิการแถลง

กองบรรณาธิการ

### บริหารธุรกิจและธุรกิจระหว่างประเทศ

- ๗ - สัมภาษณ์พิเศษเรื่อง "กลยุทธ์ในการเจาะตลาดของสินค้าไทย"  
๑๓ - บทบาทของการค้าระหว่างประเทศต่อระบบเศรษฐกิจแห่งชาติ  
๒๓ - ผู้หญิงนักบริหาร : ต้นทุนที่สูงกว่า  
๒๗ - กลยุทธ์ธุรกิจโรงแรมระดับนานาชาติ  
๓๔ - ปัจจัยอะไรบ้างกำหนดธุรกรรมการค้าระหว่างประเทศ  
๔๓ - เส้นทาง...การจัดการการตลาดสากล  
๔๘ - ความยิ่งใหญ่ของอุตสาหกรรมรถยนต์ข้ามชาติ  
บริษัท ฮอนด้า คาร์ส มอเตอร์ จำกัด  
๕๓ - ทฤษฎีรูปแบบเชิงยุทธศาสตร์และพลังงานทางเศรษฐกิจของ  
บริษัทข้ามชาติของไทย  
๕๙ - องค์การในทศวรรษหน้า  
๖๔ - ธุรกิจระหว่างประเทศ

นักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ  
รศ.สมนึก แดงเจริญ  
ผศ.พรรณราย แสงวิเชียร  
ดร.ปริญญา ลักษิตานนท์  
สุเทพ พันประสิทธิ์  
วิเชียร ชูติมาเทวินทร์

โสมสกา สนิทวงศ์ ณ อยุธยา

ดร.สิทธิชัย ตันศรีสกุล

ดร.ไพศาล มะระพุกษ์วรรณ

สมพงษ์ พุฒิวิสารทภาคย์

### การศึกษาและการวิจัย

- ๗๐ - การพัฒนาบุคลิกภาพและส่งเสริมจริยธรรมนักศึกษาในสถาบัน  
อุดมศึกษา  
๗๕ - ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารระหว่างประเทศ  
๘๑ - เซอร์เรียลลิสม์  
๘๕ - ความสัมพันธ์ทางอรรถศาสตร์ระหว่างคำนามกับคำกริยาใน  
โครงสร้างหน่วยแก่นของกริยาวลี

ผศ.ศิริพร พงศ์ศิริโรจน์

ปริญญา เกื้อหนุน

ไชตรัส เพิ่มพิกุล

สุรีย์ ศิริพัฒน์

### นิเทศศาสตร์ธุรกิจ

- ๑๐๔ - MOTION PICTURES IN THAILAND : STATUS,  
PROBLEMS AND LEGISLATION

Dr. Somkuan Kaviya

### เศรษฐศาสตร์และการเมือง

- ๑๑๐ - สนามรบเป็นตลาดการค้า : ผันที่เป็นจริง

दनัย มู่สา

- ๑๑๗ - หนังสือแนะนำ

สุพดี บรรจงแต่ม

# บรรณาธิการแถลง

# ธ

รกีระหว่างประเทศของไทยมีบทบาทและความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศเพิ่มขึ้นโดยลำดับ มูลค่าการค้าระหว่างประเทศมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 31.1 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2504-2509) เป็นร้อยละ 65.9 ในปี พ.ศ. 2532 ซึ่งเป็นช่วงปลายแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 6 อาจกล่าวได้ว่าธุรกิจระหว่างประเทศโดยเฉพาะการส่งออกของไทยประสบความสำเร็จในระดับค่อนข้างสูง อันเป็นผลให้เศรษฐกิจภายในประเทศขยายตัวและก้าวไกลไปอย่างรวดเร็ว แต่ภายใต้ความสำเร็จดังกล่าวก็ยังคงเผชิญปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ หลายประการ เช่น การกีดกันทางการค้าที่นับวันจะทวีความรุนแรงยิ่งขึ้น ปัญหาโครงสร้างพื้นฐานที่ยังไม่สามารถขยายตัวได้รวดเร็วพอที่จะรองรับภาวะการส่งออก

เป็นความจริงประการหนึ่งที่ประเทศไทยได้รับการจับตามองว่าอาจจะเป็นนิกรในลำดับต่อไป เพราะมีความก้าวหน้าทางด้านอุตสาหกรรม โดยดูจากมูลค่าการส่งออกสินค้าทางอุตสาหกรรมแต่จะอย่างไรก็ตาม แม้ว่าประเทศของเราจะต้องประสบอุปสรรคนานาประการอยู่ข้างหน้าในทำนองเดียวกัน โอกาสและชัยชนะก็ยังคงอยู่ข้างหน้าเช่นเดียวกัน เมื่อคำนึงถึงสถานการณ์และความได้เปรียบทางเศรษฐกิจที่เอื้ออำนวย การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจ การเปิดเสรีทางการเงินระหว่างประเทศ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งความมั่นคงทางการเมืองและความมีเสถียรภาพของรัฐบาล ย่อมทำให้สามารถยืนหยัดแข่งขันบนเส้นทางธุรกิจระหว่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล

**“สุทธิพิทักษ์”** ฉบับนี้ได้นำเสนอบทความทางวิชาการอันเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจระหว่างประเทศเป็นด้านหลัก โดย **ศต.สมนึก แดงเจริญ** เขียนถึง **“บทบาทการค้าระหว่างประเทศต่อระบบเศรษฐกิจแห่งชาติ”**, **ดร.ปณิฏ** **ลักษิตานนท์** กล่าวถึง **“กลยุทธ์ธุรกิจโรงแรมระดับนานาชาติ”** อาจารย์สุเทพ **พันประสิทธิ์** ว่าด้วยเรื่อง **“ปัจจัยอะไรบ้างกำหนดยุทธศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ”** และ **“ลูทาท...การจัดการการตลาดสากล”** โดย อาจารย์วิเชียร **ชุตินาเทวินทร์** เป็นอาทิ



กองบรรณาธิการ

๒๕ กันยายน ๒๕๓๓



# สาระสังเขป บทความ



**บทบาทของการค้าระหว่างประเทศต่อระบบเศรษฐกิจแห่งชาติ**  
ศ.สมนึก แดงเจริญ หน้า ๑๓

ข้อสนับสนุนทางการค้าระหว่างประเทศ ที่จะทำให้ประเทศต่าง ๆ ทำการค้าที่จะนำมาซึ่งผลประโยชน์ของชาติ ทั้งทางตรงและทางอ้อม การขยายการผลิต การขยายฐานของทรัพยากรและการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ในขณะที่เดียวกันก็มีข้อโต้แย้งบางอย่าง โดยหยิบยกข้อเสียของการค้าระหว่างประเทศเพื่อพิจารณาคือ ปัญหาการพึ่งพาอาศัยตลาดต่างประเทศ การป้องกันประเทศ ความไร้เสถียรภาพทางเศรษฐกิจ และปัญหาการแข่งขันจากต่างประเทศ ก็จะส่งผลเสียต่อการค้าได้เช่นกัน

**ผู้หญิงนักบริหาร : ต้นทุนที่สูงกว่า** ศ.พอรณธาย แสงวิเชียร หน้า ๒๓

การจ้างงานผู้หญิงในระดับบริหารนั้น จากการศึกษาค้นคว้าในแง่มุมต่าง ๆ พบว่าใช้ต้นทุนสูงกว่าผู้บริหารชาย และต้นทุนที่สูงกว่านั้นก็หาใช่จากความสามารถที่แตกต่างไปจากเพศชายไม่แต่ต้นทุน ดังกล่าวเกิดจากความเข้าใจหรือมุมมองที่ต่างกัน ซึ่งอาจจะเกิดจากทัศนคติและพฤติกรรมต่อบุคคลนโยบายและการปฏิบัติสำหรับองค์การที่มีผู้ชายเป็นผู้นำก็อาจเป็นไปได้

**ปัจจัยอะไรบ้างกำหนดดุลยภาพการค้าระหว่างประเทศ** สุเทพ พันประสิทธิ์ หน้า ๓๘

การค้าระหว่างประเทศเป็นธุรกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศต่าง ๆ ในปัจจุบันอย่างหนึ่ง ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยปัจจัยต่าง ๆ มากมายที่ส่งผลกระทบต่อการค้าระหว่างประเทศทั้งผลิตและผลเสีย แล้วประเทศไทยเราจะเหมาะสมกับปัจจัยใดบ้าง

**"สนามรบ" เป็น "ตลาดการค้า" ผันที่เป็นจริง** ดนัย มุสา หน้า ๑๑๐

การประกาศนโยบายแปรเปลี่ยน "สนามรบเป็นตลาดการค้า" ของรัฐบาลในปัจจุบัน เป็นการกระทำภายใต้การเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลกที่มีการแข่งขัน - กัดกันเพิ่มขึ้นและภายใต้การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจของประเทศไทยเองที่ต้องการเป็นประเทศอุตสาหกรรมใหม่ การร่วมมือกันภายในประเทศจากหลาย ๆ ฝ่ายอย่างจริงจังและความพร้อมของประเทศ คู่ค้าในภูมิภาคนี้โดยเฉพาะลาว กัมพูชา และเวียดนาม จะทำให้นโยบายดังกล่าวไม่เป็นความฝันอีกต่อไป

**เซอร์เรียลลิสซึม** โชติธส เพิ่มพิกุล หน้า ๘๑

เซอร์เรียลลิสซึม (อติสังนิยม) มักถูกนำมาใช้บรรยายลักษณะของภาพยนตร์สมัยใหม่ทั้งหมด ซึ่งอันที่จริงแล้วภาพยนตร์เป็นเพียงส่วนเล็ก ๆ ส่วนหนึ่งของการแสดงออกแบบเซอร์เรียลลิสซึมเท่านั้น แลดูเหมือนว่ามันจะมีความสำคัญน้อยกว่าบทภาพยนตร์ และการถ่ายภาพ ซึ่งแสดงมุมมองของชีวิตได้แจ่มชัดกว่า มุมมองที่ถูกเรียกว่าเซอร์ลิสซึมนี้มีที่มาจากสงครามอันนำความทุกข์เวทนามาให้แก่ชีวิตมนุษย์

**การพัฒนาบุคลิกภาพและส่งเสริมจิตธรรมนิกศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา** ศ.ศิริพร พงศ์ศิริโรจน์ หน้า ๗๐

นิสิตนักศึกษาในปัจจุบันนี้เป็นที่ยอมรับกันว่า สภาพการณ์ด้านจริยธรรมทางด้านต่าง ๆ นั้นน่าเป็นห่วงมาก จะมีวิธีใดที่จะช่วยพัฒนาทางด้านนี้ได้บ้าง

**MOTION PICTURES IN THAILAND : STATUS, PROBLEMS AND LEGISLATION**

**Dr. Somkuan Kaviya หน้า ๑๐๔**

ปัจจุบันภาพยนตร์ไทยไม่พัฒนาเท่าที่ควร เนื่องมาจากหลายสาเหตุ อาทิเช่น ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีโทรทัศน์หรือดีวีดีคน ตลาดต่างประเทศไม่เปิดกว้างพอ ต้นทุนซื้ออุปกรณ์การถ่ายทำจากต่างประเทศค่อนข้างสูง และกฎหมายต่าง ๆ เป็นอุปสรรคต่อการสร้างมากกว่าจะส่งเสริมแต่อย่างไรก็ตาม ทั้งรัฐบาลและหน่วยงานหรือสมาคมวิชาชีพในวงการสร้างภาพยนตร์ก็พยายามรณรงค์และผนึกกำลังกันที่จะพัฒนาวงการภาพยนตร์ไทยให้ก้าวหน้ามากกว่านี้

**กลวิธีธุรกิจ โฆษณาระดับนานาชาติ ดร.ปวีญ ลักขิตานนท์ หน้า ๒๗**

การสร้างโรงมหรระดับนานาชาติ เป็นกิจการที่มีการลงทุนสูง เป็นธุรกิจที่สร้างความผูกพันระยะยาวเจ้าของกิจการจำเป็นต้องได้รับคำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดโรงแรม ด้านศิลปะ ด้านการออกแบบอาคารเพื่อสร้างแผนหลัก (MASTER PLAN) สำหรับการวางแผนระยะยาวต่อไป กลยุทธ์และกลวิธีทางการตลาดถือว่าเป็นจุดสำเร็จหรือล้มเหลวของการดำเนินธุรกิจโรงมหรระดับนานาชาติ

**องค์การในทศวรรษหน้า ดร.ไพศาล มະระพฤกษ์วรรณ หน้า ๕๗**

ในโลกรธุรกิจ ปัจจัยที่สำคัญที่มีผลกระทบต่อรูปแบบขององค์กรก็คือ ภาวะเศรษฐกิจระหว่างประเทศ ซึ่งในอนาคตองค์กรจะเป็นไปในรูปแบบของบริษัทข้ามชาติมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ในปัจจุบัน

**ความยิ่งใหญ่ของอุตสาหกรรมรถยนต์ข้ามชาติ บริษัท ฮอนด้า คาร์ส มอเตอร์ จำกัด โสมสกาวัน สนิทวงศ์ ณ อยุธยา หน้า ๔๘**

ปัจจุบันสินค้าของบริษัท ฮอนด้า คาร์ส มอเตอร์ ซึ่งเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายทั่วโลกก็คือ รถยนต์และกำลังจะครอบครองตลาดรถยนต์ของโลกทีเดียว การบริหาร, การบริการของบริษัทเขาทำอย่างไร สินค้าจึงได้รับความนิยมเช่นนั้น รายละเอียดต่าง ๆ อ่านได้จากบทความ

**สู่ทาง...การจัดการการตลาดสากล วิเชียร ชุตติมาเทวินทร์ หน้า ๔๓**

ในระยะ ๒-๓ ปีนี้ น่าจะเรียกได้ว่าเป็นยุคเศรษฐกิจหรือส่งออก อัตราการเติบโตมีผลต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจของไทย และแนวโน้มในทศวรรษหน้า ยุคเศรษฐกิจของการจัดการการตลาดสากลเป็นบทความพิจารณาในเชิงกลยุทธ์ในการค้าระหว่างประเทศประกอบด้วย การทำความเข้าใจการการค้าระดับสากลในแง่มุมที่เป็นหลักเกณฑ์และข้อสังเกต, การประเมินตลาดเป้าหมายและการวางแผนเจาะตลาดต้องพิจารณาในลักษณะภาพรวมอย่างไร

**ทฤษฎีรูปแบบเชิงยุทธศาสตร์และพลังงานทางเศรษฐกิจของบอร์ชท์ข้ามชาติไทย ดร.สิทธิชัย ตันศรีสกุล หน้า ๕๓**

ปัจจุบันในประเทศไทยมีบริษัทข้ามชาติเข้ามาร่วมลงทุนมากมาย ทั้งบริษัทเก่าดั้งเดิมและบริษัทหน้าใหม่ ๆ อีกหลายบริษัท ซึ่งแต่ละฝ่ายต่างก็ชิงชิงกันที่จะเป็นหนึ่งในตลาดสินค้าของตนเองโดยใช้กลยุทธ์ของแต่ละฝ่าย

**ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารระหว่างประเทศ ปวีญญา เกื้อหนุน หน้า ๗๕**

๓๕๐ ล้านคนคือ จำนวนผู้ใช้ภาษาอังกฤษที่เป็นเจ้าของภาษา ๑.๕๐๐ ล้านคน คือ ผู้ใช้ภาษาอังกฤษที่ไม่ใช่เจ้าของภาษา ทำไมจำนวนผู้ใช้ภาษาอังกฤษจึงแตกต่างกันมากมาย ทำไมภาษาอังกฤษจึงกลายเป็นภาษาที่สำคัญในองค์กรต่าง ๆ และทำไมภาษาอังกฤษในแต่ละภูมิภาคจึงแตกต่างกัน จะเป็นอุปสรรคในการติดต่อหรือไม่

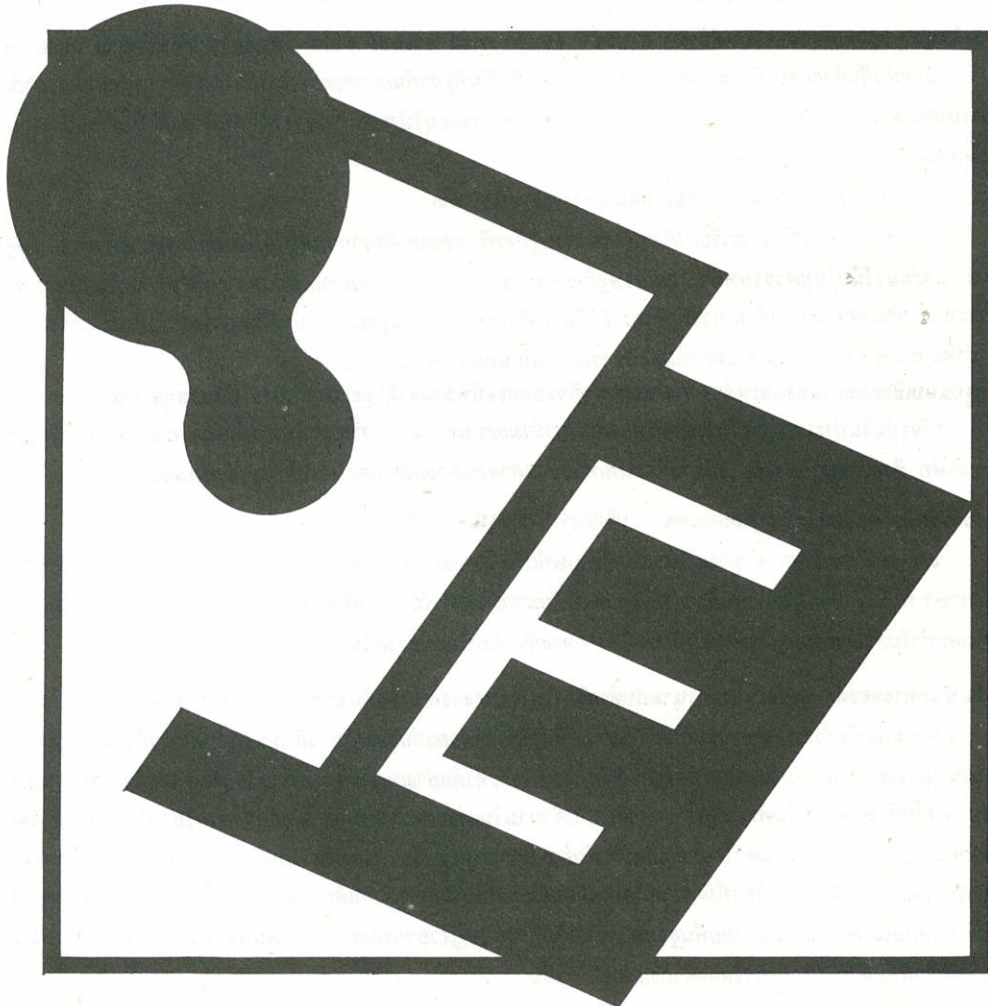
**ความสัมพันธ์ทางอรรถศาสตร์ระหว่างคำนามกับคำกริยาในโครงสร้างหน่วยแก่นของกริยาวลี สุชัย ศิริพัฒน์ หน้า ๘๔**

ความสัมพันธ์ระหว่างคำนามกับคำกริยาในโครงสร้างหน่วยแก่นของกริยาวลี เป็นความสัมพันธ์ในแง่ความหมายที่สามารถนำเอาไวยากรณ์การกรมาเป็นกรอบทฤษฎีในการวิเคราะห์ได้อย่างเหมาะสม เพราะโดยพื้นฐานแล้ว ไวยากรณ์การกรเป็นไวยากรณ์ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคำกริยากับคำนามในแง่ของความหมาย โดยถือว่าคำกริยาเป็นหน่วยแก่นโดยทำหน้าที่กำหนดบทบาทของคำนามคำใดจะมาก่อเกิดร่วมด้วยว่ามีกรกเป็นอะไร ในทางตรงกันข้ามประเภทการกรก็จะกำหนดชนิดของคำกริยาได้เช่นกัน คือ คำกริยาที่มีกรกเหมือนกันจะเป็นกริยาประเภทเดียวกัน จากผลการวิเคราะห์ในบทความนี้แสดงให้เห็นลักษณะความสัมพันธ์โดยพื้นฐานตามแนวคิดทางทฤษฎีไวยากรณ์การกร โดยพิจารณาโครงสร้างของหน่วยแก่นของกริยาวลีที่มีคำกริยาระหว่างสองคำถึงสามคำเท่านั้น

ขอขอบคุณ

E D I S O N

PRESS PRODUCTS

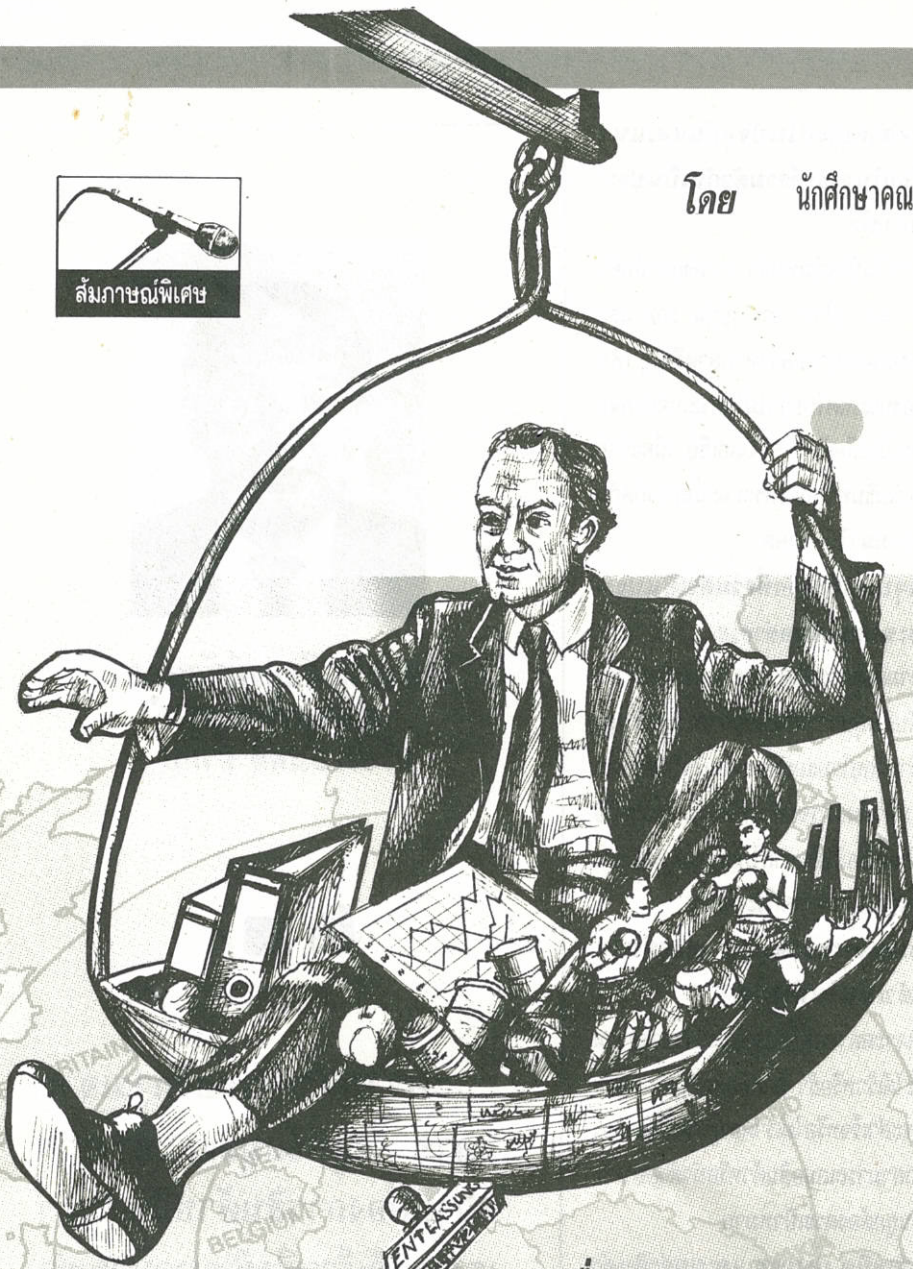


2369 New Petburi Rd, Bangkapi Huay Kwang Bangkok

Tel. 318-0068



โดย นักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ



เรื่อง

# กลยุทธ์ในการเจาะตลาดยุโรป

ของ

สินค้าไทย

■ สถานการณ์ของตลาดยุโรปในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคตของตลาดยุโรปในระแวกที่รวมตัวกันเป็นประชาคมยุโรปเศรษฐกิจเป็นอย่างไร

□ สถานการณ์ตลาดยุโรปในปัจจุบันพบว่า การส่งออกสินค้าไทยส่วนใหญ่เป็นตลาดอเมริกา 40% ยุโรป 30% ญี่ปุ่น 20% และอื่นๆ 10% แนวโน้มในอนาคตไทยพยายามแสวงหาตลาดอื่นๆ เพิ่มขึ้น ประเทศที่พัฒนาแล้วมองประเทศไทยว่าไม่ใช่ประเทศยากจนอีกต่อไป แต่จะมองประเทศไทยเป็นลำดับที่ 5 ในเอเชีย เนื่องจากขีดความสามารถในการส่งออกเพิ่มขึ้นทวีคูณ เพราะฉะนั้นการกีดกันทางการค้าแบบต่างๆ ก็จะติดตามมาในอนาคต

■ ตลาดเยอรมันปัจจุบันหลังจากที่รวมตัวเป็นประเทศเดียวกันแล้วจะมีผลกระทบต่อไทยอย่างไร

□ ปัจจุบันเยอรมันมีความต้องการสินค้าภายในประเทศกำลังขยายตัวเพิ่มขึ้น ประกอบกับต้นทุนการผลิตและค่าแรงเพิ่มขึ้นสูงมาก จึงทำให้หันมาสั่งซื้อสินค้าจากยุโรปและหันมาสนใจสินค้าจากเอเชียมากขึ้น ยิ่งเยอรมันรวมตัวกันแล้วจะทำให้มีปริมาณการซื้อสินค้ามากขึ้น ในปัจจุบันเยอรมันสั่งซื้อสินค้าจากไทยเราแค่ 60% การรวมตัวกันมากขึ้นคิดว่าส่วนแบ่งของการตลาดก็จะเพิ่มขึ้น

■ ความสำคัญของการเจาะตลาดยุโรป เยอรมันในช่วงก่อนและหลังการรวมตัวเน้นในด้านใด

□ ความสำคัญของการเจาะตลาดอยู่ที่ข้อมูลและข่าวสารความต้องการสินค้าชนิดต่างๆ เราจะได้เร็วหรือช้า มากน้อยเท่าไรขึ้นอยู่กับสิ่งนี้ด้วย เพราะการเจาะตลาดจะสำเร็จหรือไม่เราต้องรู้ว่าเขาต้องการอะไร สินค้าประเภทไหนและถ้าสามารถเสนอสินค้าหรือทำตัวอย่างซึ่งจะทำให้เจาะตลาดสำเร็จเร็วขึ้นถูกต้องตรงเป้าหมาย

■ ในแต่ละปีบริษัทสองชนิด ประเภท และมูลค่าสินค้าเป็นอย่างไร

□ เครื่องประดับเป็นสินค้าที่เราส่งไปยังยุโรป อเมริกา เยอรมัน เป็นเครื่องประดับทั้งจาก ทองเค เงิน ซึ่งในปีหนึ่งๆ ไทยส่งสินค้าไปยุโรป เยอรมันไม่ต่ำกว่า 50 ล้านบาทต่อปี ไม่รวมอเมริกา

■ การคาดการณ์ แนวความคิด หรือทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าประเภทนี้

□ การคาดคะเนหรือแนวความคิดต้องดูว่าเราจะศึกษาเรียนรู้ขนบธรรมเนียมประเพณีของแต่ละประเทศว่าต้องการอะไร ถ้าเขาต้องการแบบนี้ เราดีไซน์แบบนี้ เช่น ทับทิม โพลีน มรกต ถ้าเรา



ประเสริฐ ลือภวนัทท์กษกร  
กรรมการผู้จัดการ  
บริษัท ซีแพค จำกัด



“ความสำคัญของการเจาะตลาด อยู่ที่ข้อมูลและข่าวสาร ความต้องการสินค้าชนิดต่างๆ เราจะได้เร็วหรือช้ามากน้อยเท่าไรขึ้นอยู่กับสิ่งนี้ด้วย เพราะการเจาะตลาดจะสำเร็จหรือไม่เราต้องรู้ว่าเขาต้องการอะไร”





**ปรีดา ชนะนิกร**  
ผู้จัดการ  
บริษัท ปรีดา ชนะนิกร จำกัด



“จุดที่สำคัญก็คือ ต้อง  
เจาะจงลูกค้าที่ต้องการซื้อ  
สินค้าให้ได้เสียก่อน หลาย  
คนมีสินค้าแล้วจึงวิ่งไปหา  
ผู้ซื้อ...”



■ **ขอเรียนถามเรื่องการส่งออก กลยุทธ์ท่าตลาดหรือ กลยุทธ์การส่งสินค้าออกต่างประเทศ เช่น ทวีปยุโรป**

□ ก่อนจะถึงจุดนั้น เราต้องมาคิดก่อนว่าผู้ผลิตมีปัญหาอะไร ต้องจับจุดปัญหาของเขาให้ได้ บางทีบางอย่างขายได้แต่มีสต็อกเหลือเยอะ หรือบางอย่างขายไม่ได้เลย กรณีแรก สต็อกเหลือเยอะเรารู้ทันทีเลยว่า การเก็บสต็อกไว้มันเสียเงินเปล่า และนี่คือปัญหาของเขา กรณีหลัง การหาตลาดถ้าได้ลูกค้ามาแล้วเรารู้ปัญหาของผู้ผลิตราคาอาจลดลงไปบ้าง โดยขั้นต้นเราอาจจะเอาสินค้าที่อยู่ในสต็อกหรือที่สินค้าที่ยังค้างอยู่ออกขายก่อน เพื่อแก้ปัญหาของผู้ผลิต

■ **ท่านสามารถท่าตลาดให้กว้างขึ้นได้โดยวิธีใด จึงหาลูกค้าได้มาก**

□ เป็นเรื่องที่ค่อนข้างจะยุ่งยาก โดยทั่วไปไม่ว่าประเทศใดก็ตาม จะมีลูกค้าอยู่ไม่กี่รายที่เราต้องการ จุดที่สำคัญคือ ต้องเจาะจงลูกค้าที่ต้องการซื้อสินค้าให้ได้เสียก่อน หลายคนมีสินค้าแล้วจึงวิ่งไปหาผู้ซื้อ และอีกวิธีคือ วิ่งไปหาผู้ซื้อก่อนแล้วตรวจสอบว่าเขามีรายการอะไรที่ต้องการซื้อสินค้าบ้าง รับรู้รายการที่ต้องการซื้อ นำรายการนั้นวิ่งมาหาผู้ผลิตในประเทศ วิธีหลังง่ายกว่าวิธีแรก เพราะฉะนั้นวิธีแรกลูกค้าเป็นร้อย ๆ คน เราต้องวิ่งไปตามหาทุกคนเลยว่าจะซื้ออะไรบ้าง แต่ถ้าเราวิ่งไปหาคนที่มีการสั่งซื้อที่สั่งซื้ออยู่แล้วง่ายกว่า บางทีอาจจะมียี่สิบสามสิบอย่างกลับมาแล้วหาผู้ผลิตสินค้าก็จัดส่งไปให้

■ **กรณียุโรปตะวันออกอาจเป็นตลาดใหม่ของเขา เพราะเขาเป็นประชาธิปไตยมากขึ้น ท่านคิดว่า จะสร้างตลาดหรือมี Idea ในด้านนี้อย่างไร**

□ ยุโรปตะวันออกเป็นตลาดใหม่ค่อนข้างจะใหญ่ ประชากรในอดีตรายได้น้อย ความต้องการทางด้านสินค้าจะมีมากถ้าเทียบเชคโกสโลวาเกียกับอังกฤษและอเมริกา อย่างอเมริกากับอังกฤษจะมีสินค้าอยู่เต็มตลาด แต่เชคโกสโลวาเกียมีน้อยมาก โอกาสที่สินค้าจะเข้าไปในตลาดระยะแรกจะมีมาก

■ **จากประสบการณ์และจากการที่ท่านประสบผลสำเร็จมาตลอด ท่านมีกลยุทธ์หรือวิธีการสร้างตลาดเป็นพิเศษอย่างไรบ้าง**

□ อย่าใช้วิธีการวิ่งเข้าไปหาเขาโดยตรงเลยทีเดียวคือ จะใช้วิธีสื่อไปเรื่อย ๆ สมมุติว่า ตอนนั้นผมกำลังค้าขายกับประเทศลาว เพราะฉะนั้นผมรู้ว่ารัสเซียจะหนุนหลังลาว ถ้าเมื่อเราเข้าลาวโดยได้คน

## ประเสริฐ ลือภวพิทักษ์กุล

ดีไซน์แบบใหม่ ๆ ไปให้เขา เขาก็จะทราบแนวความคิดของเขาว่าในอนาคตเขาต้องการอะไรมากขึ้น นอกเหนือจากที่เขาสั่งจากเรา นี่เป็นการมองในทัศนคติที่ว่าสินค้าที่จะสั่งซื้อจากเรา สรุปแล้วถ้าจะให้คาดการณ์ เราต้องดูว่าสินค้าที่เขาสั่งจากเราไปแล้ว การขายเขาเป็นอย่างไร ถ้าตกลงไปมาก เขาก็ควรหาสินค้าตัวอื่นที่มีความนิยมจากประเทศเขาเหมือนกัน แต่อาศัยดีไซน์ที่ใหม่และรวดเร็วเป็นการปูหน้าเข้าไป ฉะนั้นแนวความคิดนี้จะใช้ได้ผลมาตลอด ซึ่งเรากำลังจัดทำอยู่

### ■ ประเทศคู่แข่งที่สำคัญมีประเทศอะไรบ้าง

อันดับหนึ่งที่สำคัญมากคือ อิตาลี ฮังการี ฝรั่งเศส ด้านแฟชั่นเป็นคู่แข่งที่น่ากลัวพอสมควร

### ■ อยากทราบหลักการทั่วไปในการเตรียมตัว เตรียมพร้อมในเรื่องสินค้าและบุคลากร

เราต้องปรับปรุงและออกแบบให้ทันสมัยกับความต้องการว่าแต่ละแห่งต้องการอะไร ถ้ามีการหาข่าวกิติ หรือข้อมูลต่างๆ ซึ่งแต่ละประเทศจะมีสมาคมของเขา เพราะฉะนั้นแต่ละสมาคมจะมีบทบาทมากต่อผู้ผลิตสินค้าและผู้นำเข้า ฉะนั้นถ้าเราต้องการข้อมูลต่างๆ ก็สามารถขอจากเขาได้ ซึ่งจะทำให้เรารู้ความต้องการของเขา หลังจากนั้นเราจะได้เสนอสินค้าให้เขาได้ตรงตามเป้าหมาย

### ■ ปัญหาและอุปสรรคของบริษัท

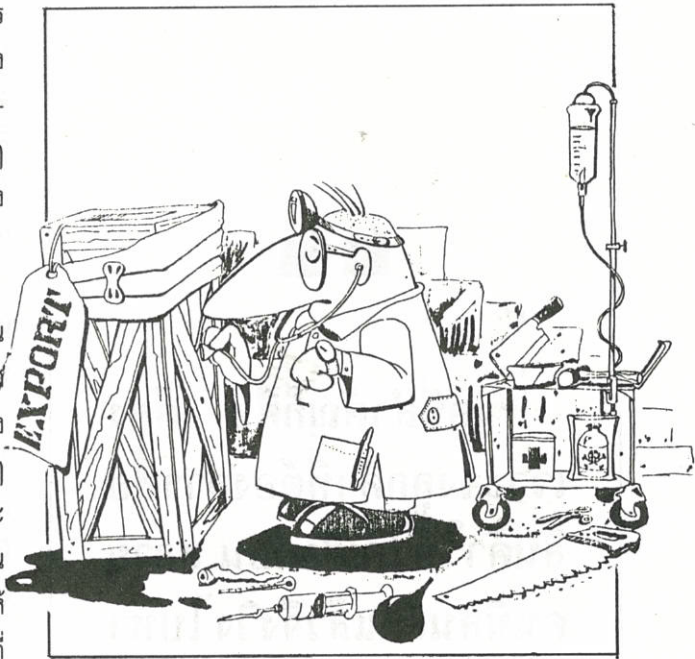
ปัญหาที่เป็นหัวใจเวลานี้คือ วัตถุดิบบางอย่างขาดแคลน บางครั้งต้องส่งคนไปซื้อจากต่างประเทศโดยตรง เพราะในประเทศเอเชียนต์ไม่มีให้เราเพียงพอ จึงเป็นปัญหา และอีกอย่างคือช่างเป็นปัญหาในปัจจุบันที่แย่งกันมาก เพราะช่างที่มีฝีมือจริงๆ ใครๆ ก็อยากได้ไปอยู่ในสังกัด ส่วนกลยุทธ์ในการเจาะตลาดของยุโรปและเยอรมันในปัจจุบันและอนาคต ผมคิดว่าเราคงต้องใช้ระบบเดียวกันหมด เพียงแต่ในอนาคตถ้ารวมตัวกันมาก เราจะต้องสร้างผลงานให้ทัดเทียมกับเขาหรือจะใช้วัตถุดิบที่ไม่เป็นรองเขา โดยใช้วัตถุดิบที่เป็นเนื้อธรรมชาติจริงๆ เราจะสู้เขาได้ทั้งทางด้านฝีมือและการออกแบบ จนกระทั่งค่าแรงต่างๆ ซึ่งถ้าเขารวมตัวกันได้เขาต้องบีบเรานั่นเอง มีปัญหาอยู่ว่าเราจะใช้วิธีการเจาะเข้าไปได้อย่างไร เราจะต้องใช้ดัชนีตัวนี้ทั้งวัตถุดิบที่เป็นของแท้กิติ วัตถุดิบที่จะสร้างเป็นตัวเรือนกิติ หรือพวกพลอยกิติ เราจะใช้เป็นของแท้ให้มากที่สุด และอีกอย่างหนึ่งที่ผ่านมา คนของเราไปตัดราคาขายกันเอง จึงทำให้ราคาตลาดบางส่วนถูกประเทศอื่นแย่งไป เพราะความที่เขาไม่เชื่อใจเราต่อไปอีก

ฉะนั้นวิธีการเจาะตลาดในอนาคตของยุโรปและเยอรมันก็คือ การใช้วัตถุดิบและสร้างแบบใหม่ออกมาให้ตรงตามเป้าหมายที่เขาต้องการ ดีไซน์แบบใหม่ ๆ ให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ เพื่อเป็นตัวนำและหลังจากนั้นจะใช้คุณภาพเป็นตัวตามต่อไปที่จะตีตลาดให้ได้ อันนี้เป็นหลักการลำบากพอสมควร

### ■ อยากให้แนะนำกลยุทธ์ในการเจาะตลาด

กลยุทธ์ในการเจาะตลาดหรือการรักษาตลาดให้อยู่ก็คือ

1. ควรจะเดินทางไปเจรจากับผู้ซื้อโดยตรง หรือถ้าเราสามารถเดินทางไปด้วยตนเองได้ ถ้าไม่พร้อมทั้งทำตัวอย่าง แคตตาล็อกที่เรามีไปแสดงให้เขาดูพร้อมทั้งศึกษารูปแบบของเขาด้วย สินค้าแต่ละประเทศชอบแบบไหน ลักษณะแบบไหน เพื่อใช้ประกอบในการดีไซน์ของเราในอนาคต



2. พยายามเข้าร่วมการแสดงผลสินค้าทั้งภายในและต่างประเทศซึ่งในแต่ละปีจะมีหลาย ๆ บริษัทจัดขึ้นในหลายประเทศ
3. ให้ความสนใจและรับฟังความคิดเห็นจากลูกค้าให้มากที่สุดและให้บริการแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็ว
4. เผยแพร่สินค้าให้ผู้ซื้อรู้จักผ่านสื่อมวลชน หรือสิ่งตีพิมพ์ต่างๆ ให้พยายามเน้นคุณภาพว่ามีมาตรฐานเป็นอย่างดี
5. ต้องรู้ว่าลูกค้าอยู่ในระดับไหน ฐานะอะไร จะเป็นนายหน้าหรือ

บริษัทอะไรที่เราจะเข้าไปหาหรือหรือเข้าพบเกี่ยวกับเรื่องเป้าหมายของเราได้โดยตรง จะได้ไม่มีผิดสเปค หรือผิดจุดประสงค์ ส่วนใหญ่เราไปออกงานแสดงสินค้าที่ประเทศเยอรมันปีละครั้ง และในเมืองไทยมีงานของบางกอกเจมส์และจีเวลลี่ แฟร์ เมื่อทราบว่าเขาต้องการอะไร ซึ่งจัดทุกปีที่กรมพาณิชย์สัมพันธ์ส่งออก บริษัทเราเป็นสมาชิกอยู่และได้ไปจัดงานแสดงสินค้าทุกปี มีประโยชน์มาก เพราะจะมีลูกค้าจากต่างประเทศเดินทางมาชมทั้งซื้อทั้งติดต่อทั้งสั่งซื้อ ซึ่งเราจะได้ลูกค้ามากขึ้นเรื่อย ๆ ตรงเป้าหมาย

**■ บริษัทส่งสินค้าขายในประเทศหรือส่งไปขายต่าง**

ปริดา ชนะนิกร

ที่เกี่ยวข้องทางด้านรัสเซียจะเป็นผู้บอกวิธีการมาตลอด ถ้าเข้าถึงจุดนั้นจากรัสเซียก็จะไปเยอรมันตะวันออกและประเทศอื่นได้คือ ขอให้เข้า NET WORK ของเขาได้สักจุดใดสักจุดหนึ่งก่อน

**■ ท่านหมายถึงสถานที่หรือคะ**

ไม่ใช่สถานที่ แต่หมายความว่าบริษัทหรือตัวแทนที่ค้าขายอยู่กับยุโรปตะวันออกอยู่ก่อน เราพยายามเข้าถึงเขาให้ได้ แล้วเขาจะเป็นคนติดต่อเอง ก็อย่างเช่นผมไปติดต่อกับสาว ก็มีบริษัทกาลวินของรัสเซีย ใหญ่มาก เขาสั่งซื้อสินค้าหลายร้อยล้านบาทผ่านประเทศเล็ก ๆ เช่น ลาว รัสเซียต้องการซื้อกาแฟ ลาวผลิตกาแฟไม่ได้แต่มีกาแฟเมล็ดมาก วิธีการที่ผมทำก็คือว่าทำอะไรก็จะเข้าไปหาตัวใหญ่ได้ ก็เลยเอาราคากาแฟเมล็ดมาให้เห็นสภาพดีราคา 1 ตัน จะออกเนสกาแฟมาให้ผมได้เท่าไร หลังจากนั้นก็ติดต่อไปยังบริษัทในรัสเซียว่ามีกาแฟมาจากลาว เท่านั้นเอง คือจาก ก. ไปหา ข. โดยตรงไม่ได้ เราต้องยึดจุดที่ 3 เข้าไปเชื่อมโยงให้ได้

**■ อีกเรื่องที่น่าสนใจคือ การที่เยอรมันสามารถรวมประเทศและกลายเป็นประชาธิปไตย จะมีผลกระทบต่อไทยหรือไม่อย่างไร**

เรื่องกันทำผมคิดว่าคงไม่มี สรุปง่าย ๆ เยอรมันตะวันตกรวยแต่ตะวันออกจน ถ้าจะมีการช่วยเหลือในด้านการเงินซึ่งกันและกัน ในเมื่อคนเคยที่เคยจนแล้วมีเงินขึ้นมา เขาก็อยากได้สินค้าที่เขาต้องการ ซึ่งปัจจุบันยังหาไม่ได้

**■ จะเกิดผลอะไรต่อประเทศไทยบ้าง เราจะได้หรือสูญเสีย**

เรื่องสูญเสียคงไม่มี โอกาสที่จะขายเพิ่มขึ้นมีสูงมาก

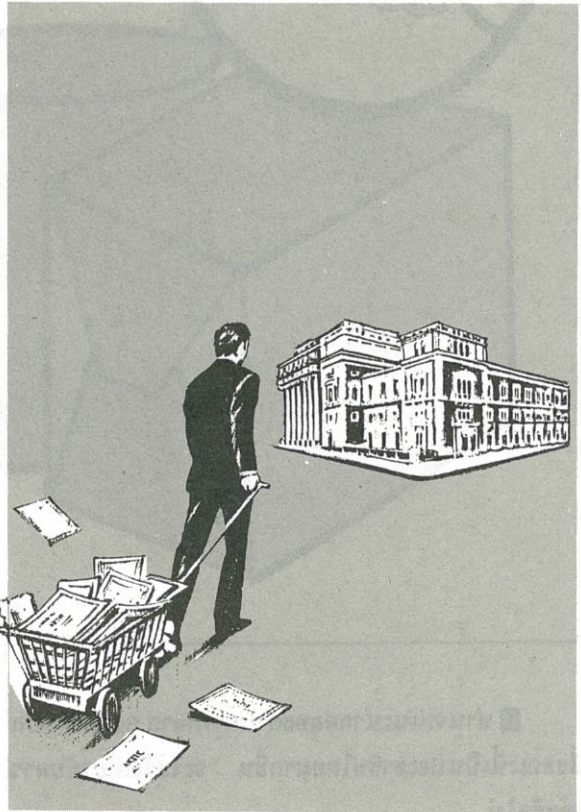
**■ สมมุติว่า ตลาดยุโรปตะวันออก เช่น เยอรมัน**

**ประเทศอย่างเดียว**

เป้าหมายของสินค้าไม่ได้ขายในประเทศ เราจะผลิตส่งออกโดยเฉพาะ หมายถึงส่งขายตาม Order ส่งไปทั่วโลกไม่เป็นประเทศใดประเทศหนึ่งโดยเฉพาะ

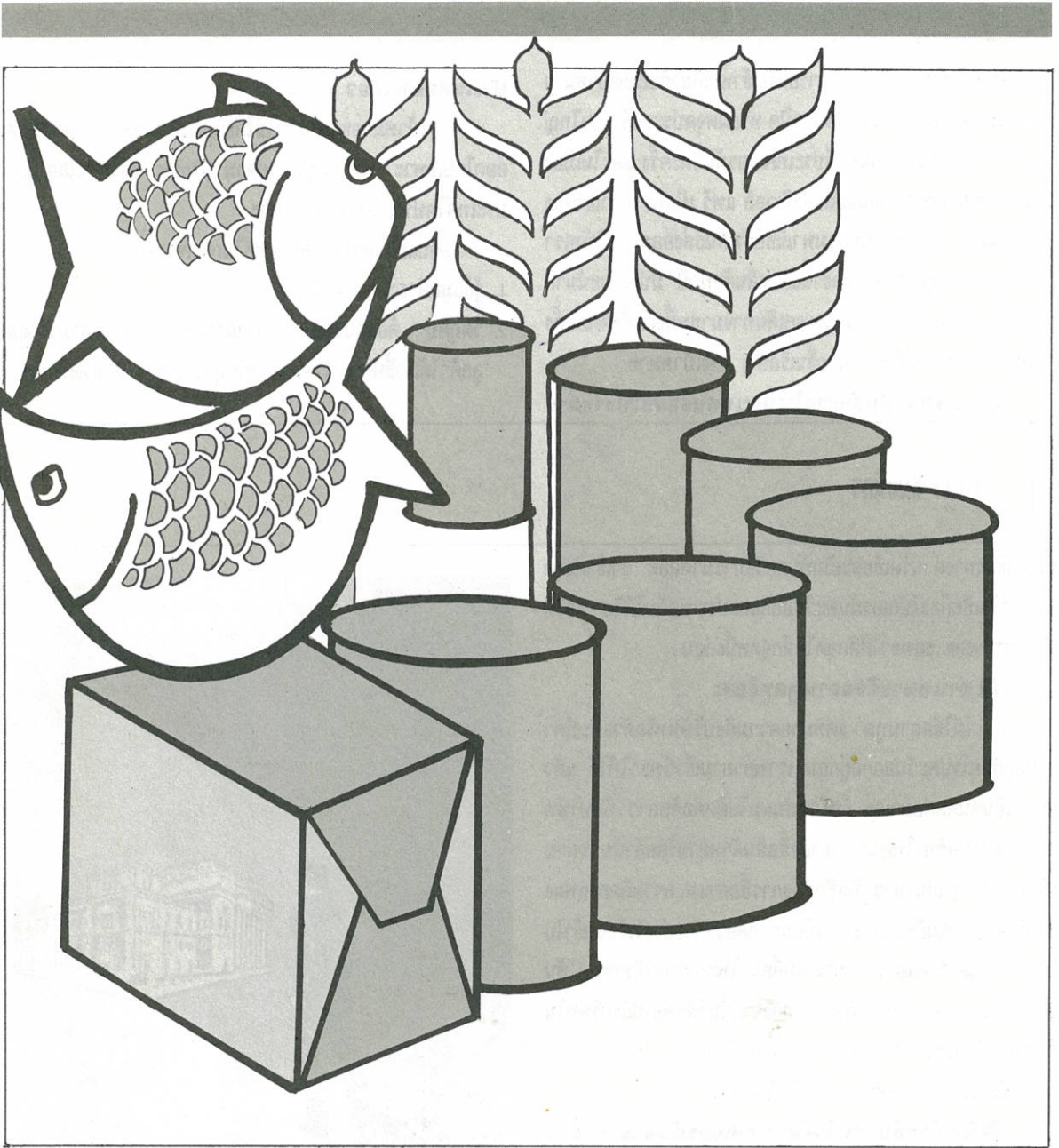
สรุปแล้ว หัวใจหรือกลยุทธ์ในการเจาะตลาดคือ

1. รู้ข้อมูลต่าง ๆ ชาวสารต้องไว
2. วัตถุประสงค์ ต้องทันสมัยให้ไวกว่าผู้อื่นให้มากที่สุดจะสามารถแย่งลูกค้าได้เร็วขึ้นตรงเป้าหมาย หรือพูดง่าย ๆ ว่าชุกตรงเป้าหมาย



**สินค้าที่ติดตลาดที่นั่นจะต้องการซื้อสินค้าประเภทใดมาก**

เรามองในมุมมองกลับ พวกนี้เคยทุกชียากเงินน้อย พอมีเงินทองขึ้นมาสิ่งแรกเขาต้องการก็พวกเสื้อผ้า,อาหารมากกว่าอย่างอื่น ๆ เมื่อเทียบกับประเทศที่เจริญแล้ว เช่น ออสเตรเลีย อังกฤษ อเมริกา พวกนี้รายได้ดี พวกเสื้อผ้า อาหารต่าง ๆ เขามีพอใช้แล้ว มักเป็นส่วนเกินไป



■ ท่านจะแนะนำกลยุทธ์ด้านการตลาด กรณีเยอรมัน ซึ่งขณะนี้ประชาชนนิยมมากขึ้น จะใช้วิธีเดียวกับลาว ได้หรือไม่

ถ้าจะติดต่อด้านการค้ากับเยอรมันตะวันตก พวกนี้เขามีกារค้าขายติดต่อซื้อขายกันตลอดเวลา ถ้าใช้ตัวนี้เป็นตัวล่อก็จะเข้าไปได้เลย เพราะถ้าเราเข้าไปเองจะลำบาก

■ หมายความว่าควรติดต่อด้วยตนเอง

ใช่

■ ที่ท่านกล่าวว่าตลาดยุโรปตะวันออก ญี่ปุ่นให้ความ

สนใจเป็นพิเศษ เห็นว่าจะไปลงทุนอะไรหลายอย่าง ประเทศไทยมีนักธุรกิจคนใดไปลงทุนที่นั่นบ้าง

ผมว่ายากนะ

■ การไปเปิด office รับคำสั่งซื้อสินค้าจะพอมัทาง ไทย

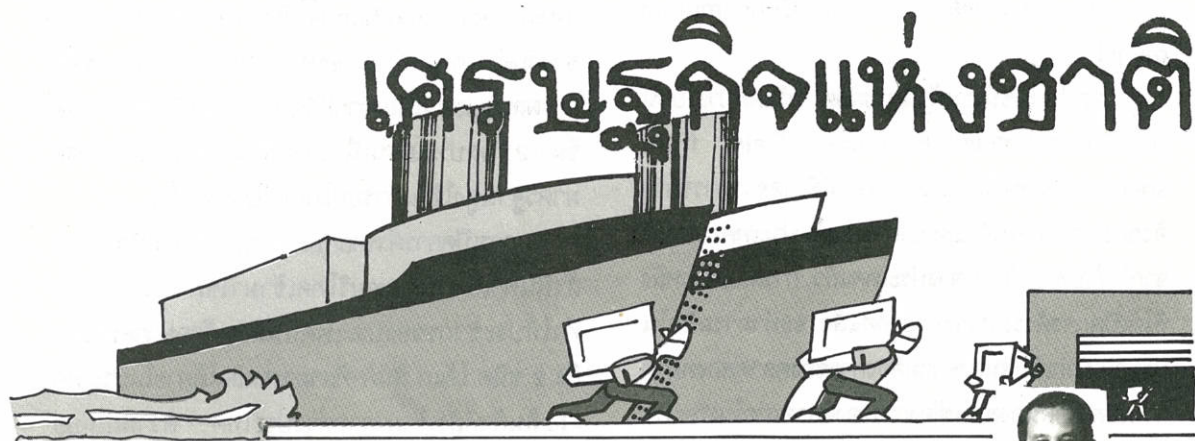
การไปเปิด office ในต่างประเทศค่าใช้จ่ายสูง จะต้องวางเป้าหมายเอาไว้ว่า ถ้าราคาสูงขนาดนี้ถ้าขายได้กำไรไม่ถึงจุดนี้ก็ไม่ควรเปิด เปิดไปก็เสียเงินเปล่า ■



# บทบาทของ การค้าระหว่างประเทศ

ต่อระบบ

## เศรษฐกิจแห่งชาติ



### คำนำ

\*รศ.สมนึก แต่งเจริญ

**บ**ทความนี้ได้ศึกษาถึงข้อสนับสนุนการค้าระหว่างประเทศ ที่สนับสนุนให้ประเทศต่างๆ ทำการค้าระหว่างประเทศตั้งอยู่บนเหตุผลที่ว่า การค้าระหว่างประเทศนำมาซึ่งผลประโยชน์ของชาติ (National interest) ในขณะเดียวกันกับการค้าระหว่างประเทศนำมาซึ่งผลประโยชน์ของชาตินั้น ก็มีข้อโต้แย้งว่าการค้าดังกล่าวอาจจะเกิดความกระทบกระเทือนต่อผลประโยชน์ของชาติได้ โดยทำการศึกษาในประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

- (1) ข้อสนับสนุนการค้าระหว่างประเทศ
- (2) ข้อโต้แย้งเกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศ
- (3) สรุป

#### 1 ข้อสนับสนุนการค้าระหว่างประเทศ

เหตุผลสำคัญที่สนับสนุนการค้าระหว่างประเทศ ได้แก่ การค้าดังกล่าวนำมาซึ่งผลประโยชน์ของชาติรวม 4 ประการ ได้แก่-

- (1) ผลประโยชน์ทางตรงและทางอ้อม
- (2) การค้าระหว่างประเทศ และการขยายการ

\* อาจารย์ประจำคณะพัฒนาการเศรษฐกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์  
: M.A. in Government (Economic Policy) The George Washington University

ผลิต

(3) การค้าระหว่างประเทศ และการขยายฐานของ  
ทรัพยากร

(4) การค้าระหว่างประเทศและความเจริญเติบโต  
ทางเศรษฐกิจ

### 1.1 ผลประโยชน์ทางตรงและทางอ้อม

ผลประโยชน์ทางตรงแบ่งออกเป็นผลประโยชน์  
ที่เกิดจากการค้าระหว่างประเทศ 2 ด้าน คือ (1) ผล  
ประโยชน์ทางด้านการผลิต (Production gains)  
(2) ผลประโยชน์ทางด้านการบริโภค (Consumption  
gains)

ผลประโยชน์ทางด้านการผลิต หรือผลประโยชน์  
ทางด้านการงานตามความถนัด\* (Gain from  
specialization) ได้แก่ผลประโยชน์ที่เกิดจากการขยาย  
ตัวของการผลิตสินค้าและบริการภายในประเทศภายหลัง  
จากที่ได้เปิดการค้ากับต่างประเทศแล้ว การผลิตภายหลัง  
ที่ได้เปิดการค้าระหว่างประเทศแล้ว จะทำการผลิตใน  
ปริมาณมากเพื่อสนองความต้องการของตลาดสองตลาด  
การผลิตเพื่อสนองความต้องการของตลาดภายในประเทศ  
แต่เพียงตลาดเดียวจะผลิตในปริมาณเพียงส่วนเดียว  
ดังนั้น ถ้ามีการจำหน่ายสินค้าทั้งในตลาดภายในประเทศ  
และตลาดต่างประเทศแล้ว การผลิตภายในประเทศก็  
สามารถขยายตัวเพิ่มขึ้นได้ สินค้าออกประเภทข้าว  
ข้าวโพด ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง และน้ำตาลที่ผลิตได้  
ภายในประเทศไทยมีลักษณะเป็นการพึ่งพาอาศัยตลาด  
ในต่างประเทศค่อนข้างมาก

การสั่งสินค้าประเภททุน (Capital goods)  
และวัตถุดิบ (Raw materials) จากต่างประเทศเข้ามา  
ใช้ก็มีส่วนสำคัญต่อการขยายการผลิตภายในประเทศ  
เพื่อสนองความต้องการของตลาดภายในและตลาดต่าง  
ประเทศ

การขยายตัวของการผลิตภายในประเทศเนื่อง  
จากการค้าขายกับต่างประเทศ ทำให้มีการใช้ทรัพยากร  
ประเภทต่าง ๆ ที่มีอยู่ภายในประเทศเพิ่มขึ้น ซึ่งจะเป็น  
การเพิ่มการว่างจ้างงาน และสร้างรายได้ให้แก่ทรัพยากร  
ดังกล่าว การเปิดการค้าขายกับต่างประเทศจึงเป็นวิธี  
เพิ่มรายได้ และการว่างจ้างงาน (Income & employ-  
ment) ภายในประเทศ

ผลประโยชน์ทางด้านการบริโภค หรือผลประโยชน์  
ที่เกิดจากการแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ (Gain from  
international exchange)\*\* ซึ่งเกิดจากการเปิดการค้า  
ขายกับต่างประเทศ ประกอบด้วยประโยชน์ 2 รูปแบบคือ  
(1) ผลประโยชน์เนื่องจากมีสินค้าอุปโภคบริโภคเพิ่มขึ้น  
ขึ้น (2) ผลประโยชน์เนื่องจากมีสินค้าที่มีคุณภาพหรือ  
มาตรฐานสูงใช้ในการอุปโภคบริโภคเพิ่มขึ้น

การเปิดการค้าขายกับต่างประเทศ ทำให้สามารถ  
สั่งสินค้าเข้าประเภทบริโภคเข้ามาใช้ภายในประเทศ  
ทำให้ประชากรของประเทศนั้นมีสินค้าอุปโภคบริโภค  
ถึง 2 ชนิด ได้แก่ สินค้าที่สามารถผลิตได้ภายในประเทศ  
และสินค้าที่สั่งเข้ามาจากต่างประเทศ ความเป็นอยู่  
(well-being) ของประชากรจึงสูงขึ้นเนื่องจากมีทางเลือก  
(Choice) เพิ่มขึ้น ในรูปของการบริโภคเพิ่มขึ้น เช่น  
ประชากรของไทย มีสินค้าที่ผลิตได้เองภายในประเทศ  
และสินค้าที่สั่งเข้าใช้ได้ทั้งสองชนิด ความเป็นอยู่ของ  
ประชากรย่อมจะสูงกว่าประชากรในบางประเทศที่มี  
สินค้าบริโภคที่ผลิตได้ภายในประเทศเพียงชนิดเดียว  
ดังนั้น การค้าระหว่างประเทศจึงให้ประโยชน์แก่ผู้บริโภค  
ซึ่งเป็นประชากรกลุ่มใหญ่ของประเทศ

อนึ่ง นอกจากประชากรของประเทศที่มีการค้าขาย  
กับต่างประเทศจะมีชนิดของสินค้าบริโภคเพิ่มขึ้นแล้ว  
ประชากรของประเทศนั้นยังมีโอกาสได้บริโภคสินค้าที่  
มีคุณภาพหรือมาตรฐาน (Standard) สูงกว่าสินค้า

\* รายละเอียดจะศึกษาได้จาก Miltiades Chacholoiades. *International Trade Theory and Policy*. Tokyo :

\*\* *Ibid.*, p. 146.

ที่ผลิตได้ภายในประเทศ สินค้าที่สั่งเข้าจากต่างประเทศตามปกติจะมีเหตุผลหลายประการที่สามารถกล่าวได้ว่ามีคุณภาพหรือมาตรฐานสูง ส่วนการควบคุมมาตรฐานของสินค้าที่ผลิตได้ภายในประเทศเป็นไปได้โดยยาก ทั้งนี้เนื่องจากการผลิตเพื่อสนองความต้องการของตลาดภายในประเทศที่ค่อนข้างแคบ มีการผลิตในปริมาณไม่มากนัก มีการผลิตโดยใช้เทคนิคการผลิตที่ขาดความเหมาะสมเนื่องจากขนาดของการผลิตที่มีขนาดเล็ก รวมทั้งเหตุผลทางด้านภาวะของสังคมภายในประเทศยังไม่พัฒนาซึ่งเป็นผลให้การควบคุมมาตรฐานของสินค้าเป็นไปได้โดยยาก

สำหรับสินค้าสั่งเข้าจากต่างประเทศมีการควบคุมมาตรฐานอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้เนื่องจากการผลิตในปริมาณมาก ทำการส่งออกไปขายยังตลาดต่างประเทศทั่วโลก จึงมีความจำเป็นที่จะต้องรักษามาตรฐานให้สูงเพื่อยืดตลาดและเพื่อการแข่งขันกับสินค้าประเภทเดียวกันของต่างประเทศ สามารถใช้เทคนิคการผลิตที่ก้าวหน้าเนื่องจากขนาดของการผลิตมีขนาดใหญ่พอเพื่อสนองความต้องการของตลาดที่กว้างขวาง

อนึ่ง นอกจากนี้ สำหรับภาคเอกชน พ่อค้า และนักธุรกิจที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวข้องกับการค้าระหว่างประเทศยังได้ประโยชน์ในรูปของรายได้ และผลกำไรอีกด้วย

การค้าระหว่างประเทศ และการค้าภายในประเทศยังมีผลประโยชน์ทางอ้อมในรูปของการมีโอกาสในการเรียนรู้ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการค้าทุกรูปแบบมีลักษณะเป็นกระบวนการเรียนรู้<sup>1</sup> (Trade as a learning process) การค้าทำให้มีโอกาสในการเรียนรู้ที่สำคัญ 2 ด้าน คือ

- (1) การเรียนรู้และทักษะทางด้านเทคโนโลยี
- (2) การเรียนรู้และทักษะทางด้านจัดการหรือ

การบริหาร

การค้าทำให้สามารถเรียนรู้เทคนิคทางด้านการผลิตแล้วทำการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงนำมาใช้ในกระบวนการผลิต การค้าทำให้เกิดการลอกหรือเลียนแบบทางด้านการผลิต (Imitation in production) ได้แก่ การนำเอาเทคนิคการผลิตหรือวิธีการผลิตที่เหมาะสมและทันสมัยมาใช้ในการผลิตสินค้าภายในประเทศ เช่น เทคนิคหรือวิธีการผลิตทางด้านเกษตรกรรมและอุตสาหกรรม ประเทศที่พัฒนาแล้วในปัจจุบันหลายประเทศในอดีตก็ได้นำเอาเทคนิค หรือวิธีการผลิตของต่างประเทศเข้ามาปรับปรุงใช้ในลักษณะที่มีประสิทธิภาพสูง เช่น ญี่ปุ่น เป็นต้น

ด้านการจัดการหรือการบริหารงานก็เช่นเดียวกัน การค้าระหว่างประเทศเปิดโอกาสให้ประเทศต่าง ๆ มีโอกาสเรียนรู้ และนำเอาเทคนิคทางด้านการจัดการหรือเทคนิคทางด้านการบริหารจากประเทศที่ก้าวหน้าหรือพัฒนาแล้วไปสู่ประเทศที่กำลังพัฒนา ดังนั้น ประเทศต่าง ๆ จึงนิยมเปิดการค้าขายกับต่างประเทศ การเปิดประเทศไม่ค้าขายกับต่างประเทศจะทำให้ประเทศนั้นไม่มีโอกาสที่จะได้เรียนรู้เทคนิคดังกล่าว การเปิดติดต่อค้าขายกับประเทศต่าง ๆ ของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ก็ตั้งอยู่บนเหตุผลดังกล่าวแล้ว

## 1.2 การค้าระหว่างประเทศและการขยายการผลิต

โดยอาศัยการค้าระหว่างประเทศ ประเทศหนึ่งสามารถได้มาซึ่งสินค้าและบริการในปริมาณและคุณภาพที่สูงกว่าที่ประเทศของตนจะสามารถผลิตได้เอง สินค้าและบริการที่ได้จากการค้าระหว่างประเทศดังกล่าวสามารถสนองความจำเป็นและความต้องการของประชากรของตนได้ การสนองความจำเป็นและความต้องการของประชากรดังกล่าว นับได้ว่าเป็นเป้าหมายในขั้นแรก

<sup>1</sup> Kindleberger, C.P. *Foreign Trade and the National Economy*. New Haven, Conn.: Yale University

### 1.3 การค้าระหว่างประเทศและการขยายฐานของทรัพยากร

ปริมาณ คุณภาพของทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรมนุษย์ รวมทั้งความรู้และทักษะทางด้านเทคโนโลยีเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อขีดความสามารถในการพัฒนาประเทศ การค้าระหว่างประเทศมีบทบาทที่สำคัญ ทั้งทางตรงและทางอ้อมในการสร้างเสริมฐานของทรัพยากรของประเทศ ซึ่งจะแยกทำการศึกษาในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่-

- (1) ความแตกต่างทางด้านทรัพยากร
- (2) ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี และทรัพยากร
- (3) การพัฒนาและการใช้ทรัพยากรจากต่างประเทศ
- (4) การเสริมสร้างความได้เปรียบร่วมกัน

#### 1.3.1 ความแตกต่างทางด้านทรัพยากร

โดยทั่วไปแต่ละประเทศจะมีลักษณะ ปริมาณ และคุณภาพของทรัพยากรธรรมชาติ และทรัพยากรมนุษย์ รวมทั้งความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีที่แตกต่างกัน ประเทศที่กำลังพัฒนา ส่วนใหญ่มีปัจจัยประเภทที่ดินและแรงงานมากเมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยประเภททุนและทรัพยากร ประเภทแร่ธาตุ ประเทศที่กำลังพัฒนา บางประเทศมีปัจจัยประเภทที่ดินที่ขาดความอุดมสมบูรณ์ ที่ดินที่มีลักษณะแห้งแล้งไม่เหมาะแก่การเพาะปลูก และมีแรงงานที่ขาดความชำนาญงานจำนวนมาก ขาดแคลนปัจจัยประเภททุนและความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี และสำหรับประเทศที่พัฒนาแล้ว ส่วนมากมีปัจจัยประเภททุนมาก มีแรงงานที่มีความรู้และความชำนาญงานสูงแต่มีอยู่ในจำนวนน้อย มีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยแร่ธาตุ และ

มีความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีอยู่ในระดับสูง ภาวะความแตกต่างดังกล่าวแล้ว มีบทบาทสำคัญในการค้าระหว่างประเทศ

#### 1.3.2 ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีและปริมาณทรัพยากร

การค้าระหว่างประเทศมีลักษณะเช่นเดียวกับการค้าประเภทอื่น ซึ่งเกิดจากความขาดแคลน (Scarcity) และการกระจาย (Diversity) ของทรัพยากรในแหล่งหรือประเทศต่าง ๆ แตกต่างกัน ลักษณะปริมาณ และคุณภาพของทรัพยากรธรรมชาติ และทรัพยากรมนุษย์ที่มีอยู่ในระยะใดระยะหนึ่ง มีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับระดับความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี ทำให้สามารถค้นหาและนำเอาทรัพยากรมาใช้ได้มากขึ้น ฐานของทรัพยากร (Resource base) ก็จะขยายตัวกว้างขวางมากยิ่งขึ้น การค้าระหว่างประเทศทำให้เกิดผลประโยชน์ทางอ้อมทางด้านโอกาสของการเรียนรู้ การลอกและเลียนแบบเทคนิคการผลิต และเทคนิคทางด้านการจัดการหรือการบริหารใหม่ ๆ เทคโนโลยีที่ก้าวหน้าสามารถถ่ายเทจากต่างประเทศ โดยการค้าระหว่างประเทศ ทำให้ประเทศต่าง ๆ สามารถแก้ไขปัญหาค่าขาดแคลนของทรัพยากรภายในประเทศได้ขั้นสุดท้าย<sup>2</sup> (Ultimate end) ของการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นผลประโยชน์ของชาติที่ได้จากการค้าระหว่างประเทศ เป็นผลมาจากการทำงานตามความถนัดระหว่างประเทศ (International specialization) การค้าระหว่างประเทศจึงมีลักษณะเป็นการผลิตทางอ้อม<sup>3</sup> (Indirect production) กล่าวคือ การค้าระหว่างประเทศช่วยให้แต่ละประเทศสามารถนำเอาปัจจัยการผลิตที่แต่ละประเทศมีอยู่มารวมกัน เพื่อขยายการผลิตให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยวิธีการทำการผลิตตาม

<sup>2/</sup> Root, Franklin R., Kramer, Roland L. and d' Arlin, Maurice Y. **International Trade and Finance** :

<sup>3/</sup> Ibid., p. 62.

ความถนัด ซึ่งสามารถทำการผลิตได้ดีที่สุด โดยวิธีใช้ปัจจัยในปริมาณมากจากปัจจัยที่มีอยู่อย่างอุดมสมบูรณ์ และใช้ปัจจัยที่มีอยู่ในปริมาณน้อยร่วมกับปัจจัย และเทคโนโลยีจากต่างประเทศ การกระทำในลักษณะดังกล่าวแล้ว ทำให้แต่ละประเทศสามารถส่งสินค้าออกประเภทที่ตนมีความได้เปรียบในการผลิต และสั่งสินค้าเข้าที่ตนมีความเสียเปรียบในการผลิต ซึ่งทำให้การผลิตภายในประเทศสามารถดำเนินต่อไปได้

### 1.3.3 การพัฒนาและการใช้ทรัพยากรจากต่างประเทศ

ทรัพยากรประเภทต่าง ๆ ที่แต่ละประเทศมีอยู่มีลักษณะจำกัดเมื่อเปรียบเทียบกับความต้องการที่จะใช้ทรัพยากรดังกล่าว นอกจากนี้ยังมีความแตกต่างกันทั้งในลักษณะ ปริมาณ และคุณภาพ ดังได้กล่าวมาแล้ว การติดต่อค้าขายกันระหว่างประเทศทำให้ประเทศหนึ่งสามารถขยายฐานของทรัพยากรออกไปได้โดยการใช้ทรัพยากรจากต่างประเทศ แทนที่จะจำกัดอยู่เฉพาะเพียงแต่การผลิตและการใช้สินค้าที่ผลิตได้ภายในประเทศ ซึ่งหมายความว่า ได้มีการใช้แต่เพียงเฉพาะทรัพยากรภายในประเทศเท่านั้น สินค้าประเภททุน (Capital goods) วัตถุดิบ (Raw materials) และสินค้าผู้บริโภค (Consumer goods) ที่สั่งเข้าจากต่างประเทศได้แก่ ทรัพยากรจากต่างประเทศ การปฏิเสธแนวความคิดทางการค้าขายกับต่างประเทศ โดยวิธีการผลิตให้เพียงพอกับความต้องการภายในประเทศ (Self-Sufficiency) โดยไม่พึ่งพาอาศัยทรัพยากรจากต่างประเทศ โดยใช้ลำพังทรัพยากรภายในประเทศของตนเอง จึงทำให้ฐานของทรัพยากรแคบลง

### 1.3.4 การเสริมสร้างความได้เปรียบร่วมกัน

ถ้าพิจารณาทางด้านปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ในแต่ละประเทศ ซึ่งมีลักษณะ ปริมาณ และคุณภาพแตกต่างกัน

ดังได้กล่าวมาแล้ว โดยเฉพาะปัจจัยประเภททุนและแรงงาน ถ้าประเทศหนึ่งมีแรงงานที่มีความชำนาญงาน (Skilled labour) จำนวนมาก เมื่อเปรียบเทียบกับอีกประเทศหนึ่ง แต่ประเทศหลังนี้ ปรากฏว่ามีแรงงานที่ไม่มีความชำนาญงาน (Unskilled labour) อยู่เป็นจำนวนมาก การค้าระหว่างประเทศทั้งสองจะสร้างความได้เปรียบร่วมกัน (Mutual advantage) โดยประเทศแรกทำการผลิตและส่งออกที่ใช้แรงงานมีความชำนาญงานที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก แล้วส่งสินค้าดังกล่าวไปขายยังประเทศหลัง เพื่อแลกเปลี่ยนกับสินค้าออกของประเทศหลัง ซึ่งใช้แรงงานที่ไม่ค่อยมีความชำนาญงาน ซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมาก ในทำนองเดียวกันเมื่อเปรียบเทียบกับแรงงานก็สามารถที่จะทำการค้าขายกันโดยได้เปรียบร่วมกันโดยค้าขายกับประเทศที่ขาดแคลนแรงงานเมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยประเภททุน แต่ความได้เปรียบดังกล่าวอาจจะเกิดขึ้นในประเทศคู่ค้า ในประเทศหนึ่งสูงกว่าอีกประเทศหนึ่งก็ได้

### 1.4 การค้าระหว่างประเทศและความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ

นักเศรษฐศาสตร์ส่วนมากยอมรับว่าในระยะก่อนศตวรรษที่ 19 การค้าระหว่างประเทศ เป็นตัวจักรสำคัญของการสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ (Engine of growth) ให้แก่ประเทศที่กำลังพัฒนา โดยได้ศึกษาถึงบทบาทของสินค้าออกหรือสาขาส่งออก (Export sector) ของประเทศที่กำลังพัฒนาว่า การส่งสินค้าออกทำให้เกิดการพัฒนาขึ้นด้วยเหตุผล 3 ประการคือ<sup>4</sup>

- (1) การพึ่งพาอาศัยตลาดต่างประเทศ
- (2) ความได้เปรียบของการลงทุนทางด้านโครงสร้างพื้นฐาน
- (3) การเพิ่มอุปสงค์ภายในประเทศ

#### 1.4.1 การพึ่งพาอาศัยตลาดต่างประเทศ

<sup>4/</sup> Meier, Gerald M. and Baldwin, Robert E. *Economic Development: Theory, History, Policy*. New York, N.Y.: John Wiley & Sons, Inc., 1957, pp. 224 - 225.

ประเทศที่กำลังพัฒนามีภาวะตลาดภายในประเทศแคบ เนื่องจากประชากรจำนวนมากมีฐานะยากจน การคมนาคมไม่สะดวก และรสนิยมของประชากรยังไม่เปลี่ยนแปลง เนื่องจากมีฐานะยากจน การผลิตสินค้าและบริการภายในประเทศจึงไม่อาจพึ่งพาอาศัยตลาดภายในประเทศได้ ถึงแม้ว่าลักษณะปริมาณและคุณภาพของทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรมนุษย์ รวมทั้งเทคโนโลยีที่มีอยู่เหมาะสมในการผลิตก็ตาม การขยายการผลิตโดยใช้ทรัพยากรประเภทต่าง ๆ และเทคโนโลยีที่มีอยู่เพื่อสร้างรายได้และการว่าจ้างงานภายในประเทศ จำเป็นต้องพึ่งพาอาศัยตลาดต่างประเทศที่มีประชากรจำนวนมาก มีรายได้สูง มีการคมนาคมสะดวก และมีรสนิยมเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่บริโภคเพิ่มขึ้น การพึ่งพาอาศัยตลาดต่างประเทศจึงเป็นทางออกทางเดียวของประเทศที่กำลังพัฒนาในระยะเริ่มการพัฒนาประเทศ

**1.4.2 ความได้เปรียบของการลงทุนทางด้านโครงสร้างพื้นฐาน**

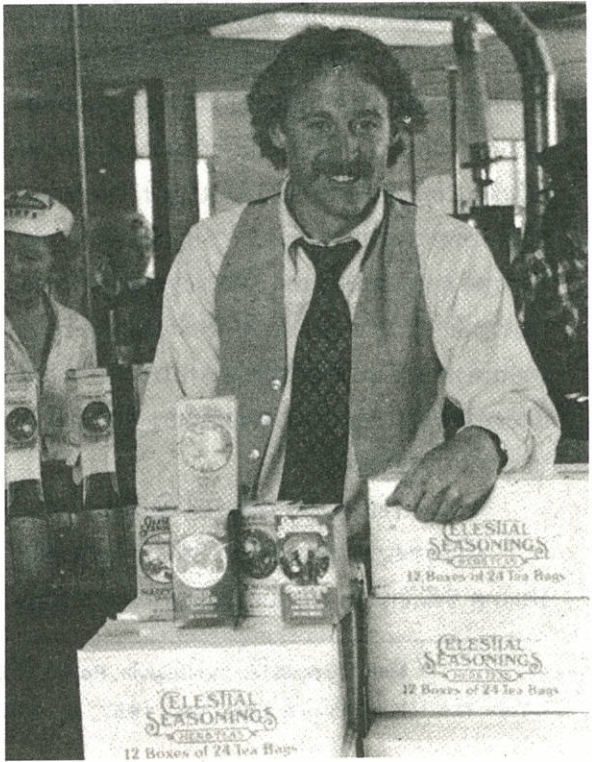
การขยายตลาดภายในประเทศให้กว้างขวางโดยวิธีการลงทุนทางด้านโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน สะพาน ท่าเรือ ทางรถไฟ ของประเทศที่กำลังพัฒนา จำเป็นต้องใช้เงินทุนเป็นจำนวนมาก ซึ่งเกินกว่าความสามารถที่จะกระทำได้ การผลิตสินค้าเพื่อส่งออกไปขายยังต่างประเทศที่มีตลาดกว้างขวางรองรับ จะทำให้มีรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ มีรายได้จากการเก็บภาษีอากรจากการค้าระหว่างประเทศ ในระยะยาวประเทศเหล่านี้จึงจะสามารถลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานดังกล่าวได้

**1.4.3 การเพิ่มอุปสงค์ภายในประเทศ**

การขยายการผลิตเพื่อส่งสินค้าออกไปขายยังต่างประเทศ ทำให้มีการว่าจ้างงานและรายได้เพิ่มขึ้น รายได้เพิ่มขึ้นทำให้ประชากรมีอุปสงค์ของสินค้าและบริการภายในประเทศเพิ่มขึ้น การผลิตสินค้าและบริการภายในประเทศจึงสามารถขยายตัวได้เนื่องจากตลาดภายในประเทศกว้างขวางยิ่งขึ้น

การค้าระหว่างประเทศจึงเป็นตัวจักรอันสำคัญในการถ่ายเทความเจริญเติบโตให้แก่ประเทศที่กำลังพัฒนา แต่อย่างไรก็ตาม ในระยะหลังศตวรรษที่ 19 นี้ การค้าระหว่างประเทศได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม กล่าวคือมีการปกป้อง (Protection) โดยการใช้นโยบายการค้าระหว่างประเทศ เช่น ภาษีอากร โควต้าและการควบคุมการค้าในรูปแบบอื่น

นโยบายดังกล่าวถูกนำมาใช้โดยประเทศที่พัฒนาแล้ว นอกจากนี้ แนวโน้มของความเสียเปรียบทางด้านราคาสินค้าประเภทโภคภัณฑ์ขั้นปฐม (Primary products) หรือสินค้าประเภทเกษตรกรรม ส่วนใหญ่มีราคาต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าประเภทอุตสาหกรรม (Manufactured goods) ซึ่งเป็นสินค้าออกของประเทศที่พัฒนาแล้ว ประเทศที่กำลังพัฒนาซึ่งส่งสินค้าออกประเภทโภคภัณฑ์ขั้นปฐม และส่งสินค้าเข้าประเภทอุตสาหกรรม จึงเป็นฝ่ายเสียเปรียบ รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงของภาวะการค้าและการเงินของโลก ทำให้



ประเทศที่กำลังพัฒนาที่พึ่งพาอาศัยการค้าระหว่างประเทศ เกิดปัญหาทางด้านเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ (Economic stability) ได้แก่การไร้เสถียรภาพของราคา (Prices) ผลผลิต (Output) รายได้ (Income) และการว่าจ้างงาน (Employment) แต่ในความคิดกระแสหลักทางด้านการพัฒนาประเทศ ก็ยังคงถือว่าการค้าเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการพัฒนา แต่เป็นการพัฒนาที่ขาดเสถียรภาพ หรือเป็นการพัฒนาที่สร้างปัญหาทางด้านเสถียรภาพทางเศรษฐกิจและปัญหาความยากจนระหว่างประเทศ แต่อย่างไรก็ตาม นักเศรษฐศาสตร์จำนวนมากอธิบายว่า ปัญหาทางด้านเสถียรภาพทางเศรษฐกิจของประเทศที่กำลังพัฒนาเกิดจากการดำเนินนโยบายทางเศรษฐกิจ (Economic policy) ภายในประเทศที่ขาดความเหมาะสม ขาดการเปลี่ยนแปลงและปรับตัวภายในระยะเวลาที่เหมาะสม และนอกจากนี้ ประเทศเหล่านี้ยังไม่สามารถดำเนินนโยบายทางเศรษฐกิจที่ทันสมัยได้ด้วยเหตุผลทางด้านภาวะของสังคมที่ขาดการพัฒนา เช่น ความรับผิดชอบ การมีวินัยของพลเมือง และความสามารถทางด้านการบริหาร เป็นต้น

**2 ข้อโต้แย้งเกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศ**

ถึงแม้ว่าการค้าระหว่างประเทศจะมีประโยชน์หลายประการดังได้กล่าวมาแล้วก็ตาม แต่ก็ได้มีการหยิบยกข้อเสียของการค้าระหว่างประเทศขึ้นมาพิจารณาที่น่าสนใจ 4 ประการ คือ-

- (1) ปัญหาการพึ่งพาอาศัยตลาดต่างประเทศ
- (2) ปัญหาทางด้าน การป้องกันประเทศ
- (3) ปัญหาเกี่ยวกับความไร้เสถียรภาพทางเศรษฐกิจ
- (4) ปัญหาการแข่งขันจากต่างประเทศ

**2.1 ปัญหาการพึ่งพาอาศัยตลาดต่างประเทศ**

การผลิตตามความชำนาญระหว่างประเทศ (International specialization) โดยแต่ละประเทศเลือกทำการผลิตสินค้าที่ตนมีความได้เปรียบในการผลิตแล้วนำมาแลกเปลี่ยนกันระหว่างประเทศ ดังที่ดำเนินอยู่ในปัจจุบัน ถึงแม้ว่าจะเป็นเครื่องมือในการยกมาตรฐาน

การครองชีพของประชากรในประเทศที่ค้าขายกันก็ตาม แต่ในขณะเดียวกันก็แสดงให้เห็นว่า ได้มีการพึ่งพาอาศัยตลาดต่างประเทศให้เป็นที่มาของสินค้าและบริการชนิดต่าง ๆ ถึงแม้ว่าการพึ่งพาอาศัยดังกล่าวจะช่วยให้การผลิตภายในประเทศสามารถดำเนินต่อไปได้ก็ตาม

การพึ่งพาอาศัยตลาดต่างประเทศในลักษณะดังกล่าว ทำให้บุคคลหลายฝ่ายไม่ค่อยสบายใจ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งในแง่ของผลประโยชน์ของประเทศชาติแล้ว ต้องการให้มีการลดพึ่งพาอาศัยต่างประเทศลงหรือไม่มีการพึ่งพาอาศัยต่างประเทศเลย ลัทธิชาตินิยม (Nationalism) เป็นปฏิกิริยาต่อการค้าระหว่างประเทศโดยตรง ลัทธิชาตินิยมได้แก่อุดมการณ์ที่ถือว่าชาติหรือรัฐเป็นที่มาของอำนาจทางการเมืองและความมั่นคงทางเศรษฐกิจ การพึ่งพาอาศัยตลาดต่างประเทศ ทำให้อำนาจทางการเมืองและความมั่นคงทางเศรษฐกิจลดลง

**2.2 ปัญหาทางด้าน การป้องกันประเทศ**

มีข้อโต้แย้งการพึ่งพาอาศัยตลาดต่างประเทศในแง่ของการป้องกันประเทศว่า ประเทศที่พึ่งพาอาศัยตลาดต่างประเทศ จะเกิดความยากลำบากและมีฐานะตกต่ำในระยะเวลาที่เกิดสงคราม การสงครามทำให้การคมนาคม-ขนส่ง การส่งสินค้าออก การสั่งสินค้าเข้า และกิจกรรมอื่น ๆ ต้องหยุดชะงักลง ประเทศต่าง ๆ ที่พึ่งพาอาศัยการส่งสินค้าออกและการสั่งสินค้าเข้าจะเกิดการกระทบกระเทือน และเกิดภาวะขาดแคลนสินค้าบริโภคที่จำเป็น เกิดความขาดแคลนอาหาร วัตถุดิบและน้ำมันเชื้อเพลิง การผลิตสินค้าบริโภคภายในประเทศต้องหยุดชะงักลงเนื่องจากไม่สามารถสั่งวัตถุดิบและน้ำมันเชื้อเพลิงจากต่างประเทศ วิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจจะเกิดขึ้นภายในประเทศ การป้องกันประเทศจะเกิดความยุ่งยากยิ่งขึ้น

ข้อโต้แย้งดังกล่าวมีลักษณะเป็นข้อโต้แย้งทางการเมืองและการทหารแทนที่จะเป็นทางด้านเศรษฐกิจ แต่ข้อโต้แย้งดังกล่าวก็มีความสำคัญทางด้านเศรษฐกิจอยู่นั่นเอง แต่จำเป็นที่จะต้องพิจารณาถึงลักษณะและ



อนาคตของการสงครามที่คาดว่าจะเกิดขึ้น การดำเนินวิถีชีวิตทางด้านเศรษฐกิจภายใต้ภาวะสงครามเป็นสิ่งที่ผิดปกติไปจากสถานการณ์ในยามปกติธรรมดาทั่วไป

สรุปแล้วยังไม่มีหลักประกันที่แน่นอนว่า ความสามารถในการพึ่งตนเองทางด้านเศรษฐกิจ ซึ่งได้แก่การใช้ความพยายามในการผลิตสินค้าและบริการทุกชนิด แทนที่จะพึ่งพาอาศัยตลาดต่างประเทศ (Economic self - Sufficiency) จะเป็นการเอื้ออำนวยและส่งเสริมอำนาจทางการเมือง และการทหารให้แก่ประเทศชาติได้ ในทำนองเดียวกัน ก็ไม่มีเหตุผลที่จะปฏิเสธความได้เปรียบที่เกิดจากการพึ่งพาอาศัยตลาดต่างประเทศในการเสริมสร้างขีดความสามารถของประเทศชาติในการป้องกันและการรุกรานของศัตรูจากภายนอกได้ และกลับจะเป็นการสมเหตุสมผลยิ่งขึ้นที่จะใช้การพึ่งพาตลาดต่างประเทศให้เป็นแหล่งที่มาของทรัพยากรประเภทต่าง ๆ ที่จะนำไปใช้ในการป้องกันประเทศ

### 2.3 ปัญหาเกี่ยวกับความไร้เสถียรภาพทางเศรษฐกิจ

เสถียรภาพทางเศรษฐกิจ ได้แก่เสถียรภาพของระดับราคาและผลผลิต รวมทั้งเสถียรภาพของรายได้และการว่าจ้างงาน สิ่งใดก็ตามที่มีภาวะเสถียรภาพ กล่าวได้ว่าไม่มีความไหวตัวมากนัก โดยเฉพาะอย่างยิ่งภายในระยะเวลาอันสั้น ๆ การค้าระหว่างประเทศเป็นบ่อเกิดของภาวะไหวตัวของระดับราคาสินค้าในทางสูงต่ำอย่างรุนแรง ในกรณีของประเทศไทย ซึ่งเปิดการค้าขายติดต่อกับต่างประเทศอย่างกว้างขวาง ราคาสินค้าภายในประเทศหลายชนิดได้พากันไหวตัวอย่างรุนแรงในบางระยะเวลา เช่น ข้าวสาร น้ำตาล-อ้อย มันสำปะหลัง ข้าวโพด และอาหารอื่น ๆ ส่วนราคาสินค้านำเข้าที่สร้างปัญหาทางด้านเสถียรภาพ ได้แก่ ราคาน้ำมันชนิดต่าง ๆ วัตถุดิบอาหารและยารักษาโรค เป็นต้น

โดยทั่วไปกล่าวได้ว่า การเปลี่ยนแปลงทางด้านความต้องการสินค้าประเภทต่าง ๆ ในตลาดต่างประเทศ และการเปลี่ยนแปลงทางด้านการผลิตภายในประเทศ

## “...การค้าระหว่างประเทศยังคงมีผลประโยชน์ของชาติ อยู่ในหลายรูปแบบ ซึ่งมีทั้งผลประโยชน์ที่จับต้องได้ และ จับต้องไม่ได้ หรือคิดเป็นเงินได้และคิดเป็นเงินไม่ได้...”

เป็นสาเหตุให้เกิดความไร้เสถียรภาพดังกล่าว ในขณะที่เกิดภาวะเศรษฐกิจตกต่ำและภาวะเศรษฐกิจชะงักงันทั่วโลก ประเทศที่พึ่งพาอาศัยการค้าต่างประเทศ มักจะประสบปัญหารุนแรงทางด้านเสถียรภาพของราคาและผลผลิต รวมทั้งเสถียรภาพของรายได้และการว่างงาน ระดับราคาสินค้าบางประเภทอาจสูงขึ้น ปริมาณการผลิตตกต่ำ ประชากรว่างงาน และรายได้ของประชากรตกต่ำ เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตามในทางปฏิบัติแล้ว รัฐบาลจะต้องมีมาตรการและนโยบายทางการเงิน การคลัง การค้า และเครื่องมืออื่น ๆ เพื่อแก้ไขภาวะไร้เสถียรภาพดังกล่าว และนอกจากนี้เมื่อเปรียบเทียบกับผลเสียที่เกิดขึ้นจากความไร้เสถียรภาพดังกล่าวกับผลประโยชน์ของชาติที่เกิดจากการค้าระหว่างประเทศแล้ว ประเทศต่าง ๆ ก็ยังคงเลือกเปิดการค้ากับต่างประเทศซึ่งได้ผลประโยชน์สูงกว่า

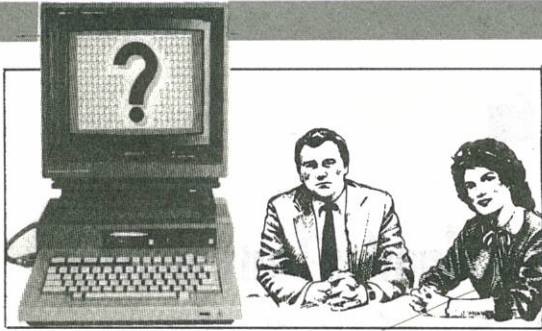
### 2.4 ปัญหาการแข่งขันจากต่างประเทศ

ในอดีตข้อโจมตีการค้าระหว่างประเทศ มีสาเหตุมาจากการสั่งสินค้าเข้าข้อโจมตีการค้าต่างประเทศนอกเหนือจากที่ได้กล่าวมาแล้ว ได้ถูกใช้เพื่อเป็นเหตุผลสนับสนุนการผลิตและอุตสาหกรรมภายในประเทศ เพื่อต่อต้านการสั่งสินค้าเข้าและการแข่งขันจากต่างประเทศ

สินค้าเข้าของต่างประเทศอาจเข้ามาทำลายสินค้าบางประเภทที่ผลิตได้ภายในประเทศ เนื่องจากสินค้าที่ผลิตภายในประเทศไม่สามารถแข่งขันกับสินค้าของต่างประเทศได้ เช่น การผลิตสินค้าภายในประเทศที่ภาวะต้นทุนสูง และการผลิตภายในเป็นอุตสาหกรรมแรกเกิด (Infant industry) เป็นต้น การปกป้องสินค้าและอุตสาหกรรมภายในประเทศ กระทำได้โดยการเก็บภาษีนำเข้าแก่สินค้าเข้าจากต่างประเทศ เพื่อเป็นการจำกัดหรือลดการแข่งขันจากต่างประเทศ แต่อย่างไรก็ตามการแข่งขันจากต่างประเทศอาจจะมีส่วนดีในระยะยาวในการกระตุ้นให้อุตสาหกรรมภายในประเทศต้องทำการปรับตัวและสามารถพัฒนาต่อไปได้ ถ้าปราศจากการแข่งขันจากต่างประเทศอุตสาหกรรมภายในจะซบเซา และยืดอายุในการปรับตัว ในระยะสั้นการปกป้องอุตสาหกรรมแรกเกิดภายในประเทศเป็นสิ่งที่จำเป็นเนื่องจากอุตสาหกรรมดังกล่าวยังไม่อยู่ในฐานะที่จะสามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้

### 3. สรุป

ข้อสนับสนุนการค้าระหว่างประเทศ อยู่ที่การค้านำมาซึ่งผลประโยชน์ของชาติ การค้าระหว่างประเทศทำ



ให้เกิดผลประโยชน์ของชาติในรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ ผลประโยชน์ทางตรง กล่าวคือ ผลประโยชน์ทางด้านการขยายการผลิตและการขยายการบริโภคภายหลังจากที่ได้ทำการค้าแล้ว ผลประโยชน์ทางอ้อม ได้แก่การค้าทำให้มีการสะสมความรู้และทักษะทางด้านเทคนิค รวมทั้งความรู้และทักษะทางด้านการบริหารและการปฏิบัติงาน ซึ่งประเทศชาติมีความจำเป็นจะต้องมีความรู้และทักษะดังกล่าว การค้าระหว่างประเทศมีลักษณะเป็นการผลิตทางอ้อม กล่าวคือ ถ้าประเทศหนึ่งไม่สามารถผลิตสินค้าเพื่อสนองความต้องการและความจำเป็นได้ภายในประเทศ ประเทศนั้น ๆ ก็อาจทำการค้าระหว่างประเทศเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าที่ต้องการและจำเป็นดังกล่าวได้ การค้าทำให้มีการขยายฐานทรัพยากร ประเทศที่ทำการค้าระหว่างประเทศ จะสามารถขยายฐานของทรัพยากรจากการมีทรัพยากรสองฐาน ได้แก่ฐานของทรัพยากรภายในประเทศ และฐานของทรัพยากรที่ได้มาจากการค้า ได้แก่การนำเข้าสินค้า วัตถุดิบ และอุปกรณ์ต่าง ๆ รวมทั้งความรู้และทักษะด้านต่าง ๆ จากต่างประเทศ และนอกจากนี้ การค้าระหว่างประเทศยังเป็นตัวจักรกลที่สำคัญที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง และการพัฒนาขึ้นในประเทศที่ทำการติดต่อค้าขายกันได้

ถึงแม้ว่าการค้าระหว่างประเทศจะมีข้อสนับสนุนในด้านผลประโยชน์หลายประการดังกล่าวมาแล้ว แต่ในขณะเดียวกันก็มีข้อโต้แย้งเกิดขึ้นด้วย ได้แก่ปัญหาการพึ่งพาอาศัยตลาดต่างประเทศ เช่น การพึ่งพาอาศัยตลาดสินค้าออก และการพึ่งพาอาศัยสินค้าเข้า เป็นต้น การพึ่งพาอาศัยดังกล่าว มีส่วนทำให้ระบบเศรษฐกิจขาดความมั่นคง ซึ่งจะเป็นปัญหาทางด้านการป้องกันประเทศ

ด้วย การพึ่งพาอาศัยสินค้าออกและสินค้าเข้าจากต่างประเทศ ถ้าหากเกิดภาวะวิกฤติการณ์ ความขัดแย้ง และการสงครามแล้ว ระบบเศรษฐกิจภายในประเทศจะได้รับความกระทบกระเทือนมากกว่าการพึ่งพาอาศัยตนเองในทางเศรษฐกิจ แต่ในขณะเดียวกันการพึ่งพาอาศัยต่างประเทศก็อาจจะเป็นแหล่งที่มาของทรัพยากรจากต่างประเทศที่สามารถนำไปใช้เพื่อเสริมสร้างการป้องกันประเทศให้มีประสิทธิภาพได้ ปัญหาภาวะเศรษฐกิจไร้เสถียรภาพ ซึ่งมีสาเหตุมาจากต่างประเทศ ก็เป็นข้อเสียประการหนึ่งของการค้าระหว่างประเทศ นอกจากนี้ ยังมีข้อโต้แย้งอีกประการหนึ่งที่ว่า การผลิตภายในประเทศไม่สามารถแข่งขันกับสินค้าของต่างประเทศได้ ถ้ามีการค้าอย่างเสรี ดังนั้น จึงทำให้เกิดแนวโน้มที่ประเทศต่าง ๆ จะใช้มาตรการและนโยบายทางด้านการปกป้อง เพื่อป้องกันมิให้การผลิตภายในประเทศถูกทำลายโดยสินค้าเข้าจากต่างประเทศ

ถ้าพิจารณาข้อสนับสนุนและข้อโต้แย้งการค้าระหว่างประเทศในขอบเขตที่กว้างขวางแล้ว การค้าระหว่างประเทศยังคงมีผลประโยชน์ของชาติอยู่ในหลายรูปแบบ ซึ่งมีทั้งผลประโยชน์ที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ หรือที่คิดเป็นเงินได้และคิดเป็นเงินไม่ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผลประโยชน์ในรูปแบบของความรู้และทักษะทางด้านเทคโนโลยี รวมทั้งความสามารถทางด้านการจัดการและการบริหาร ซึ่งการค้าระหว่างประเทศเป็นปัจจัยที่เอื้ออำนวยให้เกิดขึ้นในระบบเศรษฐกิจแห่งชาติ ดังนั้น ประเทศต่าง ๆ จึงนิยม หรือไม่ก็ถูกกดดันให้เปิดทำการค้าขายกับต่างประเทศ การปิดประเทศไม่ทำการติดต่อค้าขายกับต่างประเทศเป็นการปิดกั้นการถ่ายทอดความรู้ และทักษะทางด้านเทคโนโลยี รวมทั้งความสามารถทางด้านการจัดการและการบริหาร ซึ่งในระยะยาวแล้วการปิดกั้นดังกล่าว จะเกิดผลร้ายต่อความพยายามในการพัฒนาประเทศในอนาคต □



แปลและเรียบเรียง  
โดย

\* ผศ.พรรณราย แสงวิเชียร

# ผู้หญิงนักบริหาร : ต้นทุนที่สูงกว่า?



ต้

ต้นทุนของการว่าจ้างผู้หญิงเพื่องานบริหารจะสูงกว่าต้นทุนในการว่าจ้างผู้ชาย ประโยชน์ดูจะเป็นที่ระคายหู อาจเป็นเพราะค่าพูดดังกล่าวเป็นความจริง แต่ในสาระแท้จริงแล้วเป็นสิ่งที่คนไม่อยากจะพูดถึงมากกว่า จากการศึกษาของบริษัทข้ามชาติแห่งหนึ่งแสดงให้เห็นถึงอัตราค่าจ้างของผู้หญิงในตำแหน่งผู้บริหารระดับสูงมากกว่าผู้ชายถึง 2½ เท่า และผู้ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภครายใหญ่แห่งหนึ่งก็รายงานว่าการว่าจ้างผู้หญิงที่ลาคลอดแล้วกลับเข้าทำงานซ้ำหรือไม่กลับมาอีกเลย และอย่างที่เรทราบกันอยู่แล้วว่าธรรมชาติของผู้หญิงเองก็มีแนวโน้มที่จะสร้างข้อขัดข้องหรืออุปสรรคต่อความเจริญก้าวหน้า และการพัฒนาอาชีพงานของตนเอง แต่เรื่องนี้ก็เป็นเรื่องที่ย้อนไวกว่าที่จะโทษว่าเป็นเรื่องของเพศ และไม่กล้าที่จะเผชิญหน้าว่าสิ่งที่กล่าวนี้เป็นความจริง นับเป็นเรื่องโชคร้ายที่เรื่องนี้ทำให้เกิดการเข้าใจผิดโดย

ประมาทและก่อให้เกิดความเกลียดชัง การคาดหวังที่ต่ำ การไม่ไว้วางใจ และการเมินเฉยต่อความเสมอภาค สำหรับโอกาสการจ้างงานของผู้หญิง เนื่องจากอุปสรรค ความไม่ก้าวหน้า และการเข้า-ออกของผู้หญิง มีต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายสูง ดังนั้นการที่บริษัทจะลงทุนในการสรรหา ฝึกอบรมและการพัฒนา เพื่อผลิตผู้บริหารระดับสูงที่เป็นผู้หญิงจึงมีน้อยกว่าผู้ชาย และเมื่อพัฒนาในระดับสูง ๆ ขึ้นก็มีโอกาสที่จะสูญเสียมากขึ้น จากการศึกษาในแง่มุมต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้น พบว่าการจ้างงานผู้หญิงในระดับบริหารนั้นมีต้นทุนที่สูงกว่า แต่ความจริงที่น่าตกใจก็คือต้นทุนที่ว่าสูงกว่านี้ไม่ใช่เพราะความสามารถที่แตกต่างกันเนื่องมาจากความเป็น "ผู้หญิง" แต่ต้นทุนดังกล่าวเกิดจากความเข้าใจหรือมุมมองที่ต่างกัน ทักษะคิดและพฤติกรรมต่อบุคคล นโยบายและการปฏิบัติ สำหรับ

ในองค์กรที่มีผู้ชายเป็นผู้นำ ณ จุดนี้เป็นสิ่งสำคัญมากที่นายจ้างจะต้องสรุปให้ถูกว่าจากกรณีต่าง ๆ ที่กล่าวมานี้ไม่ได้ชี้ให้เห็นว่าการว่าจ้างผู้หญิงนักบริหารแพงกว่าผู้ชาย แต่เป็นเรื่องที่เราควรจะต้องพยายามลดต้นทุน ควรจะหยุดยั้งการสูญเสียที่เกิดจากการลงทุนในการสร้างผู้หญิงเก่ง และสูญเสียเธอไป แต่กลับมารับผิดชอบให้มากขึ้น หากบริษัทต้องจ้างเธอเหล่านั้นและหากบริษัทต้องการผู้หญิงที่ดีที่สุด ผลที่ดีที่สุด ในบรรดาแรงงานที่เข้ามาในบริษัทอีกด้วย สำหรับความแตกต่างในเรื่องเพศที่มีต่อธุรกิจแยกได้เป็น 2 ประเด็น : ส่วนหนึ่งเกี่ยวข้องกับกรรมกร ส่วนที่สองเกี่ยวข้องกับประเพณีและความคาดหวังของเพศ การมีกรรมกรเป็นเรื่องของชีววิทยามากกว่าด้านวัฒนธรรม เราไม่สามารถจะเปลี่ยนแปลงได้ แต่ก็สามารถจะลดผลกระทบต่องานและขจัดผลลบต่อการพัฒนาพนักงานได้ หากเราต้องการ

\* *คณบดีคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์. : M.B.A. (Finance) Western Michigan University, U.S.A.*

เอาชนะต้นทุนที่แตกต่างกันระหว่างพนักงาน เริ่มเสาะแสวงหาความรู้ หาโอกาสในอาชีพ ชายและหญิงเราจะสามารถทำได้ ในประเด็น และสร้างบันไดไปสู่ความก้าวหน้า ในขณะที่ ที่สองเป็นเรื่องทางสังคม บทบาทตามประเพณี ผู้หญิงต้องพร้อมเสมอที่จะเปลี่ยนงาน ลด มาแต่โบราณคือ ผู้ชายมักจะเป็นเพศแข็งกร้าว ชั่วโง่งการทำงาน หรือออกจากงาน เพื่อไปสู่ แข่งขัน พึ่งตนเองและชอบเสี่ยง ผู้หญิงมักเป็น สิ่งที่ดีกว่าทางด้านคุณค่าที่ไม่ใช่ตัวเงิน แต่ ผู้ที่คอยสนับสนุน นำทฤษฎีของ มัยรัฐ อ่อนไหว เป็นความสำคัญที่แท้จริงของชีวิต เช่น ทางด้าน ง่าย และมีมนุษยสัมพันธ์ แต่ปัจจุบันทั้งชาย สังคม เป็นต้น

และหญิงเริ่มขยายและผสมผสานบทบาทของ ด้วยความเชื่อทางประเพณี และความ ตนเองมากขึ้น ซึ่งในอดีตหลายสิบปีข้างหน้า เข้าใจผิดเกี่ยวกับต้นทุนการจ้างนักบริหารหญิง สังคมของเด็กชาย เด็กหญิงประสบการณและ จึงทำให้เกิดกำแพงขวางกั้นผู้หญิงในระดับผู้นำ ความคาดหวัง สำหรับคนรุ่นหนุ่มรุ่นสาวจะมี เป็นเหตุผลที่ชักนำผู้บริหารให้เชื่อว่าผู้หญิง ความใกล้เคียงกันมากขึ้น ความแตกต่างกัน ไม่เหมาะที่จะเป็นผู้บริหารระดับสูง

ในพฤติกรรมของที่ทำงานก็คงจะหมดไป การ ผู้หญิงค้นพบว่าวัฒนธรรมแบบ “male จ้างแรงงานหญิงก็จะไม่ยุ่งยากและแพงอีกต่อไป corporate culture” มองว่าผู้หญิงที่ต้องการ

ด้วยสังคมในปัจจุบันผู้ชายยังมองผู้หญิง ความยึดหยุ่นเพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่าง ว่าเป็นผู้ให้กำเนิดบุตร ดูแลปกครองบุตรและ ครอบครัวและหน้าที่การงาน (career and ควรจะเป็นแม่บ้านดูแลครอบครัวเป็นงานหลัก family women) นั้นทำงานให้องค์กรไม่เต็มที่ และไม่เป็นที่ยอมรับขององค์กร ผู้หญิงที่ เขายังมองอีกด้วยว่างานนอกบ้านเป็นเรื่องของ ปฏิบัติหน้าที่อย่างอาจหาญและแข่งขันกับ ผู้ชาย ด้วยทัศนคติเช่นนี้จึงทำให้ผู้หญิงต้อง ผู้ชาย (career-primary women) นั้นมีความ ยึดเวลาการลาคลอด หรือสำหรับผู้มีอันจะกิน กร้าวแข็ง และไม่มีความเป็นผู้หญิง แต่ใน อาจจะออกจากงานไปหลาย ๆ ปี แต่ถ้าผู้ชาย ความเป็นจริงแล้วธุรกิจต้องการว่าจ้างผู้หญิง ทุกคนที่ฉลาดให้มากที่สุดเท่าที่จะหาได้ และ ผู้หญิงทั้งสองประเภทนี้ก็นับว่ามีความสำคัญ ผู้หญิงที่

กันที่ว่า ขาดความรับผิดชอบในอาชีพ ถึงแม้ และมีความคุ้มค่าต่อบริษัท

ในบางบริษัทในสหรัฐ เปิดโอกาสนี้ให้ก็ตาม

ในทางตรงกันข้าม การเคลื่อนไหวของ ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา จำนวนบัณฑิต ผู้หญิงในด้านการงานจะถูกมองว่าเป็นการ หญิงที่จบปริญญาจากสถาบันชั้นนำก็มีอัตรา เรียกกรองเสรีภาพ ซึ่งดูจากฐานทางด้าน เพิ่มสูงกว่าอัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนบัณฑิต ครอบครัวจะพบว่าเธอก็ได้เสรีภาพอย่างเต็มที่ ทั้งหมด และผู้หญิงเหล่านี้ก็เป็นตัวแทนจาก แล้ว และต้องมีความรับผิดชอบหลาย ๆ เรื่อง 10% หัวกะติของชั้นเรียน ในสมัยก่อน MBA จะเป็นผู้ชายทั้งหมด แต่ในปัจจุบันนี้แม้แต่ที่ ก็ให้สิทธิเสรีภาพที่ไม่ต้องหาเงินมาสนับสนุน Harvard Business School เอง ก็มีผู้หญิงถึง ครอบครัว เธอได้รับการปลุกฝังมาแต่เด็กว่า 25% บริษัทที่เคยเลือกแต่ผู้บริหารชาย ก็จะ สามี่จะต้องดูแลรับผิดชอบภรรยา ขณะที่ผู้ชาย ต้องใช้ความพยายามที่จะเฟ้นหาผู้บริหารชาย





มากขึ้น ในขณะที่คู่แข่งมีโอกาสเลือกผู้ที่จบปริญญาทั้งหญิงและชาย

ภายใต้สภาวะการณ์เช่นนี้ จึงไม่น่าสงสัยที่ระดับชั้นของผู้บริหารจะเพิ่มจำนวนนักบริหารหญิงมากขึ้น แต่ยังมีคำถามที่น่าสนใจว่า ผู้หญิงเหล่านี้จะประสบความสำเร็จหรือไม่ เธอจะอยู่ในวงการนานแค่ไหน และเธอจะป็นไปได้สูงถึงแค่ไหน เธอจะสามารถปฏิบัติตามสัญญาได้อย่างสมบูรณ์เพียงใดให้คู่กับการลงทุนของบริษัทในการฝึกอบรมและพัฒนา

ความลับในการที่จะจัดการกับผู้หญิงทำงาน (career-primary women) คือต้องตระหนัก (recognize) เธอให้เร็วและยอมรับ เธอ กำจัดอุปสรรค (จอมปลอม) ที่จะขวางกั้น เธอไม่ให้ก้าวไปสู่ระดับสูง ผู้หญิงเหล่านี้จะ

เป็นนักบริหารที่ฉลาดที่สุดเท่าที่คุณจะเคยพบมา และเธอเหล่านี้จะมีอะไรอีกหลาย ๆ อย่างที่สำคัญต่อคุณค่าของบริษัทที่ผู้ชายและผู้หญิงอื่น ๆ ยังขาดอยู่

ผู้ชายที่เป็นผู้บริหารระดับสูงในองค์กร มักจะมีอายุมากกว่า 55 ปี และมีภรรยาที่ค่อนข้างจะรักษาประเพณีนิยม เขาจึงมักจะพบว่าผู้หญิงทำงาน “ดูแข็งแรงแรงเป็นชาย” (masculine) เกินกว่าจะยอมรับให้เป็นเพื่อนร่วมกลุ่มได้ ผู้ชายเหล่านี้เข้าใจผิดนิด ไม่เพียงเฉพาะเธอเหล่านั้นเหมือนผู้ชายเท่านั้น แต่เธอจะเหมือนผู้ชายที่ดีที่สุดในองค์กรด้วย ดังนั้น การที่จะทำให้ผู้หญิงทำงานก้าวไปสู่ระดับสูงสุดได้ต้องมีสิ่งสำคัญ 4 ประการ คือ

1. แยกแยะเธอให้เร็วขึ้น

2. ให้โอกาสแก่เธอเช่นเดียวกับที่ให้แก่ผู้ชายฉลาด ๆ เพื่อที่จะเติบโต พัฒนา และจัดสรรกำไรให้กับบริษัท

3. ยอมรับเธอว่าเป็นสมาชิกที่มีคุณค่าในทีมบริหาร ให้เธอมีส่วนร่วมในกิจกรรมทุกประเภทที่ต้องมีการติดต่อสื่อสารและรับฟังเธอ

4. ตระหนักว่าสภาพแวดล้อมทางธุรกิจก่อความยุ่งยากและสร้างความกดดันให้แก่พวกเธอมากกว่าผู้ชาย เพราะเธอมักจะเป็นคนกลุ่มน้อย หรือเป็นผู้หญิงเพียงคนเดียว ผู้ชายมักจะมองผู้หญิงเก่งและมีความทะเยอทะยาน ในความรู้สึกที่ผสมผสานกันระหว่างความชื่นชม ชื่นเคียง กระตือรือร้น ภูมิใจ เป็นปรีดิ์ขี้ ผู้หญิงมักจะไม่ค่อยมั่นใจว่าควรแต่งตัวและประพฤติอย่างไร ควรกล่าวพูด กล่าวแสดงออก หรือทานเก็บกดไว้และในขณะที่เดียวกันเมื่อเธอมีตำแหน่งหน้าที่การงานสูงขึ้น ก็จะต้องออกสังคัม เดินทาง และพบบุคคลที่เป็นผู้ชายมากขึ้นเธอจะมีความกดดันมากขึ้น เพราะเธอยังคงเป็น “ผู้หญิง” อยู่นั่นเอง

มีบ่อยครั้งที่นักบริหารหญิงมักจะถูกอุปโลกจากชายให้เป็นเลขานุการ บ่อยครั้งที่เธอไม่ได้เชิญให้ร่วมในสังคัมที่มีชายล้วนซึ่งเป็นที ๆ ก่อให้เกิดการเจรจาทางธุรกิจ ผู้ชายมักจะรู้สึกกว่า สามารถปล่อยตัวได้ตามสบาย เมื่ออยู่ในหมู่ชาย ผลที่ตามมาคือ มีนักบริหารหญิงเป็นจำนวนมากที่พลาดโอกาสทางธุรกิจที่เกิดขึ้นในช่วงอาหารกลางวัน ในสนามกอล์ฟ หรือแม้แต่ในห้องแต่งตัว เป็นต้น

ผู้หญิงประเภทที่ทำงานและมีครอบครัว หรือ career and family women เป็นผู้ที่ยพยายามเอาจริงเอาจังกับการทำงานและคล่องแคล่วในการอบรมเลี้ยงดูบุตร ซึ่งนับเป็น

“เนื่องจากอุปสรรค ความไม่ก้าวหน้าและการเข้า-ออกของ  
 ผู้หญิง มีต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายสูง ดังนั้นการที่บริษัทจะลงทุนใน  
 การสรรหา ฝึกอบรมและการพัฒนา เพื่อผลิตผู้บริหารระดับสูง  
 ที่เป็นผู้หญิงจึงมีน้อยกว่าผู้ชายและ เมื่อพัฒนาในระดับสูง ๆ ขึ้น  
 ก็มีโอกาที่จะสูญเสียมากขึ้น”

ทรัพยากรที่วิเศษพวกเธอหลาย ๆ คนเป็นคน  
 ที่ฉลาดและมีความคิดสร้างสรรค์ เต็มใจที่จะ  
 แลกระหว่างความก้าวหน้าในอาชีพกับอิสระ  
 จากความกดดันในการทำงานในช่วงชั่วโมงอัน  
 ยาวนานหรือในช่วงสุดสัปดาห์ แต่บริษัทต่าง ๆ  
 ก็มักจะคาดหวังให้ลูกจ้างทุกคนเสียสละทุกอย่าง  
 เพื่อบริษัท นายจ้างหลายคนอาจกล่าวว่า  
 “ถ้าคุณมีทั้งความฉลาดและความกระตือรือร้น”  
 เราจะเลื่อนตำแหน่งคุณขึ้นไป แต่ถ้าคุณไม่มี  
 แรงจูงใจ ต้องการลดความกดดัน ต้องการมี  
 ความยืดหยุ่นมาก ๆ ก็ขอให้ลาออกไปเสีย  
 เพื่อเปิดโอกาสให้คนรุ่นหลังที่จะก้าวขึ้นมา  
 แทน การกระทำเช่นนี้จะทำให้บริษัทเสีย  
 ผลประโยชน์อย่างมาก ประการแรกคือ บริษัท  
 ลืมนึกถึงสิ่งที่ได้ลงทุนเพื่อพัฒนาบุคคลเหล่านี้  
 จนมีความรู้และประสบการณ์ถึงขั้นนี้ ประการ  
 ที่สอง บริษัทลืมนึกที่จะตระหนักว่าผู้หญิงเหล่านี้  
 สามารถทำอะไรได้สำหรับการบริหารระดับ  
 กลาง (middle management) บางครั้งผู้หญิง  
 ฉลาดและเก่ง ทำงานแบบทุ่มเทให้กับงานแต่

ขอยุ่เป็นผู้บริหารระดับกลางเท่านั้น อย่าง  
 น้อย ๆ ก็ขอให้ลูกของเธอโตขึ้นก่อน  
 ผู้หญิงที่มีความสามารถในประเภทนี้  
 สามารถที่จะเล่นเกมที่สำคัญในบริษัทได้  
 สามารถทำให้บริษัทได้เปรียบคู่แข่งและเลื่อน  
 ลำดับเป็นบริษัทชั้นนำได้ สิ่งที่ท่านจะต้อง  
 ลงทุนสำหรับผู้หญิงประเภทนี้ มี 3 ประการ คือ  
 1. ต้องวางแผนเกี่ยวกับการจัดการ  
 กรณีการมีครรภ์  
 2. ให้ความยืดหยุ่นเพื่อเปิดโอกาสให้  
 เกิดผลิตผลสูงสุด  
 3. ท่านต้องมีบทบาทอย่างชัดเจนใน  
 การให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนครอบครัว  
 ของเธอในเรื่อง การจัดการให้เกิดการดูแล  
 เด็กอย่างมีคุณภาพ และอยู่ในเกณฑ์ที่ผู้หญิง  
 ทุกคนมีกำลังความสามารถที่จ่ายได้ด้วย  
 แนวทางในการจัดการกรณีการมีครรภ์  
 คือ ความพยายามตระหนักถึงคุณค่าของ  
 ผู้หญิงที่ปฏิบัติงานดีและพยายามรักษาเธอไว้  
 และให้เธอได้ผลิตผลงานที่มีคุณภาพ บริษัท

ต้องแสดงให้เห็นว่าองค์กรต้องการและ  
 จำเป็นที่จะได้เธอกลับมาทำงาน และหาวิธีการ  
 ที่จะช่วยจัดการด้านการเลี้ยงดูบุตรในช่วง  
 ทำงานของเธอเป็นต้น  
 ผู้หญิงประเภทนี้ต้องการความยืดหยุ่น  
 การสนับสนุนจากองค์กรและครอบครัวเพื่อให้  
 เธอสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ  
 จากบทความนี้จะเห็นได้ว่า ผู้หญิง  
 นักบริหารเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าและสำคัญ  
 ต่อองค์กร ไม่ว่าจะเป็นผู้หญิงประเภท career-  
 primary women หรือ career and family  
 women สามารถเป็นนักบริหารระดับสูงหรือ  
 อย่างน้อย ๆ ก็ระดับกลางได้อย่างมีประสิทธิภาพ  
 หากแต่สังคม ทีมผู้บริหารชาย องค์กร ตลอดจน  
 ครอบครัว จะต้องมีความเข้าใจ ให้โอกาส  
 ให้การยอมรับ มีความจริงใจในการให้ความ  
 ร่วมมือกันขจัดปัญหา และอุปสรรค อันเกิด  
 จากความเป็น “เพศหญิง” และเราคงจะไม่  
 กล่าวอีกว่า “ผู้หญิงนักบริหารมีต้นทุนสูงกว่า”

แปลและเรียบเรียงจาก

Schwartz, Felice N. "Management Women and the New Facts of Life." Harvard Business Review.

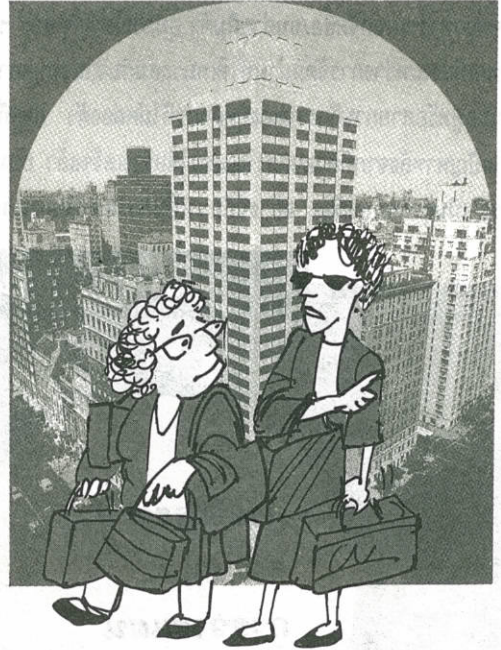
January-February 1989.



# กลวิธีธุรกิจ โรงแรม ระดับนานาชาติ



\* **ดร.ปริญ ลักษิตานนท์**



## คำนำ

ในความคิดเกี่ยวกับการดำเนินกลวิธีในกิจการโรงแรมระดับนานาชาติ (เริ่มตั้งแต่การสร้างตลอดจนถึงการดำเนินงาน) ส่วนใหญ่มุ่งแต่การทำกำไรทั้งสิ้น หรือมีจะนั้นก็อยู่ในกรณีการบริหารเงินในกรณีการคืนเงินกู้หรือเงินทุนภายในก็ปี แต่ลืมพิจารณาหลักการอื่นๆ โดยเฉพาะหลักการตลาดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านการโรงแรม เจ้าของกิจการจำเป็นต้องได้รับคำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญด้านตลาด โรงแรม ผู้ชำนาญด้านศิลปะ และผู้ชำนาญด้านการออกแบบตัวอาคาร หรือนักสถาปนิก มาให้คำปรึกษา หรือออกแบบร่วมกันเพื่อสร้าง MASTER PLAN เหตุผลที่สำคัญที่ต้องประชุมร่วมกันดังกล่าวเพื่อทุก ๆ ฝ่ายจะได้วางแผนงานสู่วัตถุประสงค์เดียวกันในการสร้างโรงแรมที่เหมาะสมกับตลาดลูกค้าภายในประเทศและต่างประเทศนั่นเอง

## สถานการณ์การสร้างโรงแรมในปัจจุบัน

เจ้าของกิจการโรงแรมโดยทั่วไปแล้วมักจะเป็นบุคคลที่ไม่รู้อะไรมากนักในตลาดการท่องเที่ยวและโรงแรม เพียงแต่รู้ว่ากิจการดังกล่าวต้องทำอะไรได้แน่นอน ทั้งนี้โดยอาศัยประสบการณ์การทำธุรกิจต่างๆ มาอย่างโชกโชนนั่นเอง อย่างนี้ถือว่าเป็นความสามารถพิเศษ แต่เมื่อประสบปัญหาว่าโรงแรมของตนนั้นควรเป็นโรงแรมระดับใด เพราะความจำเป็นประการใดถึงต้องเป็นโรงแรมเกรดนั้น เกรดนี้ (โปรดเข้าใจด้วยการดำเนินกิจการโรงแรมนั้นเป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อนมาก) จำเป็นต้องผูกพันอยู่กับในเครือโรงแรมของต่างประเทศหรือไม่ (INTERNATIONAL HOTEL CHAIN) เมื่อตัดสินใจเรียบร้อยแล้วก็จะเรียกนักสถาปนิกมารับข้อมูลหรือการบ้านไปทำผลเสียที่เลวร้ายที่สุดคือ เมื่อสร้างโรงแรมเสร็จต้องประสบปัญหาการจัดสถานที่ให้บุคลากรแผนกต่างๆ อาทิ แผนกงานแม่บ้าน แผนกช่างซ่อมบำรุง

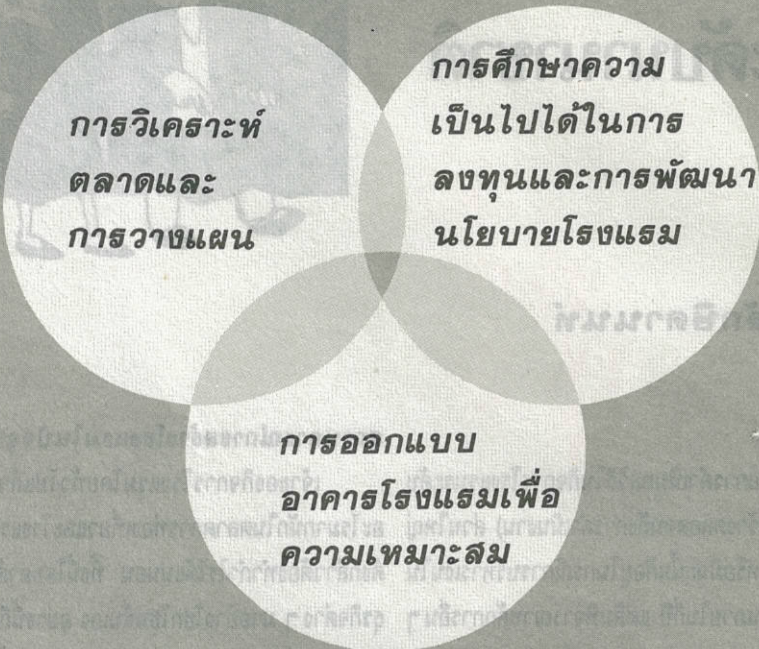
\* **ผู้อำนวยการโครงการ M.B.A. และรองคณบดีฝ่ายวิชาการคณะบริหารธุรกิจ**

**มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต Doctor of Business Administration, United States International University.**

แผนกจัดอาหาร แผนกจัดซื้อ/ขนถ่ายสินค้า อุปกรณ์ต่าง ๆ และ ฯลฯ ที่มีไม่พอเพียงระหว่างการจัดสถานที่ให้เหมาะสมกับจำนวนบุคลากรที่ทำงานอยู่หรือสายการทำงานของบุคลากรที่ไม่คล่องตัว การที่จะไปแก้ไขปัญหาลงจากที่ตัวอาคารโรงแรมได้สร้างเสร็จแล้ว ย่อมไม่ใช่การดำเนินธุรกิจที่ถูกต้อง อย่างนี้ถือว่าเป็นการลองผิดลองถูก

(TRIAL AN ERROR) มากกว่าการวางแผนอย่างถูกต้องตามแนวทฤษฎีการจัดการสมัยใหม่ เช่น MBO เป็นต้น โรงแรมระดับมีชื่อเสียงของประเทศหลายแห่งก็อยู่ในสภาพการดำเนินธุรกิจเช่นว่านี้ หลายโรงแรมในประเทศไทยหรือแม้แต่ในต่างประเทศก็ตาม

**การบริหารงานโรงแรมและการวางแผน**



**การดำเนินงานโรงแรมระดับอินเตอร์ ที่ถูกต้อง**  
 การดำเนินงานโรงแรมที่ถูกต้องนั้น เจ้าของกิจการจำเป็นต้องเชิญผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด (MARKETING EXPERT) เข้ามาให้คำปรึกษาในการออกแบบห้องพัก ออกแบบสถานที่พักผ่อน อาทิ สระว่ายน้ำ สถานที่ออกกำลังกาย สำนักงานชั่วคราวสำหรับนักธุรกิจ ฯลฯ การออกแบบสถานที่ต้อนรับส่วนหน้า คอฟฟี่ช็อปและภัตตาคารต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับเกรดของโรงแรมและจำนวนห้องพัก ทั้งนี้เพื่อให้เหมาะสมกับการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ทุก ๆ ฝ่ายของโรงแรม การทำการขายและการตลาดของผู้บริหารที่ต้องเสนอขายให้กับลูกค้า

ในต่างประเทศ สิ่งที่สำคัญที่สุดคือ ถ้ากำหนดสถานภาพโรงแรม (Hotel Positioning) ตั้งแต่เริ่มการสร้างโรงแรม เป็นโรงแรมชั้นสองหรือที่วงการธุรกิจเรียกว่า **สามดาว** และวันคืนดีการดำเนินธุรกิจของโรงแรมดีมากแต่การที่จะขยับขึ้นเป็นระดับสี่ดาวหรือสี่ดาวครึ่ง หรือเป็นโรงแรมชั้นหนึ่งนั้นย่อมเป็นไปได้ยาก เพราะตัวแทนจำหน่าย (Agent) และผู้ประกอบการจัดนำเที่ยว (Tour Operator) ในต่างประเทศไม่ยอมรับแนวความคิดใหม่นี้ (ถือว่าเป็นปัญหาและอุปสรรคของการท่องเที่ยวต่อประเทศไทย เพราะสถานการณ์ในปัจจุบันนั้น การขาดแคลนสถานที่พัก โดยเฉพาะในกรุงเทพฯ ยังไม่สามารถ

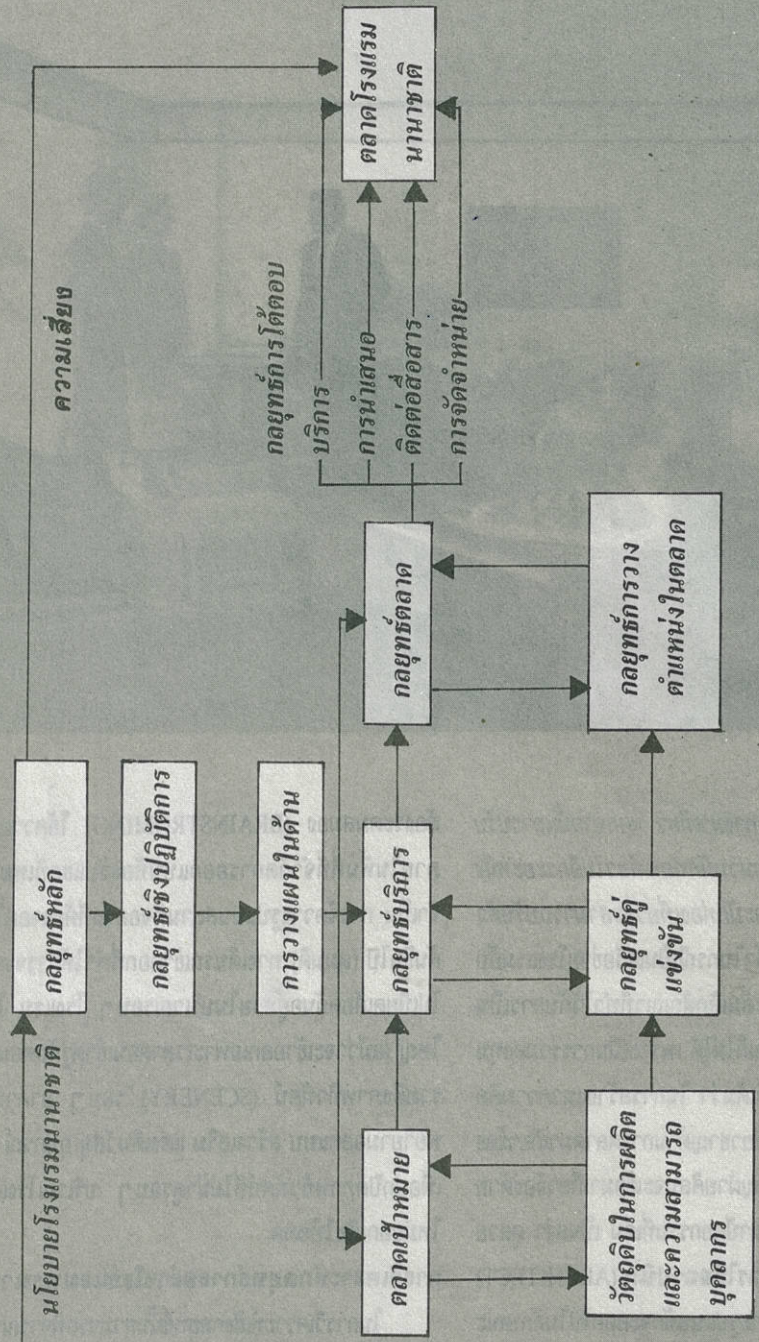


ตอบสนองความต้องการในการเดินทางมาเที่ยว นอกจากนั้นการปรับราคาที่พักจะชลอการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวไปอีกระยะหนึ่งจนกว่าผู้ประกอบการจัดนำเที่ยวและนักท่องเที่ยวจะสามารถปรับตัวเพื่อรับกับระดับราคาดังกล่าว) ถ้าในกรณีเป็นเครือข่ายโรงแรมกับต่างประเทศ ปัญหาใหญ่ก็คือจะล้มเลิกสัญญาที่ทำไว้กับการเป็นเครือข่ายกับต่างประเทศโดยฉับพลันก็ไม่ได้ เพราะเป็นการร่วมลงทุนกับต่างประเทศ คำถามจึงกลับมามีเดิมว่า ในการสร้างแนวความคิดแรกเริ่มของกิจการโรงแรมต้องนำผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดมาเกี่ยวข้องอยู่เสมอ หลังจากนั้นแล้วผู้เชี่ยวชาญฝ่ายศิลปะจะเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย ในการจัดรูปตัวอาคารที่ดูแล้วเป็นสถาปัตยกรรมที่เด่น เป็นสง่า ดูสวยงาม และเป็นเอกลักษณ์ในตัวเอง การให้สถาปนิก (ARCHITECT) เป็นผู้ออกแบบนั้นไม่เหมาะสม เพราะรูปแบบมักจะออกไปในลักษณะเพื่อใช้งาน เพื่อทำงานเสียมากจนเกินไป เมื่อฝ่ายศิลปะออกแบบ (DESIGN) เรียบร้อยแล้ว สถาปนิก (ARCHITECTS) จะเป็นผู้ที่

ต้องระดมสมอง (BRAINSTROMING) ใช้ความคิดเห็นออกแบบภายในพื้นที่ที่จำกัดการออกแบบห้องรับแขกที่เหมาะสมกับพื้นที่ที่จำเป็น การจัดวางรูปแบบสถานที่จอดรถที่ต้องจอดให้มากกว่า 400 คันขึ้นไป (สมมติ) ทางเดินรถเข้าออกที่ทำให้การจราจรสะดวก มิใช่ไปเบียดเสียดกันอยู่ภายในบริเวณรอบ ๆ โรงแรม โดยเฉพาะรถบัสใหญ่ (แม้ว่าจะเข้าออกเฉพาะเวลาตอนเช้าตรู่กับตอนเย็นก็ตาม) และรวมถึงสภาพทัศนียภาพ (SCENERY) รอบ ๆ อาคารโรงแรม ก็ต้องพยายามออกแบบ สร้างเสริม แต่งเติมวัสดุ อุปกรณ์ ต้นไม้หรืออื่น ๆ เพื่อปกปิดสภาพทัศนียภาพที่ไม่น่าดูรอบ ๆ บริเวณโรงแรมที่จะสร้างขึ้นใหม่ออกเสียให้หมด

**การวิเคราะห์กลยุทธ์การสร้างโรงแรมนานาชาติ**  
ในการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์นั้นสามารถพิจารณาได้ตามขั้นตอนดังนี้

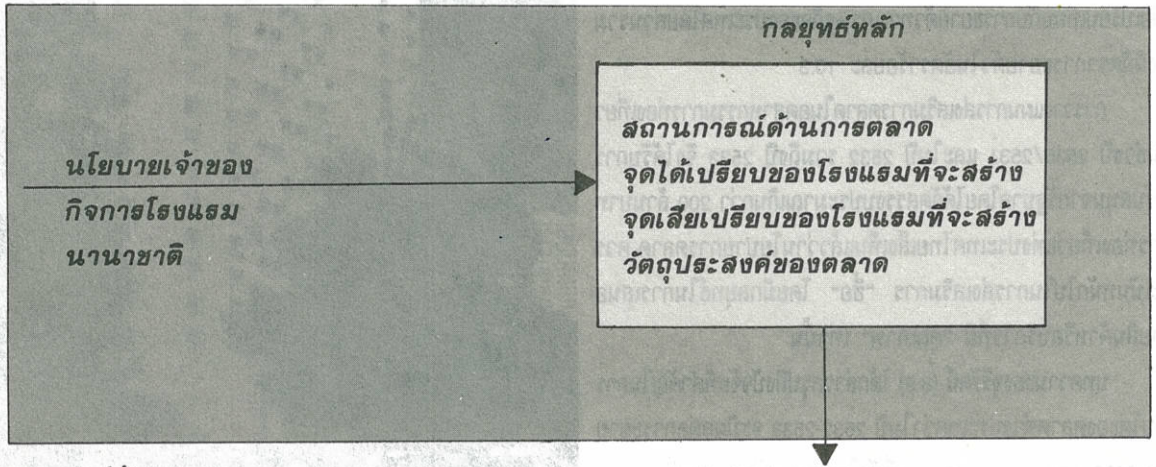
การวิเคราะห์กลยุทธ์การสร้างโรงแรมนานาชาติ (ภาพรวม)



ระบบการตลาดโต้ตอบจาก Downings, George. Basic Marketing, 3rd edition, 1972 และ Prof. Robert C. Lewis (University of Massachusetts)

ขั้นตอนแรกเป็นการวิเคราะห์ด้านการตลาด ซึ่งจำเป็นอย่างมากที่เจ้าของโรงแรมจะต้องได้รับคำปรึกษาอย่างใกล้ชิดจากผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด เพราะผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดจะเป็นผู้วางกลยุทธ์หลัก (MASTER STRATEGY) และให้คำชี้แจง ให้ข้อมูลเกี่ยวกับ

สถานการณ์ด้านการตลาด จุดได้เปรียบและจุดเสียเปรียบของโรงแรมที่สร้างขึ้นท่ามกลางคู่แข่งจำนวนมาก และท้ายสุดด้านวัตถุประสงค์ของการตลาดซึ่งได้รับมอบหมายจากนโยบายของเจ้าของกิจการโรงแรมเอง



**สถานการณ์ด้านการตลาด**

การท่องเที่ยวโลก WTO : 2532 สรุปว่า โดยทั่วไปอุตสาหกรรมการท่องเที่ยววันจะมีบทบาทเป็นทวีคูณต่อเศรษฐกิจส่วนรวมของโลก กล่าวคือ ในช่วงปี 2530-2531 การขยายตัวของการท่องเที่ยวของโลกมีอัตราการเติบโตสูงถึงร้อยละ 7.7 (ปี 2530) และร้อยละ 8.7 (ปี 2531) ภูมิภาคที่มีการขยายตัวเพิ่มสูงมาก คือ เอเชีย-แปซิฟิก เพราะร้อยละ 17.8 ส่วนภูมิภาคแถบยุโรปและอเมริกานั้นอัตราการเติบโตด้านการท่องเที่ยวเป็นร้อยละ 7.5 และ 7.0 ตามลำดับ

รายงานจากสถิติในปี 2518 พบว่าประเทศกรีซ มอลต้า สเปน โปรตุเกส และยูโกสลาเวีย มีรายได้จากการท่องเที่ยวระหว่างประเทศถึง 50% ในขณะที่ประเทศนอกยุโรปซึ่งรณรงค์การท่องเที่ยวและสร้าง

รายได้จากอุตสาหกรรมประเภทนี้ค่อนข้างมากคือ ประเทศมอโรคโค เม็กซิโก บาฮาม่า คอสตาริกา มาดากาสการ์ ตรุกี ฮองกง สิงคโปร์ ออสเตรเลีย และประเทศไทย ซึ่งเมื่อนำเอารายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศเหล่านี้มารวมกัน จะมีจำนวนประมาณ 34 เปอร์เซ็นต์ของรายได้จากการท่องเที่ยวทั่วโลก (Dobbie, 1977)

ถ้าจะย้อนกลับในอดีตอีกครั้ง พบว่าอัตราการขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวจะเพิ่มมากขึ้นและส่งผลกระทบต่อรายได้จากการท่องเที่ยวระหว่างประเทศเพิ่มขึ้นในอัตราที่สูงกว่าอัตราการเพิ่มของการค้าโลก

จากสถิติรายงานประจำปี 2521 ได้อ้างอิงสนับสนุนเกี่ยวกับอัตราการขยายตัวของนักท่องเที่ยวเช่นกัน (ตารางประกอบข้างล่าง)

ปี พ.ศ.	รายได้การค้าโลก (FOB)%	รายได้จากการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ
2506-2517	16.1	12.0
2518	4.2	10.0

ที่มา : U.N. Statistical Yearbook, N.Y., 1970-1976 WTO, Economic Review of World Tourism, Madrid, 1978

**การท่องเที่ยวไทย** ปีที่ผ่านมาประเทศไทยมีรายได้เงินตราจากต่างประเทศทางการท่องเที่ยวคิดเป็นเงิน 78,000 ล้านบาทหรือประมาณร้อยละ 15 ของมูลค่าการส่งออกและบริการสูงขึ้นจากปีที่แล้วร้อยละ 50 ซึ่งนับได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวเพิ่มสูงมากเมื่อเปรียบเทียบกับ การขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศโดยรวม ซึ่งมีอัตราการขยายตัวในอัตราร้อยละ 10.3

การวางแผนการส่งเสริมการตลาดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในช่วงปี 2530/2531 และในปี 2532 รวมถึงปี 2533 จึงได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลโดยได้จัดสรรงบประมาณเกินกว่า 200 ล้านบาท การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเล็งเห็นแล้วว่านโยบายการตลาด ควรจะเน้นหนักไปในการส่งเสริมการ “ซื้อ” โดยมีกลยุทธ์ในการเสนอขายสินค้าหรือบริการที่มี “คุณภาพ” เท่านั้น

บทความของจอร์จตัน (8-9) ได้กล่าวสรุปถึงปัจจัยที่สำคัญในการเติบโตของตลาดต่างประเทศว่าในปี 2532-2533 จะมีผลต่อการขยายตัวของ การท่องเที่ยวและโรงแรมที่พักในประเทศไทย สรุปคือ :

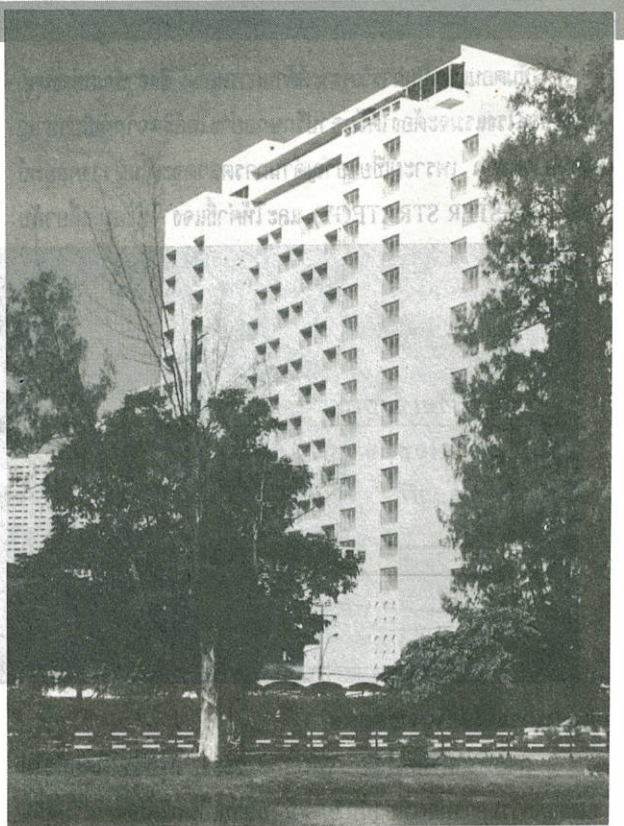
1. OECD (Organization for Economic Co-operation and Development) คาดการณ์ว่าอัตราการเติบโตของเศรษฐกิจโลกจะอยู่ระหว่าง 3.25 และ 2.75 เปอร์เซ็นต์

2. การขยายตัวด้านการขนส่งทางอากาศจะขยายตัวขึ้นอีกเท่าตัวในปี พ.ศ. 2543 สำหรับการพัฒนาด้านธุรกิจการบินในภูมิภาคต่าง ๆ มายังประเทศไทย จะเห็นว่าสายการบินประจำที่ ได้เริ่มดำเนินการบินในปี 2532 คือ Tradewinds, Druke Air และ All Nippon ส่วนสายการบินที่จะขยายการบินเพิ่มคือ Japan Air System Air Newzealand UTA Interfluy Iberia และ Swan Air

การจัดเข้าเหมาสายการบินก็มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากเดิมในปี พ.ศ. 2531 ประมาณ 132 เที่ยวบิน แต่ในปี พ.ศ. 2532 ใน 5 เดือนแรกของปี การจัดการเข้าเหมา มีถึง 118 เที่ยวบิน

การเพิ่มจำนวนเที่ยวบินต่อสัปดาห์ก็มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน คือ United Airline และ Northwest Airlines ได้เพิ่มเที่ยวบินจาก 16 เที่ยวบินเป็น 19 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ สายการบินไทยก็ได้เพิ่มเที่ยวบินอีกเป็น 4 เที่ยวบินต่อสัปดาห์

3. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวทั้งในยุโรปและอเมริกาเริ่มอึดตัวต่อการท่องเที่ยวในแถบใกล้เคียงต่างมุ่งความนิยมมาในแถบเอเชียมากขึ้น เพราะสามารถแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ ที่ให้ความแตกต่างทาง



วัฒนธรรมและความตื่นตัวแปลกใหม่และในราคาที่เหมาะสม

4. สถานการณ์ของประเทศในกลุ่มอินโดจีน เริ่มมีการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีและมีสันติภาพมากขึ้น โอกาสที่ประเทศไทยจะเป็นประตูเข้าสู่ภูมิภาค และความเป็นไปได้ที่จะเป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวสูงขึ้น

**การโรงแรม** ในปี 2530 ซึ่งเป็นปีที่รัฐบาลไทยได้กำหนดให้เป็นปีท่องเที่ยวไทย ปรากฏว่ามีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเดินทางมาเยือน 3,482,959 คน เพิ่มขึ้นจากปี 2529 ถึง 23.29% โดยมีระยะเวลาพำนักเฉลี่ย 6.06 วัน เพิ่มขึ้นจากปี 2529 ซึ่งมีระยะเวลาพำนักเฉลี่ย 5.93 วัน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากตลาดการท่องเที่ยวหลัก อาทิ ฝรั่งเศส เยอรมัน ตะวันตก อังกฤษ อิตาลี อินเดีย ญี่ปุ่น ฮองกง มาเลเซีย สิงคโปร์ ออสเตรเลีย สหรัฐอเมริกา และ ชาติอาระเบีย คิดเป็นร้อยละ 75.24 หรือ 2,620,703 คน ของนักท่องเที่ยวทั้งหมดซึ่งโดยปกติแล้วจะพำนักอยู่ตามโรงแรมถึง 95.94 โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในปี 2528 เดินทางเข้ามายังภาคใต้มีจำนวน 646,657 คน และในปี 2531 มีจำนวนนักท่องเที่ยวถึง 1 ล้านคนเศษ

แนวโน้มและเป้าหมายนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่จะเดินทางเข้ามาประเทศไทย  
ปี 2532 และ 2533

ประเทศ	2531 ข้อมูลจริง		2532 แนวโน้ม		2533 แนวโน้ม		2533 เป้าหมาย	
	จำนวน	เปลี่ยนแปลง	จำนวน	เปลี่ยนแปลง	จำนวน	เปลี่ยนแปลง	จำนวน	เปลี่ยนแปลง
	นักท่องเที่ยว	จากปี 30(%)	นักท่องเที่ยว	จากปี 31(%)	นักท่องเที่ยว	จากปี 32(%)	นักท่องเที่ยว	จากปี 32(%)
ยอดรวมทั้งหมด	4,230,737	21.47	4,934,000	16.62	5,761,000	17	5,894,000	19
ยอดรวมตลาดหลัก	3,812,838	21.03	4,407,000	15.58	5,154,000	17	5,287,000	20
<b>กลุ่มที่ 1</b>								
ญี่ปุ่น	452,244	29.38	501,000	10.78	60,000	20	610,000	22
ฮ่องกง	379,850	51.11	450,000	18.47	554,000	23	560,000	24
สหรัฐอเมริกา	237,309	11.64	274,000	15.46	305,000	11	310,000	13
ไต้หวัน	232,567	14.26	300,000	29.00	430,000	43	430,000	43
เยอรมันตะวันตก	186,040	25.06	212,000	13.95	235,000	11	250,000	18
ฝรั่งเศส	154,724	18.72	206,000	33.14	230,000	12	240,000	17
ออสเตรเลีย	144,651	17.30	163,000	12.69	187,000	15	190,000	17
อังกฤษ	135,112	6.97	154,000	13.98	179,000	16	184,000	19
เกาหลี	64,000	89.48	100,000	56.25	146,000	46	150,000	50
มาเลเซีย	843,206	13.58	1,000,000	18.59	1,110,000	11	1,140,000	14
สิงคโปร์	276,222	-0.39	300,000	8.61	340,000	13	350,000	17
อิตาลี	85,507	28.33	90,000	5.25	95,000	6	97,000	8
<b>กลุ่มที่ 2</b>								
สวีเดน	62,491	7.81	74,000	18.42	87,000	18	90,000	22
แคนาดา	50,849	35.85	54,000	6.20	64,000	19	70,000	30
เนเธอร์แลนด์	48,425	26.20	53,000	9.45	62,000	17	63,000	19
สวีเดน	47,778	43.28	53,000	10.93	65,000	23	66,000	25
เดนมาร์ก	25,894	28.00	27,000	4.27	31,000	15	32,000	19
ฟินแลนด์	18,080	63.19	23,000	27.21	30,000	30	33,000	43
นอร์เวย์	12,809	34.73	13,000	1.49	14,000	8	15,000	15
ออสเตรีย	36,624	81.98	40,000	9.22	45,000	13	46,000	15
เบลเยียม	20,396	13.54	24,000	17.67	29,000	21	30,000	25
นิวซีแลนด์	23,789	71.75	25,000	5.09	29,000	16	30,000	20
สเปน	20,871	65.16	23,000	10.20	26,000	13	27,000	17
กรีซ	13,644	19.10	22,000	61.24	34,000	55	35,000	59
<b>กลุ่มที่ 3</b>								
อินเดีย	121,394	6.14	122,000	0.50	123,000	.1	126,000	2
ซาอุดีอาระเบีย	68,071	-12.48	54,000	-20.67	50,000	-7	55,000	2
อิสราเอล	14,742	44.27	16,000	8.53	20,000	25	20,000	25
อินโดนีเซีย	35,549	13.83	34,000	-4.36	34,000	0	38,000	12
ประเทศอื่น ๆ	417,899	39.52	527,000	26.11	607,000	15	607,000	15
รวมแอฟริกาใต้	(24,866)	(36.56)	(29,000)	(16.62)	(35,000)	(21)	(35,000)	(21)

ที่มา : กายท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

“

“...เจ้าของกิจการโรงแรมโดยทั่วไปแล้วมักจะเป็นบุคคลที่ไม่รู้อะไรมากนักในตลาดการท่องเที่ยวและโรงแรม เพียงแต่รู้ว่ากิจการดังกล่าวทำกำไรได้แน่นอน ทั้งนี้โดยอาศัยประสบการณ์การทำธุรกิจต่าง ๆ มาอย่างโชกโชนนั่นเอง...”

”

ในช่วงปีนี้เองที่ธุรกิจการสร้างโรงแรมโดยภาคเอกชนซึ่งได้รับความร่วมมือจากภาครัฐบาล ได้เพิ่มจำนวนห้องพัก 16,000 ห้องในกรุงเทพฯ ซึ่งในปี 2529 มีจำนวนห้องพักในเขตกรุงเทพฯ แล้ว 33,089 ห้อง (TAT : 13)

ถ้าพิจารณาถึงตลาดโรงแรมในสหรัฐอเมริกาดูบ้างพบว่า อัตราส่วนการเข้าพักโรงแรมโดยทั่วไปอยู่คงที่ประมาณ 66.6 เปอร์เซ็นต์

ของปี พ.ศ. 2531 และคาดว่าในปี พ.ศ. 2532 เปอร์เซ็นต์การเข้าพักโรงแรมจะเพิ่มขึ้นอีก 1.5% โดยที่พื้นที่ในแถบตอนกลางใต้ของประเทศจะเพิ่มขึ้น 3.8 เปอร์เซ็นต์ (Pannell Kerr Forster : 1988:6) ส่วนตลาดโลกด้านโรงแรมพบว่าตลาดกลุ่มเป้าหมายหลักยังคงเป็นนักธุรกิจ (55.2%) และในเขตพื้นที่เอเชียและออสเตรเลีย คิดเป็น 47.8 เปอร์เซ็นต์ (HSMIAI : 8)

จำนวนธุรกิจที่พักแรม จำนวนตามที่ตั้ง  
ปี 2530

ที่ตั้งของธุรกิจที่พักแรม	จำนวนธุรกิจที่พักแรม
กรุงเทพฯ	296
ภาคกลาง (ยกเว้นกรุงเทพฯ)	113
ภาคตะวันตก	293
- กาญจนบุรี	120
ภาคตะวันออก	441
- ชลบุรี	253
ภาคเหนือ	511
- เชียงใหม่	205
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	359
- นครราชสีมา	49
ภาคใต้	787
- ภูเก็ต	150
- สงขลา	95
รวมทั้งประเทศ	2,800

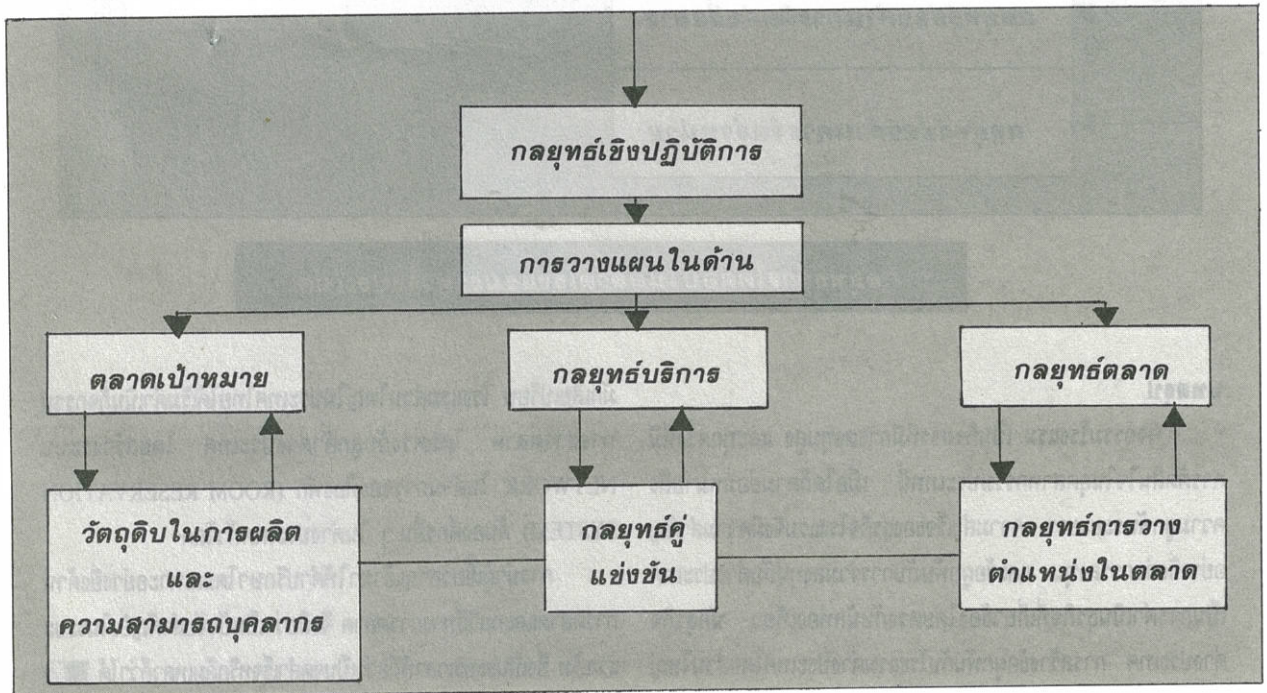
ที่มา : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศ ปี 2529  
 พักตามสถานที่

ประเภท	กรุงเทพฯ	
	ไทย %	ต่างชาติ %
รวม (%)	100%	100%
โรงแรม	8.19	93.51*
บังกะโล	—	—
เกสต์เฮ้าส์	—	2.9
บ้านญาติ/เพื่อน	62.46	2.4
บ้านรับรอง	3.43	.3
วัดและอื่น ๆ	25.92	.72
จำนวน (คน)	6,035,157	2,842,565
รวม (คน)	8,877,722	

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

จากข้อมูลดังกล่าวผนวกกับจุดได้เปรียบ/เสียเปรียบของโรงแรม (SERVICE STRATEGY) ซึ่งต้องคำนึงถึงกลยุทธ์ของคู่แข่งเป็นที่จะสร้างและนโยบายการตลาดสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในส่วนการสำคัญ และท้ายสุดคือการวางกลยุทธ์การตลาด (MARKET ปฏิบัติการคือ การวิเคราะห์ตลาดเป้าหมาย (TARGET MARKET) STRATEGY) ซึ่งต้องคำนึงถึงกลยุทธ์การวางสถานะภาพโรงแรมและความพร้อมเพียงทางด้านวัตถุดิบในการผลิตบริการ รวมถึงความในตลาดซึ่งถือว่าเป็นประเด็นสำคัญ สามารถของบุคลากรอีกด้วย การวิเคราะห์กลยุทธ์ในด้านบริการ

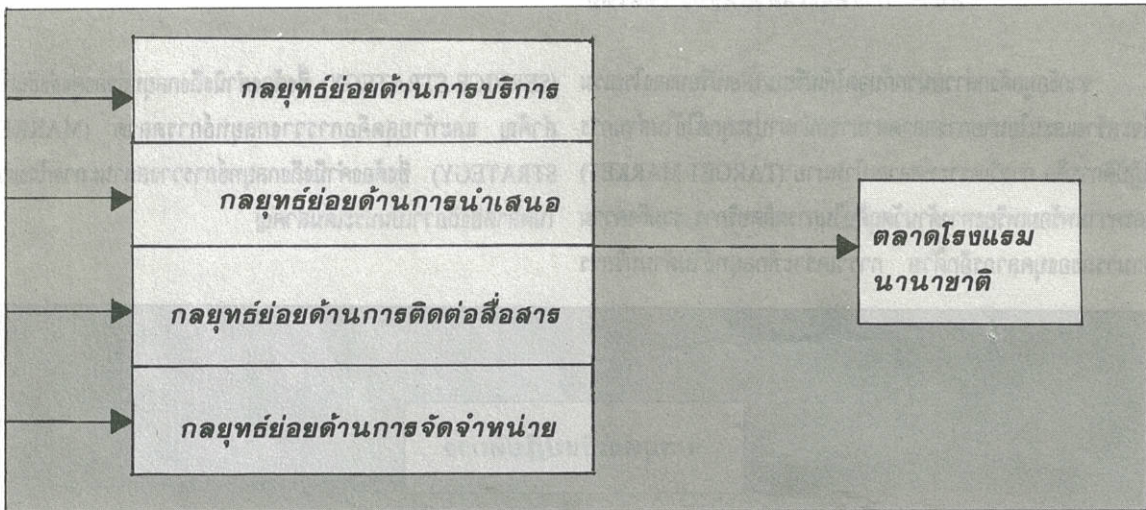


กลยุทธ์ชั้นการโต้ตอบในตลาดโรงแรมทั้งภายในประเทศและต่างประเทศนั้นสำคัญมากเพราะท้ายสุดกิจกรรมทางการตลาดจะจบลงที่จุดนี้

จากการศึกษาเกี่ยวกับสิ่งจูงใจที่ผูกจิตผูกใจให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางเข้ามาประเทศไทย กล่าวสรุปคือ ชาวต่างประเทศส่วนใหญ่สนใจเกี่ยวกับความสวยงามตามธรรมชาติ ต้องการเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมไทยดั้งเดิม และสภาพชีวิตจริงของคนไทยยามว่าง และขณะทำงาน

กรณีโรงแรมในประเทศไทย ถ้าเป็นระดับโรงแรมชั้นหนึ่งพบว่าส่วนใหญ่จะออกโฆษณาจากสิ่งต่าง ๆ โดยเน้นที่ภาพวัด ชายหาด

และสิ่งอำนวยความสะดวก ความหรูหรา ลักษณะต่าง ๆ ของโรงแรมเป็นหลัก ดังนั้นจะเห็นได้ว่ากลวิธีต่าง ๆ จากกลยุทธ์ชั้นการโต้ตอบในตลาดโรงแรมระดับอินเตอร์ฯ นั้นให้คำนึงถึงกลยุทธ์ย่อยเกี่ยวกับ**ด้านบริการ ด้านการนำเสนอ ด้านการติดต่อสื่อสาร และด้านการจัดจำหน่าย** โปรดระลึกเสมอว่าการให้บริการของโรงแรมนั้นเป็นเรื่องละเอียดอ่อนมาก ฉะนั้นการจัดการด้านการให้บริการ การตลาด บริการโรงแรม จึงเป็นเรื่องสำคัญในการสร้างความประทับใจ เพราะทุกครั้งที่มีผู้มาพักโรงแรมระดับใดก็ตาม พบปะพูดคุย ขอคำแนะนำจากเจ้าหน้าที่จะเป็นระดับใดก็ตาม การเกิดความไม่พึงพอใจอาจเกิดขึ้นได้เสมอ



**กลยุทธ์การโต้ตอบในตลาดโรงแรมระหว่างประเทศ**

**บทสรุป**

กิจกรรมโรงแรม เป็นกิจการที่มีการลงทุนสูง และทุกครั้งที่มีการตัดสินใจในอุตสาหกรรมประเภทนี้ เมื่อใดก็ตามย่อมหมายถึงความผูกพันระยะยาว ความสำเร็จของธุรกิจโรงแรมจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการลงทุน และข้อผูกพันกับการร่วมลงทุนกับต่างประเทศ เป็นการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับนักท่องเที่ยว นักธุรกิจต่างประเทศ การสร้างข้อผูกพันกับโรงแรมต่างประเทศโดยส่วนใหญ่

มักเสียเปรียบ โรงแรมส่วนใหญ่ในประเทศไทยได้เริ่มดำเนินกิจกรรมทางการตลาด โดยตรงกับลูกค้าต่างประเทศ โดยสร้างระบบ NETWORK ในด้านการจองห้องพัก (ROOM RESERVATION SYSTEM) กับองค์กรอื่น ๆ ในต่างประเทศทั่วโลก

การนำผู้เชี่ยวชาญเข้ามาให้คำปรึกษาโดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการตลาดและกลวิธีทางการตลาด จึงถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญยิ่งในระยะแรกเริ่ม ซึ่งเป็นระยะเวลาที่ถือว่าประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวก็ได้ ■

**บรรณานุกรม**

จงพิศ กนกโชติ และสมแก้ว รุ่งเลิศเกรียงไกร "สหภาพแรงงานในกิจการโรงแรมของภาคใต้" **บริหารธุรกิจ** 13,52: ตุลาคม-ธันวาคม 2532

จूरรัตน์ คงตระกูล "สถานการณ์การท่องเที่ยว" **จุลสารการท่องเที่ยว** 9,1: มกราคม-มีนาคม 2533

ทักษิณา นิยมรัตน์ "การท่องเที่ยวกับประเทศที่กำลังพัฒนา" **จุลสารการท่องเที่ยว** 8,4: ตุลาคม-ธันวาคม 2532

ปริญ ลักษิตานนท์ "การตลาดจำเป็น" **สุทธิปริทัศน์** 3,9: กุมภาพันธ์-พฤษภาคม 2532

ปริญ ลักษิตานนท์ "นี้หรือมรดกท่องเที่ยวไทย" **สุทธิปริทัศน์** 4,10: มิถุนายน-กันยายน 2532

ปริญ ลักษิตานนท์ "ส่องกล้องมองทาง...การท่องเที่ยวไทย" **วารสารมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต** 3,8: ตุลาคม 2531-มกราคม 2532

ปรีชา จุฬาทิศรี "มิติใหม่ในการบริหารธุรกิจโรงแรม" **จุลสารการท่องเที่ยว** 8,4 ตุลาคม-ธันวาคม 2532

Doswell, Roger and Gamble, Paul R. **Marketing Planning Hotels Tourism Projects s.l. : s.n., 1979.**

Downing, George. **Basic Marketing.** 3rd ed. s.l. : s.n., 1972.


\_\_\_\_\_. **WTO Information.** s.l. : s.n., January 1989. Leonie, Dobbie. "The Demographic Effects of Tourism in Developing Countries" **ITA Bulletin** No. 29, 1977.

\_\_\_\_\_. **U.N. Statistical Yearbook, N.Y. 1970-1976** WTO. Madrid : Economic Review of World Tourism, 1978.

Popp. Gary E. and Prin Laksitanond. "Tourism Works for Thailand" **Chulalongkorn Business Review** 46, September 1989.

\_\_\_\_\_. **Annual Statistical Report on Tourism in Thailand.** s.l. : s.n., 1986.

\_\_\_\_\_. **HSMIAI Marketing Review 1987-1988.** Prin Laksitanond. **Aspects of Thai Tourism Marketing As Seem by Tourism Directors, Advertising Directors and Five National Groups of Tourists.** San Dlego : s.n., 1989.



การเมืองและ  
เศรษฐศาสตร์

ปัจจัยอะไรบ้าง  
กำหนดธุรกรรม  
การค้าระหว่างประเทศ

\* สุเทพ พันประสิทธิ์

**การค้าระหว่างประเทศเป็นธุรกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศต่าง ๆ ในปัจจุบัน** อย่างหนึ่งเป็นสาเหตุที่สำคัญที่จะทำให้ประเทศต่าง ๆ มีความมั่งคั่งและมีความสัมพันธ์อันดีต่อกันเป็นพื้นฐานเบื้องต้นในการวางนโยบายต่างประเทศ เป็นมูลเหตุหรือรากฐานการผลิต ความอยู่ดีกินดีมีมาตรฐานการครองชีพของประชาชนดีขึ้น ปัจจัยต่าง ๆ นี้มีผลกระทบต่อการค้าระหว่างประเทศมาก ซึ่งอาจเกิดจากปัจจัยเดียวกันหรือหลายปัจจัย วัตถุประสงค์ของบทความนี้ก็เพื่อจะเสนอแนวคิดสำหรับประเทศไทยว่ามีความเหมาะสมกับปัจจัยใดบ้าง

ปัจจัยแรกที่มีผู้เขียนเห็นว่ามียุทธพลต่อการค้าระหว่างประเทศก็คือทรัพยากรประเภทแร่ สมัยศตวรรษที่ 18 เชื่อกันว่าประเทศใดมีแหล่งแร่เหล็กและประชาชนในประเทศสามารถตั้งโรงงานถลุงเหล็ก

ออกมาใช้ได้แล้ว การผลิตเหล็กต่าง ๆ เพื่อใช้ภายในประเทศหรือส่งเป็นสินค้าออก และถ้ามีถ่านหิน น้ำมันปิโตรเลียม ก๊าซธรรมชาติ ก็จะเป็นปัจจัยประกอบทำให้การผลิตเหล็กและเหล็กกล้าได้กว้างขวางขึ้นมาก อย่างเช่นประเทศญี่ปุ่นมีอุตสาหกรรมเหล็กและเหล็กกล้าโดยเริ่มต้นจากสินแร่ ถ่านไม้และถ่านหินภายในประเทศก่อน แต่ปัจจุบันเป็นประเทศอุตสาหกรรมเหล็กที่ยิ่งใหญ่โดยใช้ทรัพยากรแร่ คือ แร่เหล็ก ถ่านหินถลุง และน้ำมันเชื้อเพลิงจากต่างประเทศร่วมกับพลังไฟฟ้าพลังน้ำตก แรงงาน ฝีมือ ทุน และความฉลาดในเชิงธุรกิจภายในประเทศ ผลิตสินค้าเหล็ก มีเพียงแต่ใช้ภายในประเทศ แต่ยังสามารถส่งเป็นสินค้าออกเป็นจำนวนมาก และเป็นตัวอย่างของประเทศที่ซื้อวัตถุดิบเป็นแร่แล้วส่งออกเป็นสินค้าสำเร็จรูป

ปัจจัยประการที่สองที่มีอิทธิพลต่อการค้าระหว่างประเทศก็คือ **สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ** ที่แตกต่างกันในแต่ละประเทศ เป็นเหตุผลสำคัญอย่างหนึ่งที่ทำให้เกิดการผลิตสินค้าที่แตกต่างกันและเป็นที่มาของการค้าระหว่างประเทศขึ้น เช่น ความแตกต่างกันของ

\* อาจารย์ประจำคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. : ศศ.ม. (เศรษฐศาสตร์สหกรณ์) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เวลา สภาพลมฟ้าอากาศ ดิน หิน น้ำ พืช เทือกเขาไร่นา ป่าไม้ บริเวณที่มีฝนตกและอุณหภูมิที่แตกต่างกันก็อาจมีต้นไม้ไม่เหมือนกัน ไม้เนื้อแข็งซึ่งมีมากในเขตร้อน อาจส่งเป็นสินค้าออกตามความต้องการของผู้ใช้ในเขตอบอุ่น ระดับความสูงต่ำของเปลือกโลก ก็เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการค้ำระหว่างประเทศเช่นกัน ประเทศที่มีลักษณะที่ราบมักจะผลิตธัญพืช ประเทศที่เป็นเทือกเขาก็จะผลิตกระแสไฟฟ้าจากพลังงานน้ำตกหรือผลิตสินค้าอุตสาหกรรม ความแตกต่างของดินก็เป็นปัจจัยอย่างหนึ่งที่ทำให้มีผลผลิตแตกต่างกัน ซึ่งเกิดเป็นสินค้าแต่ละชนิด การมีสัตว์พื้นเมืองที่แตกต่างกัน ก็จะช่วยทำให้เกิดการค้าระหว่างประเทศได้ เช่น การมีสัตว์ที่ผลิตขนในเขตอบอุ่นกับเขตร้อนจะแตกต่างกัน พันธุ์ปลาก็จะแตกต่างกัน เหล่านี้ย่อมจะเป็นแหล่งวัตถุดิบของอุตสาหกรรมหนึ่งสัตว์ อุตสาหกรรมอาหารกระป๋อง เป็นสินค้าแพร่หลายไปทั่วโลก ท่าเลที่ตั้งของแต่ละประเทศก็เช่นกัน เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการค้าอย่างมาก เช่น ประเทศอังกฤษ เป็นศูนย์กลางทางการค้าระหว่างประเทศที่สำคัญ เพราะมีที่ตั้งที่เหมาะสมติดกับประเทศที่มีการพัฒนาแล้วในยุโรป และไม่ไกลจากสหรัฐอเมริกาและแคนาดามากนัก และเป็นจุดศูนย์กลางของเส้นทางเดินเรือและเดินอากาศของโลก มูลค่าการค้าขายระหว่างประเทศจึงมีมากกว่าประเทศอื่น ๆ ที่มีขนาดและระดับการพัฒนาเดียวกัน จะเห็นได้ว่าทุกประเทศต้องการที่จะได้อาหารอย่างพอเพียงหรือถูกรสนิยมและมีเครื่องนุ่งห่มที่ทันสมัย มีเครื่องมือ เครื่องจักร เครื่องยนต์ วัตถุดิบ ทุกประเทศจึงเห็นความสำคัญของการค้าระหว่างประเทศ

ปัจจัยกำหนดการค้าระหว่างประเทศอีกประการคือ **ระดับขั้นของการพัฒนาเศรษฐกิจ** ประเทศที่มีระดับการพัฒนาเศรษฐกิจล้ำหลัง เป็นระบบเศรษฐกิจที่มีการทำมาหากินพอประทังชีพนั้น ไม่มีการแบ่งกันทำในสังคม ย่อมไม่มีปริมาณการค้าภายในท้องถิ่นหรือการค้าภายนอกทำได้นัก

สำหรับประเทศที่มีระดับขั้นการพัฒนาเศรษฐกิจอยู่ในลักษณะที่พัฒนาแล้ว ก็จะมีปริมาณการค้าทั้งภายในและระหว่างประเทศมากขึ้น อย่างเช่นญี่ปุ่น ซึ่งเป็นประเทศที่ใช้เทคโนโลยีมาก มีการซื้อขายสินค้าและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ สูง จะพยายามรักษาระดับความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอยู่เสมอ จึงต้องมีการเพิ่มสมรรถภาพปัจจัยหลายอย่างอยู่ตลอดเวลา รวมทั้งกลยุทธ์ทางการค้าระหว่างประเทศจนเป็นประเทศที่มีดุลการค้าเกินดุลกับประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก

ปัจจัยประการที่สี่ **ความมั่งคั่งของประชาชนในชาติ** ได้มีการพิสูจน์โดยการวิจัยในทางทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยกำหนดการสั่งซื้อสินค้าเข้าระหว่างประเทศต่าง ๆ คือ รายได้ของประชาชนในชาติจะมีความสัมพันธ์กับมูลค่าการสั่งซื้อสินค้าเข้าของประเทศ กล่าวคือ ถ้ารายได้ของประชาชนสูงขึ้นความต้องการสินค้าและบริการจากต่างประเทศจะมากขึ้น อย่างเช่นสหรัฐอเมริกาหรือญี่ปุ่น มีรายได้ประชาชาติสูงอำนาจซื้อของประชากรจะมีอัตราสูง มีการลงทุน การออมทรัพย์ ในรูปการถือหุ้นและพันธบัตรของบริษัทต่าง ๆ ซึ่งเป็นปัจจัยให้มีการพัฒนาการลงทุนและสะสมทุน รวมทั้งการค้นคว้าทดสอบ ขยายโรงงาน ปรับปรุงเครื่องมือและอุปกรณ์การผลิตต่าง ๆ ตลอดจนงานส่งเสริมการขายให้มากขึ้นอุตสาหกรรมในประเทศเหล่านี้ จำเป็นต้องการวัตถุดิบจากต่างประเทศ และเมื่อผลิตเป็นสินค้าจำนวนมากแล้ว ก็ต้องส่งออกขายในตลาดโลก

ประเทศที่มีรายได้ประชาชาติต่อหัวสูงต้องใช้จ่ายเงินไม่เฉพาะเพียงสิ่งจำเป็นเท่านั้น แต่ยังมีรายจ่ายเพื่อความสะดวกสบายและฟุ่มเฟือยด้วย การจำหน่ายสินค้า อุปกรณ์เพื่อความสะดวกภายในบ้านและเครื่องสำอาง สินค้าเหล่านี้จำนวนมากมาจากการนำเข้าจากต่างประเทศและอาจเป็นมูลเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดการขาดดุลบัญชีเดินสะพัด

**การลงทุนต่างประเทศ** เป็นปัจจัยประการที่ห้า และเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างมากในการกำหนดให้มีการค้าระหว่างประเทศ ผู้เขียนจะแยกออกเป็นสองกรณี คือ **กรณีที่ประเทศเปิดให้บริษัทข้ามชาติหรือบริษัทต่างประเทศเข้ามาลงทุนในประเทศตนเอง** อย่างเช่นประเทศไทย ความต้องการสินค้าประเภททุนได้แก่ เครื่องจักร เครื่องมือ และวัตถุดิบอุตสาหกรรม มีมากกว่าสินค้าอื่น ๆ ซึ่งประเทศต้องนำมาผลิตสินค้าอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออกอีกครั้งหนึ่ง อีกกรณีหนึ่งก็คือ **ประเทศอุตสาหกรรมที่พัฒนาแล้วไปลงทุนในประเทศกำลังพัฒนา** อย่างเช่นบริษัท แองโกล-ยุโรป ตะวันตก และญี่ปุ่น มีความจำเป็นต้องลงทุนในต่างประเทศ ทั้งนี้เพื่อจัดหาวัตถุดิบมาป้อนโรงงาน ถึงแม้ว่าจะมีหลายประเทศวางมาตรการเวนคืนทรัพย์สินอันเป็นกิจการของชาวต่างชาติ เช่น **เม็กซิโก โบลิเวีย อาร์เจนตินา แอลจีเรีย และ คิวบา** แต่ปัจจุบันประเทศกำลังพัฒนาจำนวนมากยังเสนอให้บริษัทต่างชาติเข้ามาลงทุน อย่างเช่นประเทศในกลุ่มประเทศเอเซียตะวันออกเฉียงใต้ อย่างไรก็ดี วัตถุดิบอันเป็นผลผลิตจากการลงทุน ก็ถูกส่งออกไปยังประเทศนายทุน

# “สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติที่แตกต่างกันในแต่ละประเทศ เป็นเหตุผลสำคัญอย่างหนึ่งที่ทำให้เกิดการผลิตสินค้าที่แตกต่างกัน และเป็นที่มาของการค้าระหว่างประเทศขึ้น”

เจ้าของโรงงาน พร้อมกันนั้นการผลิตวัตถุดิบต่าง ๆ ก็มีความต้องการใช้เครื่องอุปกรณ์จากประเทศเจ้าของทุน จึงเกิดการค้ำระหว่างประเทศขึ้น นอกจากนั้นเพื่อจะต่อสู้กับการแข่งขันที่เกิดขึ้นในประเทศที่ไปลงทุน บริษัทของประเทศอุตสาหกรรมมีความจำเป็นที่จะต้องจัดตั้งโรงงานสาขา หรือบริษัทในเครือของตนขึ้น เช่น โรงงานสร้างหรือประกอบรถยนต์ โรงงานสร้างเครื่องจักร โรงงานอุตสาหกรรมเคมี โรงงานกลั่นน้ำมันปิโตรเลียม เพื่อให้โรงงานเหล่านี้ผูกพันกันทางอ้อม ที่จะต้องรับซื้อวัตถุดิบ หรือชิ้นส่วนจากประเทศเจ้าของทุนเป็นระยะเวลานาน

**พันธมิตรทางการเมือง** เป็นปัจจัยประการสุดท้าย และมีอิทธิพลสูงสุดต่อการค้ำระหว่างประเทศ รูปแบบอันเข้มแข็งที่สุด คือ การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ ปัจจุบัน แนวความคิดเกี่ยวกับการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจกันมากขึ้น ทั้งนี้เพราะทุกประเทศเห็นว่า การที่จะพัฒนาการค้ำระหว่างประเทศให้ก้าวหน้ามั่นคงถาวรแล้ว ต้องอาศัยปัจจัยหลายอย่าง เฉพาะภายในประเทศมักจะมีขอบเขตจำกัดย่อมทำได้ยาก การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจมีผลให้ขนาดตลาดกว้างขวางออกไป จะขยายกิจการธุรกิจให้มีขนาดใหญ่ขึ้น จนมีประสิทธิภาพสูงสุดในการผลิต เกิดความก้าวหน้าทางเทคนิค สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพดี ต้นทุนการผลิตต่ำ จนสามารถแข่งขันกับสินค้าของประเทศใหญ่ภายนอกกลุ่มได้ การเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิต ระหว่างประเทศที่เป็น

สมาชิกด้วยกันอย่างเสรี เช่น เงินทุน แรงแรงงาน และ การประกอบ การ จะทำให้ปัจจัยเหล่านี้ไหลเข้าไปยังประเทศสมาชิกที่ขาดแคลน อันจะทำให้ภาวะเศรษฐกิจของกลุ่ม เติบโตขึ้นอย่างสมดุลกันเมื่อมีตลาดกว้างขึ้น มีการคุ้มครองวิสาหกิจภายใน ย่อมจะทำให้ดึงดูดเงินลงทุนจากภายนอกประเทศเข้าไปได้มาก การปล่อยให้มีการแข่งขันระหว่างวิสาหกิจภายในที่ใหญ่ขึ้นนั้น จะช่วยส่งเสริมประสิทธิภาพของการผลิตได้อย่างดี การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ อาจมีได้หลายระดับ สุดแล้วแต่พื้นฐานและสภาวะแวดล้อมทางเศรษฐกิจของประเทศสมาชิก อาจจะรวมกันได้อย่างแน่นแฟ้นจนถึงขั้นรวมตัวกันทางการเมืองก็เป็นได้ อย่างเช่นประเทศในยุโรปตะวันตก มีกลุ่มทางเศรษฐกิจมาก และมีประสิทธิผลสัมฤทธิ์มากที่สุดเห็นจะเป็น **กลุ่มประชาคมเศรษฐกิจแห่งยุโรป** หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า **ตลาดร่วมยุโรป** ดังที่ปรากฏที่มีบทบาทในหน้าหนังสือพิมพ์ ก็คือกลุ่ม EEC จากความสำเร็จของการรวมกลุ่มเศรษฐกิจในทวีปยุโรปและทวีปอเมริกา ส่งผลให้ประเทศสมาชิกมีเศรษฐกิจเจริญเติบโตขึ้น และประเทศนอกกลุ่มได้รับความกระทบกระเทือนเสียประโยชน์หรือเสียเปรียบทางการค้าระหว่างประเทศ ดังนั้น จึงมีหลายประเทศในภูมิภาคต่าง ๆ ของโลก ต่างตั้งกลุ่มเศรษฐกิจขึ้น เพื่ออย่างน้อยก็ได้รับอำนาจประโยชน์ต่อรองทางการค้าระหว่างประเทศกับกลุ่มเศรษฐกิจอื่น ๆ หรือต่อรองกับประเทศมหาอำนาจทางอุตสาหกรรม อย่างสหรัฐอเมริกา หรือ ญี่ปุ่น

ตารางแสดงการค้าและผลผลิตโลก ระหว่างปี 2513-2522<sup>1</sup>  
(ร้อยละของการเปลี่ยนแปลง)

	ค่าเฉลี่ย										
	2513-2522 <sup>2</sup>	2533	2524	2525	2526	2527	2528	2529	2530	2531	2532
<b>ผลผลิต</b>											
โลก	4.1	2.2	1.7	0.5	2.7	4.5	3.4	3.2	3.2	3.8	3.1
กลุ่มประเทศอุตสาหกรรม	3.3	1.4	1.5	-0.3	2.8	5.0	3.3	2.7	3.3	3.9	2.8
สหรัฐอเมริกา	2.8	-0.2	1.9	-2.5	3.6	6.8	3.4	2.8	3.4	4.0	2.8
กลุ่มประเทศอื่น ๆ	3.7	2.3	1.3	1.0	2.3	3.7	3.3	2.5	3.3	3.9	2.9
<b>ประกอบด้วย</b>											
ญี่ปุ่น	5.2	4.3	3.7	3.1	3.3	5.0	4.8	2.5	4.2	5.8	4.2
สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน	3.1	1.5	-	-1.0	1.3	3.3	1.9	2.3	1.8	2.9	1.9
กลุ่มประเทศกำลังพัฒนา	5.7	3.4	1.8	1.7	1.9	4.0	3.5	4.2	3.4	3.0	4.0
อัตราการขยายตัว	5.1	3.7	3.0	1.7	1.5	2.9	3.1	3.4	2.7	3.0	3.5
<b>แยกตามภูมิภาค</b>											
แอฟริกา	4.4	3.6	2.0	1.2	-1.3	0.8	3.7	2.1	2.3	2.6	2.8
เอเชีย	5.4	5.5	5.8	5.2	7.0	7.8	6.3	6.4	6.8	7.3	6.3
ยุโรป	5.6	0.1	-	1.1	1.9	4.3	2.4	4.1	2.5	2.6	2.8
ตะวันออกกลาง	7.3	-2.5	-2.1	0.2	0.9	-0.2	-1.1	2.2	-0.5	0.9	1.8
อเมริกา	5.7	6.0	0.2	-1.1	-2.4	3.5	3.5	3.9	2.5	1.4	3.4
<b>การค้าโลก<sup>3</sup></b>											
ปริมาณ	6.4	1.3	1.1	-2.0	3.0	8.7	2.8	4.5	5.8	7.5	5.6
มูลค่า/หน่วย (ดอลลาร์ สรอ.)	12.4	20.0	-1.5	-4.4	-4.8	-2.4	-1.8	4.8	10.0	4.7	1.6
(สิทธิพิเศษถอนเงิน = SDR)	9.5	19.1	8.7	2.1	-1.7	1.8	-0.9	-9.3	-0.2	1.7	3.6
<b>ปริมาณการค้า</b>											
<b>ส่งออก</b>											
กลุ่มประเทศอุตสาหกรรม	6.6	4.2	3.8	-2.1	3.0	9.9	4.7	2.6	5.3	7.7	5.1
กลุ่มประเทศกำลังพัฒนา	4.8	-4.1	-5.9	-7.7	3.0	7.1	0.6	10.5	8.6	7.7	6.8
ผู้ส่งออกเชื้อเพลิง	2.6	-13.2	-14.9	-16.6	-3.7	0.8	-5.7	13.8	-0.5	4.5	3.8
ผู้ส่งออกไม่ใช่เชื้อเพลิง	7.0	8.3	5.4	1.6	8.3	11.5	4.5	9.4	12.1	8.6	7.6
<b>นำเข้า</b>											
กลุ่มประเทศอุตสาหกรรม	6.5	-1.5	-1.7	-0.6	4.7	12.5	4.6	8.3	6.9	8.0	5.4
กลุ่มประเทศกำลังพัฒนา	8.3	7.4	8.0	-3.3	-2.4	2.7	-0.9	-4.5	4.4	8.0	8.0
ผู้ส่งออกเชื้อเพลิง	13.7	13.4	19.1	-1.3	-10.3	-6.1	-11.0	-21.9	-11.1	1.4	3.8
ผู้ส่งออกไม่ใช่เชื้อเพลิง	6.6	5.0	3.3	-4.2	1.7	6.7	3.2	2.1	8.9	9.7	8.9

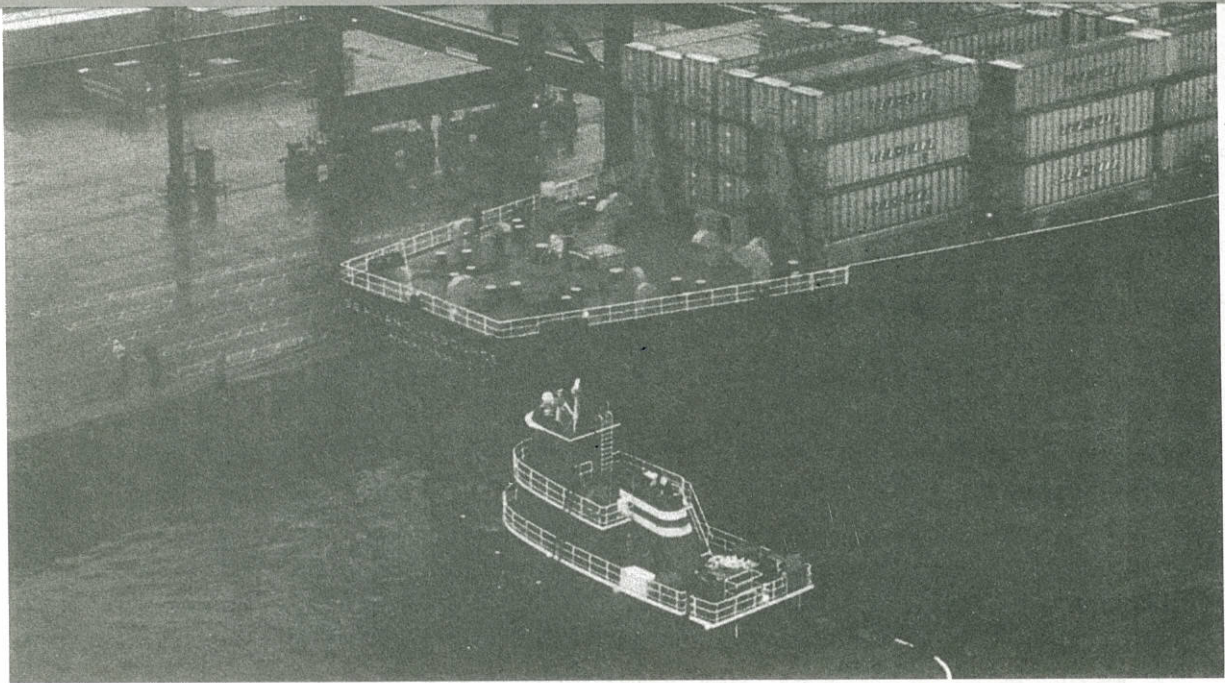
ที่มา : IMF, World Economic Outlook (October 1988).

หมายเหตุ : สำหรับปี 2530, 2531 และ 2532 เป็นตัวเลขประมาณการ

1 Real GDP และ Real GNP สำหรับประเทศอุตสาหกรรมและประเทศกำลังพัฒนา แต่สำหรับประเทศด้อยพัฒนาอื่น ๆ จะพิจารณาค่า Net Material Product (NMP)

2 เป็นอัตราเปลี่ยนแปลงรายปี (ไม่รวมสาธารณรัฐประชาชนจีน)

3 เป็นอัตราการขยายตัวเฉลี่ยของการส่งออกและการนำเข้าของโลก อ้างอิงอยู่บนพื้นฐานของข้อมูลจากประเทศอุตสาหกรรมและประเทศกำลังพัฒนา รวมทั้งประเทศด้อยพัฒนาอื่น ๆ ด้วย



สำหรับประเทศไทยเป็นสมาชิกของ **สมาคมประชาชาติเอเชียตะวันออกเฉียงใต้** หรือที่เรียกว่า **ASEAN** ซึ่งเป็นกลุ่มทางเศรษฐกิจที่สำคัญกลุ่มหนึ่งเช่นกัน แต่การดำเนินงานยังมีข้อจำกัดหลายประการ ซึ่งทำให้ประสิทธิภาพทางการค้าระหว่างประเทศยังเป็นไปไม่เต็มที่ อย่างไรก็ตาม การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจย่อมก่อให้เกิดการค้าเสรี ปราศจากข้อก้ำหนัดคิดขวางการค้าเป็นอิสระมากขึ้นกว่าเดิม และการรวมกลุ่มเศรษฐกิจของกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งในภูมิภาคใดภูมิภาคหนึ่งย่อมส่งผลประโยชน์ทางการค้าระหว่างประเทศของประเทศนั้น ๆ และย่อมส่งผลเสียทางการค้าระหว่างประเทศกับประเทศที่ไม่ได้เป็น

สมาชิกมากบ้าง น้อยบ้าง ดังนั้น สิ่งที่ประเทศไทยควรต้องเตรียมการปรับตัว ถ้ามีการเปลี่ยนแปลงอันจะเป็นทางนำไปสู่การรวมตัวของประเทศต่าง ๆ ในยุโรป ตามกฎหมายยุโรปเดี่ยว (Single European Act) ซึ่งจะมีการบังคับใช้อย่างสมบูรณ์ในปี 2535

จะเห็นได้ว่า บัจจัยที่นำเสนอมานี้ สามารถแยกเป็นบัจจัยทางเศรษฐกิจ บัจจัยทางการเมือง และบัจจัยทางสังคม ซึ่งทุกบัจจัยจะต้องประสานแนวเดียวกัน ในทิศทางที่เป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจ และการค้าระหว่างประเทศ จะเป็นส่วนที่จะช่วยเพิ่มความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจให้กับประเทศไทยอย่างมาก □■

### บรรณานุกรม

"ทิศทางการลงทุนของไทยในอนาคต" แนวโน้มเศรษฐกิจ ธนาคารทหารไทย 9, 12 ธันวาคม 2532.

วารสารรายงานเศรษฐกิจ ธนาคารกรุงไทย 23, 3 มีนาคม 2533.

Journal of Economic & Business Administration St. December 1989.

Journal of Commerce. 210<sup>th</sup> May 1989.

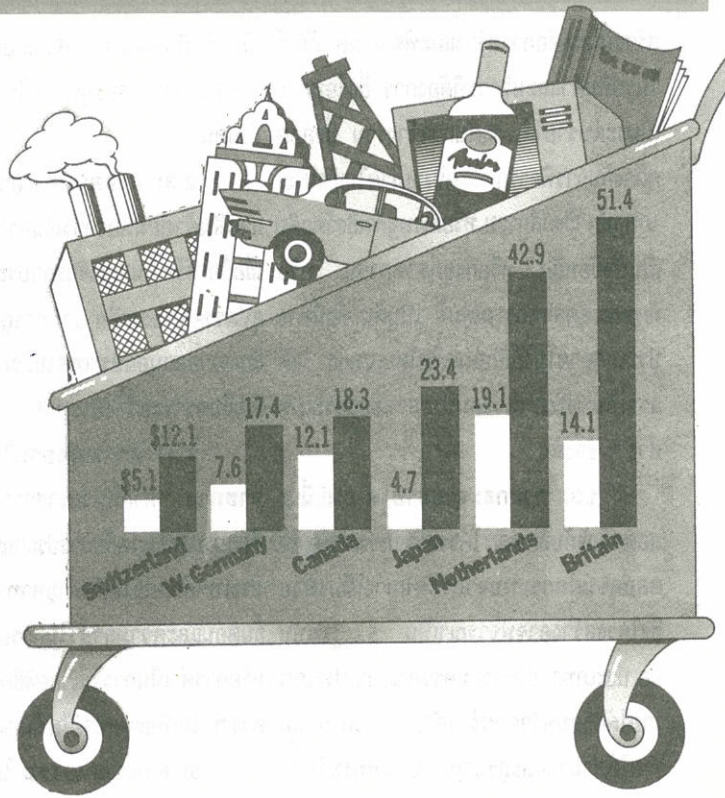
Beidd, V.K. The Structure and Operation of Japanese Economy, St. Sydney : Australasia Pty Ltd, 1970.



# คู่ทาง... การจัดการ การตลาด สากล



\* วิเชียร ฐติมาเทวินทร์



ในทศวรรษนี้น่าจะเป็น ทศวรรษแห่งการส่งออก ของไทย ทั้งนี้เพราะ ปรากฏการณ์ส่งออกของไทยพุ่งสูงมาจากระดับ 230,000 ล้านบาท ในปี 2529 ขึ้นสูงเป็น 400,000 ล้านบาท ในปี 2531 และ 500,000 ล้านบาท ในปี 2532 อัตราการเติบโตใหญ่สูงประมาณ 30% ต่อปี คาดว่าในปี 2533 น่าจะอยู่ในระดับ 600,000 ล้านบาท การส่งออกขนาดมหึมา ซึ่งเป็นสัดส่วน ประมาณ 1/3 ของผลผลิตรวมของประเทศ (GNP) นับว่ามีผลเฉลี่ยต่อการขยายตัวของ เศรษฐกิจของไทยให้เป็นเศรษฐกิจที่ยิ่งขึ้น ไปอีก

การตลาดระหว่างประเทศในภาวะการณ์ ปัจจุบัน และแนวโน้มต่อไปต่างอยู่ในสภาพ การแข่งขันกันสูงมาก ดูเหมือนทุกประเทศ ต้องการส่งออกเพื่อเพิ่มเงินตราเข้า ของประเทศไทยจึงต้องพิจารณาภาวะแวดล้อม ที่จะอำนวยโอกาสและช่องทางทางการตลาดที่

เหมาะสม ขณะเดียวกันจำเป็นต้องพัฒนา ศักยภาพให้ได้ในระดับสากลในทุก ๆ ด้านและ จำเป็นต้องสร้างกลยุทธ์ในเชิงการแข่งขันไม่ว่า ในด้านผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายตลอด จนสร้างเอกลักษณ์และลักษณะที่ได้เปรียบคู่แข่ง ซึ่งมีผลต่อคุณภาพที่สูงได้มาตรฐานเป็นการ เพิ่มคุณค่าเพื่อลูกค้าเป้าหมายให้สอดคล้อง กับกลยุทธ์การตลาดของประเทศในเชิงการ แข่งขันซึ่งควรต้องเป็นเชิงรุกมากขึ้น

**I ระบบการค้าสากล** ก่อนการดำเนินการเสี่ยงทำธุรกิจระหว่างประเทศผู้ประกอบการจำเป็นต้องเข้าใจระบบการค้าสากลพอ ประมาณ การที่จะส่งออกเพื่อขายให้กับอีก ประเทศหนึ่งอาจจะเผชิญกับข้อจำกัดในการ นำเข้าในรูปแบบอาทิ **กำแพงภาษี (TARIFF) ระบบจำกัดโควตา (QUOTA) การถูก ห้ามนำเข้าบางประเภท (EMBARGO)** ในการค้าระหว่างประเทศอุปสรรคที่จะพบคือ เรื่องอัตราแลกเปลี่ยนของเงินตรา ตลอดจน

เชิงเทคนิคอาจถูกกำหนดมาตรฐานขั้นต่ำใน การอนุญาตนำเข้า ในแต่ละประเทศมีลักษณะ เฉพาะในเชิงเศรษฐกิจ, การเมือง, กฎหมาย, วัฒนธรรมและสภาพการณ์ทางธุรกิจซึ่งจำเป็น ต้องมีการศึกษาให้เข้าใจเพื่อประเมินสถาน- การณ์และเตรียมแผนต่อไป

### ภาวะแวดล้อมตลาดต่างประเทศ

1) **ระบบเศรษฐกิจ** ลักษณะที่ต้อง ศึกษาเพื่อให้เกิดความเข้าใจและเพื่อทราบ ความน่าสนใจในการบุกเบิกตลาดต่างประเทศ ให้พิจารณาอย่างน้อยใน 3 ลักษณะการต่อ ไปนี้

#### 1.1) ขนาดของประชากรในประเทศ

นั้น หากพิจารณาองค์ประกอบทางด้าน ประชากรเสมอกัน ประชากรมากย่อมน่าพิสมัย กว่าประเทศที่มีประชากรน้อย ทั้งนี้ย่อมขึ้นกับ การพิจารณากลุ่มเป้าหมายสอดคล้องกับผลิต- ภัณฑ์

#### 1.2) โครงสร้างเศรษฐกิจ

\* หัวหน้าภาควิชาการจัดการทั่วไป คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

สร้างนี้มีผลต่อการสร้างและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เมือง ซึ่งมีผลต่อการค้าสากล อาทิ ประเทศนั้น 1. ต้องตั้งเป้าหมายยอดขายในตลาด  
ในรูปแบบสินค้าและบริการที่ต้องการ ซึ่งข้อมูลจะ อาจต้องการการลงทุนภายในแทนการนำเข้า ต่างประเทศนั้น โดยเทียบสัดส่วนกับยอดขาย  
เป็นระดับรายได้, ระดับการจ้างงาน ซึ่งสอดคล้อง เป็นต้น รวมของบริษัทพิจารณาโดยรวม

คล้อยกับการพิจารณาระดับมหภาคในเชิงประ- 2.3) การควบคุมทางการเงิน ผู้ 2. จำเป็นต้องเลือกว่า จะประกอบ  
เภท เช่น เชิงกสิกรรม หรือเศรษฐกิจเชิงวัตถุดิบ ขายสินค้าย่อมต้องการเงินตราสกุลที่มีค่าน่า ธุรกิจในตลาดเพียง 1-2 ประเทศ หรือจะ  
เป็นปัจจัยหลัก หรือกึ่งอุตสาหกรรม, หรือ เชื้อถือ หรือเป็นสกุลเงินตราประเทศของตนเอง ครอบคลุมไปหลาย ๆ ประเทศ ซึ่งในประเด็น  
ลักษณะอุตสาหกรรมเดิมที่ เป็นต้น ทั้งนี้บาง อุปสรรคลักษณะอื่น อาทิ การถูกจำกัดการนำ ที่มีผลกระทบ คือ ด้านค่าใช้จ่าย, การกำกับ  
ประเทศอาจไม่ใช้ลักษณะใดโดยเฉพาะ แต่ เงินตราออกนอกประเทศไปถึงภาวะผูกผันของ การจัดการการตลาดต่างประเทศ, สายผลิตภัณฑ์  
อาจเป็นประเภทประสมประสานของประเภท ค่าเงินตราระหว่างประเทศ ตลอดจนการสื่อสารทางธุรกิจซึ่งจะมีปริมาณ  
ต่าง ๆ ข้างต้น

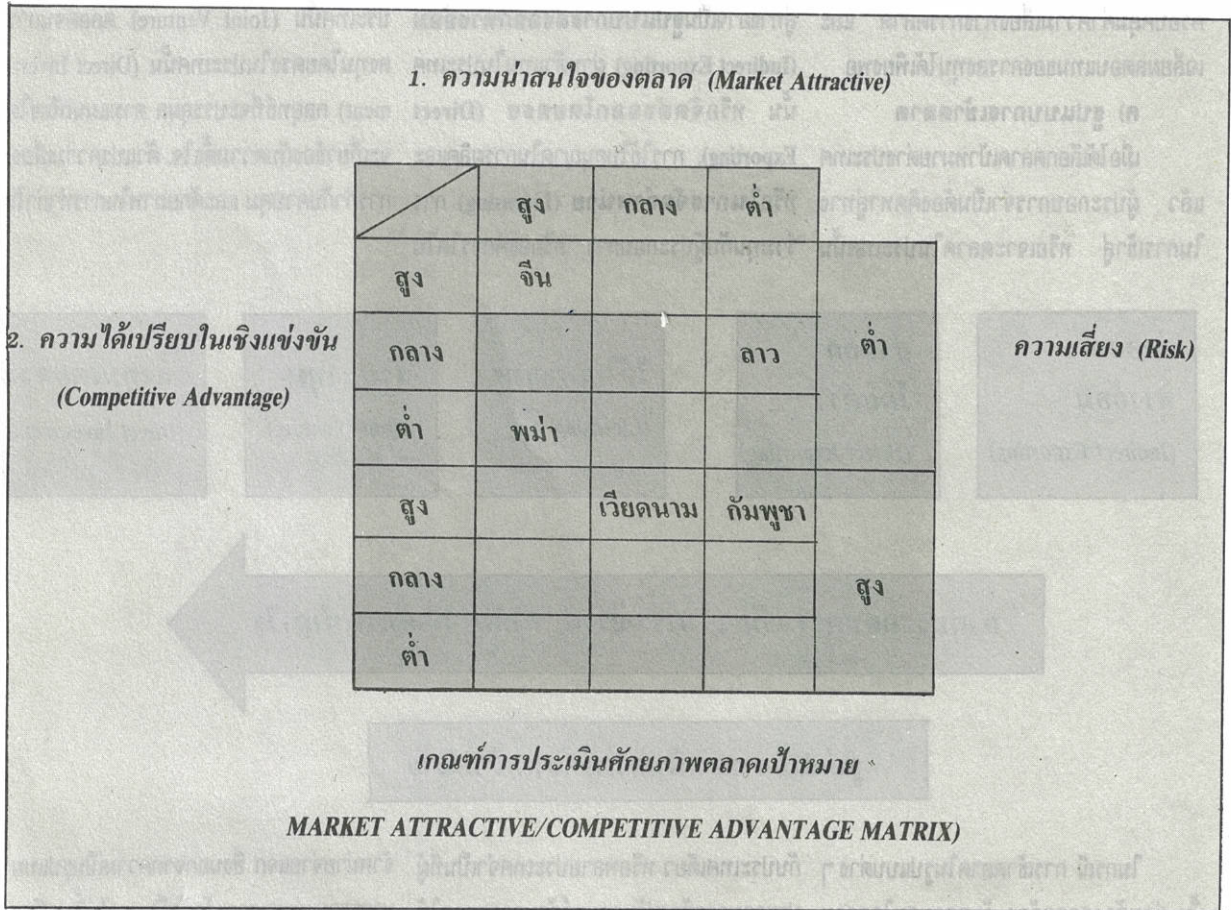
1.3) การกระจายรายได้ กรณีนี้จะ ราชการ หากหน่วยราชการไม่อำนวยหรือ 3. ควรพิจารณา ประเภทองค์ประกอบ  
สอดคล้องกับลักษณะโครงสร้างทางเศรษฐกิจ ด้อยประสิทธิภาพกับการประกอบธุรกิจระหว่าง ของตลาดลูกค้าในต่างประเทศ อาทิ องค์  
ตลอดจนผลกระทบจากระบบการเมืองด้วย ประเทศย่อมก่อให้เกิดปัญหาทางธุรกิจ อาทิ ประกอบด้านรายได้ จำนวนและลักษณะของ  
ซึ่งโครงสร้างอาจพิจารณาเป็น 5 รูปแบบ ขั้นตอนและความล่าช้าในการออกใบอนุญาต ประชากร, ผลิตภัณฑ์และบรรยากาศทางการ  
คือ ประเภทรายได้ครอบคลุมกว้างต่ำ, ประเภท หรือการดำเนินการในเรื่องพิธีศุลกากร ข้อมูล เมือง ประกอบกันด้วย เป็นต้น  
รายได้ต่ำมากและสูงมาก, ประเภทระดับต่ำ ต่าง ๆ ไม่เพียงพอหรือไม่ทันสมัย เป็นต้น

กลางและสูงและประเภทรายได้ส่วนใหญ่ระดับ 3) ด้านวัฒนธรรม ในแต่ละประเทศ อย่างไร? จากกลุ่มประเทศที่เลือกเพื่อพิจารณา  
ปานกลาง เป็นต้น ย่อมมีค่านิยมและประเพณีปฏิบัติตลอดจน ลักษณะแปลกเฉพาะของตนเอง ผู้ประกอบ นั้นผู้ประกอบการจะต้องคัดเลือกประเทศที่เป็น  
2.4) ความยุ่งยากในการติดต่อ ราชการ หากหน่วยราชการไม่อำนวยหรือ 3. ควรพิจารณา ประเภทองค์ประกอบ  
ด้อยประสิทธิภาพกับการประกอบธุรกิจระหว่าง ของตลาดลูกค้าในต่างประเทศ อาทิ องค์  
ประเทศย่อมก่อให้เกิดปัญหาทางธุรกิจ อาทิ ประกอบด้านรายได้ จำนวนและลักษณะของ  
ขั้นตอนและความล่าช้าในการออกใบอนุญาต ประชากร, ผลิตภัณฑ์และบรรยากาศทางการ  
หรือการดำเนินการในเรื่องพิธีศุลกากร ข้อมูล เมือง ประกอบกันด้วย เป็นต้น

ข) ประเมินตลาดเป้าหมาย  
ย่อมมีค่านิยมและประเพณีปฏิบัติตลอดจน ลักษณะแปลกเฉพาะของตนเอง ผู้ประกอบ นั้นผู้ประกอบการจะต้องคัดเลือกประเทศที่เป็น  
ลักษณะแปลกเฉพาะของตนเอง ผู้ประกอบ นั้นผู้ประกอบการจะต้องคัดเลือกประเทศที่เป็น  
ลูกค้าเป้าหมายอย่างไรดี? ผู้ประกอบการอาจ  
ประเทศซึ่งแตกต่างกันออกไป อาทิ ในแง่แนว พิจารณายให้กับประเทศเพื่อนบ้านใกล้เคียง  
ความคิด การปฏิบัติการตลอดจนมารยาท จะดีกว่าตลาดที่อยู่ห่างไกล เพราะลักษณะ  
จารีตประเพณี และพฤติกรรมซึ่งเป็นเรื่องต้อง ความคล้ายคลึง, ความเข้าใจ, ความสะดวก,  
ศึกษาให้ดีกว่าก่อนที่จะเข้าสู่ตลาดในวัฒนธรรม ค่าใช้จ่ายทางการตลาด, ค่าขนส่งที่น้อยกว่า  
ของชาตินั้น ๆ เป็นต้น แต่ทั้งนี้หลักใหญ่ต้องพิจารณารณีของ

2.1) ทศนคติในการซื้อสินค้าต่าง ชาติ บางประเทศยินดี บางประเทศต่อต้าน 4) ด้านภาวะการณ์ธุรกิจ ปกติฐาน ความน่าสนใจของตลาด (Market Attrac-  
กรณียต่อต้านอาจเป็นรูปแบบกำแพงภาษี, จำกัด (Norm) และพฤติกรรมปฏิบัติการทางธุรกิจ tiveness) และความได้เปรียบกว่าในทางการ  
นำเงินตราเข้าออกในประเทศ, ขั้นตอนภายใน มีความแตกต่างกันในแต่ละประเทศ ซึ่งการได้ แข่งขัน (Competitive Advantage)  
ยุ่งยากก่อปัญหา ตลอดจนสร้างความรำคาญ รับข้อมูลสรุปก่อนการเจรจาต่อรองทางธุรกิจ  
เป็นสิ่งที่จำเป็น  
เกณฑ์การประเมินศักยภาพตลาดเป้า  
หมาย  
ในการประเมินศักยภาพ ของตลาดแต่

2.2) เสถียรภาพทางการเมือง ก่อนเริ่มประกอบการตลาดต่างประเทศ ควร ละประเทศ อาจใช้เกณฑ์พิจารณาในด้าน  
เป็นความเสี่ยงกรณีบางประเทศขาดเสถียรภาพ ที่ผู้ประกอบการจะได้พิจารณาวัตถุประสงค์และ ความน่าสนใจ (Market Attractiveness) และ  
ทางการเมือง อาทิ มีการปฏิวัติบ่อยครั้ง และ นโยบายด้านการตลาดต่างประเทศของตนเสีย ความได้เปรียบกว่า ในเชิงการแข่งขัน (Com-  
ถ้าขั้นรุนแรงทุกครั้งด้วยก็ยิ่งเป็นความเสี่ยง ก่อน อาทิ petitive Advantage) โดยให้พิจารณารูปแบบ  
มากยิ่งขึ้น ซึ่งย่อมกระทบต่อนโยบายการค้า ก. กำหนดวัตถุประสงค์และนโยบาย และตัวอย่างดังนี้.  
ระหว่างประเทศ ตลอดจนนโยบายทางการ ของกิจการ



**เกณฑ์ประเมินศักยภาพตลาดเป้าหมาย**  
 สมมุติว่า ผู้ส่งออกของไทย พิจารณาติดต่อธุรกิจกับประเทศต่าง ๆ ดังระบุในแผนภูมิข้างต้นโดยพิจารณาจากอัตราความเสี่ยงว่าอยู่ในกลุ่มสูงหรือต่ำ (แกนตั้งด้านขวามือ) จากนั้นให้พิจารณาสอดคล้องในด้านความน่าสนใจของตลาด (Market Attractive) (แกนนอนด้านบน) และ ความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน (Competitive Advantage) (แกนตั้งด้านซ้าย) ซึ่งจะพิจารณากรณี เช่น จีนมีอัตราความเสี่ยง ซึ่งพิจารณาแล้วว่า "ต่ำ" จากนั้นเป็นตลาดที่น่าสนใจมากและความได้เปรียบของไทยเมื่อเทียบกับคู่แข่ง การเปิดตลาดใน "จีน" แล้วเรามีโอกาสหรือศักยภาพสูงกว่าคู่แข่งมากเป็นต้น.

นอกจากการใช้เกณฑ์ประเมินเกี่ยวข้องกับ

กันแล้ว ควรพิจารณาประกอบในการประเมินสถานการณ์ด้านการตลาดดังนี้-

**1. ประเมินศักยภาพตลาดในปัจจุบัน** โดยพิจารณายอดขายรวม (Aggregate Sales) ของทั้งตลาดและในแต่ละส่วนของตลาด โดยอาจใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Sources) ซึ่งเป็นข้อมูลตีพิมพ์เผยแพร่ ตลอดจนงานโดยการสัมภาษณ์โดยตรง (Primary Sources)

**2. พยากรณ์ศักยภาพตลาดในอนาคต** ตลอดจนจนความเสี่ยงทั้งนี้เป็นงานค่อนข้างยากซึ่งเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบและตัวแปรในเชิงเศรษฐกิจและการเมืองอันจะมีผลกระทบในการประกอบธุรกิจ

**3. พยากรณ์ศักยภาพในการขาย** โดยการตั้งเป้าหมายยอดขาย เพื่อการมีส่วนร่วม

แบ่งตลาด (Market Share) ตามต้องการ โดยพิจารณาเชิงกลยุทธ์จากความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน

**4. พยากรณ์ต้นทุนและกำไร** ทำการประเมินต้นทุนของการรณรงค์กลยุทธ์ทางการตลาด หากเป็นการส่งออก หรือมีใบอนุญาตต้นทุนย่อมแจ่มแจ้งในแผน หากมีการตั้งโรงงาน ต้นทุนประมาณการจะขึ้นกับองค์ประกอบของแรงงาน, ภาษี, ค่าใช้จ่ายในธุรกิจ เป็นต้น เมื่อหักประมาณการต้นทุนขายจากประมาณการยอดขายแล้ว ก็จะได้ตัวเลขกำไร ในแต่ละปีของแผนนั้น

**5. ประเมินผลตอบแทนของการลงทุน** การพยากรณ์รายได้ ควรสัมพันธ์กับการลงทุนเพื่อจะได้สัดส่วนผลตอบแทน ซึ่งคงต้องประมาณการค่อนข้างสูงไว้ เพื่อจะได้

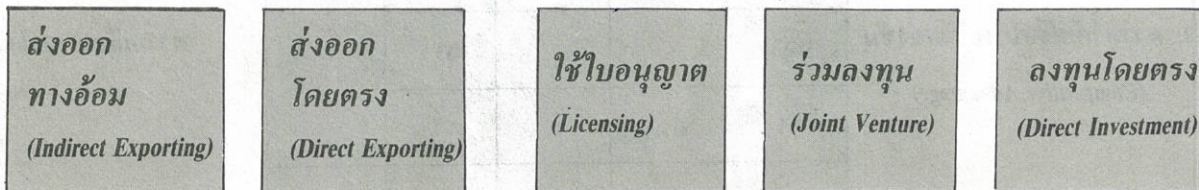
ครอบคลุมค่าความเสี่ยงทางการตลาด และ  
เฉลี่ยผลตอบแทนของการลงทุนได้เพียงพอ

**ค) รูปแบบการเข้าตลาด**

เมื่อได้เลือกตลาดเป้าหมายต่างประเทศ  
แล้ว ผู้ประกอบการจำเป็นต้องคิดหาช่องทาง  
ในการเข้าสู่ หรือเจาะตลาดในประเทศนั้น

สู่ทางอาจเป็นรูปแบบการส่งออกทางอ้อม  
(Indirect Exporting) ผ่านตัวแทนในประเทศ  
นั้น หรือจัดส่งออกโดยตรง (Direct  
Exporting), การใช้ใบอนุญาตในการผลิตและ  
หรือในการจัดจำหน่าย (Licensing) การ  
ร่วมทุนกับผู้ประกอบการ หรือองค์การใดใน

ประเทศนั้น (Joint Venture) ตลอดจนการ  
ลงทุนโดยตรงในประเทศนั้น (Direct Invest-  
ment) กลยุทธ์ที่จะบรรลุผล ตามแผนเพียงใด  
จะเกี่ยวข้องกับความตั้งใจ, ตัวแปรความเสี่ยง,  
การกำกับควบคุม และศักยภาพในการทำกำไร



องค์ประกอบความเสี่ยง, การรณรงค์, กำกับ, ศักยภาพทำกำไร

**รูปแบบการดำเนินการสู่ตลาดเป้าหมาย**

ในกรณี การเข้าตลาดในรูปแบบต่าง ๆ  
นั้น ย่อมต้องสอดคล้อง กับความสนใจความ  
เหมาะสม ศักยภาพต่าง ๆ ตลอดจนโอกาสและ  
ข้อจำกัด ซึ่งต้องทบทวน.

**ง. การวางแผนการตลาด**

การดำเนินการทางการตลาดไม่ว่าจะ

กับประเทศเดียว หรือหลายประเทศจำเป็นต้อง  
ประกอบการต้องปรับกลยุทธ์ด้านการตลาดให้  
สอดคล้อง หรือเข้ากับสภาพท้องถิ่น อาทิ  
บริษัทข้ามชาติหลายแห่ง ใช้กลยุทธ์มาตรฐาน  
เดียวกับทุกตลาดเหมือนกันหมด ไม่ว่าจะรูป  
แบบมาตรฐานด้านผลิตภัณฑ์, โฆษณา, การ

จำหน่ายจ่ายแจก ซึ่งนอกจากความเป็นรูปแบบ  
มาตรฐานและสะดวกแล้วยังเป็นการไม่สิ้นเปลือง  
ค่าใช้จ่าย เพราะไม่มีการเปลี่ยนแปลงในเนื้อหา  
หลัก หรือหากกรณีอื่นอาจใช้กลยุทธ์ส่วนผสม  
ทางการตลาดลักษณะเฉพาะกับท้องถิ่นนั้น ๆ  
(CUSTOMIZED MARKETING MIX)

กลยุทธ์การส่งเสริมตลาด		
ปรับเปลี่ยน		ไม่เปลี่ยน
ผลิตภัณฑ์		
ไม่เปลี่ยน	ปรับเปลี่ยน	สร้างใหม่
1. ใช้โดยตรงของบริษัทแม่	3. เปลี่ยนผลิตภัณฑ์	5. สร้างผลิตภัณฑ์ขึ้นใหม่
2. ปรับการสื่อความหมาย	4. เปลี่ยนทั้งผลิตภัณฑ์ และส่งเสริมตลาด	

กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการตลาดต่างประเทศ

โดยปรับให้เข้ากับตลาดเป้าหมายในแต่ละตลาดเป้าหมายในท้องถิ่นนั้น ๆ ซึ่งต้องใช้ค่าใช้จ่ายมากขึ้น แต่ก็ย่อมหวังส่วนครองและส่วนแบ่งตลาดตลอดจนผลตอบแทนที่มากขึ้น

จากแผนภูมิข้างต้นของศาสตราจารย์ วาเลนซ์ คีเกน ได้ให้หลักกลยุทธ์ 5 ส่วนเพื่อการปรับเปลี่ยนกรณีผลิตภัณฑ์และส่งเสริมตลาดต่างประเทศตามระบุไว้

(ก) **ผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการตลาด**

1) **กรณีผลิตภัณฑ์**

1.1 **การใช้ผลิตภัณฑ์โดยตรงจากบริษัทแม่ (STRAIGHT EXTENSION)**  
โดยผลิตภัณฑ์ไม่มีการเปลี่ยนแปลงเพื่อเสนอกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ผลิตภัณฑ์ที่ประสบความสำเร็จในลักษณะนี้ จะเป็นสินค้าประเภท กล้องถ่ายรูป เครื่องไฟฟ้าอิเล็กทรอนิกส์ เครื่องมือกลหลายชนิด กรณีประสบความสำเร็จมีมาก โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ซึ่งจะมีลักษณะต่างกันด้านวัฒนธรรมหรือรสนิยมการยอมรับ อาทิ ซุปแบบเข้มข้นของสหรัฐอเมริกาเพื่อให้ได้ปริมาณมากแต่เป็นที่เข้าใจผิดหรือไม่ยอมรับ เพราะคิดว่ากระป๋องเล็กราคาแพงกว่าในอังกฤษ เป็นต้น

1.2 **การปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์** โดยดัดแปลงให้สอดคล้องกับความต้องการหรือความนิยมของท้องถิ่นนั้น

1.3 **การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่** อาจผลิตใหม่ในรูปแบบสองรูปแบบคือ การผลิตในเชิงย้อนหลัง เชิงเทคโนโลยีซึ่งจะเป็นสินค้าที่สอดคล้องกับประโยชน์ใช้งานของท้องถิ่นแทนที่จะเป็นผลิตภัณฑ์ทันสมัยล่าสุดทางเทคโนโลยี อีกลักษณะคือผลิตก้าวไปข้างหน้าเชิงเทคโนโลยี โดยสอดคล้องกับความต้องการในอีกประเทศหนึ่งเช่นการวิจัยเพื่อผลิตอาหารที่ใช้วัตถุดิบของท้องถิ่นแต่สกัดให้ได้คุณค่าอาหารสูงเหมาะกับคนยากจนในประเทศทาง

# EVEN A GOOD PRODUCT NEEDS A WELL-TRAINED SALES FORCE



อาฟริกา เป็นต้น

2) **กรณีส่งเสริมการตลาด กรณีนี้**

อาจใช้แบบแผนของบริษัทแม่หรือ

2.1 **ปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับท้องถิ่น**

อาทิ การพิจารณาข้อความสื่อสาร โดยอาจใช้รูปแบบเนื้อหาเดียวกันแต่แตกต่างกันในส่วนของภาษาในแต่ละประเทศ ตลอดจนอาจปรับเปลี่ยนชื่อ และสีสรรให้สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ไปด้วย

2.2 **อีกลักษณะอาจกระทำโดยใช้แนว**

คิดเดียวกัน แต่ปรับให้สอดคล้องเฉพาะตามแต่คุณค่าที่เหมาะสมของแต่ละประเทศซึ่งอาจหมายถึงการปรับปรุงรูปแบบสื่อความตลอดจนแนวคิดของผลิตภัณฑ์ก็ได้

(ข) **กลยุทธ์ด้านราคาและกลยุทธ์การจัดจำหน่าย**

3) **กลยุทธ์ด้านราคา** การกำหนดนโยบายเรื่องราคามีทางเลือกอยู่ 3 วิธีคือ

3.1 **กำหนดราคาโดยใช้เกณฑ์ราคาเดียวกันทั้งหมด (Uniform Price)**

3.2 **กำหนดราคาเท่าที่ตลาดแต่ละท้องถิ่นจะรับได้ (Market Based Price)**

ซึ่งอาจไม่สอดคล้องกับต้นทุนก็ได้

3.3 **กำหนดราคาขึ้นกับต้นทุน**

(Cost Based Price) โดยใช้เกณฑ์กำไรมาตรฐานเป็นดัชนีต่อต้นทุนในตลาดนั้น

3.4 **กลยุทธ์การจัดจำหน่าย** ผู้

ประกอบการควรมองภาพรวมของช่องทางเพื่อจะได้ทราบและเข้าใจถึงการส่งผ่านหรือแจกกระจายผลิตภัณฑ์ให้ถึงมือผู้ซื้ออย่างได้ประสิทธิผลและมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะพิจารณาเกี่ยวข้องกับจำนวนและประเภทของคนกลางในการบริการตลาดในแต่ละตลาดต่างประเทศ

**แนวทางที่ได้กล่าวมาในบทข้อ**

**เขียนพอจะเป็นแนวทางให้เห็นภาพรวมของการจัดการตลาดต่างประเทศได้บ้าง ส่วนในรายละเอียดจะเป็นสิ่งที่ต้องค้นคว้าศึกษาและวิเคราะห์ไปในแต่ละกรณี แล้วว่าท่านผู้อ่านจะได้ประโยชน์พอเป็นแนวทางและข้อสังเกตในการหาช่องทางการตลาดสากล เพื่อความสำเร็จของท่านและประเทศชาติโดยส่วนรวมต่อไป**





# ความยิ่งใหญ่

ของ

## อุตสาหกรรมรถยนต์ข้ามชาติ

# บริษัท ฮอนด้า คาร์ส มอเตอร์ จำกัด



แปลและเรียบเรียงจาก

Okubo Satochi "Management Philosophy and Practice at Honda Motor Co.,Ltd." AOTS Quarterly. 107:Spring 1988.



\* ไสเมสกา ว ลนทวงศ ฒ อยุธยา

ในปัจจุบันเมื่อเอ่ยถึงชื่อรถยนต์ยี่ห้อฮอนด้า แทบจะไม่มีใครเลยที่ไม่รู้จัก และซีวิค จะเห็นได้ว่ารถยนต์ฮอนด้าได้รับการต้อนรับจากผู้ใช้ในประเทศต่างๆ ทั่วโลก โดยเฉพาะผู้ใช้ในอเมริกา ซึ่งจากแหล่งข่าวได้กล่าวว่า ภายในปีค.ศ. 1988 ปริมาณการผลิตรวมของรถยนต์ฮอนด้าในอเมริกา เป็นจำนวนถึง 3.6 แสนคัน หรือผู้ใช้ในแถบประเทศทางเอเชีย นับตัวเลขยอดขายรวมจากเดือนมีนาคม 1986 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ 1987 ตกถึง 2,869,300,000,000 เยน ซึ่งสรุปได้ว่า เป็นรายได้จากยอดขายในต่างประเทศทั่วโลกถึง

68.6% บริษัท ฮอนด้า มอเตอร์ เป็นบริษัท อุตสาหกรรมผลิตรถยนต์ข้ามชาติที่มีฐานในการผลิตกระจายอยู่ในประเทศต่างๆ ทั่วโลก หรือในจำนวน 35 ประเทศของโลกจะมีโรงงานผลิตรถยนต์ ฮอนด้า มอเตอร์ไปตั้งอยู่ถึง 65 โรงงาน และตลาดที่ทำเงินรายได้ให้แก่ฮอนด้า มอเตอร์มากที่สุดก็คือ ประเทศต่างๆ ในแถบภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ในประเทศไทยเราบ้าง จากข้อมูลที่ได้มาคือปีพ.ศ. 2527 บริษัท ฮอนด้า คาร์ส (ประเทศไทย) จำกัดนี้ได้ก่อตั้งขึ้นเมื่อเดือน สิงหาคม 2526 โดยมีทุนจดทะเบียน 40 ล้านบาท บริษัทนี้ตั้งขึ้นได้

ปีจึงนำเอารถยนต์นั่งส่วนบุคคล "ฮอนด้า แอคคอร์ด" ออกสู่ตลาดในเดือนพฤษภาคม 2527 และต่อมาในเดือน กรกฎาคม 2527 จึงนำเอา "ฮอนด้า ซีวิค" ออกสู่ตลาด ในปีแรกที่ฮอนด้าเข้าสู่ตลาดวงการรถยนต์เมืองไทยนั้นขายได้ 786 คัน คิดเป็น 2.5% ของส่วนแบ่งตลาดรถยนต์ทั้งหมด และยอดขายเป็นอันดับ 8 พอมาปี 2528 ฮอนด้า สามารถขยับขึ้นมาอยู่ในอันดับที่ 7 มีสัดส่วนการตลาดเพิ่มขึ้นเป็น 4.3% โดยขายได้ 952 คัน ปี 2529 ยังคงอยู่ในอันดับ 7 เช่นเดิมแต่สัดส่วนทางการตลาดลดลงเหลือ 3.9% จำนวนที่ขายได้ คือ 875 คัน ในปี 2530 ความนิยมของลูกค้าต่อรถยนต์ ฮอนด้า เพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด โดยฮอนด้า

\* หัวหน้าภาควิชาการบริหารอุตสาหกรรม คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

: M.B.A. (General Management) United States International University, U.S.A.

สามารถได้อันดับขึ้นมาว่าส่วนแบ่งตลาดในอันดับ 3 คิดเป็น 12.7% ของรถยนต์ที่ขายในตลาดทั้งหมด และคิดเป็นจำนวน 3,405 คัน และครองส่วนแบ่งตลาดในอันดับ 2 ด้วยอัตรา 17.4% ในปี 2531 โดยขายได้ 6,735 คัน ส่วนในปีพ.ศ. 2532 ถึงเดือนมีนาคมสามารถขายได้จำนวน 2,474 คันและคิดเป็น 22.7% และยังคงครองส่วนแบ่งตลาดเป็นอันดับ 2 อยู่

จากข้อมูลข้างต้นของ**บริษัท ฮอนด้า คาร์ส** ทั้งในต่างประเทศ และประเทศไทย จะเห็นว่าอุตสาหกรรมผลิตรถยนต์ข้ามชาติ ฮอนด้า ประสบความสำเร็จอย่างงดงามในความสามารถเบียดเข้าสู่ตลาด และการยึดครองส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มขึ้น ๆ

**ปรัชญาการบริหารเชิงปฏิบัติการของ ฮอนด้า มอเตอร์.....**

ฮอนด้า เป็นบริษัทที่มีจุดเน้นอยู่ที่การปฏิบัติการที่ต้องลงมือทำกันจริง ๆ จัง ๆ มากกว่าจะมานั่งหรือพูดกันถึงแต่ทฤษฎีต่าง ๆ ไปเรื่อย ๆ ถ้าจะกล่าวกันไปแล้ว การลงทุนของบริษัทข้ามชาติในประเทศต่าง ๆ อาจจะพบกับอุปสรรค หรือข้อจำกัดบางอย่างก็ได้เช่น ความแตกต่างกันในด้านบุคลิกภาพของคนประจำชาติ โครงสร้างพื้นฐานทางสังคม, ประวัติศาสตร์, ภูมิหลังความเป็นมาแต่ก่อน, และวัฒนธรรมประจำชาติ...ต่าง ๆ เหล่านี้จะ เป็นปัจจัยหลัก ๆ ที่ชี้ให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างกันของทั้ง 2 ฝ่ายที่เข้ามาดำเนินธุรกิจร่วมกัน โดยเฉพาะเป็นปัจจัยหลัก ๆ ที่อาจก่อให้เกิดแนวความคิดที่แตกต่างกันอย่างสิ้นเชิงก็ได้

แต่อย่างไรก็ตามเนื่องจากจุดกำเนิดของฮอนด้า นั้นได้เริ่มต้นที่ประเทศญี่ปุ่น ฉะนั้นเรา

คงต้องเริ่มศึกษาถึงบุคลิกลักษณะของประเทศนี้เสียก่อน สิ่งแรกที่ถือเป็นประเด็นสำคัญก็คือ ความกลมกลืนทางด้านเชื้อชาติ กล่าวคือคนชาติญี่ปุ่นทุกคนจะมีสีผมและสีผิวเดียวกัน รวมทั้งพูดภาษาเดียวกัน ซึ่งสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะทำให้สังคมญี่ปุ่นเป็นสังคมที่เปิดกว้างสำหรับชนชั้นต่าง ๆ ในสังคมนั่นเอง ประเด็นที่สองได้แก่ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับประเพณีการจ้างงานที่ยาวนานตลอดชีวิต ซึ่งจะเห็นได้จากนโยบายเน้นความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดระหว่างพนักงานกับฝ่ายบริหาร คือบริษัทจะยินยอมให้ลูกจ้างทุกคนมีสิทธิ์ในการตัดสินใจเท่า ๆ กัน ทำให้เกิดความกลมกลืนกันระหว่างคนงานและฝ่ายบริหาร

ดังจะเห็นได้จากนโยบายการบริหารตาม **"หลักการของบริษัท"** ที่ว่า การบริหารงานของบริษัทที่ดีนั้น ต้องขึ้นอยู่กับความไว้วางใจระหว่างฝ่ายบริหารกับฝ่ายลูกจ้าง ได้แก่การเปิดโอกาสให้ฝ่ายพนักงานได้เข้ามามีส่วนร่วมในกรบรรลุซึ่งเป้าหมายร่วมกัน และแนวความคิดนี้ต้องเป็นที่เข้าใจและได้รับการสนับสนุนโดยบรรดาลูกจ้างของบริษัท เพื่อที่จะเป็นหนทางเพิ่มความสามารถของแต่ละบุคคลด้วย

**ทรัพยากรอันล้ำค่ามากที่สุดก็คือ...คน**  
เมื่อกล่าวถึงทรัพยากรทางการบริหาร เรามักจะทราบกันดีว่าเป็นที่รวมของ**คน, วัสดุ, อุปกรณ์, เงิน, ข้อมูลข่าวสารทางการบริหาร, กระบวนการผลิต และจังหวะเวลา** แต่ทรัพยากรตัวที่สำคัญมากที่สุดก็คือ**คน** หรือกล่าวได้อีกนัยหนึ่งว่า พื้นฐานของการบริหารก็คือ การสร้างระบบที่จะช่วยส่งเสริมอุปนิสัยใจคอ และความถนัดของพนักงานแต่ละคน, สร้างเสริมทักษะการทำงาน

ต่าง ๆ ร่วมกันในองค์กร อันเป็นสิ่งที่จะทำให้เกิดการสร้างสรรค์องค์การให้บรรลุถึงเป้าหมายได้และเกิดสัมฤทธิ์ผลขึ้นได้

ดังจะเห็นได้จากคำกล่าวของบริษัทที่ปรึกษาทางการบริหารของบริษัทที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันดีในชื่อ McKinsey & Company ว่าการที่บริษัทต่าง ๆ ที่เป็นบริษัทดีเด่นขึ้นมาได้นั้นก็สืบเนื่องมาจากการที่บริษัทต่าง ๆ เหล่านี้ให้ความสำคัญกับ**ปรัชญาทางการบริหาร (Corporate Philosophy)** ว่าเป็นสิ่งที่ต้องถูกเสริมสร้างลงไปในทุกองพื้นที่ขององค์กร **พื้นฐานของปรัชญาทางการบริหาร (The Foundation of Management Philosophy หลักการของบริษัท**

จุดเริ่มต้นของปรัชญาทางการบริหารของ บริษัท ฮอนด้า คาร์ส ได้แก่ หลักการของบริษัทที่ได้กล่าวเน้นว่า **"จะต้องดำรงรักษาไว้ซึ่งนโยบายการค้าร่วมกันในระหว่างประเทศ"** กล่าวคือ ฮอนด้าได้มีนโยบายตั้งมั่นใน **"การจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพเยี่ยมที่สุด...ในราคายุติธรรมโดยเข้าใจถึงความต้องการ และสามารถสนองตอบต่อความพอใจของลูกค้าทั่วโลกได้"**

**ลูกค้าของฮอนด้ามีอยู่ทั่วมุมโลก...**  
เนื่องจากลูกค้าของฮอนด้า นั้นเป็นลูกค้าที่มีลักษณะเฉพาะ ฉะนั้นการที่ฮอนด้าจะสามารถสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นแก่ลูกค้าได้ก็โดยต้องทำการคาดการณ์เกี่ยวกับความต้องการของลูกค้า ความคาดหวังที่จะใช้รถที่มีคุณภาพดีที่สุดของลูกค้า จึงทำให้ฮอนด้าต้องเพิ่มประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น ซึ่งประสิทธิภาพของสินค้าก็หมายรวมไปถึงขบวนการผลิตรถยนต์ที่ดีที่สุด ก้าวล้ำนำหน้ารถยนต์ยี่ห้ออื่น ๆ หรือการเน้นภาพพจน์ของรถว่ามี

ความปลอดภัยในการขับขี่ และรวมทั้งการเน้น การไปตั้งกิจการผลิตและจำหน่ายสินค้าไป ได้หลาย ๆ ทาง ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับ ความสำคัญโดยมุ่งไปที่ความพอใจของลูกค้า ด้วยที่ตลาดต่าง ๆ เหล่านี้ นโยบายการ ลักษณะสภาวะแวดล้อมของชาตินั้น ๆ ที่สอดคล้อง ในการตัดสินใจว่าผลิตภัณฑ์ของฮอนด้า นั้น ดำเนินงานตามหลักการของบริษัทจึงมีการเน้น เข้าไปดำเนินการอยู่ ต้องเปี่ยมไปด้วยคุณภาพ ซึ่งเมื่อลูกค้าตัดสินใจ ในหลักการดำเนินงานให้สินค้าที่ผลิตออกมา แนวทาง หรือนโยบายการดำ- ชื่อก็จะได้รับสินค้าที่มีคุณค่าเหมาะสมกับราคา เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวาง การดำเนินงาน เน้นการของอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ บวกกับการได้รับบริการที่ดีเยี่ยมจากบริษัท ให้ชุมชนในท้องถิ่นที่ฮอนด้าดำเนินกิจการอยู่ ในต่างประเทศของบริษัท ฮอนด้า คาร์ส ฮอนด้าอีกด้วย นั่นคือราคาที่ยึดธรรมนั่นเอง นั่นเกิดการยอมรับว่า ฮอนด้าเป็นสมาชิกที่ดี จากัด.....

เมื่อฮอนด้ามีการขยายกิจการ, ฐาน ในชุมชนแห่งนั้นด้วย นอกจากนั้นการดำเนิน กล่าวได้ว่ากลยุทธ์การดำเนินงานของ การผลิตไปยังต่างประเทศ โดยเฉพาะเลือก นโยบายของบริษัท ฮอนด้า อุตสาหกรรม บริษัท ฮอนด้า คาร์ส จากัด นั้นมีทิศทาง เขาแหล่งผลิตต่าง ๆ ในหลายประเทศที่มีความ รถยนต์ข้ามชาติก็ยิ่งเน้นให้มีลักษณะที่ยืดหยุ่น หลัก ๆ อยู่ 3 ด้านด้วยกัน (พิจารณาจาก ต้องการในตัวสินค้าของเขาอยู่ ฮอนด้าก็จะทำ เปลี่ยนแปลง และปรับแนวทางของการดำเนินการ ตารางที่ให้มาข้างล่างนี้ประกอบด้วย).

**กลยุทธ์หลักในการดำเนินงานของฮอนด้าคาร์สข้ามชาติ**

	วิศวกรรม	การตลาด	การบริหาร
<b>ความคิดริเริ่ม</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความเป็นเอกลักษณ์ (ไม่ลอกเลียนแบบเทคโนโลยีของผู้อื่น)</li> <li>- การยอมรับและเคารพในเทคโนโลยีของกันและกัน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การให้ความสำคัญกับแรงผลักดันต่าง ๆ</li> <li>- ความมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การบริหารแบบแยกเป็นเอกเทศ</li> <li>- ความอิสระในการบริหาร</li> <li>- เน้นความชำนาญ</li> </ul>
<b>ธุรกิจในระดับโลก</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เทคโนโลยีที่ก้าวหน้าทันสมัย</li> <li>- นโยบายการดำเนินการผลิตในระดับท้องถิ่น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การลงทุนโดยตรง</li> <li>- ความสมดุลกันของการส่งสินค้าเข้าและการส่งสินค้าออก</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การแข่งขันแบบเสรีภายใต้ความเหมาะสมและยุติธรรม</li> <li>- ปราศจากอคติหรือความลำเอียง</li> </ul>
<b>ความเป็นที่ยอมรับ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- คุณภาพสูง</li> <li>- เน้นการให้บริการหลังการขายดีเยี่ยมยอด</li> <li>- การนำเอาเทคโนโลยีมาใช้เพื่อสนองความต้องการที่ตรงจุด</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- แนวทางการเอาใจใส่ลูกค้าอย่างใกล้ชิด</li> <li>- ตระหนักถึงความต้องการของลูกค้าว่ามีอยู่อย่างหลากหลาย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บริหารให้ถูกทาง, มอข, วิเคราะห์ให้ตรงจุดและหันหน้าเข้าหาความเป็นจริง</li> <li>- ทุกคนต่างก็มีเป้าหมายอย่างเดียวกันคือความสัมฤทธิ์ผลขององค์กร</li> </ul>

สังคมในสังคมโลกปัจจุบันนี้ การแข่งขันกันทางด้านเทคโนโลยีและการบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุด การให้บริการที่ดีเยี่ยมเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับทุกองค์กร การให้บริการที่ดีเยี่ยมเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับทุกองค์กร การให้บริการที่ดีเยี่ยมเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับทุกองค์กร

**1. ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์งาน (Creativity)** ซึ่งปรากฏอยู่ในชื่อ Engineering นั้น มีการเน้นถึง “Uniqueness” หรือความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นเฉพาะตัวซึ่งก็หมายถึง ฮอนด้าจะไม่ลอกเลียนแบบเทคโนโลยีของผู้อื่น แต่จะพยายามพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ด้วยตนเอง โดยจะเห็นได้จากหน่วยงานวิจัยและพัฒนาของฮอนด้าคาร์ลส์ ที่ดำเนินการค้นคว้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่อย่างต่อเนื่องไม่หยุดยั้ง ในทางกลับกัน ฮอนด้าก็ยังใช้หลักการเคารพและยอมรับในแนวความคิด และการสร้างสรรค์ทางเทคโนโลยี กล่าวคือถ้าฮอนด้าประสบกับการที่จะต้องตัดสินใจยอมแพ้ ความคิดของผู้อื่นมาใช้ ก็จะต้องมีการจ่ายค่าตอบแทนให้อย่างเหมาะสม

**การบริหารงานสไตล์สร้างสรรค์ (Creativity in Management)**

ตามหลักการพื้นฐานของการอยู่ร่วมกันของหมู่คณะนั้น เราย่อมตระหนักกันดีอยู่แล้วว่าพนักงานในบริษัทนั้นย่อมมีความแตกต่างกันในปัจจุบันบุคคลอยู่แล้ว เช่นต่างกันในทัศนคติ, ความคิด, ทักษะ, อุนิสัยใจคอ เป็นต้น แต่ทุกคนที่อยู่ภายในบริษัทต่างก็ทำงานโดยมีเป้าหมายเดียวกัน มีความรู้สึกมีคุณค่าความผูกพันร่วมกันว่า ต่างก็ทำงานอย่างทุ่มเทกายใจเพื่อองค์การโดยส่วนรวมทั้งสิ้น ซึ่งบริษัท ฮอนด้า คาร์ลส์จะตระหนักดีในประเด็นนี้ ฉะนั้นบริษัทจึงให้ความสำคัญกับหลักการมีส่วนร่วมแก่พนักงานในการบรรลุซึ่งเป้าหมายร่วมกัน เพื่อเป็นแนวทางที่จะใช้เพื่อเพิ่มทักษะความสามารถ และความชำนาญของแต่ละบุคคล ฮอนด้าจึงมีหลักการวางยอมรับในความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน เปิดโอกาสให้พนักงานแต่ละคนมีอิสระในการเสนอความคิดเห็น แนวทาง ข้อเสนอแนะ รวมทั้งสิ่งต่าง ๆ พัฒนาเทคโนโลยีและวิทยาการใหม่ ๆ สำหรับอันจะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานของ ผลิตภัณฑ์ของบริษัท

**2. นโยบายการดำเนินงานเพื่อเป็นผู้นำในตลาดโลก (Globalism)**

ในนโยบายระดับนี้เป็นเรื่องเกี่ยวกับ ตามทฤษฎีของฝ่ายผลิตในโรงงาน การกระจายอำนาจจากการบริหาร (Decentralization) บริษัท ฮอนด้า คาร์ลส์ จะใช้ **“การเป็นผู้นำทางด้านความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี”** (The most advanced technology) มากที่สุด ส่วนที่เป็นบริษัทของตนที่ตั้งอยู่ในประเทศญี่ปุ่น โลก ซึ่งจะเห็นได้จากการที่ฮอนด้าได้ทุ่มเท และบริษัทข้ามชาติที่ไม่ดำเนินการผลิตในเงินลงทุนเป็นจำนวนมากในการค้นคว้าและ ประเทศอื่น ๆ เช่น การกระจายอำนาจจาก

**นโยบายการดำเนินงานในระดับท้องถิ่น (Localization)**

ในนโยบายระดับนี้เป็นเรื่องเกี่ยวกับ การกระจายอำนาจจากการบริหาร (Decentralization) บริษัท ฮอนด้า คาร์ลส์ จะใช้ **“การเป็นผู้นำทางด้านความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี”** (The most advanced technology) มากที่สุด ส่วนที่เป็นบริษัทของตนที่ตั้งอยู่ในประเทศญี่ปุ่น โลก ซึ่งจะเห็นได้จากการที่ฮอนด้าได้ทุ่มเท และบริษัทข้ามชาติที่ไม่ดำเนินการผลิตในเงินลงทุนเป็นจำนวนมากในการค้นคว้าและ ประเทศอื่น ๆ เช่น การกระจายอำนาจจาก

**“การบริหารงานของบริษัทที่ดีนั้น ต้องขึ้นอยู่กับความไว้วางใจระหว่างฝ่ายบริหารกับฝ่ายลูกจ้าง ได้แก่การเปิดโอกาสให้ฝ่ายพนักงานได้เข้ามามีส่วนร่วมในการบรรลุซึ่งเป้าหมายร่วมกัน...”**

บริษัท ฮอนด้า คาร์ลส์ จะใช้ **“การเป็นผู้นำทางด้านความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี”** (The most advanced technology) มากที่สุด ส่วนที่เป็นบริษัทของตนที่ตั้งอยู่ในประเทศญี่ปุ่น โลก ซึ่งจะเห็นได้จากการที่ฮอนด้าได้ทุ่มเท และบริษัทข้ามชาติที่ไม่ดำเนินการผลิตในเงินลงทุนเป็นจำนวนมากในการค้นคว้าและ ประเทศอื่น ๆ เช่น การกระจายอำนาจจาก



ในช่วงก่อนขายฮอนด้าจะมุ่งเน้นที่การสร้าง  
ความพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพของสินค้า  
เทคโนโลยีการผลิตที่มีจุดเด่นเหนือคู่แข่งแล้ว  
ก็ตาม แต่ฮอนด้าก็ยังให้บริการหลังการขาย  
เพื่อเป็นการรับประกันคุณภาพของสินค้าตาม  
เข้าไปอีกด้วย (After-Sales Service is of  
course a further way of guaranteeing  
the quality of product) ดังนั้นเป้าหมายที่แน่  
ชัดอย่างยิ่งของฮอนด้าคาร์ส์ซึ่งเป็นบริษัทข้าม  
ชาติทุก ๆ บริษัทจะมีจุดยืนอย่างเดียวกันก็คือ  
“ตอบสนองลูกค้าด้วยผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ  
เป็นเลิศที่สุด” “(The aim of providing  
customers with high-quality products)”

การบริหารสู่ทั้งกระบวนการผลิต และการ  
พัฒนาเทคโนโลยี ซึ่งนโยบายดังกล่าว ฮอนด้า  
จะดำเนินการทั้งในบริษัทแม่ และกับบริษัท  
ข้ามชาติ โดยเน้นนโยบายดังกล่าวเป็นแนวทาง  
ที่ดีที่สุดในการปรับใช้ในการบริหารงานกับ  
ประเทศที่อยู่ในภูมิภาคส่วนต่าง ๆ ของโลก  
ซึ่งมีความแตกต่างกันในวัฒนธรรม ขนบธรรม-  
เนียม ประเพณี และอื่น ๆ

สำหรับการดำเนินนโยบายทางด้าน  
การบริหารงานทั่ว ๆ ไปของบริษัท ฮอนด้า  
ข้ามชาติในระดับโลก (Globalism) นั้นจะตั้ง  
อยู่บนพื้นฐานของการปฏิบัติต่อมนุษยชาติ  
ทุกคนในโลกเหมือนกันทุกอย่าง จะถือว่ามนุษย์  
ทุกคนมีความเสมอภาคเท่าเทียมกัน ไม่ว่า  
มนุษย์จะต่างกันในเรื่องชาติ เพศ การศึกษา  
และอื่น ๆ เหล่านี้ก็ตาม ฉะนั้นนโยบายการ  
บริหารเชิงปฏิบัติต่อการต่อลูกค้าจะเป็นแบบระบบ  
คุณธรรม และเน้นการปฏิบัติต่อคนทุกคน หรือ  
กลุ่มลูกค้าด้วยความเป็นธรรมและเหมาะสม  
ปราศจากอคติและความลำเอียง

3. ในประเด็นสุดท้ายของการดำเนิน  
นโยบายการบริหารระดับโลก จะเป็นเรื่องของ  
การยึดถือหลักการของความเป็นที่ยอมรับ  
(Acceptability) กล่าวคือ ฮอนด้าจะเริ่มจาก

การเน้นภาพพจน์ในตัวสินค้าของฮอนด้าว่า  
เป็นสินค้าที่เลิศไปด้วยคุณภาพ ให้เป็นที่ยอมรับ  
จากลูกค้าให้ได้ ซึ่งจะเริ่มต้นจากการยอมรับ  
ของลูกค้าในตลาดส่วนภูมิภาค จากนั้นก็จะทำ  
การขยายตัวต่อไปยังเป้าหมายการผลิตเพื่อ  
ส่งออก ซึ่งก็มีทั้งรถยนต์และชิ้นส่วนอะไหล่  
ต่าง ๆ ด้วย

นอกจากนี้ฮอนด้ายังมีหลักการบริหาร  
การตลาดของตนเองที่เยี่ยมยอดคือ การให้  
บริการหลังการขาย (After-Sales Service)  
กลยุทธ์นี้จะเน้นการให้ความเอาใจใส่ต่อลูกค้า  
ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจให้ได้ และแม้ว่า

จากที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ ก็เป็น  
การชี้ให้เห็นถึงแนวทางการดำเนิน  
กลยุทธ์ หรือปรัชญาทางการบริหาร  
งานของบริษัท ที่กลายเป็นสูตรสำเร็จ  
เป็นหนทางของการก้าวอย่างสู่ความยิ่งใหญ่  
ในการเป็นผู้นำในตลาดรถยนต์  
ของฮอนด้า มอเตอร์ อย่างที่เห็นกันอยู่  
ในปัจจุบันนี้นั่นเอง ■





# ทฤษฎี รูปแบบ เชิงยุทธศาสตร์ และพลังงาน ทางเศรษฐกิจ ของ บริษัทข้ามชาติไทย



\*  
**ดร.สิทธิชัย ตันศรีสกุล**

**ใ**นระบบเศรษฐกิจในประเทศที่กำลังพัฒนาในปัจจุบันคงไม่มีใครที่จะไม่รู้จักคำว่า **บริษัทข้ามชาติ** (Multinational Corporation) ดังนั้นการเคลื่อนไหวของบริษัทข้ามชาติเป็นสิ่งที่น่าจับตามองอยู่ไม่น้อย อีกทั้งเศรษฐกิจทุนนิยมของประเทศไทยเองก็ไม่ว่าจะหลีกเลี่ยงภาวะผลักดันทางเศรษฐกิจจากบริษัทข้ามชาติได้ บริษัทอาจจะมีชื่อได้หลายชื่อ เช่น Multinational Corporations, Multinational Company, Multinational Enterprise หรือ International Firm ซึ่งดำเนินกิจการที่สำคัญในการบริหารมากกว่า 2 ประเทศขึ้นไป เนื่องจากดำเนินกิจกรรมในหลายประเภทจึงมุ่งหวังกำไรสูงสุดของกลุ่มบริษัทโดยรวมทั้งหมด แม้แต่คำจำกัดความของสหประชาชาติก็ให้มากเป็นการให้ความหมายอย่างกว้าง ๆ ครอบคลุมบริษัททั้งหมด โดยควบคุมทรัพย์สิน เช่น โรงงาน เหมืองแร่ สำนักงานขาย ตั้งแต่ 2 ประเทศขึ้นไป เพื่อจะได้มีบริษัทข้ามชาติอีกหลายประเภทที่ไม่ตกหล่นการสำรวจ

**บริษัทข้ามชาติ : ยักษ์หน้าเก่า-ยักษ์หน้าใหม่**

ในประเทศไทยได้มีบริษัทจากต่างชาติเข้ามาเมื่อ 30-40 ปีก่อน ซึ่งเขาเรียกบริษัทเหล่านี้ว่ายักษ์ใหญ่ข้ามชาติมาจากประเทศทางตะวันตกแล้วเติบโตขึ้นทางด้านการตลาดภายในประเทศไทย ด้านสินค้าอุปโภคบริโภคด้วยชื่อที่คุ้นหูของ **บริษัท ลิเวอร์บธาเธอร์ และ คอลเกตปาล์มโอลิฟ** ปัจจุบันบริษัทมียอดขายพุ่งขึ้นเกินพันล้านบาทต่อปี ส่วนยักษ์ใหญ่ทางธุรกิจน้ำมันก็เป็นบริษัทเก่าแก่ที่รู้จักกันดีคือ **บริษัท เชลล์ คาลเท็กซ์ เอลโซ** ที่มียอดขายนับหมื่นล้านบาทต่อปี

เมื่อหันมาดูบริษัทข้ามชาติของญี่ปุ่นบ้าง จะเห็นว่าได้ครองความเป็นหนึ่งในตลาดเครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้านเรา ตั้งแต่ได้จนเติบโตเป็นผู้ใหญ่ย่อมได้ยืนโฆษณา **เนชั่นแนล มิตซูบิชิ โตชิบา ซันโย** เข้ามาอยู่ในสมองเสียแล้ว และในอนาคตดูท่าว่าตลาดเครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้านเรายังมีช่องทางไปได้อีกนาน ทำให้บริษัทข้ามชาติอื่น เช่น เกาหลีมองเห็นช่องทางที่จะเข้ามาแข่งขันกับญี่ปุ่นได้ โดยรวมทีม

\* **อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย : D.P.A. Centro  
Escolar University, Philippines.**

การทำงานของบริษัทซัมซุง แดวูม และโกลด์สตาร์เข้าด้วยกัน บริษัทแรกมีนโยบายที่จะเปิดตลาดไทยแข่งขันกับประเทศญี่ปุ่นอย่าง ไม่นกลัวอะไรทั้งสิ้น บริษัทโกลด์สตาร์เองก็ตั้งเป้าในการจำหน่ายไว้ 400 ล้าน ในปี 2532 โดยเน้นเครื่องรับโทรทัศน์ วิทยุ และเดอบอก ไมโครเวฟเป็นหลัก เพราะตลาดเครื่องใช้ไฟฟ้าในไทยยังมีช่องทาง ขยับขยายในอนาคต

ถึงแม้ว่าเศรษฐกิจแต่ละประเทศในโลกจะเปลี่ยนแปลงไปก็ตาม แต่คลื่นลมแห่งความตื่นตัวชานกระเซ็นอยู่ในทุกวงการ ยักษ์ข้ามชาติ หน้าเก่าๆ ที่เคยหยั่งรากลึกในประเทศไทยหลายสิบปีก็ยังไม่ สามารถจะปิดกั้นบริษัทข้ามชาติจากประเทศอื่น ในการเข้ามาตั้ง ส่วนแบ่งของตลาดไปได้ ดังเช่นบริษัทแอมเวย์ คอร์ปอเรชั่น ส่งสินค้าอุปโภคบริโภคเข้ามาในประเทศไทยเมื่อปี 2530 มีสินค้า

จำหน่ายมากกว่า 200 ชนิด **จิมมูเพย์น** เป็นกรรมการผู้จัดการ บริษัท ได้แสดงทัศนคติว่า "ตลาดในเมืองไทยเริ่มจะมีศักยภาพสูง" ดังนั้นบริษัทใช้วิธีการเปลี่ยนนโยบายใหม่โดยการนำเข้าสินค้าจาก ต่างประเทศ เช่น ญี่ปุ่น คานาดา ออสเตรเลีย เข้ามาจำหน่ายใน ไทย ส่วนในแวดวงของผู้ค้าน้ำมัน บริษัทหน้าใหม่จากสหรัฐ ได้แก่

**บริษัท โมบิล จำกัด** จำหน่ายน้ำมันและน้ำมันเครื่อง เข้ามากับการลงทุนที่ไม่ต่ำกว่า 2,800 ล้านบาท โดยเปิดทำการบริการรอบนอก กรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด เพื่อการรองรับโครงการ **เซาท์เทิร์น ซีบอร์ด** จึงต้องเปิดปั๊มบริการอีก 4 จังหวัดภาคใต้ ทั้งจังหวัดสงขลา

ชุมพร นครศรีธรรมราช และระนอง ส่วน **บริษัท พีพีหรืออิติตยปิโตรเลียม** ของประเทศอังกฤษก็พร้อมที่จะเข้ามาแข่งขันกับผู้ค้าน้ำมันเก่าๆ โดยเปิดบริการที่รังสิตแห่งแรกและมีแผนการบริการแบบใหม่ด้วย

**การลงทุนบริษัทข้ามชาติโดยตรงในต่างประเทศ** เป็นการลงทุนโดยเคลื่อนย้ายทุนที่เกี่ยวข้องกับกิจการบริษัท ในต่างประเทศมีอยู่ 2 รูปแบบคือ **การลงทุนในประเทศโดยการซื้อพันธบัตร (Portfolio Investment)** โดยไม่มีเจตนาจะควบคุมบริษัทต่างประเทศโดยตรง และการมีเจตนาจะเข้าควบคุมบริษัท

ต่างประเทศที่ไปลงทุนโดยตรงและหากผู้ลงทุนมีอำนาจควบคุมบริษัท ในต่างประเทศแล้ว บริษัทลูกในต่างประเทศจะกลายเป็นบริษัทลูก โดยสมบูรณ์ (Wholly-owned subsidiary) อาจมาจากการซื้อบริษัท ที่ถืองินมาทำธุรกิจหรือบุกเบิกทำกิจการใหม่ การเป็นบริษัทลูกไม่

จำเป็นเสมอไปว่าต้องเป็นไปในรูปการเป็นเจ้าของที่สมบูรณ์ อาจจะเป็นไปในรูป **บริษัทร่วมทุน (Joint Venture)** หรือ **บริษัทข้ามชาติ** ที่เป็นหุ้นส่วนข้างมาก มีหุ้นเท่า ๆ กัน (Equal Share) หรือ มี **หุ้นส่วนข้างน้อย (Minority Share)** ก็เป็นไปได้

การเจริญเติบโตของบริษัทข้ามชาติมักจะเกิดขึ้นพร้อมกับการขยายตัวของการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศของภาคเอกชน และ ในปัจจุบันการวิเคราะห์เศรษฐกิจระหว่างประเทศของทุนนิยม จากการค้าระหว่างประเทศ การนำเข้าและส่งออกสินค้าเพียงอย่างเดียว ไม่เป็นการเพียงพอต่อการหาข้อมูลที่เที่ยงตรง ซึ่งจัดเป็นการวัดในเชิงปฏิบัติ (Performance Criterion) โดยวัดจากผลของกิจกรรมธุรกิจระหว่างชาติต่างๆ เช่น ตัวเลขของรายได้ ยอดขาย ทรัพย์สิน จำนวนการจ้างงานบริษัทลูกในต่างประเทศ

เราอาจกล่าวได้ว่าการลงทุนของบริษัทข้ามชาติโดยตรงในประเทศ สามารถวัดได้ชัดเจนในเชิงโครงสร้าง (Structural Criterion) มากกว่าเชิงปฏิบัติอย่างเช่น

1. จำนวนบริษัทลูกในต่างประเทศของบริษัทข้ามชาติ
2. สัดส่วนการออกทุนของบริษัทแม้ว่าถือหุ้นข้างมาก หรือหุ้นส่วนทั้งน้อยหรือเท่า ๆ กัน
3. รูปแบบของกรรมสิทธิ์ว่าเป็นเจ้าของโดยสมบูรณ์หรือเพียงร่วมทุน หรือเพียงให้สิทธิบัตร (Licensing) หรือเพียงแค่เป็นที่ปรึกษาในการจัดการ (Management Consulting) เท่านั้น
4. จำนวนสัญชาติของผู้บริหารในระดับสูง สิ่งทีกล่าวนำมาแล้วข้างต้น สามารถนำมากำหนดค่าที่ในเชิงยุทธศาสตร์ระหว่างประเทศของกลุ่มผู้บริหารระดับสูงในบริษัท

ข้ามชาติต่อกิจกรรมทางธุรกิจในประเทศได้ **เพิร์ลมัตเตอร์**

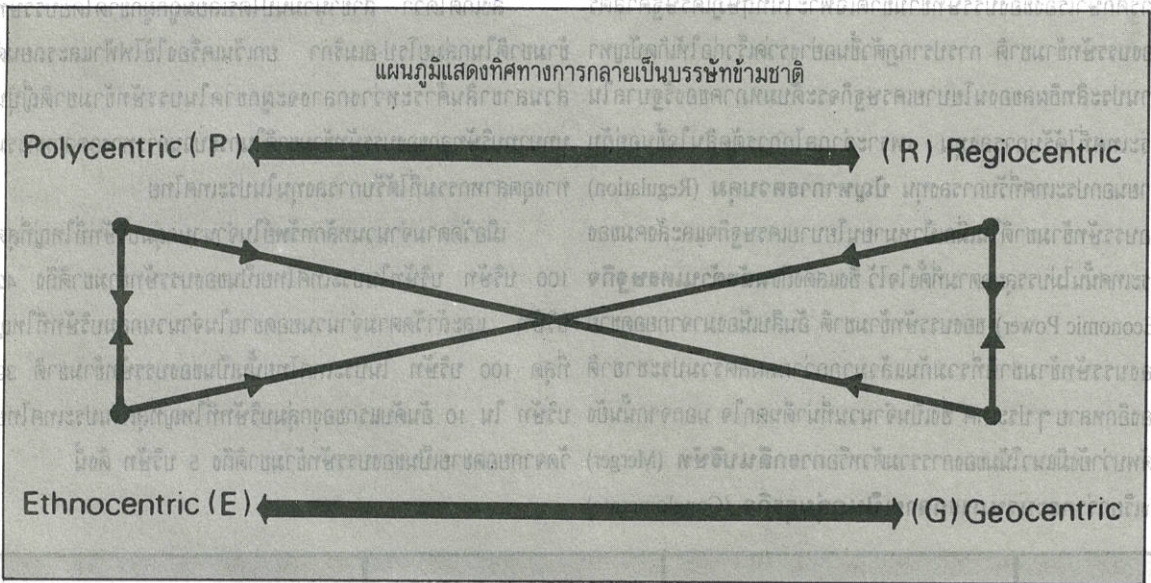
และ **ฮีแนน (Perlmutter & Heenan)** ได้กำหนดการวิเคราะห์โอกาสของตลาดในต่างประเทศว่าจะจะเป็นเช่นไร การกำหนดค่าที่จะส่งบุคลากรคนใดไปบริหารงานในบริษัทลูกในต่างประเทศ การจะเลือกใครเป็นผู้ร่วมทุนด้วย โดยสรุปเท่าที่เชิงยุทธศาสตร์ไว้ 4 แบบดังนี้

ก. แบบมุ่งสู่ภายในประเทศเป็นหลัก (Ethnocentric = E) เช่น บริษัทข้ามชาติญี่ปุ่นมาดำเนินงานในไทย การตัดสินใจ การรับคำสั่งถ่ายทอด การแต่งตั้งบุคคลในตำแหน่งสำคัญจะต้องมาจากบริษัทแม่ในญี่ปุ่นแต่เพียงผู้เดียว

ข. แบบมุ่งสู่ท้องถิ่นที่ไปลงทุนเป็นหลัก (Polycentric = P) เนื่องจากมีบริษัทลูกอยู่ในท้องถิ่น ดังนั้นการมอบหมายภาระหน้าที่ประจำวันให้แก่บริษัทลูกในส่วนหน้าที่สำคัญทางการเงิน การวิจัย การบริหาร ยังคงเป็นของบริษัทแม่ เรื่องที่ควรตระหนักในท้องถิ่น ได้แก่ วัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ผู้บริหารควรเป็นคนท้องถิ่นนั้น

ค. แบบมุ่งพิจารณาเป็นเขตเป็นโซน (Regiocentric = R) ผู้บริหารจะกำหนดท่าทีพิจารณาทุกศาสตร์ในขอบเขตที่กว้างขวางมากกว่าประเทศเดียว ใช้แบ่งเป็นเขต ๆ เช่น ทางเอเชีย

ตะวันออก เอเชียอาคเนย์ ตลาดร่วมยุโรป (1969-2019) มีลักษณะพร้อมกันทั้งแบบมุ่งพิจารณาในระดับโลก (Geocentric = G) ยังคงเป็นรูปแบบในอุดมคติโดยมุ่งบรรลุการจัดสรรทรัพยากรของบริษัทให้เป็นประโยชน์มีประสิทธิภาพสูงสุดในขอบเขตระดับโลก การศึกษาของกรกลายเป็นบริษัทข้ามชาติไม่จำเป็นต้องวิวัฒนาการจากจุดเริ่มจาก E → P → R → G เสมอไป แต่อาจจะเริ่มจาก E → G หรือ P → R แล้วกลับเป็น E ก็เป็นได้ ซึ่งเป็นลักษณะพิเศษเฉพาะตัวของบริษัทข้ามชาติ (H) ชัยยะธรรมจุฬ



ปัจจัยของลักษณะ	ลักษณะของ	ดัชนีในหัว	กับจุด
<b>การบริหารบริษัทข้ามชาติ : ข้อคิด</b>			
แม้ว่าบริษัทแม่จะยินยอมกระจายอำนาจการบริหารก็ตาม ก็มักจะต้องขบคิดทบทวนซ้ำแล้วซ้ำอีก เพราะเคยมีบริษัทที่ได้รับความล้มเหลวจากการกระทำเช่นนี้ดังเช่น บริษัทยักษ์ใหญ่ทางการเงิน คือ Nomura Securities โดยพยายามสร้างอาณาจักรธุรกิจการเงินการคว่ำแบบตะวันตก บริษัทแม่ให้อำนาจการตัดสินใจแก่สำนักงานของบริษัทในตลาดสหรัฐและยุโรป แต่ในที่สุดบริษัทแม่ต้องเข้ามาช่วยคลี่คลายสถานการณ์และพิจารณาว่าควรจะดำเนินธุรกิจเดิมต่อไป หรือแก้ไขข้อผิดพลาดจากการบริหารบริษัทข้ามชาติเพื่อปูทางให้ Nomura Securities ยืนหยัดบนเวทีการเงินของโลกต่อไป ในปัจจุบันยักษ์ใหญ่ของญี่ปุ่นระดับอินเตอร์มีชื่อเสียงก้องโลก	เช่น TOYOTA, Bridgestone, Sony, NEC ล้วนแต่มีขายงานที่กว้างขวางแผ่ขยายไปทั่วทุกแห่งทั่วโลก มีโรงงานผลิตและสำนักงานขายของตนกระจายตามภูมิภาคต่างๆ ศูนย์การพัฒนากลไก การวางแผนลงทุน การตลาด การเงิน ต้องได้รับความเห็นชอบจากบริษัทแม่แต่เพียงแห่งเดียวก็มี บางบริษัทเช่น HONDA, NISSAN, SEIBU, SAISON ได้ตัดสินใจเด็ดขาดยินยอมให้คนต่างชาติหรือคนท้องถิ่นดำรงตำแหน่งผู้บริหารระดับสูงก็มี หรือแม้แต่บริษัทอนุรักษ์นิยม เช่น TOYOTA, HITACHI, MATSUSHITA, NEC ก็ค่อยเริ่มเปลี่ยนแปลงการบริหารใหม่โดยกระจายอำนาจไปยังบริษัทลูกในต่างประเทศมากขึ้น ดูเหมือนว่ายักษ์ใหญ่ของวงการทั้งหลายต่างเปิดโอกาสให้บริษัทในภูมิภาคต่างๆ ได้มีหน่วยงานสำหรับวิจัย		

และพัฒนาขึ้น (Research & Development) ประการสำคัญสุดท้ายนี้  
บริษัทข้ามชาติเจ้าของหน่วยงานวิจัยและพัฒนาจะต้องใจกว้างมอบ  
ผลงานวิจัยในแต่ละประเทศเหล่านี้ด้วยความจริงใจ

แต่ปัจจุบันปัญหาที่เกิดขึ้นของการประกอบธุรกิจข้ามชาติก็คือ  
ความยากลำบากในการป้องกันติดต่อทางธุรกิจของบริษัทให้พ้นจาก  
การสอดแนมและเซ็นเซอร์ของรัฐบาลของประเทศเจ้าบ้านโดยเฉพาะ  
อย่างยิ่งการทำธุรกิจ High-Tech

**ฮูดและยัง (Hood & Young)** กล่าวในหนังสือ *The Economics of Multinational Enterprise* (1979, pp. 4-5) ใน  
การศึกษาเรื่องของบริษัทข้ามชาติเฉพาะในทฤษฎีเศรษฐศาสตร์  
ของบริษัทข้ามชาติ การปรากฏตัวขึ้นอย่างรวดเร็วก่อให้เกิดปัญหา  
ด้านประสิทธิภาพของนโยบายเศรษฐกิจระดับมหภาคของรัฐบาลใน  
ประเทศที่ได้รับการลงทุน เพราะว่าการเคลื่อนย้ายขึ้นอยู่กั  
ภายนอกประเทศที่รับการลงทุน **ปัญหาการควบคุม (Regulation)**  
ต่อบริษัทข้ามชาติในเมื่อเป้าหมายนโยบายเศรษฐกิจและสังคมของ  
ประเทศนั้นไม่บรรลุผลตามที่ตั้งใจไว้ ซึ่งแสดงถึง **พลังด้านเศรษฐกิจ**  
(Economic Power) ของบริษัทข้ามชาติ อันสืบเนื่องมาจากยอดขาย  
ของบริษัทข้ามชาติที่รวมกันแล้วมากกว่าผลผลิตรวมประชาชาติ  
ของอีกหลายๆ ประเทศ ซึ่งเป็นจำนวนที่น่าตื่นตกใจ นอกจากนั้นยัง  
ได้พบว่ามีแนวโน้มของการรวมตัวหรือ **การกลืนบริษัท (Merger)**  
ซึ่งเรียกว่า **กระบวนการกลายเป็นกลุ่มธุรกิจ (Conglomerate)**

ของบริษัทธุรกิจขนาดใหญ่อีกด้วย

Miyazaki กล่าวได้ว่าบริษัทข้ามชาติข้ามามิบทบาทใน 3  
สาขาอุตสาหกรรมหลักในประเทศไทย ได้แก่

1. สาขาน้ำมันปิโตรเลียมรวมถึง การกลั่นน้ำมัน จำหน่าย  
ขนส่ง และขุดเจาะน้ำมัน

2. สาขาหัตถกรรมอุตสาหกรรม สินค้าอุปโภค บริโภคชั้น  
สุดท้าย เช่น เครื่องดื่ม นม สบู่ ยา เครื่องสำอาง เครื่องใช้ภายในบ้าน

3. สาขาสินค้ากึ่งสำเร็จรูป (Intermediate Products) โดย  
ใช้เทคโนโลยีระดับกลาง เช่น สิ่งทอ แก้ว พลาสติก เหล็กกล้า

สังเกตได้ว่า สาขาน้ำมันปิโตรเลียมถูกผูกขาดโดยบริษัท  
ข้ามชาติในกลุ่มยุโรป-อเมริกา ยกเว้นเครื่องใช้ไฟฟ้าและรถยนต์  
ส่วนสาขาสินค้าระหว่างกลางจะผูกขาดในบริษัทข้ามชาติญี่ปุ่น  
บทบาทบริษัทลูกของบริษัทข้ามชาติในกระบวนการทางอุตสาหกรรม  
ทางอุตสาหกรรมที่ได้รับการลงทุนในประเทศไทย

เมื่อวัดตามจำนวนหลักทรัพย์ในจำนวนกลุ่มบริษัทที่ใหญ่ที่สุด  
100 บริษัท บริษัทในประเทศไทยเป็นของบริษัทข้ามชาติถึง 42  
บริษัท และถ้าวัดตามจำนวนยอดขายในจำนวนกลุ่มบริษัทที่ใหญ่  
ที่สุด 100 บริษัท ในประเทศไทยนั้นเป็นของบริษัทข้ามชาติ 39  
บริษัท ใน 10 อันดับแรกของกลุ่มบริษัทที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย  
วัดจากยอดขายเป็นของบริษัทข้ามชาติถึง 5 บริษัท ดังนี้

อันดับที่	กลุ่มบริษัท	ของประเทศ	ประเภทของธุรกิจ
1.	Shell Group	อังกฤษ/เนเธอร์แลนด์	ปิโตรเลียม เคมี
2.	Summit Oil Group	อเมริกา	ปิโตรเลียม
3.	Exxon Group	อเมริกา	ปิโตรเลียม เคมี
4.	Siam Cement-Siam Commercial Group	ไทย	ธนาคาร การเงิน ประกัน เหล็กกล้า การค้า
5.	Bangkok Bank Group	ไทย	ธนาคาร การเงิน ประกัน
6.	Siam Motors Group	ไทย	รถยนต์
7.	Charoen Pokhphan	ไทย	อาหารสัตว์ ปศุสัตว์
8.	Caltex Thailand	อเมริกา	ปิโตรเลียม
9.	Mitsubishi Group	ญี่ปุ่น	การค้าทั่วไป รถยนต์
10.	Krung Thai Bank Group	ไทย	ธนาคาร

“...ถึงแม้ว่าเศรษฐกิจแต่ละประเทศในโลกจะเปลี่ยนแปลงไปก็ตาม แต่คลื่นลมแห่งความตื่นตัวข้ามกระชั้นอยู่ในทุกวงการ ยักษ์ข้ามชาติหน้าเก่า ๆ ที่เคยหยั่งรากลึกในประเทศไทยมาหลายสิบปีก็ยังไม่สามารถจะปิดกั้นบริษัทข้ามชาติจากประเทศอื่นในการเข้ามาถึงส่วนแบ่งของตลาดไปได้...”

**ประเด็นการคำ : การเข้ามาของบรรษัทข้ามชาติ**

ในช่วงสุดท้ายตั้งแต่ พ.ศ. 2529 เป็นต้นมา เป็นการพัฒนาของบรรษัทข้ามชาติในประเทศไทยก้าวไปสู่อุตสาหกรรมขั้นตอนใหม่ บรรษัทข้ามชาติจากญี่ปุ่นและกลุ่ม NICs ในเอเชียเข้ามาลงทุนในประเทศไทยจำนวนมากโดยมีจุดมุ่งหมายที่จะใช้ไทยเป็นฐานการผลิตเพื่อส่งออก เชื่อกันว่าประเทศไทยมีอุตสาหกรรมอยู่ในขั้นตอนอุตสาหกรรมส่งออก 1 (Eo1) และจะเคลื่อนย้ายตัวเข้าสู่ขั้น Eo2/Eo2 Complex การลงทุนเทคโนโลยีความรู้อย่างกว้างขวางและอุตสาหกรรมหนัก-เบา ในอนาคตอันใกล้นี้ ซึ่งเป็นการกระโดดข้ามขั้นตอนโดยมีการเน้นการส่งออกที่ใช้ (Capital/Technology/Knowledge intensive/light & heavy industries) บนพื้นฐานการแสวงหาความได้เปรียบ

ที่เห็นได้เด่นชัดที่บรรษัทข้ามชาติได้เข้ามาลงทุนในประเทศไทย สาเหตุเพราะบรรยากาศการลงทุนเหมาะสมกว่าประเทศอื่น ๆ ในช่วงปี 2532 เป็นปีที่ไทยมีความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจสูงกว่าทุกประเทศในแถบเอเชียด้วยกัน กลุ่มยักษ์ใหญ่ที่เข้ามาจับจองในแวดวงการค้าส่ง ค้าปลีก ได้แก่ **ไซโก โตคิว สยามจัสโก บิก-เซเว่น เซเว่น-อีเลฟเว่น** ตามติดมาด้วย **เขาซาน และแม็คโคร** อีกทั้งนโยบายของนายกรัฐมนตรีปัจจุบันพลเอกชาติชาย ชุณหะวัณเองก็มีส่วนทำให้เปิดประตูการค้าสู่อินโดจีน นโยบายการเปลี่ยนสามารถให้เป็นสนามการค้า ชักนำให้ไทยเปิดสัมพันธ์กับประเทศเพื่อนบ้านคือ ลาว เขมร เวียดนาม ก่อให้เกิดการค้ารูปแบบใหม่ๆ ขึ้น ในขณะที่เดียวกันเราจะเห็นได้จากการค้าขายอย่างเป็นทางการระหว่างพรมแดนไทยกับประเทศเพื่อนบ้านข้างต้น แม้แต่การลงทุนในประเทศไทยตามกฎหมายจะต้องมีหุ้นคนไทยเกินกว่าครึ่ง แต่ด้วยสนธิสัญญาแลกเปลี่ยนระหว่างไทยกับสหรัฐฯ แต่ละฝ่ายสามารถไปตั้งบริษัทในประเทศของอีกฝ่ายหนึ่งได้โดยไม่ต้องมีหุ้นเจ้าของประเทศ ทำให้บรรษัทข้ามชาติสหรัฐฯเข้ามาลงทุนในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก แม้ว่าจะทำให้เกิดการสร้างงาน สร้างเงินก็ตาม สหรัฐก็มักจะชู้ไทยเสมอเพื่อแลกสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ดังที่ปรากฏให้เราได้ยินเสมอในด้าน **ซอฟแวร์** หรือ GSP นั่นก็คือพลังผลักดันทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศที่กำลังพัฒนาเล็กๆ อย่างประเทศไทยก็นับว่าเป็นสิ่งที่ควรจับตามองในแง่ของความได้เปรียบเสียเปรียบในเชิงการเจรจาต่อรองและการมีผลประโยชน์ร่วมของคนไทยบางกลุ่ม ■□

### บรรณานุกรม

จักรมณท์ ผาสุกวณิช "การเปลี่ยนแปลงในภาคอุตสาหกรรมกับการพัฒนากรรมมนุษย์" เอกสารประกอบการสัมมนาเรื่อง  
ทรัพยากรมนุษย์โครงการชายฝั่งทะเลภาคใต้ และการพัฒนาภาคใต้ กรุงเทพมหานคร สถาบันทรัพยากรมนุษย์  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 2533

"ธุรกิจข้ามชาติ ยักษ์ยาดราท้พบุกไทย" มีเดีย 5, 58 เมษายน 2532

"บริษัทข้ามชาติแบบญี่ปุ่นอีกมิติหนึ่งในทศวรรษ 1990" ธุรกิจก้าวหน้า 2, 14 กันยายน 2532

"ปัญหาของการประกอบธุรกิจข้ามชาติ" ผู้จัดการฉบับการบริหารและการจัดการ 3, 26 (2529)

สุวินัย ภรณวลัย ทฤษฎีบรรษัทข้ามชาติ กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 2532

# บัวหลวง

เพื่อความสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ธนาคารกรุงเทพ สาขาราชวัตร

ให้บริการชำระค่าลงทะเบียนโดยบัตรบัวหลวง A.T.M.

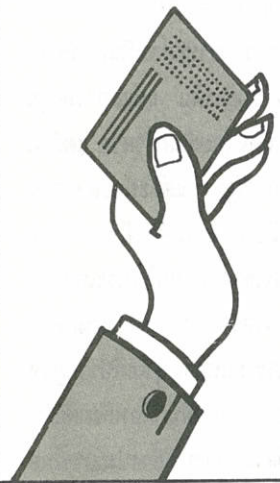
ผ่านเครื่อง P.O.S. ออนไลน์ สมบูรณ์แบบเครือข่ายครอบคลุม 73 จังหวัด

สามารถฝากถอนเงินได้ทันทีที่ต้องการ

"เพราะเราอยู่ใกล้พร้อมรับใช้ประชาชน"



**ธนาคารกรุงเทพ จำกัด**  
เพื่อนคู่คิดมิตรคู่บ้าน



ร่วมกับ



\* ดร.ไพศาล มะระพฤษ์วรรณ

ในทศวรรษหน้าจะเป็นยุคแห่งองค์การในรูปแบบของบริษัทข้ามชาติ ซึ่งจะเป็นรูปแบบที่สอดคล้องกับแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ในโลกธุรกิจ ปัจจัยที่สำคัญที่มีผลกระทบต่อรูปแบบขององค์การก็คือ ภาวะเศรษฐกิจระหว่างประเทศ

หลังจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำในช่วงทศวรรษที่แล้ว (ค.ศ. 1980-1989) เศรษฐกิจโลกก็เริ่มฟื้นตัวและฉายแสงแห่งการเติบโตจนสิ้นสุดทศวรรษ การเติบโตมีแนวโน้มจะเพิ่มมากขึ้นในทศวรรษหน้า (ค.ศ. 1990-1999)

ในปัจจุบันการเติบโตทางเศรษฐกิจมิได้จำกัดอยู่เพียงประเทศบางประเทศเหมือนแต่ก่อน แต่มีการเติบโตทางเศรษฐกิจของหลายประเทศทั่วโลก อาทิ กองทุนการเงินระหว่างประเทศ หรือ IMF ได้คาดการณ์ว่าอัตราการเติบโตจะลดลงในตอนต้นทศวรรษหน้า การเติบโตของสหรัฐอเมริกาจะเหลือเพียง 2.1% และกลุ่มตลาดร่วมยุโรปจะเหลือเพียง 3% ในขณะที่ประเทศเอเชีย-แปซิฟิกจะมีอัตราการเติบโตสูงแต่ก็จะอยู่ที่ระดับเพียง 5.5% ในปี 1990 ซึ่งต่ำกว่าปี 1989 อยู่ 0.5%

การถดถอยนี้ดูเหมือนว่าจะมีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจไม่มากนัก แผนกเศรษฐกิจระหว่างประเทศหรือ IED ของธนาคารโลกได้กล่าวว่าการลงทุนได้เพิ่มมากขึ้นในหลาย ๆ ประเทศ และภาวะเงินเฟ้อของประเทศอุตสาหกรรมหรือ G-7 อันประกอบด้วย สหรัฐอเมริกา, ญี่ปุ่น, เยอรมันนีตะวันตก, ฝรั่งเศส, อิตาลี, อังกฤษ, และแคนาดา ก็ยังอยู่ในเกณฑ์ที่ต่ำ จากปรากฏการณ์ดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าภาวะการขอลดตัวของเศรษฐกิจจะมีเพียงช่วงสั้น ๆ ของต้นทศวรรษ แต่ในช่วงอื่น ๆ ของทศวรรษจะมีการเจริญ

\* อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต : Ph.D. (Management)

เติบโตและขยายตัวอย่างต่อเนื่องโดยตลอด

การรวมกลุ่มประเทศเป็นตลาดรวมก่อนให้เกิดการตั้งป้อมเศรษฐกิจขึ้นหลายกลุ่ม สหรัฐและแคนาดาได้มี

การทำข้อตกลงร่วมมือทางการค้าระหว่างกัน กลุ่มประชาคมยุโรปจะรวมเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในปี 1992 อันจะกลายเป็นตลาดเดียวที่ใหญ่ที่สุดในโลก การรวมกลุ่มเช่นนี้จะมียกขึ้นเมื่อมีการค้าระหว่างประเทศเพิ่มขึ้นและการแข่งขันมีความรุนแรงสูงขึ้นตามลำดับ และเป็นแรงผลักดันให้ประเทศต่าง ๆ หันมารวมกลุ่มเพื่อช่วยเหลือกันระหว่างประเทศในกลุ่ม

ในด้านของนิคส์เอเชีย นั้น ได้ว่าเล็กเกินไป ดังนั้นการพึ่งตลาดภายนอกยังมีความจำเป็นอยู่ เพราะมีความอ่อนแอในด้านอื่น ๆ นอกเหนือจากด้านเศรษฐกิจ การกีดกันโดยกลุ่มเศรษฐกิจอื่น ๆ ต่อนิคส์เอเชียเป็นสิ่งสำคัญที่จะบั่นทอนความเข้มแข็งของนิคส์เอเชีย เป็นที่น่าสังเกตุว่าทุกครั้งที่มีการเปลี่ยนแปลงด้านนโยบายทางการเงินของกลุ่มประเทศอุตสาหกรรมหรือ G-7 มักจะเป็นผลกระทบกระเทือนอย่างมากต่อการค้าระหว่างประเทศ เมื่อมีการปรับค่าเงินหรือมีการปรับอัตราดอกเบี้ยของกลุ่ม G-7 อาจส่งผลดีหรือผลเสียต่อประเทศกำลังพัฒนา การแข็งตัวของเงินเยนเป็นผลให้สินค้าญี่ปุ่นในตลาดโลกมีราคาสูงขึ้น ทำให้ญี่ปุ่นจำเป็นต้องขยายฐานการผลิตสู่ประเทศกำลังพัฒนาอันจะทำให้ต้นทุนการผลิต

ลดลง และล่าสุดในกรณีของการรวมระบบการเงินของเยอรมันทั้งฝั่งตะวันตกและตะวันออก ได้ก่อให้เกิดवादหวั่น

ในเรื่องเงินเพื่อและผลักดันให้อัตราดอกเบี้ยสูงขึ้นทั่วโลก

ส่วนทางด้านอาเซียนนั้นยังไม่สามารถพัฒนาความร่วมมือระหว่างกันได้ดีเท่าที่ควร โครงสร้างของประเทศสมาชิกมิได้เอื้ออำนวยต่อการช่วยเหลือกัน มีการปกป้องผลประโยชน์ของประเทศตนอยู่มากและยังมีความเหลื่อมล้ำกันในด้านพิภคอัตราภาษีศุลกากรระหว่างประเทศในกลุ่ม อย่างไรก็ตาม ผลกระทบจากกลุ่มเศรษฐกิจอื่น ๆ อาจทำให้กลุ่มประเทศอาเซียนหันมาปรับ

ปรังความร่วมมือระหว่างกันมากขึ้น ปัจจุบันประเทศที่มีอัตราการค้าเจริญเติบโตสูงสุดในเอเชีย-แปซิฟิกคือ มาเลเซีย สิงคโปร์และประเทศไทยทั้งสามประเทศได้รับประโยชน์จากการปฏิรูปเศรษฐกิจที่ประสบความสำเร็จและการหลั่งไหลของเงินทุนจากประเทศนิคส์ เอเชียอันเนื่องจากความเป็นแหล่งวัตถุดิบที่อุดมสมบูรณ์และราคาถูกลดลงอย่างรวดเร็วจะส่งผลกระทบต่อภาคการด้านทรัพยากรมนุษย์ ญี่ปุ่นและนิคส์เอเชียจะยังคงมีปัญหาการขาดแคลนแรงงานโดยเฉพาะแรงงานระดับล่างเพิ่มขึ้น ซึ่งจะทำให้ค่าจ้างแรงงานถีบตัวสูงขึ้นตามไปด้วย ทางออกที่สำคัญของปัญหานี้คือการว่าจ้างแรงงานจากต่างประเทศ ฮองกงได้คาดการณ์ว่าจะมีแรงงานจากต่างประเทศเข้าไปทำงานใน



ฮ่องกงเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 60,000 คน ต่อปีในช่วง 2-3 ปีข้างหน้า

สถานการณ์ทางการเมืองก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ วิฤตการณ์เทียนอันเหมินในประเทศจีน ทำให้เกิดความไม่มั่นใจของนักลงทุนในฮ่องกงเป็นอันมาก สภาพการณ์ของความไม่แน่นอนทางการเมืองจะยังคงปกคลุมฮ่องกงต่อเนื่องไปจนถึงทศวรรษหน้า ซึ่งเป็นปัญหาที่นักบริหารชาวฮ่องกงจะต้องตัดสินใจว่าถึงเวลาแล้วหรือยังที่จะขยายการดำเนินธุรกิจสู่ประเทศอื่น ๆ เพื่อลดความเสี่ยงอันเนื่องมาจากความไม่มั่นคงทางการเมืองดังกล่าว

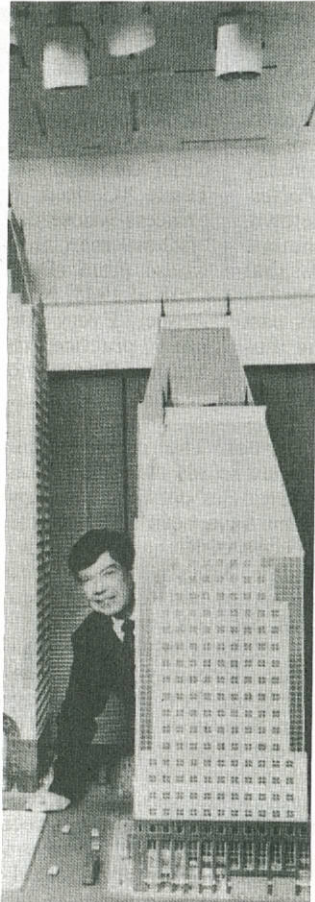
จากภาพรวมของการเปลี่ยนแปลงในประเทศทั่วโลกที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นนั้น อาจกล่าวได้ว่าธุรกิจข้ามชาติจะเป็นกุญแจสำคัญของการอยู่รอดในโลกธุรกิจปัจจุบัน การแก้ปัญหาของญี่ปุ่นโดยการเข้าไปตั้งฐานการผลิตในสหรัฐ ยุโรป เอเชีย และประเทศอื่น ๆ ทำให้การตั้งป้อมทางเศรษฐกิจมีความสำคัญน้อยลง การเพิ่มความร่วมมือของประเทศในกลุ่มมีการพัฒนาและเป็นที่ต้องการของตลาดโลกเพิ่มขึ้น การทำธุรกิจที่มีเครือข่ายการดำเนินการมากกว่าหนึ่งประเทศ ก่อให้เกิดผลดีในแง่ของความยืดหยุ่นต่อความไม่มั่นคงทางการเมืองของประเทศบางประเทศ บริษัทข้ามชาติจะสามารถดำรงอยู่ได้ถึงแม้ว่าบริษัทสาขาในบางประเทศจำเป็นต้องปิดกิจการไปอันเนื่องมาจากปัญหาทางการเมือง และประการสุดท้ายการประกอบ

ธุรกิจข้ามชาติเป็นการระดมทรัพยากรมนุษย์จากหลายประเทศ ซึ่งสามารถแก้ไขความขาดแคลนทรัพยากรมนุษย์ที่จำเป็นได้เป็นอย่างดี

โดยการดำเนินธุรกิจข้ามชาติ ญี่ปุ่นสามารถแก้ปัญหาการกีดกันทางการค้าของกลุ่มตลาดรวมยุโรปได้เป็นอย่างดี ญี่ปุ่นได้เข้าไปตั้งฐานการผลิตในยุโรปหลายประเทศเพื่อทำให้สินค้าที่ผลิตขึ้นมานั้นเป็นสินค้าที่ชาวยุโรปเป็นผู้ผลิตเอง ถึงแม้ว่ากลุ่มตลาดรวมยุโรปจะมีนโยบายกีดกันสินค้าจากญี่ปุ่นก็ตาม แต่ตลาดรวมยุโรปก็ต้องยอมรับว่า การเข้าไปลงทุนของญี่ปุ่นสามารถช่วยแก้ปัญหาคนว่างงาน ในขณะที่เดียวกันญี่ปุ่นก็จะได้ตลาดใหม่อันเป็นตลาดเดียวที่มีผู้บริโภคถึง 350 ล้านคน

การทำธุรกิจข้ามชาติเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือกันในระดับภูมิภาค การประสานความสามารถที่แตกต่างกันของประเทศในกลุ่มอาเซียน โดยมีบริษัทข้ามชาติเป็นตัวกลางสามารถสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มประเทศโดยรวมให้ดีขึ้น

การทำธุรกิจข้ามชาติโดยประเทศที่พัฒนาแล้วประกอบธุรกิจในประเทศที่กำลังพัฒนาย่อมจะมีการระดมเงินทุนเข้ามาจากต่างประเทศ การนำเงินทุนเข้ามาเป็นการเพิ่มระดับการลงทุนภายในประเทศ ขณะเดียวกันก็จะมีผลทำให้ดุลการชำระเงินของประเทศดีขึ้น ผลประโยชน์อีกประการหนึ่งที่ได้จากการลงทุนของบริษัทข้ามชาติ คือ เทคโนโลยีใหม่ๆ ที่บริษัทได้นำเข้ามา



ขณะเดียวกันได้มีการถ่ายทอดเทคโนโลยี แต่การบริหารบริษัทข้ามชาติก็มีลักษณะ เหล่านี้ไปสู่ระบบเศรษฐกิจของประเทศ

เด่นที่สำคัญพอสังเขปดังนี้คือ  
 เจ้าบ้าน จากการดำเนินงานตามปกติของ บริษัท เทคโนโลยีอีกด้านหนึ่งที่เป็น ต้องได้รับการพัฒนาควบคู่ไปกับการ เติบโตของบริษัทข้ามชาติก็คือ เทคโนโลยีระบบสารสนเทศ การบริหารองค์การ ที่มีเครือข่ายอยู่หลายประเทศจำเป็นต้องมีระบบสารสนเทศที่เชื่อมโยงถึงกัน เพื่อประโยชน์ในการบังคับบัญชาและ ควบคุมอย่างมีประสิทธิภาพ

บริษัทข้ามชาติมีแนวโน้มที่จะใช้ ทรัพยากรมนุษย์จากประเทศเพื่อแก้ไข ปัญหาความขาดแคลนกำลังคนใน ประเทศขึ้นมาใช้ในประเทศของตนเอง

บริษัทข้ามชาติสามารถช่วยแก้ ปัญหาสังคมได้อีกเช่นกันกล่าวคือ บริษัท ข้ามชาติสามารถสร้างงานให้คนเป็น จำนวนมากโดยเฉพาะคนในชนบท ซึ่ง กล่าวได้ว่าเป็นการลดช่องว่างระหว่าง

เมืองกับชนบทในระดับหนึ่ง บางธุรกิจ จะต้องเข้าไปเกี่ยวข้องกับงานด้านการ ศึกษาเพื่อจะได้สามารถสร้างบุคลากร

ที่มีความสามารถตรงตามที่ต้องการ ประเทศเจ้าบ้านควรจะมีการให้ สิทธิพิเศษทางกฎหมายบางประการ เพื่อส่งเสริมการลงทุนของบริษัทข้ามชาติ ในประเทศ เช่น การยกเว้นหรือลดหย่อน ภาษีอากรขาเข้าสำหรับสินค้าประเภท

ทุนและวัตถุดิบ การส่งเสริมหรือให้ ความคุ้มครองทางอุตสาหกรรม เป็นต้น ให้ความสนใจ การบริหารบริษัทข้ามชาติถึงแม้

แต่การบริหารบริษัทข้ามชาติก็มีลักษณะ 1. การบริหารบนพื้นฐานของสาร สนเทศ ข้อมูลข่าวสารจะเป็นปัจจัยที่ สำคัญที่สุดในการบริหารงานในทศวรรษ หน้า ในทุก ๆ สายงานการบริหาร ข้อมูล ข่าวสารจะกลายเป็นเครื่องกำหนดความ ได้เปรียบในการแข่งขัน การตั้งboom เศรษฐกิจและการเปลี่ยนแปลงการทำ การค้าระหว่างประเทศเป็นผลให้ธุรกิจ ที่ประสบความสำเร็จได้นั้นจะต้องได้ข้อมูล

เกี่ยวกับตลาดอย่างดีที่สุดและเร็วที่สุด ข้อมูลนั้นสามารถช่วยในการตัดสินใจ ในการแสวงหาตลาด ในการขายหรือ แข่งขันที่เหนือกว่าในตลาดเป้าหมาย เพื่อประโยชน์สูงสุดในการใช้ระบบ ข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ บริษัท ต่าง ๆ จะต้องรู้จักการบริหารระบบข้อมูล และรู้จักที่จะใช้เทคโนโลยีข้อมูลข่าวสาร อย่างเหมาะสม

2. การบริหารในรูปแบบนาชาติ ทศวรรษหน้าเป็นทศวรรษแห่งการ เปลี่ยนแปลงในส่วนต่าง ๆ ของโลก

นักบริหารจะต้องติดตามผลต้นตัวต่อการ เปลี่ยนแปลงที่มีผลกระทบต่อธุรกิจ การ ขยายตัวของตลาดในประเทศ การเพิ่มขึ้น ของการค้าระหว่างประเทศในภูมิภาค เอเชียหรือภูมิภาคอื่น ความเคลื่อนไหว ของทรัพยากรมนุษย์ และความผันผวน ทางการเมืองเป็นสิ่งที่นักบริหารจะต้อง

ให้ความสนใจ ผู้บริหารจะต้องรู้จักการบริหารใน สภาพแวดล้อมที่มีวัฒนธรรมหลากหลาย เช่นเดียวกับบริษัทลักษณะอื่น ๆ ก็ตาม เราจะต้องทำความเข้าใจในวัฒนธรรม



ในประเทศต่าง ๆ ดังนั้นเราจึงจะสามารถเข้าถึงสไตล์และวิธีการบริหารที่จะเป็นสะพานเชื่อมวัฒนธรรมที่แตกต่างกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

**3. การบริหารเทคโนโลยี** นักบริหารจะต้องรู้ที่จะใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับการพัฒนาของเศรษฐกิจโลกซึ่งจะต้องประกอบด้วย การบริหารในด้านของเทคนิคการผลิตและผลิตภัณฑ์ในด้านเทคโนโลยีการตลาด และที่สำคัญคือ เทคโนโลยีด้านสารสนเทศสำหรับอาเซียน การบริหารการถ่ายทอดเทคโนโลยี จะเป็นส่วนสำคัญในการเพิ่มความเข้มแข็งของธุรกิจข้ามชาติและ

ที่สำคัญที่สุดคือ เทคโนโลยีระบบสารสนเทศสำหรับผู้บริหารในภูมิภาคอาเซียน การบริหารการถ่ายทอดเทคโนโลยีจะเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจถึงความสามารถของผู้นั้น

**4. การบริหารเพื่อความยืดหยุ่นขององค์กร** การบริหารงานในทศวรรษหน้าจะต้องมีความยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม การวางแผนตามสถานการณ์ (Contingency plan) จะเป็นแนวทางที่สำคัญในการสร้างความยืดหยุ่นขององค์กร การแข่งขันในตลาดโลกเป็นสิ่งที่ทำให้องค์กรจะต้องมีความตื่นตัวในการสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ

(Inovation) โดยเฉพาะอย่างยิ่งรูปแบบธุรกิจการดำเนินธุรกิจครอบครัวที่พบเห็นทั่วไปในเอเชียจะไม่สามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพได้อีกต่อไป จำเป็นต้องมีการนำนักบริหารมืออาชีพมาบริหารเพื่อให้การบริหารสามารถปรับตัวเข้ากับ การเปลี่ยนแปลงได้ดีขึ้น

องค์กรในทศวรรษหน้าจะเป็นองค์กรและการบริหารที่มีความคล่องตัวสูงต่อการเปลี่ยนแปลงในขณะเดียวกันนักบริหารจะต้องเป็นผู้ที่มีคุณสมบัติพร้อมที่จะรับผิดชอบต่อการบริหารองค์กรในระดับภูมิภาคหรือระดับโลก ●●

**Reference**

อรรณู ธรรมโน "เศรษฐกิจไทย : ปัจจุบันและอนาคต" บรรยายในปาถกถาไฮไล สุทธิพิทักษ์ ครั้งที่ 1 มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ 17 มีนาคม 2533. (เทปบันทึกเสียง)

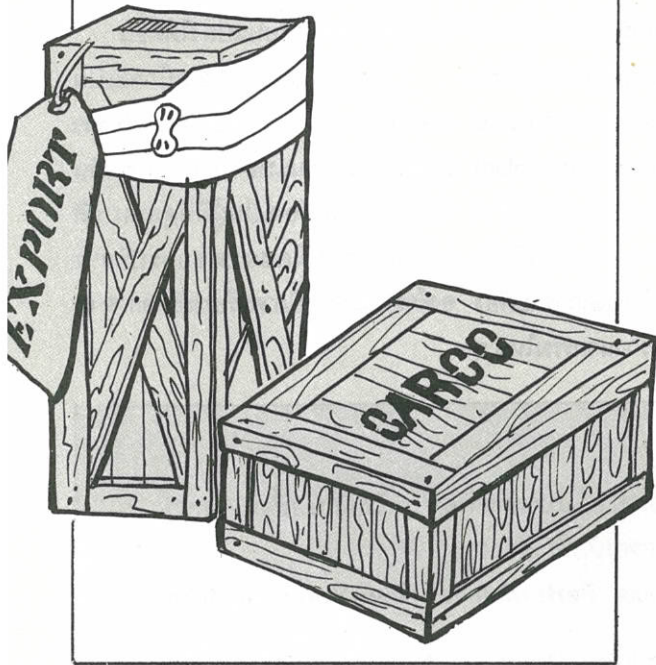
Anshen, Melvin **Corporate Strategies for Social Performance.** New York: McMillan Publishing Co. Inc., 1980.

Drucker, Peter **Management: Task, Responsibilities, Practices.** New York: Harper and Row, 1980.

Paisan Maraprygsavan "*Marketing Activities of Selected International Airline Operating in the Philippines.*" *Unpublished Doctor's Dissertation, Adamson University, 1988*

Newman, William H. and Logan, James P. **Strategic Policy and Central Management,** California: South-Western Publishing, 1989.

The Editors, "*Managing in the 1990s*" **World Executive's Digest, January 1990.**



# ธุรกิจ ระหว่างประเทศ ของไทย

: งานวิจัย



\* สมพงษ์ พุฒิวีสารทภาคย์

# พ

นโยบายของรัฐบาล NICs (Newly Industrialized Countries) ด้านธุรกิจระหว่างประเทศนั้น อาจอยู่ในรูป ไทยโดยพลเอก อย่างเช่นกลุ่ม 4 เสือเอเชีย โดยใช้ เหล่านี้ คือ

ชาติชาย ชุณหะ- กลยุทธ์การส่งออกเป็นแกนนำ โดย

วัฒน์ ในปัจจุบัน เฉพาะอย่างยิ่งในกรณีการทำธุรกิจ

พยายามเน้นการค้า ระหว่างประเทศ

กับต่างประเทศ บางครั้งอาจได้ยื่นบอญ ธุรกิจระหว่างประเทศอาจจะเป็นธุรกิจ

ครั้งถึงนโยบายการเปลี่ยน “สนามอบ ของเอกชนหรือของรัฐที่ดำเนินงานข้ามประเทศ

ให้เป็นตลาดการค้า” จะเห็นได้จาก ก็เป็นได้ ในกรณีธุรกิจเอกชน การประกอบ

การจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมตามที่ตั้ง ๆ ธุรกิจก็เพื่อหวังกำไรแต่ถ้าเป็นธุรกิจของรัฐ

ทั่วประเทศด้วยความมุ่งมั่นในการเป็น อาจมีวัตถุประสงค์เป็นอย่างอื่น กิจกรรมทาง

1. การซื้อขายสินค้า
2. การลงทุนในอุตสาหกรรมต่าง ๆ เช่น การผลิต การเกษตร น้ำมัน เหมืองแร่ สาธารณูปโภค ฯลฯ
3. การผลิตตามใบอนุญาต รวมถึงการ ให้ใช้สิทธิและเครื่องหมายการค้า
4. การให้บริการในด้านการตลาด กฎหมาย การเงิน การประกันภัยและคำแนะนำ

\* บธธณารักษ์ประจำแผนกบริการสนเทศ ทอสมุดและศูนย์สนเทศ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ศศ.บ.(บธธณารักษ์ศาสตร์) มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ปรึกษา การขนส่ง การบัญชี ตลอดจนการบริหาร

ดังนั้นขอบเขตของธุรกิจระหว่างประเทศจึงกว้างกว่าการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งเน้นเฉพาะการส่งออกและการสั่งเข้าเป็นส่วนใหญ่งานวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์อุปสงค์และอุปทานของสินค้าออกและสินค้าเข้าที่สำคัญของไทย” (ศรีอร สมบูรณ์ทรัพย์ : 2527) ได้ศึกษาโครงสร้างของการส่งออกและการนำเข้าพบว่าในช่วงระยะเวลากว่า 15 ปีที่ผ่านมา โครงสร้างการส่งออกได้มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม โดยขยายสู่สินค้าชนิดใหม่ๆ มากขึ้น แต่ยังคงเป็นสินค้าประเภทเกษตรกรรมอยู่ สินค้าที่มีความสำคัญเพิ่มขึ้นมากก็คือ ข้าวโพด ปอ และมันสำปะหลัง ทำให้สัดส่วนการส่งออกของสินค้าที่เคยมีความสำคัญในอดีตมีแนวโน้มลดลง การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเป็นผลมาจากความต้องการของตลาดต่างประเทศและแนวโน้มราคาในตลาดโลกที่เพิ่มขึ้น กระตุ้นให้ผู้ผลิตภายในประเทศขยายการผลิตและส่งออกมากขึ้น ส่วนโครงสร้างการนำเข้าก็ได้มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมเช่นเดียวกัน โดยเฉพาะสินค้าน้ำมันเชื้อเพลิงมีสัดส่วนการนำเข้าเพิ่มขึ้นมากเนื่องจากการสูงขึ้นเกินควรของราคาน้ำมันดิบในตลาดโลก สินค้านำเข้าที่มีความสำคัญโดยมีมูลค่าการนำเข้าสูงรองลงมา ได้แก่ เครื่องจักรกล เครื่องจักรไฟฟ้า โลหะสามัญ อุตสาหกรรมเคมี ยานพาหนะ และสิ่งทอตามลำดับ สินค้าทั้ง 6 หมวดนี้รวมกันมีมูลค่าคิดเป็นร้อยละ 80 ของการนำเข้าทั้งหมดของประเทศไทย

ในการวิเคราะห์อุปสงค์ของการส่งออกสินค้าที่สำคัญ ๆ 4 ชนิดซึ่งได้แก่ ผลิตภัณฑ์

มันสำปะหลัง ยางพารา ข้าวโพด และปอที่ส่งออกไปยังประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ ๆ นั้น จากการศึกษาพบว่าราคาส่งออก อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศและรายได้เฉลี่ยต่อบุคคลของประชากรในประเทศนั้น ๆ เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดขนาดการเปลี่ยนแปลงอุปสงค์การส่งออกสินค้าของไทย ปริมาณอุปสงค์ส่งออกจะมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับราคาส่งออกและอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศและมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับรายได้ของประชากร ความยืดหยุ่นต่อราคาส่งออกจะมีความมากกว่าหนึ่งในกรณีสินค้ามันสำปะหลังที่ส่งไปญี่ปุ่น ส่วนสินค้าปอและข้าวโพดนั้น มีค่าน้อยกว่าหนึ่ง สำหรับสินค้ามันสำปะหลังที่ส่งไปเนเธอร์แลนด์และสินค้ายางพารา การเพิ่มรายได้จากการส่งออกของสินค้าต่าง ๆ เหล่านี้จึงอาจทำได้โดยใช้นโยบายการจำกัดปริมาณส่งออก ถ้าค่าความยืดหยุ่นต่อราคาต่ำและใช้นโยบายลดราคาสินค้าลง ถ้าค่าความยืดหยุ่นต่อราคาสูง ส่วนความยืดหยุ่นต่อรายได้มันจะมีค่าเป็นบวกและมากกว่าหนึ่งในกรณีสินค้ามันสำปะหลังที่ส่งไปเนเธอร์แลนด์ ยางพาราและข้าวโพด แต่จะมีค่าเป็นบวกและน้อยกว่าหนึ่งในกรณีสินค้ามันสำปะหลังที่ส่งไปญี่ปุ่นและมีค่าเป็นลบและน้อยกว่าหนึ่ง ในกรณีมันสำปะหลัง ยางพารา และข้าวโพด สำหรับสินค้าปอ ความยืดหยุ่นต่อราคาเป็นบวกและมากกว่าหนึ่ง

สำหรับผลการวิเคราะห์อุปสงค์และอุปทานสินค้านำเข้าจากต่างประเทศของไทย จากการศึกษาปรากฏว่าอุปสงค์สินค้านำเข้าจะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกันกับดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคภายในประเทศ รายได้

“บางครั้ง  
อาจได้ยื่นบ้อย  
ครึ่งถึงนโย-  
บายเปลี่ยน  
“สนามรบเป็น  
ตลาดการค้า  
จะเห็นได้จาก  
การจัดตั้งนิคม  
อุตสาหกรรม  
ตามที่ต่าง ๆ  
ทั่วประเทศ  
ด้วยความมุ่ง  
มั่นในการเป็น  
NICs”

เฉลี่ยต่อบุคคลภายในประเทศ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงตามเวลา ค่าความยืดหยุ่นต่อราคาและรายได้มีค่าเป็นบวก ส่วนอุปทานสินค้านำเข้าจะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกันกับดัชนีราคาสินค้าเข้า ปริมาณการผลิตในต่างประเทศของสินค้านำเข้า อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงตามเวลา ค่าความยืดหยุ่นต่อราคามีค่าเป็นบวกเช่นเดียวกัน

การศึกษาสาเหตุการขาดเสถียรภาพทางการค้าระหว่างประเทศของไทย ดัชนีที่ใช้วัดระดับการขาดเสถียรภาพทางการค้าระหว่างประเทศคือ อัตราการแลกเปลี่ยนทางรายได้ ซึ่งได้มีผู้ศึกษาเรื่อง “การวิเคราะห์ปัจจัยกำหนดการขาดเสถียรภาพทางการค้าระหว่างประเทศของไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2510-2525” (ธงชัย สันติร่วมใจรักษ์ : 2528) โดยแบ่งการวิเคราะห์เป็นสองส่วนใหญ่ ๆ คือ

**ส่วนแรก :** วิเคราะห์ระดับมหภาคพบว่าสาเหตุสำคัญของการขาดเสถียรภาพทางการค้าระหว่างประเทศของไทยมาจากการแปรผันทางด้านอุปสงค์จากต่างประเทศเป็นสาเหตุรอง การแปรผันในอุปทานและอุปสงค์มีค่าเสริมกันในการก่อให้เกิดการขาดเสถียรภาพทางการค้าระหว่างประเทศ ข้อสรุปนี้อธิบายได้จากความจริงที่ว่า สัดส่วนการส่งสินค้าออกของไทยส่วนใหญ่ประกอบไปด้วยหมวดสินค้าอาหารที่จำเป็นสำหรับการบริโภค ดังนั้นอุปสงค์ที่มีต่อสินค้าเหล่านี้ค่อนข้างมีเสถียรภาพ ส่วนการวิเคราะห์การแปรผันในอัตราการแลกเปลี่ยนทางการค้าพบว่า สาเหตุสำคัญของการแปรผันไม่ได้มาจากการแปรผัน

ในราคาส่งออกหรือราคานำเข้าสาเหตุใดสาเหตุหนึ่ง แต่มาจากการแปรผันในทิศทางเดียวกันของทั้งราคาส่งออกและราคานำเข้า

**ส่วนที่สอง :** วิเคราะห์ระดับจุลภาค โดยวิเคราะห์สาเหตุการขาดเสถียรภาพทางการค้าระหว่างประเทศของสินค้าส่งออกสำคัญของไทย ปรากฏว่าสินค้าที่ดัชนีการขาดเสถียรภาพของอัตราการแลกเปลี่ยนทางรายได้จากมากไปน้อยตามลำดับ ได้แก่ น้ำตาล ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ สับปะรดกระป๋อง ยางพารา ข้าว กุ้งสดแช่แข็ง ดิบูก ข้าวโพดและผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง สินค้าที่มีการแปรผันทางการค้าระหว่างประเทศมาจากการแปรผันในอุปทานภายในประเทศเป็นสาเหตุสำคัญได้แก่ ข้าว ดิบูก ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง กุ้งสดแช่แข็ง น้ำตาล ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ และสับปะรดกระป๋อง เป็นต้น สินค้าเหล่านี้ปรากฏว่าหมวดสินค้าอุตสาหกรรม ได้แก่ น้ำตาล ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ และสับปะรดกระป๋องมีดัชนีการขาดเสถียรภาพของอัตราการแลกเปลี่ยนทางรายได้สูงสุดตามลำดับ ทั้งนี้เนื่องจากสินค้าทั้งสามชนิดเป็นสินค้าอุตสาหกรรมการเกษตรที่พึ่งพิงสินค้าเกษตรเป็นวัตถุดิบในการผลิต ปัญหาส่วนใหญ่มาจากความไม่แน่นอนของวัตถุดิบการเกษตร ซึ่งขึ้นอยู่กับสภาพดินฟ้าอากาศ เป็นสำคัญและคุณภาพวัตถุดิบต่ำ ส่วนสินค้ายางและข้าวโพดมีการแปรผันทางการค้าระหว่างประเทศมาจากการแปรผันในอุปสงค์จากต่างประเทศเป็นสาเหตุสำคัญ ทั้งนี้เพราะสินค้าทั้งสองชนิดผลิตเพื่อตอบสนองต่ออุปสงค์จากต่างประเทศเป็นหลัก ทำให้ตลาดส่งออกของสินค้าทั้งสองเป็นตลาดของผู้ซื้อฝ่ายเดียว นอกจากนี้พบว่าสินค้าส่งออกส่วนใหญ่การแปรผันในอุปทานและอุปสงค์มีค่าเสริมกัน

ในการก่อให้เกิดการแปรผันทางการค้าระหว่างประเทศโดยมีสินค้าเพียงสองชนิดคือ ข้าวและผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ที่การแปรผันในอุปทานและอุปสงค์มีค่าหักล้างกันในการก่อให้เกิดการแปรผันทางการค้าระหว่างประเทศ

การวิเคราะห์แยกองค์ประกอบสาเหตุการขาดเสถียรภาพทางการค้าระหว่างประเทศ โดยพิจารณาจากสาเหตุของการแปรผันในปริมาณส่งออกและการแปรผันในอัตราการแลกเปลี่ยนทางการค้าของสินค้าส่งออกสำคัญ ผลปรากฏว่าสาเหตุของการแปรผันในปริมาณส่งออกเนื่องจากความแปรปรวนของปริมาณส่งออกเท่ากับ 96% และเกิดจากความแปรปรวนร่วมระหว่างปริมาณส่งออกเท่ากับ 4% แสดงว่าอิทธิพลของการแปรผันในปริมาณส่งออกสินค้าสำคัญมาจากความแปรปรวนของปริมาณความแปรปรวนร่วมมีน้อยมาก สินค้าที่เปอร์เซ็นต์ก่อให้เกิดการแปรผันในปริมาณส่งออกสินค้าสำคัญสูงสุดได้แก่ ข้าว น้ำตาล และผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง แต่มีสินค้าสามชนิดที่มีเปอร์เซ็นต์ในการก่อให้เกิดการแปรผันในปริมาณส่งออกลดลงได้แก่ ข้าวโพด ยางพารา และดิบูก ผลการวิเคราะห์การแปรผันในอัตราการแลกเปลี่ยนทางการค้าปรากฏว่า สาเหตุสำคัญมาจากความแปรปรวนของอัตราการแลกเปลี่ยนทางการค้าเท่ากับ 63% และเกิดจากความแปรปรวนร่วมระหว่างอัตราการแลกเปลี่ยนทางการค้าของสินค้าส่งออกสำคัญเท่ากับ 37% สินค้าที่มีเปอร์เซ็นต์ในการก่อให้เกิดการแปรผันในอัตราการแลกเปลี่ยนทางการค้าสูงสุดได้แก่ ข้าว น้ำตาลและยางพารา แต่มีสินค้าสองชนิดที่มีเปอร์เซ็นต์ในการก่อให้เกิดการแปรผันในอัตราการแลกเปลี่ยนทางการค้าลดลงได้แก่

**กึ่งสดแช่แข็งและผลิตภัณฑ์สิ่งทอ**

จากผลการวิจัยดังกล่าวข้างต้นได้ สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง **“ผลกระทบของการส่งออกสินค้าเกษตรที่มีต่อดุลการชำระเงินของไทย”** (ประเจิด สินทร์พ็ญ : 2526) ซึ่งได้ศึกษาข้อมูลในช่วงระหว่างปี 2513-2524 เช่นเดียวกัน ปรากฏว่าสินค้าเกษตรที่ส่งออกที่สำคัญ ๆ ได้แก่ ข้าว ยางพารา ข้าวโพด มันสำปะหลัง ถั่วเขียวและกึ่งสดแช่เย็นในช่วงดังกล่าวนั้น ถึงแม้ว่ามูลค่าการส่งออกของสินค้าเกษตรจะเพิ่มขึ้นแต่สัดส่วนของสินค้าเกษตรที่ส่งออกต่อสินค้าส่งออกรวมมีแนวโน้มลดลง แต่ก็ยังคงมีบทบาทสำคัญในการเป็นแหล่งรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศอยู่ อย่างไรก็ตามบทบาทนี้ก็ไม่น่าแน่นอนทุกปีไป เนื่องจากสินค้าเกษตรที่ส่งออกนั้นขาดเสถียรภาพทั้งในปริมาณการส่งออก มูลค่าและราคา จากการศึกษาโดยใช้วิธีของแม็กบีน (Mac Bean) พบว่าในจำนวนสินค้าเกษตรที่สำคัญ ๆ ทั้ง 6 ชนิดดังกล่าว การส่งออกของข้าวขาดเสถียรภาพมากที่สุดและกึ่งสดแช่เย็นมีเสถียรภาพมากที่สุด สาเหตุของการขาดเสถียรภาพเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านอุปทาน ในกรณีของข้าวโพด มันสำปะหลัง และถั่วเขียว และเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านอุปสงค์ในกรณีของข้าว ยางพาราและกึ่งสดแช่เย็น

ในการวิเคราะห์ผลกระทบของการส่งออกของสินค้าเกษตรที่มีต่อดุลการชำระเงิน ปรากฏว่าการส่งออกของสินค้าเกษตรมีส่วนช่วยพุงฐานะดุลการชำระเงินระหว่างประเทศ เพราะดุลการค้าในส่วนของสาขาเกษตรนั้นเกินดุลทุกปีและนอกจากนี้ยังมีส่วนช่วยแก้ปัญหาการขาดดุลการค้าได้ หากมีการกระจาย

การผลิตและเร่งรัดการส่งออกให้เพิ่มขึ้นในจำนวนที่มากพอ ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์การส่งออกของสินค้าเกษตรที่สำคัญ ๆ ได้แก่ ระดับราคาภายในประเทศ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของเวลา โดยสองปัจจัยแรกจะมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางตรงกันข้ามกับอุปสงค์การส่งออกของสินค้าเกษตร

นอกจากการค้าระหว่างประเทศจะทำได้ให้กับประเทศไทยมากมายนับตาม ผู้ส่งออกไทยต้องการหลักประกันความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากการถูกบิดพลิ้วหรือถูกหน่วงเหนี่ยว การชำระเงินจากผู้ซื้อในต่างประเทศจึงได้มีผู้วิจัยเรื่อง **“การศึกษาความต้องการของผู้ส่งออกไทยต่อการประกันสินเชื่อเพื่อการส่งออกและผลกระทบต่อดุลการค้าของไทย”** (ประยูร วงศ์สถาพรพัฒน์ : 2530) ผลการศึกษาพบว่าผู้ส่งออกที่ต้องการประกันด้วยเหตุผลที่ว่า อาจจะช่วยขยายตลาดส่งออกใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นและช่วยให้สามารถรับเครื่องมือการชำระเงินที่เสี่ยงมากขึ้นได้ ลักษณะของผู้ส่งออกกลุ่มนี้ได้แก่ ผู้ส่งออกสินค้าเกษตรหรือผู้ส่งออกรายใหม่ หรือผู้ส่งออกขนาดเล็ก โดยพิจารณาว่าสถาบันประกันสินเชื่อเพื่อการส่งออกมีความมั่นคงทางการเงินของสถาบันเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดเป็นอันดับแรกก่อนที่จะมาใช้บริการ ค่าเบี้ยประกันจะเป็นปัจจัยสำคัญในอันดับสอง ส่วนกฎเกณฑ์และข้อจำกัดของสถาบันฯ จะเป็นปัจจัยรองลงมาตามลำดับ

แม้จะสรุปไม่ได้แน่ชัดว่าเมื่อมีการจัดตั้งสถาบันฯ นี้ขึ้นมาแล้วจะส่งผลกระทบต่อดุลการค้าของประเทศได้มากน้อยเพียงใด เนื่องจากผู้ส่งออกที่ต้องการทำประกันมีเพียง 38.54% ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ซึ่งในจำนวนนี้ก็มิ

ผู้ส่งออกเพียง 48.64% ที่ได้แสดงความคาดหวังว่าจะสามารถเพิ่มปริมาณการส่งออกได้ แต่ผู้ทำการวิจัยพบว่าสำหรับระยะเวลาอันสั้นภายหลังที่สถาบันฯ นี้ที่ถูกจัดตั้งขึ้นมาแล้ว ความช่วยเหลือในด้านประกันของสถาบันฯ น่าจะส่งผลกระทบต่อการเพิ่มขึ้นของปริมาณและมูลค่าการส่งออกแต่เพียงเล็กน้อยเท่านั้น ทั้งนี้เพราะผู้ส่งออกที่จะมาทำประกันมักเป็นกลุ่มผู้ส่งออกสินค้าเกษตรที่ราคาสินค้าไม่มีเสถียรภาพมากนัก หรือไม่ก็เป็นผู้ส่งออกรายใหม่หรือผู้ส่งออกขนาดเล็ก ซึ่งไม่สามารถขยายปริมาณการส่งออกของตนให้มากได้เหมือนผู้ส่งออกที่ดำเนินธุรกิจมานานหรือมีขนาดใหญ่ นอกจากนี้แล้วถ้าเงินทุนระยะเริ่มแรกของสถาบันฯ ถูกกำหนดไว้เพียง 400 ล้านบาท แม้ว่าจะสามารถขยายทุนจำนวนนี้เป็นวงเงินหนี้สินสูงสุดหมุนเวียนได้ 4,000 ล้านบาทต่อไป ก็เท่ากับว่าสถาบันฯ สามารถให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ส่งออกไทยในการเพิ่มปริมาณการส่งออกได้เพียง 1.3% ของยอดการส่งออกของประเทศเท่านั้น

ในปัจจุบันการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมมีความสำคัญมากกว่าการส่งออกสินค้าเกษตร ทั้งนี้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2528 เป็นต้นมาและกำลังขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็นลำดับต่อไป การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในลักษณะนี้มีส่วนสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับการปรับเปลี่ยนนโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมไทยและประเทศอื่น ๆ ที่ไทยมีความสัมพันธ์ด้วยควรได้ทำความเข้าใจกับพัฒนาการเหล่านี้ ทำให้สามารถสะท้อนไปถึงการเปลี่ยนแปลงความได้เปรียบเมื่อเทียบกับสินค้าอุตสาหกรรมที่ส่งออก เช่น สิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูป รองเท้า ผลิตภัณฑ์ไม้ ผลิตภัณฑ์ยาง ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น ซึ่ง

ทำให้ประเทศสามารถกำหนดแนวทางนโยบายและสินค้าได้ดีขึ้น เพื่อนำไปสู่แนวทางแห่งความสำเร็จของการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม โดยได้จากการศึกษาวิจัยเรื่อง **“การศึกษาวิเคราะห์โครงสร้างและระบบการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมของไทย” (สุทธิพันธ์ จิราธิวัฒน์ : 2530)** ซึ่งผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าความสามารถในการส่งออกของสินค้าอุตสาหกรรมแต่ละประเภทมีลักษณะแตกต่างกันไป จากการปรับใช้แบบจำลอง Constant-Market-Share แสดงให้เห็นว่าความได้เปรียบในการเทียบเคียงกับสินค้าอุตสาหกรรมส่งออกโดยทั่วไปมีแนวโน้มดีขึ้น สินค้าอุตสาหกรรมบางประเภทมีความได้เปรียบ เมื่อเทียบเคียงในระดับเดียวกันกับประเทศอื่น ๆ ในกลุ่มอาเซียนแล้ว เช่น อาหารทะเลกระป๋อง ผลิตภัณฑ์ไม้บางชนิด ในขณะที่สินค้าอุตสาหกรรมบางประเภทมีความได้เปรียบในการเปรียบเทียบใกล้เคียงกับระดับเดียวกันกับกลุ่มประเทศอุตสาหกรรมใหม่ในเอเชีย เช่น สิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูป อัญมณีและเครื่องประดับ ผลิตภัณฑ์ยาง ผลิตภัณฑ์พลาสติก แผงวงจรไฟฟ้า อาหารกระป๋อง ตลับลูกปืน อิเล็กทรอนิกส์ เพอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน หลอดและท่อเหล็กของเล่นและรองเท้า สินค้าเหล่านี้สามารถอธิบายได้จากปัจจัยและผลต่าง ๆ ที่ทำให้แตกต่างไประหว่างสินค้าประเภทต่าง ๆ

ทางด้านปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกนั้นก็ยังคงต้อยอยู่อีกหลายด้าน ฝ่ายการศึกษาตระหนักดีว่าข้อมูลทุก ๆ ด้านเกี่ยวกับตลาดต่างประเทศเป็นส่วนที่มีความสำคัญมากที่รัฐบาลจะต้องให้ความสนใจเป็นพิเศษโดยให้การสนับสนุนต่อไป อย่างไรก็ตามการศึกษาพบว่า การส่งเสริมการลงทุนที่รัฐบาลให้กับ

บริษัทเอกชนนั้นยังขาดข้อมูลที่ทันสมัยและยังขาดบุคลากรทั้งในด้านปริมาณและด้านคุณภาพ ความล่าช้าในการคืนภาษีและชดเชยภาษีก็ยังเป็นปัญหาสำหรับผู้ส่งออก กระบวนการและกลไกที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกควรมีการปรับปรุงภายใต้กรอบสถาบัน ผู้ส่งออกยังมีความต้องการการสนับสนุนทางการเงินที่มีประสิทธิภาพและแนวทางการประกันความเชื่อมั่น ในเมื่อการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมประสบกับปัญหาการบิดเบือนและการกีดกันทางการค้าจากต่างประเทศ เช่น สินค้าสิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูป หลอดและท่อเหล็ก ปลาทุบกระป๋อง สิ่งอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ ของภาครัฐบาลมักจะไม่มีเพียงพอสำหรับผู้ต้องการใช้และในบางครั้งเป็นอุปสรรคต่อการส่งออก

จากการสำรวจผู้ส่งออกโดยตรงพบว่า

ข้อมูลของผู้ส่งออกได้รับการบริการของรัฐอยู่ในระดับที่ใช้บริการของรัฐอยู่ในระดับที่ใช้ได้เกี่ยวกับวิธีการส่งออกนั้น ผู้ส่งออกนิยมส่งสินค้าโดยตรงไปให้พ่อค้าขายส่งและพ่อค้าขายปลีกในต่างประเทศ เหตุผลที่ทำให้ผู้ส่งออกนิยมส่งสินค้าไปต่างประเทศเนื่องจากตลาดภายในประเทศจำกัดและมีการแข่งขันสูง ในขณะที่ตลาดต่างประเทศสามารถรองรับสินค้าของตนได้มากและทำกำไรเพิ่มขึ้นด้วยการกำหนดราคาสินค้าในแต่ละตลาดสินค้าจะต้องเปรียบเทียบกับคู่แข่ง ส่วนทักษะเกี่ยวกับการปรับปรุงสินค้านั้นผู้ส่งออกจะเน้นที่การปรับปรุงคุณภาพและโดยทั่วไปแล้วผู้ส่งออกคิดว่าความรู้เกี่ยวกับตลาดต่างประเทศเป็นกุญแจสำคัญที่จะนำไปสู่ความสำเร็จในการส่งออก ทางด้านการผลิตนั้นปัญหาสำคัญที่พบบ่อยครั้งมักจะเป็นการขาดแคลนวัตถุดิบ



นอกจากนี้ผู้ส่งออกยังประสบปัญหาเกี่ยวกับ ความยุ่งยากเกี่ยวกับระเบียบการส่งออก การ ขาดความรับผิดชอบของเจ้าหน้าที่ของรัฐ ตลอดจนการที่บุคลากรมีคุณภาพต่ำ สิ่งอำนวยความสะดวกไม่เพียงพอ ทั้งนี้รวมไปถึงข้อมูล ที่เกี่ยวกับแหล่งเงินทุนสำหรับโครงการที่ทำอยู่

ในที่สุดท้าย การศึกษาได้เสนอแนะ ว่าควรจะต้องมีความพยายามต่อไปในการ สนับสนุนทางการผลิตและการส่งออกของ สินค้าอุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะ พยายามหาแนวทางที่จะช่วยปรับปรุงต้นทุน การผลิต เช่น ด้านการจัดหาวัตถุดิบ การ

พัฒนาผลิตภัณฑ์ความร่วมมือการปรับใช้เทคโนโลยี ที่เหมาะสมและให้สอดคล้องกับความต้องการ ของผู้บริโภคซึ่งแตกต่างกันในแต่ละสินค้า นอกจากนี้จะต้องคำนึงความจำเป็นในการ เลือกสินค้าต่าง ๆ ซึ่งทำการส่งออกแล้วหรือ สินค้าใหม่ ๆ ซึ่งควรทำการวิเคราะห์โดย

ละเอียดทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ทั้งนี้เพื่อ นำมารวบรวมและส่งเสริมอย่างเป็นระบบ การ ปรับปรุงการตลาดก็เป็นส่วนที่มีความสำคัญ สำหรับผู้ส่งออก เพราะไทยยังล้าหลังและขาด ประสบการณ์เมื่อเทียบกับคู่แข่งต่างประเทส ในการดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหาเหล่านี้จึงมี

ความจำเป็นจะต้องมีการวางแผนนโยบาย การค้าและให้ความสำคัญเพิ่มขึ้นทางการ จัดการ การวางแผน ตลอดจนการรวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูล ทั้งนี้เพื่อนำเอาสิ่งใหม่ ๆ มาใช้และปรับข้อมูลให้ประสานไปกับหน่วยงาน ต่าง ๆ ของภาคเอกชน นอกจากนี้ตัวแทนภาค เอกชนจะต้องร่วมมือกันเองโดยการแลกเปลี่ยน ข้อมูลข่าวสารทางการค้า และท้ายที่สุดขอ เสนอแนะสำหรับการส่งเสริมที่ให้กับผู้ส่งออก จะเป็นการมุ่งเน้นการลดค่าใช้จ่ายในด้านการ ผลิต เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ส่งออกสามารถทำ การแข่งขันในตลาดต่างประเทศได้

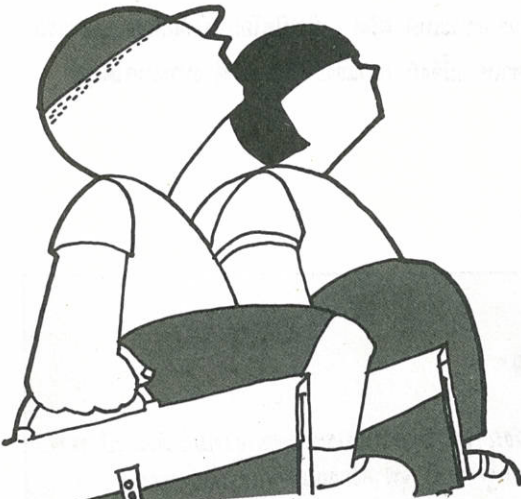
### บรรณานุกรม

- ธงชัย สันติร่วมใจรักษ์ "การวิเคราะห์ปัจจัยกำหนดการขาดเสถียรภาพทางการค้าระหว่างประเทศของไทย : ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2510-2525" วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2528.
- นิพัทธ์ จิตรประสงค์ **ธุรกิจระหว่างประเทศ** กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2530.
- ประเจ็ด ลินทรัพย์ และศรีอร สมบูรณ์ทรัพย์ **รายงานผลการวิจัยเรื่อง ผลกระทบของการส่งออกของสินค้าเกษตรที่มีต่อการ ขาดดุลการค้าของเงินของไทย** กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2526.
- ประยูร วงศ์สถาพรพัฒน์ "การศึกษาความต้องการของผู้ส่งออกไทยต่อการประกันสินเชื่อเพื่อการส่งออกและผลกระทบต่อดุล การค้าของไทย" วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ภาควิชาบริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2530
- ศรีอร สมบูรณ์ทรัพย์ และประเจ็ด ลินทรัพย์ **รายงานผลการวิจัยเรื่องการวิเคราะห์อุปสงค์และอุปทานของสินค้าออกและ สินค้าเข้าที่สำคัญของไทย** กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2527.
- สุทธิพันธ์ จิราธิวัฒน์และคนอื่น ๆ **รายงานการวิจัย การศึกษาวิเคราะห์โครงสร้างและระบบการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรม ของไทย** กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, 2530.



# การพัฒนาบุคลิกภาพ

## และ ส่งเสริมจริยธรรมนักศึกษา ใน สถาบันอุดมศึกษา



\* ผศ. ศิริพร พงศ์ศรีโรจน์

**บ**ทความนี้เขียนขึ้นด้วยแนวคิดซึ่งกรอไปด้วยเหตุผล 2 ประการ ประการแรก คือ การได้เข้าประชุมสัมมนาเรื่องนี้ด้วยตนเอง ซึ่งทบวงมหาวิทยาลัยจัดขึ้น 2 ครั้งติดต่อกัน ทำให้ได้ทราบถึงทัศนะของบุคคลทั่ว ๆ ไปต่อนิสิต นักศึกษาปัจจุบันและความรับผิดชอบของผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ส่วนเหตุผลประการที่สองนั้น สืบเนื่องมาจากเหตุผลประการแรกซึ่ง ทำให้คิดย้อนไปถึงสิ่งที่ตนเองสัมผัสและมีประสบการณ์มาแต่ครั้งอดีตจนปัจจุบัน จึงต้องเขียนบทความนี้ขึ้นในโอกาสที่เรื่องนี้กำลังเป็นที่สนใจกัน

ทัศนะของบุคคลทั่ว ๆ ไปต่อนิสิตนักศึกษา ระดับอุดมศึกษาในปัจจุบันเป็นที่ยอมรับกันว่าสภาพการทางด้านจริยธรรมของนักศึกษาไม่ว่าจะเป็นทางด้านการรักษาวินัย ความรับผิดชอบ การเสียสละ การเป็นผู้นำ ผู้ตามที่ดี การพึ่งตนเอง การคิดริเริ่มสร้างสรรค์ การสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมไทย การใฝ่รู้ ใฝ่คิด และใฝ่ทำ การมีสัมมาคารวะ การมีความประพฤติและมารยาทที่ดีงาม การให้ความร่วมมือในกิจกรรมของส่วนรวม การรู้แพ้รู้ชนะรู้ถอย การบำเพ็ญตนให้เป็นประโยชน์ต่อสังคม ตลอดจนการวางตัวและแสดงออกที่เหมาะสม อยู่ในภาวะที่น่าเป็นห่วง ควรส่งเสริมให้อยู่

\* รองอธิการบดีฝ่ายกิจการนักศึกษา มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต : M.S. (Business

Administration) Saint Francis College, U.S.A.

ในมาตรฐานที่เหมาะสม ทั้งนี้เพื่อให้การศึกษาที่สำเร็จ การศึกษาออกไปสามารถดำรงตนอยู่ในสังคมอย่างเป็น สุขสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมไทยให้ต่อเนื่องตลอดไป

ตามที่ได้กล่าวมาในตอนต้นก็พบข้อเท็จจริงว่า ที่เป็นเช่นนั้นเพราะสังคมปัจจุบันมีการแข่งขันทาง เศรษฐกิจ แข่งขันทางด้าน การดำรงชีวิตและปากท้อง โอกาสที่นิสิตนักศึกษาที่มีความใกล้ชิดกับพ่อแม่ผู้ปกครองมีน้อยกว่าในสมัยก่อน และโอกาสที่นักศึกษา ใกล้ชิดกับบรรดาครู-อาจารย์ในมหาวิทยาลัยก็น้อยเมื่อ เปรียบเทียบกับสมัยก่อน ทั้งนี้เพราะหลักสูตรอุดมศึกษา ในสาขาวิชาต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย ส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะเน้นแต่การประกอบวิชาชีพ เน้นความเป็นเลิศ ทางวิชาการ เพื่อให้ให้นักศึกษาไปใช้ในการประกอบ อาชีพ แต่ขาดการเน้นวิชาที่ค้ำจุนวิชาชีพ สอนให้คน ฉลาด แต่ขาดการสอนสิ่งที่ควบคุมความฉลาด มนุษย์ หนีออกจากธรรมชาติ วิ่งตามการพัฒนาไปจนลืมตัว เอง ลืมคุณค่าของการพึ่งตนเอง ลืมเอาน้ำใจไปเอื้อเพื่อ เผื่อแผ่กัน ลืมนึกถึงความเสียสละตรงกันข้ามกลับเห็น แก่ตัวยิ่งขึ้น เพิ่มพูนปัญหาในสังคมมากขึ้น จนน่าวิตก ว่า ในอนาคตจะมีแต่ผู้มีการศึกษาสูงแต่หย่อนคุณธรรม สำหรับการดำรงชีพที่เหมาะสมในสังคม

ปัจจุบันรัฐบาลเองก็ได้ตระหนักถึงปัญหาและ ความจำเป็นที่ต้องรีบเร่งแก้ไข จึงได้กำหนดนโยบาย ที่จะส่งเสริมคุณภาพของบุคลากรอันเป็นทรัพยากรที่ สำคัญยิ่งของชาติด้วยการพัฒนาด้านคุณธรรมและจริย ธรรมไว้ ทั้งในแผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่ง ชาติ และแผนพัฒนาการศึกษาระดับอุดมศึกษาฉบับ ที่ 6 (พ.ศ. 2530 - 2534) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและ สังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2530 - 2534) ได้กำหนด มาตรฐานไว้ว่าให้มีการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติและสอดแทรกเรื่องการพัฒนาจิตใจด้านคุณธรรม และค่านิยม ไว้ในหลักสูตรการศึกษาอบรมทั้งในและนอกระบบ รวมทั้งผู้บริหารการศึกษาโดยเน้นการประหยัดอดออม และนิยมไทย การพึ่งตนเองความขยันหมั่นเพียร และ

มีความรับผิดชอบ มีระเบียบวินัย และเคารพกฎหมาย ปฏิบัติหน้าที่อันพึงมีต่อชาติ ศาสนา กษัตริย์

นอกจากนี้ ในแผนพัฒนาการศึกษาระดับอุดม ศึกษาฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2530 - 2534) ได้กำหนดนโยบาย ในการผลิตบัณฑิตไว้ประการหนึ่งว่า *“ผลิตบัณฑิตที่มี คุณภาพ มีคุณธรรมจริยธรรมที่พึงประสงค์ สามารถ ปรับตัวให้เข้ากับภาวะของการเปลี่ยนแปลงทาง เศรษฐกิจและสังคม และให้มีความสามารถในการ สร้างงานและประกอบอาชีพอิสระได้”*

จะเห็นได้ว่าทั้งในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและ สังคมแห่งชาติ และแผนพัฒนาการศึกษาระดับอุดม ศึกษาฉบับที่ 6 ได้เน้นถึงเรื่องคุณธรรมและจริยธรรม ใ้้มาก ควรที่ผู้บริหาร ผู้สอนและผู้ที่เกี่ยวข้องในการ ศึกษาในระดับนี้ ควรได้เอาใจใส่เป็นพิเศษ

อนึ่ง ในเรื่องนี้นั้น พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ในคราวเสด็จออกยัง ศาลาดุสิตาลัย เพื่อทรงรับถวาย บริญญาคุณูปกิตติคุณกิตติมศักดิ์ จากนายกสภามหา วิทยาลัย 5 แห่ง ได้ตรัสปรารภท่ามกลางผู้เข้าเฝ้ากว่า 200 คน ซึ่งประกอบด้วย คณะผู้บริหาร และสภาคณา-จารย์จาก 5 มหาวิทยาลัย เพื่อให้เป็นข้อสังเกตที่อาจจะ เป็นประโยชน์ต่อมหาวิทยาลัยว่า มหาวิทยาลัยสอน นักศึกษาให้เป็นคนเก่งด้านวิชาการ ความคิดริเริ่ม ความกล้าหาญ และความกระตือรือร้นที่จะก้าวหน้า นั้นคืออยู่แล้ว แต่นอกจากจะสอนคนให้เก่งนั้นจำเป็น อย่างยิ่งที่จะอบรมให้ดีพร้อมกันไปด้วย ประเทศของเรา จึงจะได้คนที่มีคุณภาพพร้อม คือ ทั้งเก่งและดี

ทรงเห็นต่อไปว่าถ้ามองให้ถี่ถ้วนแล้ว นักศึกษา อาจมีการบกพร่องดังต่อไปนี้

1. บกพร่องในความคิดพิจารณาที่รอบคอบและ กว้างไกล เพราะใจร้อนเร่งจะทำการให้เสร็จโดยเร็ว เป็นเหตุให้การทำงานผิดพลาด ขัดข้องล้มเหลว
2. บกพร่องในความนับถือ และเกรงใจผู้อื่น เพราะถือว่าตนเป็นเลิศเป็นเหตุให้เย่อหยิ่ง มองข้าม ความสำคัญของบุคคลอื่น และมักก่อความขัดแย้ง

ทำลายไมตรีจิตมิตรภาพตลอดจนความสามัคคีระหว่างกัน

3. บทพร่องในความมรัยสัยดี พอเหมาะพอดีในการกระทำทั้งปวง เพราะมุ่งหน้าแต่ทำตัวให้เด่น ให้ก้าวหน้าเป็นเหตุให้เห็นแก่ตัว เอาวัดเอาเปรียบ

4. บทพร่องในจริยธรรมความรู้จักผิดชอบชีวิต เพราะมุ่งแต่จะแสวงหาประโยชน์เฉพาะตัวให้เพิ่มพูนขึ้น เป็นเหตุให้ทำความผิด ความชั่ว ทุกจริตได้โดยไม่รู้สึกละดั่งละเทือน

พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ได้ทรงพระราชทานคำแนะนำในคราวนั้นว่า หากมหาวิทยาลัยทั้งหลายร่วมมือกันสร้างความเก่งความดีให้เกิดพร้อมกัน ในตัวนักศึกษาได้ จะทำให้ความผิดพลาดดลบันดาลน้อยลง และความเจริญก้าวหน้าที่เกิดขึ้นได้รวดเร็วกว่าที่เราเร่งร้อนกระทำกันอยู่ในเวลานั้นนั้น เป็นที่ชัดเจนแล้วว่าเป็นเรื่องที่ถูกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ควรจะเร่งดำเนินการในเรื่องนี้เป็นการด่วน เพราะแม้แต่พระองค์ท่านมีพระราชภาระอันหนักยิ่ง ยังทรงเป็นห่วงใยในเรื่องนี้ด้วยพระองค์เอง

จากการที่ได้ทราบข่าว สาเหตุที่ทำให้จริยธรรมของนักศึกษาเสื่อมลงก็คือ ระบบการศึกษา ฉะนั้น วิธีแก้ไขก็ต้องแก้ที่ระบบการศึกษา จึงจะตรงจุดที่สุด

ในการแก้ไข ก็คงต้องใช้กระบวนการที่เป็นกระบวนการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยเริ่มต้นตั้งแต่การรับรู้ปัญหาสาเหตุของปัญหา การตั้งใจที่จะแก้ปัญหา การได้รับการสนับสนุนให้กำลังใจ และการร่วมมือกันในการแก้ไข

แนวทางในการพัฒนาทั้งในด้านบุคลิกภาพ และส่งเสริมจริยธรรมของนิสิตนักศึกษา ควรได้กำหนดดังนี้

1. ให้เรียนรู่วิชาทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์ ซึ่งเกี่ยวกับบุคคลและสังคมโดยตรง จะช่วยให้เกิดการ**พัฒนาจิตใจ** ให้นิสิตนักศึกษาทั้งทางตรงและ

ทางอ้อม

2. การจัดโครงการหรือกิจกรรมเสริมหลักสูตร เพื่อพัฒนาจิตใจโดยตรง เช่น กีฬาและกิจกรรมทางศาสนาหรือมีโครงการพัฒนาจิตใจ และพัฒนาพฤติกรรมโดยตรง

3. การสอดแทรกการพัฒนาบุคลิกภาพ และจริยธรรม**เข้าไปในเนื้อหาวิชาทุกวิชา**

4. การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติและสอดแทรกเรื่องการพัฒนาจิตใจด้านคุณธรรมและค่านิยมไว้ในหลักสูตรการศึกษาอบรม ทั้งในและนอกระบบ รวมทั้งผู้บริหารการศึกษา โดยเน้นการประหยัดการถอดออก และนิยมไทย

นอกจากนั้นปัจจัยที่ส่งเสริมบุคลิกภาพ และจริยธรรม ที่เกี่ยวข้องโดยตรงต่อการพัฒนาก็คือ

1. หลักสูตรและการเรียนการสอน  
2. กิจกรรมในรูปของชมรมต่าง ๆ เช่น กีฬา ศาสนา

3. ระเบียบ

4. อาจารย์

5. บุคลากรอื่นในสถาบัน

6. นโยบายและค่านิยมของสถาบัน

7. สิ่งแวดล้อมภายในและภายนอกสถานศึกษา เช่น เพื่อน อาคารสถานที่ สภาพภูมิศาสตร์ของท้องถิ่น

8. ครอบครัวของนักศึกษา

9. สโมสรนักศึกษา

ซึ่งผู้ที่เกี่ยวข้องของสถาบันอุดมศึกษา จำเป็นต้องดำเนินการอย่างเร่งด่วนอย่างจริงจังและอย่างต่อเนื่องเพื่อขจัดข้อบกพร่อง โดยปฏิบัติดังนี้ :-

**หลักสูตรและการเรียนการสอน**

- จัดตารางสอนที่เอื้ออำนวยให้นักศึกษาได้เข้าร่วมกิจกรรม

- จัดโครงการพัฒนานักศึกษาในด้านจริยธรรม เป็นกิจกรรมเสริมหลักสูตรอย่างสม่ำเสมอหรือบรรจุไว้ในหลักสูตรภาคบังคับ

**กิจกรรมในรูปของชมรมต่าง ๆ**

- กิจกรรมดังกล่าว ควรได้รับความสำคัญจากผู้บริหารสูงสุดของสถาบัน และโดยเฉพาะผู้รับผิดชอบด้านวิชาการที่จะต้องรับรู้ว่าการวิธีที่จะบรรลุเป้าหมายในการพัฒนาบุคลิกภาพและจริยธรรมของนักศึกษา นอกจากจะเป็นการศึกษาโดยตรงแล้ว ควรจะมี Indirect Education เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างครู-อาจารย์ กับนิสิตนักศึกษา
- กิจกรรมที่สมควรจะสนับสนุนให้เป็นพิเศษคือ กิจกรรมเกี่ยวกับความกตัญญูในบิดามารดา-ครู-อาจารย์ และสถาบัน

**ระเบียบ**

- ปรับปรุง กฎ ระเบียบ ข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับนักศึกษาให้เหมาะสม เช่น ระเบียบการแต่งกาย เป็นต้น โดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมด้วย แล้วจัดพิมพ์เผยแพร่และส่งเสริม จูงใจให้มีการปฏิบัติตาม

**อาจารย์**

- อาจารย์เป็นกลุ่มบุคคลที่สำคัญที่สุดในการพัฒนาบุคลิกภาพของนิสิตนักศึกษาให้ได้ผลและมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในฐานะอาจารย์ผู้สอน ซึ่งต้องปฏิบัติตนเป็นตัวอย่าง และสามารถสอดแทรกในขณะสอน
- ยกย่องและให้กำลังใจแก่นักศึกษาที่ประพฤติดีให้ปรากฏ
- ให้ความรัก ใจเวลา แก่นักศึกษาทุกคน
- พยายามศึกษา เข้าใจ และยอมรับพฤติกรรมของมนุษย์ในทุกรูปแบบ
- มีความเป็นครูอย่างแท้จริง
- เป็นแม่แบบที่ดี
- อาจารย์ต้องเป็นทั้งครู และนักวิชาการ ไม่ใช่เป็นเพียงแต่นักวิชาการ ที่ต้องเอาเวลาไปเขียนตำรา หรือวิจัยเพื่อเอาตำแหน่งทางวิชาการแต่

เพียงอย่างเดียว อาจารย์ต้องมีความเป็นครู ช่วยพัฒนาจริยธรรมให้ศิษย์ด้วย พัฒนาจิตใจ ศิษย์ให้เกิดจิตสำนึก และมีความรับผิดชอบ ต่อส่วนรวม

**บุคลากรอื่นในสถาบัน**

- อบรมบุคลากรทุกฝ่ายของสถาบันที่เกี่ยวข้องกับนิสิตนักศึกษาให้เข้าใจ ถึงบทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบต่อการมีส่วนในการพัฒนาจริยธรรมของนิสิตนักศึกษาด้วย
- อบรมให้บุคลากรอื่น ๆ ทั่วสถาบันและถ่ายทอดทัศนคติทางบวกนั้น ให้กับนิสิตนักศึกษาด้วย

**นโยบายและค่านิยมของสถาบัน**

- จัดให้มีคณะกรรมการดำเนินการด้านจริยธรรมและบุคลิกภาพของนักศึกษาอย่างต่อเนื่อง
- ปรับปรุงคุณภาพอาจารย์ และบุคลากรของสถาบัน
- ส่งเสริมให้นิสิตนักศึกษาเข้าร่วมกิจกรรมเสริมหลักสูตร การบำเพ็ญประโยชน์ต่อสังคมและให้สามารถพัฒนาตนเองรวมทั้งปรับตัวให้เข้ากับสังคมได้
- ในการเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่งของอาจารย์ให้พิจารณาการมีจริยธรรมด้วย
- ให้มีการศึกษาและปฏิบัติจริยธรรมกันในทุกคณะ และทุกหน่วยงานโดยทั่วถึงกันทั้งระบบอย่างจริงจังและอย่างต่อเนื่อง
- ตักเตือน หรือสั่งลงโทษเมื่อประพฤติผิดหรือละเลยจริยธรรม
- ยกย่องและให้เกียรติแก่ผู้ดีเด่น ด้านจริยธรรม
- สนับสนุนนโยบาย การจัดวิธีการเรียนการสอนในรูปแบบที่ส่งเสริมการพัฒนาบุคลิกภาพและจริยธรรม
- รมรงค์เครื่องจรรยาบรรณ ในวิชาชีพอ่างจริงจังและต่อเนื่อง โดยให้คณะวิชาเป็นผู้

รับผิดชอบ ในการเผยแพร่ดำเนินการและ  
ควบคุมในการปฏิบัติ

- จัดฝึกอบรมเพื่อพัฒนาบุคลากรทุกระดับ

#### บรรยากาศสิ่งแวดล้อมภายในและภายนอกสถาบัน

- บุคลากรระดับบริหารทุกคนทั้งของมหาวิทยาลัยและของคณะฯ ต้องรู้จริยธรรมและปฏิบัติตนเป็นตัวอย่าง
- ให้มีสถานที่สำหรับกีฬา และนันทนาการอย่างอื่นให้พอเพียง

#### ครอบครัวของนักศึกษา

- ให้บิดา-มารดา และผู้ปกครองของนิสิตนักศึกษา ได้มีส่วนร่วมในการพัฒนา
- นัดพบ-ปะ หรือประชุมผู้ปกครองเป็นระยะตามความเหมาะสม

#### สโมสรนักศึกษา

- จัดกิจกรรมที่มุ่งส่งเสริมจริยธรรมในวันสำคัญต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับสถาบันและชุมชน
- จัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการบำเพ็ญประโยชน์ของนักศึกษาต่อสังคม
- ชี้แจงให้นักศึกษาเข้าใจในหน้าที่บทบาทและขอบเขตตลอดจนกฎระเบียบข้อบังคับสำหรับนักศึกษาในสถาบันที่ตนเองศึกษาอยู่ เพื่อการปฏิบัติได้ถูกต้อง

หากปฏิบัติได้ตามแนวที่เสนอไว้ ณ ที่นี้แล้ว มั่นใจว่า การพัฒนาบุคลิกภาพและส่งเสริมจริยธรรมของนักศึกษาในสถาบันนั้น ๆ จะเป็นไปได้เป็นอย่างดี

ปัจจัยที่สำคัญที่จะขอย้ำอีกครั้ง ก็คือ ตัวอาจารย์เอง ศิษย์จะหมัดกำลังใจ ได้จากคำพูดบางคำหรือการกระทำเล็ก ๆ น้อย ๆ ของอาจารย์ ตรงข้าม ศิษย์จะมีกำลังใจเกิดความรักความผูกพันได้จากคำพูดบางคำ การกระทำเล็ก ๆ น้อย ๆ ของอาจารย์เช่นกัน

ที่กล่าวยืนยันเช่นนี้ได้ นั้น เพราะทุกคำพูดที่กล่าวไว้สามารถพิสูจน์ได้ จากบัณฑิตรุ่นนี้ เพราะเป็นรุ่นที่ "ถูก" จบมากที่สุด ไม่ว่าจะ เป็น "ถูก" ที่อยู่ในความ



ปกครองในฐานะ "คนบดีคณะบริหารธุรกิจ" หรืออีกจำนวนไม่น้อยที่เป็น "ถูก" ซึ่งอยู่ในความปกครอง ในฐานะ "รองอธิการบดีฝ่ายกิจการนักศึกษา" การได้ใกล้ชิดและได้สัมผัสชีวิตนักศึกษาในปกครอง ไม่ว่าจะในฐานะใดก็ตามพบว่า โดยธรรมชาติของนักศึกษาทุกคนจะเป็นคนดี มีความน่ารัก แต่ที่ออกนอกแบบไปบ้างส่วนมากจะเป็นเพราะความไม่รู้จักและเข้าใจเอาเองว่าถูกต้องเหมาะสมแล้ว และก็มีบ้างเป็นส่วนน้อยที่กระทำไปเพราะต้องการจะประจบหรือเรียกร้องความสนใจ ครั้นเมื่อได้ถูกบอก ก็จะเปลี่ยนพฤติกรรม กลายเป็นผู้มีจริยธรรมได้ในที่สุด

คำพูดที่แสดงออก เช่น "ด้วยรัก และผูกพันจากลูกแม่" "ขอกราบแม่ด้วยความเคารพ...รักแม่" หรือ "แม่ของพวกเรา จากลูกสโมสรนักศึกษา...รักแม่จัง" เป็นต้น ที่กล่าวมาเหล่านี้จะเป็นการยืนยันได้ดี

ขอผู้ที่เกี่ยวข้อง โปรดได้พัฒนาและเสริมสร้างบุคลิกภาพและจริยธรรมของนิสิตนักศึกษา ดังที่ทุกท่านปรารถนา โดยการให้ 3 ประการ คือ ให้ความรัก ให้เกียรติ และให้ตัวอย่างแก่เขา แล้วท่านจะประสบผลสำเร็จโดยแน่นอน ■



# ภาษาอังกฤษ เพื่อการสื่อสาร ระหว่างประเทศ



**\*ปริญญา เกื้อหนุน**

**ภ**

ษาอังกฤษเป็นภาษาเดียวในโลกที่มีการใช้แพร่หลายที่สุด จนมีธุรกิจการสอนภาษาอังกฤษที่เจริญเติบโตขึ้นอย่างมากมายในทั่วทุกมุมโลก ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจการพิมพ์หนังสือภาษาอังกฤษ แลฉบับที่กลเสียง รายการวิทยุ รายการโทรทัศน์

หรือวีดิทัศน์ ไปจนถึงธุรกิจสถาบันสอนภาษาที่เปิดบริการผู้ที่สนใจทุกหนทุกแห่ง หรือแม้กระทั่งการจัดบริการการท่องเที่ยว เพื่อผู้ที่จะไปเรียนภาษาอังกฤษในช่วงเวลาสั้น ๆ ในประเทศที่เป็นเจ้าของภาษา ถ้าดูจากสถิติของจำนวนผู้ใช้ภาษาอังกฤษจะพบว่าผู้ใช้ภาษาอังกฤษจำนวนเพียง 350 ล้านคนเท่านั้นที่เป็นเจ้าของภาษา แต่ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษมีถึง 700 ล้านคน ยิ่งกว่านั้นผู้ใช้ภาษาอังกฤษในลักษณะและรูปแบบต่าง ๆ มีถึง 1,500 ล้านคน ถ้าพิจารณาจากตัวเลขดังกล่าวทำให้ได้ข้อสังเกตหลายประการ เช่น จะเห็นว่าจำนวนผู้ใช้ภาษาอังกฤษที่เป็นเจ้าของภาษามีจำนวนเพียงหนึ่งใน

สี่ของผู้ใช้ภาษาอังกฤษทั้งหมด นอกจากนั้นจำนวนประชากร 1,500 ล้านคนที่ใช้ภาษาอังกฤษนั้นเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่า ภาษาอังกฤษเป็นภาษาสากลที่เป็นสมบัติของคนทั้งโลกอย่างแท้จริง

**อดีตจนถึงปัจจุบันของภาษาอังกฤษ**

เพราะเหตุใดภาษาอังกฤษ จึงกลายเป็นภาษานานาชาติ จะเห็นว่าในปัจจุบันนี้มีภาษาอังกฤษในหลายรูปแบบ เช่น ภาษาอังกฤษแนวอเมริกัน ภาษาอังกฤษแนวอังกฤษ ภาษาอังกฤษแนวอินเดีย ภาษาอังกฤษแนวอัฟริกาตะวันตก ภาษาอังกฤษแนวสิงคโปร์ หรือ ภาษาอังกฤษแนวออสเตรเลีย แต่อย่างไรก็ตามกว่าที่ภาษาอังกฤษจะได้นำมาใช้อย่างแพร่หลายเช่นนี้นั้น ภาษาอังกฤษได้เริ่มต้นใช้พูดจาติดต่อกันในประเทศอังกฤษ เมื่อปี ค.ศ. 1350 เมื่อชาวนอร์มันได้ใช้ภาษาถิ่นเยอรมันผสมผสานกับภาษานอร์ส ในปี ค.ศ. 1600 มีการใช้ภาษาอังกฤษในกลุ่มคนเพียง 6 ล้านคน ต่อมาระยะปี ค.ศ. 1600 ถึง 1750 เป็นระยะที่มีการแพร่กระจายของภาษาอังกฤษตามส่วนต่าง ๆ

*\*อาจารย์ประจำคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์: กศ.ม. (ภาษาและวรรณคดีอังกฤษ) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร*

ของโลก โดยนักสำรวจ พ่อค้า โจรสลัด นักธุรกิจ ผู้แสวงหาถิ่นฐานใหม่ ทหารและนักบริหาร ได้เดินทางออกจากประเทศอังกฤษเพื่อตั้งถิ่นฐาน และแสวงหาอาณานิคมในดินแดนโพ้นทะเล โดยใช้ภาษาอังกฤษในการติดต่อสื่อสาร ในช่วงเวลาระหว่าง ปีค.ศ. 1750 ถึง ค.ศ. 1900 ได้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ ๆ สามประการคือ

**ประการแรก** จำนวนผู้ใช้ภาษาอังกฤษที่เป็นเจ้าของภาษา ได้ขยายจำนวนมากขึ้น และผู้ใช้ภาษาเหล่านั้นก็ได้กลายเป็นกลุ่มคนหรือประเทศที่ขึ้นต่อประเทศแม่คือ ประเทศอังกฤษซึ่งต่อมาภาษาอังกฤษที่ใช้ในกลุ่ม และในประเทศเหล่านั้นได้พัฒนากลายเป็นภาษาอังกฤษที่มีเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่มขึ้น

**ประการที่สอง** เมื่อประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศออสเตรเลียได้ประกาศตนเป็นเอกราชยิ่งทำให้ภาษาอังกฤษที่ใช้ในสองประเทศนี้มีลักษณะความแตกต่างทางภาษาศาสตร์จากภาษาอังกฤษในประเทศอังกฤษมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอเมริกา Noah Webster ได้สร้างความรู้สึกรู้สึกว่า ภาษาอังกฤษคือ เสียงสะท้อนของชีวิตใหม่ในประเทศใหม่

**ประการที่สาม** กลุ่มคนที่ไม่ใช่ภาษาอังกฤษเป็นภาษาแม่ เช่น ชาวอินเดีย ฮินดู อิสลาม หรือชาวสเปน ฝรั่งเศสและดัตช์ ฯลฯ และผู้อพยพอื่น ๆ ในประเทศอเมริกาต้องเรียนภาษาอังกฤษเพื่อใช้ในการประกอบอาชีพ หรือไม่กี่เพื่อดำเนินชีวิตในสังคมภาษาอังกฤษ ดังนั้นการเรียนการสอนภาษาอังกฤษจึงเจริญเติบโตเป็นกิจกรรมที่จำเป็นเพื่อสนองตอบความต้องการของคนกลุ่มนี้ ต่อมาในช่วงปี ค.ศ. 1900 ถึง ค.ศ. 1950 เป็นระยะที่ภาษาอังกฤษได้เจริญเติบโตขึ้นอีกระดับหนึ่ง ประเทศอาณานิคมต่าง ๆ ได้จัดสร้างโรงเรียนเพื่อให้นักศึกษาทางภาษาแก่กลุ่มคนถิ่นเดิม และในขณะเดียวกันก็จัดสอนภาษาอังกฤษสำหรับผู้อพยพเข้าประเทศ เช่น ในอเมริกา แคนาดาและออสเตรเลีย

การพัฒนาเติบโตของภาษาอังกฤษได้อย่างเข้าสู่ช่วงสุดท้าย (ปัจจุบัน) ด้วยบทบาทและการสื่อสารที่สนองตอบต่อการพัฒนาในยุคใหม่ โดยจะนับได้ตั้งแต่ราวปี ค.ศ. 1945 เป็นต้นมา การพัฒนาแพร่หลายของภาษาอังกฤษได้แบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอนด้วยกัน

**ขั้นตอนแรก** เมื่ออาณานิคมต่าง ๆ ที่เหลืออยู่ได้ประกาศเอกราชแยกตัวออกจากประเทศอังกฤษ บทบาทและความจำเป็นของภาษาได้แปรเปลี่ยนไปจากที่เคยใช้ภาษาอังกฤษเป็นเครื่องมือในการ

ควบคุมและปกครองประเทศอาณานิคมเหล่านั้นก็กลับกลายเป็นการใช้ภาษาอังกฤษ เพื่อเป็นกฎเกณฑ์ไปสู่วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีหรือไม่เช่นนั้นก็ใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารระหว่างกลุ่มชนต่าง ๆ ในประเทศที่เพิ่งได้รับเอกราชเหล่านั้น ซึ่งเช่นเดียวกับบทบาทของภาษาอังกฤษในประเทศที่เป็นอาณานิคมของอเมริกาอย่าง ฟิลิปินส์ ซามัวและเปอร์โตริโก

**ขั้นตอนที่สอง** เป็นช่วงที่ได้นำภาษาอังกฤษมาใช้อย่างแพร่หลายทั่วโลกในกิจการระหว่างประเทศ เช่น การตกลงร่วมกันระหว่างประเทศ ในการใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารเกี่ยวกับการจราจรทางอากาศ และเมื่อมีการจัดตั้งองค์การสหประชาชาติ ก็ได้ใช้ภาษาอังกฤษในหน่วยงานหรือองค์การของสหประชาชาติอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นการบริหารงานหรือการให้ความช่วยเหลือต่าง ๆ และเมื่อได้มีการปฏิวัติเปลี่ยนแปลงการสื่อสาร โทรคมนาคม ภาษาอังกฤษก็ได้กลายเป็นภาษาหลักที่ใช้ในการสื่อสารระหว่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็น วิทยุ โทรทัศน์ วารสารและหนังสือพิมพ์หรือแม้แต่ธุรกิจการค้า เพลงสากลก็ต้องอาศัยภาษาอังกฤษเป็นหลักในการผลิตผลงาน และก็เป็นเช่นนี้เหมือนกันในกิจการด้านอวกาศและคอมพิวเตอร์ ดังนั้นจะเห็นได้ว่าผู้ใช้ภาษาอังกฤษนั้นไม่จำเป็นต้องเป็นเจ้าของภาษาหรือไม่จำเป็นต้องเป็นคนในประเทศอาณานิคมอีกต่อไป อย่างเช่น กับตันเครื่องบินชาวเปรู ซึ่งเป็นผู้ที่ไม่ได้รับอิทธิพลใด ๆ ทางภาษาอังกฤษจากประเทศอเมริกาหรืออังกฤษ ก็จำเป็นต้องจะใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการประกอบอาชีพหรือนายแพทย์ชาวโปแลนด์ที่ทำงานอยู่ที่องค์การอนามัยโลก (WHO) ก็จำเป็นต้องใช้ภาษาอังกฤษเช่นเดียวกัน ในประเทศรัสเซีย ฮังการีหรือเยอรมัน ก็จำเป็นต้องรู้ภาษาอังกฤษเพื่อฟังเพลงสากลต่าง ๆ ได้อย่างมีชีวิตชีวา จากการพัฒนาของภาษาอังกฤษถึงขั้นนี้จะพบว่าเราสามารถแบ่งกลุ่มผู้ใช้ภาษาอังกฤษออกได้เป็นสองกลุ่มคือ ผู้ใช้ภาษาอังกฤษที่เป็นเจ้าของภาษาจะใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการติดต่อภายในชนชาติ และเพื่อการค้าธุรกิจ ส่วนกลุ่มที่สอง เป็นกลุ่มผู้ใช้ภาษาอังกฤษที่ไม่ได้เป็นเจ้าของภาษามีจุดมุ่งหมายในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อประกอบอาชีพหรือทำงานอดิเรกหรือเพื่อการศึกษา

ภาษาอังกฤษในกลุ่มแรกนี้ยังแบ่งออกเป็นภาษาอังกฤษแนวอเมริกัน ซึ่งมีการแพร่หลาย ภาษาอังกฤษไปยังประเทศฟิลิปินส์ ซามัว แคนาดา เปอร์โตริโก สำหรับภาษาอังกฤษแนวอังกฤษนั้น

ได้แพร่หลายเข้าไปในหลายประเทศทั่วโลก เช่น อินเดียตะวันตก อเมริกาใต้ บราซิล โครเอเชีย เวลส์ แอฟริกาตะวันตก แอฟริกาตะวันออก แอฟริกาใต้ ปากีสถาน อินเดีย (ซึ่งได้กลายเป็นภาษาอังกฤษแนวอินเดีย) มาเลเซีย สิงคโปร์ จีน ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ ฟิลิปปินส์ ฯลฯ จะอย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าภาษาอังกฤษแนวอเมริกาและแนวอังกฤษจะเป็นแม่แบบของภาษาอังกฤษที่ใช้ในประเทศ

อื่นๆ ก็ตาม แต่ก็ยังมีความแตกต่างกันไม่มากนักจนเกินไป ที่จะแตกต่างกันที่เห็นได้ก็คือความแตกต่างกันอันเนื่องมาจากถิ่นฐาน ซึ่งกลายเป็นภาษาถิ่น (dialects) แต่ในระดับผู้ได้รับการศึกษาแล้วใช้ภาษาอังกฤษนั้นไม่แตกต่างกันมาก จนทำให้การติดต่อระหว่างประเทศ ประสบปัญหา ซึ่งใครจะขอยกตัวอย่างความแตกต่างที่เล็ก ๆ น้อย มา แสดงให้ดูดังนี้

**ข้อแตกต่างทางด้านไวยากรณ์**

**ภาษาอังกฤษแนวอเมริกัน**

in the hospital  
The book will be published Friday.  
I already had my breakfast.  
Do you have your passport with you?  
Yes, I do

**ภาษาอังกฤษแนวอังกฤษ**

in hospital.  
The book will be published on Friday.  
I've already had my breakfast.  
Have you got your passport with you?  
Yes, I have.

ในด้านความแตกต่างของคำศัพท์นั้นมีความแตกต่างกันบ้างทางด้านคำศัพท์ แต่ก็ไม่ทำให้เป็นอุปสรรคในการติดต่อสื่อสารเช่นเดียวกัน สำหรับการออกเสียงนั้นภาษาอังกฤษแนวอเมริกันจะมีการออกเสียง (r) เป็นเสียงสระในคำ เช่น ในคำ writer, waiting,

จะเป็นเสียงอโลหะ (ไม่ก้อง) ซึ่งจะออกเสียงคล้ายกับ rider, wading, madder นอกจากนั้นการเน้นเสียงในคำ 2 พยางค์ระหว่างภาษาอังกฤษแนวอังกฤษ กับ อังกฤษแนวอเมริกัน ก็แตกต่างกัน เช่น

**ภาษาอังกฤษแนวอเมริกัน**

Cigarette  
Address

**ภาษาอังกฤษแนวอังกฤษ**

Cigarette  
Address

นอกจากนั้นแล้วยังมีศัพท์บางประเภทที่ภาษาอังกฤษแนวอเมริกันจะออกเสียง /x/ ในขณะที่ภาษาอังกฤษแนวอังกฤษจะออกเสียง /a/ ซึ่งเสียงดังกล่าวจะเกิดขึ้นกับคำที่ลงท้ายด้วยเสียงเสียดสีที่ไม่ต้อง หรือเสียง /n/ แบบเสียงนาสิก ดังตัวอย่างในคำ calf, bath, pass, และ aunt แต่ถ้าคำที่ลงท้ายนอกเหนือจากที่กล่าวมาทั้งภาษาอังกฤษแนวอเมริกันและแนวอังกฤษจะออกเสียง /x/ เหมือนกัน เช่น

cap, cab, cat, bad, back, bag, sand และ hang ในการออกเสียงคำต่อไปนี้ learn, core, fork, brother ภาษาอังกฤษแนวอเมริกัน ล้วนจะอยู่ในตำแหน่งสูงของเสียงอัมสระ (กึ่งสระ) ซึ่งจะออกเป็นเสียงรัว แต่ในขณะที่ภาษาอังกฤษแนวอังกฤษเสียง (r) จะเป็นเสียงเรียบ นอกจากนั้นแล้วเสียงสูงต่ำในประโยคก็มีความแตกต่างกัน เช่นเดียวกัน

ภาษาอังกฤษแนวอเมริกัน

My name is John

Are you quite sure?

Will you pass the salt please?

ภาษาอังกฤษแนวอังกฤษ

My name is John.

Are you quite sure?

Will you pass the salt, please?

ส่วนภาษาอังกฤษที่ใช้ในภูมิภาคต่าง ๆ ของโลกที่ได้กล่าวมาแล้วไม่ว่าจะเป็นภาษาอังกฤษในอินเดีย ในออสเตรเลีย ในแอฟริกาตะวันตก ก็ได้กลายเป็นภาษาอังกฤษที่แตกต่างไปตามภูมิภาคนั้น พร้อมทั้งมีกลุ่มประชากรมากมายที่ใช้ภาษาอังกฤษเหล่านั้นและมีลักษณะพิเศษทางด้านไวยากรณ์ ด้านคำศัพท์ การออกเสียงและสไลล์ ภาษาอังกฤษส่วนภูมิภาคจึงเป็นรูปแบบการพัฒนาทางด้านภาษาอังกฤษในโลกปัจจุบันทั้งในด้านปริมาณและความหลากหลาย ภาษาอังกฤษในบางภูมิภาค มีลักษณะที่ซับซ้อนและมีลักษณะแยกย่อยออกไปอีกอย่างเช่น ภาษาอังกฤษในอินเดีย ซึ่งแบ่งเป็นภาษาอังกฤษที่แยกย่อยออกไปอีกหลายประเภท เพราะประเทศอินเดียเป็นประเทศใหญ่มีกลุ่มคนหลายกลุ่ม มีลักษณะทางภูมิประเทศที่แตกต่างออกไป เช่น ภาษาอังกฤษของพนักงานรถไฟในไมซอร์ (Mysore) ก็จะเป็นลักษณะหนึ่งภาษาอังกฤษในหมู่ครูโรงเรียนมัธยมในเมืองบอมเบย์ก็เป็นอีกลักษณะหนึ่ง หรือข้าราชการในเมืองเดลีก็มีการใช้ภาษาอังกฤษที่แตกต่างออกไปอีก ภาษาอังกฤษที่มีลักษณะแยกย่อยที่แตกต่างกันออกไปนี้ ยังเกิดขึ้นในประเทศเซียร์รา เลโอน (Sierra Leone) ฟิลิปปินส์ ภาษาอังกฤษส่วนภูมิภาคเหล่านี้มีโครงสร้างทางภาษาที่แตกต่างกัน ในบางแห่งความแตกต่างทางภาษาที่ใช้ติดต่อในแถบนั้นเกิดขึ้นเพราะเวลาที่เปลี่ยนไป ทำให้ภาษาอังกฤษที่ใช้แตกต่างกันไปด้วย เช่น ภาษาอังกฤษในสิงคโปร์และมาเลเซีย แตกต่างกับเมื่อ 20 กว่าปีที่ผ่านมามาก ทั้งนี้เนื่องจากประเทศทั้งสองได้แยกออกจากกัน ในบางภูมิภาคภาษาอังกฤษจะถูกนำไปใช้ในกลุ่มนักธุรกิจ และผู้บริหาร ตัวอย่างของนักธุรกิจและนักบริหารในฝรั่งเศส เยอรมัน ฮอลแลนด์และอิตาลี ฯลฯ จะใช้ภาษาอังกฤษติดต่อกันด้วยรูปแบบที่เหมือนกัน แต่สำเนียงต่างกันตามพื้นฐานความแตกต่างของแต่ละประเทศ ในประเทศญี่ปุ่นนักวิทยาศาสตร์และนักธุรกิจก็จะใช้ภาษาอังกฤษติดต่อกันตามรูปแบบของพวกเขา

### ปัญหาการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารระหว่างประเทศ

เนื่องจากภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่ใช้ในกิจการระหว่างประเทศ ในหลายกิจการ ย่อมมีปัญหาบางประการสำหรับผู้ที่อยู่ในประเทศที่ต่างกัน Bjorn Jernudd และ Elizabeth Thuan ได้ศึกษาภาษาที่ใช้ติดต่อทางการประมง ถึงแม้ว่าการประมงระหว่างประเทศ จะไม่ได้ใช้ภาษาอังกฤษทั้งหมด แต่ก็ต้องใช้ภาษาอังกฤษติดต่อย่อมมีกันระดับหนึ่ง Jernudd และ Thuan ได้เน้นการศึกษาเฉพาะชื่อของปลาเท่านั้น ทั้งนี้ชื่อปลาที่ได้ถูกรวบรวมและรับรู้ว่าเป็นสากล นักวิจัยทั้งสองได้ชี้ให้เห็นว่าภาษาเป็นองค์ประกอบทางสังคมและวัฒนธรรมที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อความร่วมมือกันระหว่างประเทศในอันที่จะหาปลาให้พอเพียงสำหรับเป็นอาหารของชาวโลก การศึกษาเรื่องนี้ มีจุดประสงค์ที่จะทราบว่าปัญหาที่เกิดขึ้นในการใช้ภาษาติดต่อในเรื่องการประมงมีอะไรบ้าง โดยเฉพาะการติดต่อในระหว่างประเทศ บุคคลและองค์การเหล่านั้น จัดการกับปัญหาอย่างไร วิธีใดที่เป็นวิธีการที่มีประสิทธิภาพในการแก้ปัญหา โดย Jernudd และ Thuan ได้สัมภาษณ์บุคคลในอาชีพด้านการประมงในฮาวาย และออสเตรเลีย รวมทั้งส่งแบบสอบถามไปยังองค์กรที่เกี่ยวข้องจากการวิจัยพบว่า ปัญหาทางภาษามีอิทธิพลโดยตรงต่อวัฒนธรรม สังคม การเมือง และเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมประมง ชื่อปลาที่แตกต่างกัน ระบบการตั้งชื่อปลาที่ต่างกัน ศัพท์ทางการผลิตที่ต่างกัน ทำให้เป็นอุปสรรคระหว่างชาวประมง ผู้บริโภค ผู้ผลิต นักวิทยาศาสตร์ ผู้เชี่ยวชาญ เจ้าหน้าที่รัฐบาล ผู้เชี่ยวชาญทางภาษา องค์กรระหว่างประเทศ ตัวแทนรัฐบาล วิชาทกกิจและสมาคมวิชาชีพ ในแต่ละหน่วยงานใช้วิธีการแก้ปัญหาแตกต่างกันไป แต่บางแห่งก็อาจจะใช้ภาษาจากธนาคารข้อมูล Jernudd และ Thuan เชื่อว่าถึงแม้ว่าจะมีวิธีที่ดีในการแก้ปัญหาเรื่องชื่อของปลาก็ตาม แต่ถ้าขาดความประทับใจในวัฒนธรรมทางภาษาศาสตร์และขาดความรู้ในการใช้ภาษา ย่อมจะถูกจำกัดและ

เป็นอุปสรรคที่จะใช้ภาษาให้ประสบความสำเร็จได้

สำหรับผู้มีการศึกษาในประเทศอังกฤษ แคนาดา สหรัฐอเมริกา และออสเตรเลีย ย่อมเข้าใจภาษาอังกฤษที่ใช้พูดติดต่อกันโดยไม่ยากลำบาก ทั้งนี้เพราะเขาเหล่านั้นถือกำเนิดจากต้นกำเนิดของภาษาอย่างเดียวกัน ถึงแม้ภาษาอังกฤษในแต่ละประเทศจะได้วิวัฒนาการไปเป็นร้อยปีก็ตาม แต่ก็ยังติดต่อกันด้วยความเข้าใจ โดยเฉพาะผู้ที่ได้รับการศึกษา ทั้งนี้เพราะภาษาอังกฤษเหล่านั้นยังใช้รูปโครงสร้าง ไวยากรณ์อย่างเดียวกัน ใช้ศัพท์ที่คล้ายกัน ใช้พยางค์และแบบการเน้นเสียงและจังหวะที่คล้ายกัน แต่สำหรับภาษาอังกฤษในอินเดียแล้วมีคนบางกลุ่มเท่านั้นที่จะเข้าใจภาษาอังกฤษที่กลุ่มนั้นใช้ เช่น ชาวเรือในอินเดีย จะออกเสียง “no” เป็น “now” ดังในประโยคที่ว่า “I “now” burn the children. หมายถึง I (we) don’t burn the (dead) children ในทางใต้ของอินเดียจะใช้คำว่า vessel ในความหมายของ Utensils แต่ในส่วนอื่นของอินเดียจะไม่เข้าใจความหมายนี้หรือใน karnataka และ Tamilnadu จะใช้คำว่า co-brother ในความหมายที่สาวหรือน้องสาวของภรรยาหรือสามี ในขณะที่ Andhra ใช้คำว่า Co-brother-in-law ซึ่งความหมายนี้จะไม่ใช้ในอินเดียตอนเหนือ การใช้ภาษาอังกฤษในลักษณะเฉพาะถิ่นนี้จะเป็นอุปสรรคต่อการเข้าใจระหว่างภูมิภาคหรือการเข้าใจภาษาอังกฤษระหว่างประเทศ ผู้อ่านคงจะงงถ้ามีคนอินเดียในรัฐปัญจาบ “Do you have TB?” (TV) หรือที่ Gujarati พิธีกรในงานแต่งงาน ประกาศว่า “The snakes are in the hole. (The snacks are in the hall.) ท่านก็คงต้องวิ่งกันพล่านทีเดียวเพราะกลัง

จึงพอจะกล่าวได้ว่า ปัญหาในการที่ทำให้เกิดความเข้าใจผิดในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารระหว่างประเทศประการแรกก็คือ เสียงพูดที่ผิดเพี้ยนจากเสียงภาษาเดิม ซึ่งอาจจะเกิดจากการออกเสียงกลุ่มพยัญชนะ ดัดเสียงพยัญชนะความสับสนระหว่างเสียงสระยาวและสั้น การออกเสียง หรือเน้นเสียงไม่ถูก ฯลฯ เป็นต้น ลองสังเกตการใช้ภาษาอังกฤษของคนอินเดียในแต่ละถิ่นต่อไปนี้

**ชาวหมีพ**

“Eye yate yeleven yeggs” (I ate eleven eggs.)

“Meester Bharma vaj bhomitting in the bharandah, Sir!”  
(Mr. Verma was vomitting in the Varandha, Sir!)

**ชาวฮินดู**

“It ij Terribull. Trejenee is poor in i-school.” (It’s Terrible, presence is poor in school.)

**ชาวปัญจาบ**

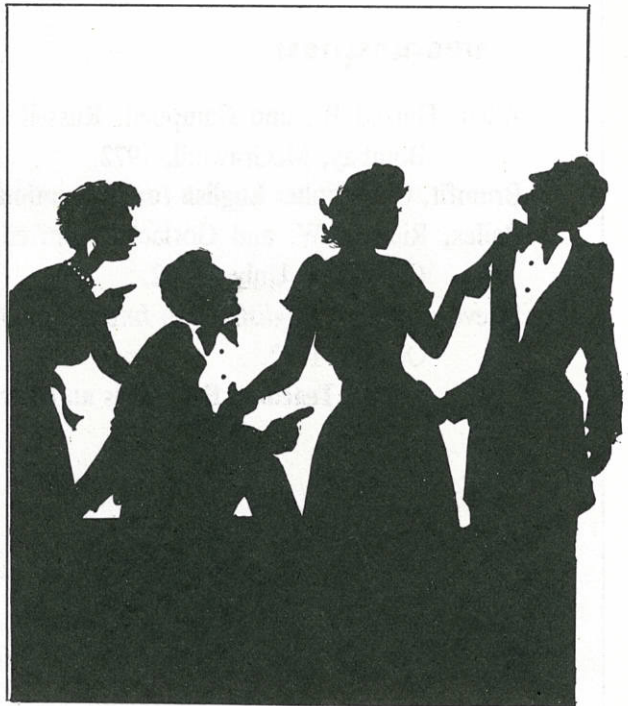
“Go sutterait in the suttereet and ju bill find the house ju ban!”

(Go straight in this street and you will find the house you want.)

นอกจากนั้นปัญหาอีกประการหนึ่งในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารระหว่างประเทศคือปัญหาในการใช้คำศัพท์ เช่น ใช้คำผิด ความหมาย สร้างคำศัพท์ขึ้นใหม่ ผสมคำจากภาษาเดิมเช่นคำว่า boy ซึ่งในภาษาอังกฤษจะไม่มีมีความหมายเหมือนที่ใช้โดยทั่วไปซึ่งมีความหมายว่าเด็กรับใช้ในโรงแรมดังเช่น Boy! Get me some toast เป็นต้น

**การเขียนการสอนภาษาอังกฤษในปัจจุบัน**

ปัจจุบันนี้เนื่องจากภาษาอังกฤษถูกใช้เป็นสื่อติดต่อบetween ผู้ที่เป็นเจ้าของภาษากับผู้ที่ไม่เป็นเจ้าของภาษา การเรียนการสอนก็มัก



จะใช้ครูผู้สอนที่ไม่ใช่เจ้าของภาษาสอนให้กับผู้ที่ไม่ใช่เจ้าของภาษา เพื่อนำไปใช้กับสังคมที่ไม่ใช่ภาษาอังกฤษเป็นภาษาแม่ เพื่อการติดต่อทางการทูต การค้าระหว่างประเทศหรือการท่องเที่ยว ฯลฯ อย่างไรก็ตามวิธีการสอน เพื่อการสื่อสารระหว่างประเทศไม่ได้แตกต่างกับการสอนภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่สอง (ESL) หรือเป็นภาษาต่างประเทศ (EFL) ในการเรียนการสอนภาษาอังกฤษในปัจจุบันใช้ครูจากหลายประเทศมากกว่าแต่ก่อนที่ใช้ครูจากประเทศอเมริกาและอังกฤษเป็นหลัก แต่ปัจจุบันรวมไปถึงแคนาดา, ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ หรือแม้แต่อินเดีย ซึ่งส่งครูภาษาอังกฤษไปสอนที่ประเทศอื่น ครูภาษาอังกฤษจากเบลเยียมไปสอนที่โมร็อกโค ส่วนครูสอนภาษาอังกฤษจากปากีสถานก็ไปยังประเทศตะวันออกกลาง การสอนภาษาอังกฤษในปัจจุบันได้ก้าวรุดหน้า และมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเฉพาะวิธีการสอนภาษาอังกฤษเป็นภาษาต่างประเทศ (EFL) นอกจากนี้อาชีพการสอนภาษาอังกฤษในปัจจุบันได้ขยายตัวมากขึ้น พร้อมๆ

กับการผลิตอุปกรณ์การสอนต่าง ๆ สิ่งทีกล่าวเหล่านี้พัฒนาไปควบคู่กับความต้องการเรียนรู้ภาษาที่เพิ่มขึ้นอย่างมากมาย วิธีการเรียนการสอนที่ใช้มากมีอยู่สองแบบในแถบทวีปอเมริกาจะใช้วิธีการสอนภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่สอง (ESL) ซึ่งเป็นวิธีการสอนที่ยึดทฤษฎีภาษาศาสตร์เป็นหลัก ในขณะที่แถบประเทศอังกฤษใช้วิธีการสอนที่เกิดจากทฤษฎีภาษาศาสตร์ประยุกต์และยึดหลักวิธีการการเรียนการสอน (class room methodology) ทีหลากหลายเป็นแนวทาง แต่ทั้งสองวิธีการสอนนี้เปลี่ยนแปลงวิธีการเรียนการสอนที่ให้ผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง (Student-centered)

ผู้อ่านคงตระหนักแล้วว่า ภาษาอังกฤษมีบทบาทมากขึ้นเพียงใดในการติดต่อระหว่างประเทศ ผู้ที่เรียนรู้ภาษาอังกฤษและใช้ภาษาอังกฤษได้ดีจึงกลายเป็นผู้ที่มีโอกาสมากกว่าคนอื่น ๆ ในสังคม ■□

### บรรณานุกรม

- Allen, Harold B., and Campbell, Russell N. **Teaching English as a Second Language.** Bombay, McGrawhill, 1972.
- Brumfit, Christopher **English for International Communication.** Oxford, Pergamon, 1982.
- Bailex, Richard W. and Gorchach, Manfred **English as a World Language.** Cambridge, Cambridge Univ., 1982.
- Stevens, Peter **"English as an International Language"** *English Teaching Forum.* No. 4, October 1987.
- \_\_\_\_\_ . **Teaching English as an International Language.** Oxford, Pergamon, 1982.

# เซอร์เรียลลิสม์

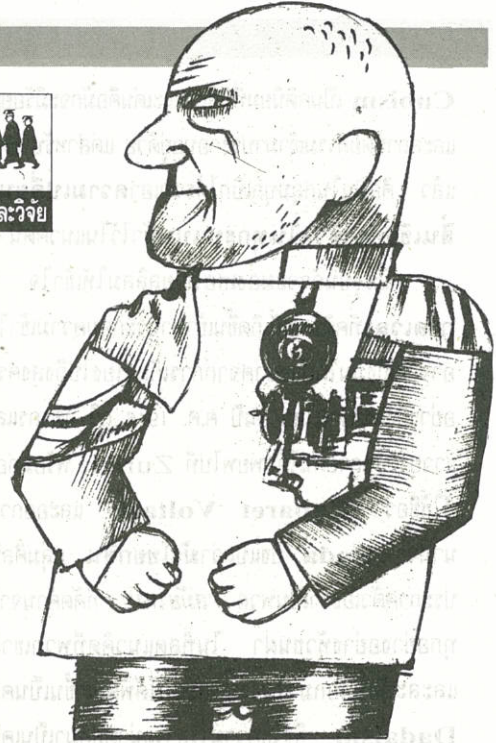
## Surrealism

แปลและเรียบเรียงจาก

Schmeller, Alfred. **Surrealism: movements in modern art** New York : Crown, 19--.



\* ไชติรส เพิ่มพิกุล



บ

ปัจจุบันคำแสลง “เซอร์” เป็นคำที่นิยมใช้จนติดปากในหมู่วัยรุ่นไทย คำคำนี้แผลงมาจากต้นคำภาษาอังกฤษ “Surrealism” สำหรับคำแสลงไทยคำนี้ผู้เขียนเข้าใจว่าเป็นการอธิบายคุณลักษณะที่โดดเด่น ไม่เหมือนใครของบุคคล เช่น อาจมีคำพูดให้เราได้ยินบ่อยๆ ว่าหนุ่มหรือสาวผู้นั้นผู้นี้เป็นหนุ่ม “เซอร์” หรือ สาว “เซอร์” ซึ่งก็น่าจะหมายความว่าบุคลิก ลักษณะ ตลอดจนการแต่งกายของหนุ่มหรือสาวผู้นั้น ต้องมีความโดดเด่น มีเอกลักษณ์ และไม่เหมือนผู้คนทั่วไปแน่นอนทีเดียวที่คุณลักษณะของบุคคลนั้นๆ คงจะต้องแฝงไว้ด้วยศิลปะที่ยากแก่การเข้าใจอีกประการหนึ่งด้วย

อย่างไรก็ตาม แสลงคำนี้ยังคงให้ความหมายของเซอร์เรียลลิสม์ (หรืออดีตนิยม) อยู่พอสมควรในแง่ที่ว่าคตินิยมแบบเซอร์เรียลลิสม์เป็นกระบวนการความพยายามที่จะสร้างทัศนคติ

ใหม่ๆ ให้กับชีวิต อาจเป็นรูปแบบใหม่ของการดำรงตนของมนุษย์ (พวกหนุ่มเซอร์ สาวเซอร์ คงมีลักษณะเช่นที่ว่านี้ด้วย) แต่อย่างไรก็ตามก็อาจกล่าวได้ว่าความเข้าใจของผู้คนส่วนมากที่มีต่อคตินิยมนี้ยังมีความคลาดเคลื่อนอยู่มาก ผู้คนมักโยงเเนวคิดที่ว่านี้เข้ากับภาพเขียนสมัยใหม่ที่ดูแล้วยากแก่การเข้าใจแต่โดยที่แท้จริงแล้ว เซอร์เรียลลิสม์ น่าจะเป็นความเคลื่อนไหวทางวรรณกรรมเสียมากกว่า มันเป็นกระบวนการปฏิวัติทางประวัติศาสตร์ความคิดของศตวรรษนี้ที่สะท้อนออกมาในรูปของวรรณกรรม ปรัชญา สื่อสารมวลชน การแสดง และภาพเขียน ซึ่งอันที่จริงแล้วสามารถกล่าวได้ว่าภาพเขียนเป็นการแสดงออกของแนวคิดแบบเซอร์เรียลลิสม์ที่มีสถานะที่สงบเสงี่ยมที่สุดก็แทบจะว่าได้ หากแต่ความพยายามของผู้คนในอันที่จะเข้าใจในสาระของมันต่างหากที่ทำให้ภาพเขียนแนวนี้โดดเด่นกว่าศิลปะประเภทอื่นๆ ภายใต้อคตินิยมเดียวกัน ในที่นี้ขอยกความเคลื่อนไหวทางศิลปะของคตินิยมอื่นประกอบด้วย ภาพเขียนแนว Expressionism พัฒนาขึ้นต่างหากจากความเคลื่อนไหวทางวรรณกรรมของแนวคิดเดียวกันโดยจิตรกรที่รวมตัวกันเป็นกลุ่มๆ เช่น Der blaue Reiter และ Die Brucke เป็นต้น

\* อาจารย์ประจำคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. : M.A. (English)  
Western Michigan University, U.S.A.

**Cubism** เป็นคตินิยมที่มีลักษณะเด่นคือมักจะมีร้อยแก้ว ร้อยกรอง และสถาปัตยกรรมเข้ามาประกอบอยู่ด้วย แต่สำหรับ **Surrealism** แล้ว ศิลปินในกลุ่มบุกเบิกได้รวมเอาความเปลี่ยนแปลงอย่าง **สิ้นเชิงของชีวิตในทุกรูปแบบเข้าไว้ในแนวคิดนี้\***

ปัจจุบันถ้าจะมองเซอร์เรียลลิสม์ให้เข้าใจ จำเป็นต้องนำ **กาลเวลา** ที่คตินิยมนี้เกิดขึ้นเข้ามาประกอบความเข้าใจด้วย เราไม่อาจเข้าถึงมันได้ถ้าปราศจากการเกี่ยวข้องไปถึงสงครามโดยเฉพาะอย่างยิ่งสงครามโลก ในปี ค.ศ. 1916 กวี จิตรกรและนักแต่งเพลงชาวยุโรปหลายคนได้อพยพไปที่ Zurich พร้อมกับก่อตั้งกลุ่มศิลปินที่ใช้ชื่อว่า **Cabaret Voltarie** และออกวารสารภายใต้ นามว่า **Dada** ซึ่งแปลว่า **มาโซกซ์ขึ้น** กลุ่มศิลปินหนุ่มพวกนี้ ประกาศตัวเองว่าเป็นพวก **"สมัยใหม่"** ที่คัดค้านจารีต ประเพณี ทุกอย่างอย่างหัวชนฝา ในที่สุดแนวคิดที่พวกเขามีขึ้นต่อสังคม และสะท้อนออกมาในงานศิลปะก็ได้พัฒนาขึ้นเป็นคตินิยมที่ชื่อว่า **Dadaism** ซึ่งใช้ความรู้สึกระง่ำตมมาเป็นเครื่องมือในการต่อต้านและประท้วงสงคราม-สงครามซึ่งตามความคิดของพวกเขาแล้วคือความล้มเหลวอย่างไม่มีที่ท่าของความรักชาติ เกียรติยศ ศาสนา ความทะเยอทะยานความยิ่งใหญ่ของมนุษยชาติและอุดมคติ ทุกๆอย่าง จากความเป็น **Dadaism** นี้เองที่เราจะมองต่อไปยัง **Surrealism** ซึ่งนับได้ว่าเป็นผลพวงที่ตามมา **ศิลปินเซอร์เรียลลิสต์** ที่เด่นๆ ได้แก่ **Aragon, Breton, Eluard และ Peret** ซึ่งทั้งสี่ได้เคยอยู่ในกลุ่มดาดาอิสมาก่อน

จากบรรยากาศอันหดหู่ของสงครามนั่นเองที่คตินิยมแนวเซอร์เรียลลิสม์ได้ถือกำเนิดและพัฒนาารูปแบบของมันขึ้นมา ทุกหนทุกแห่งความหดหู่ทางจิตใจบังเกิดขึ้นกับความรู้สึกที่ละเอียดอ่อนของเหล่าศิลปิน และสงครามนั่นเองที่เป็นบ่อเกิดของความแปรปรวน วิบโยคนี่/การสังหารหมู่ ความตายราคาถูกของผู้คนเป็นเสมือนเชื้อเพลิงที่โหมให้พวกเขากระหายหาหนทางใหม่ๆ ของการแสดงออกของชีวิตยิ่งขึ้น

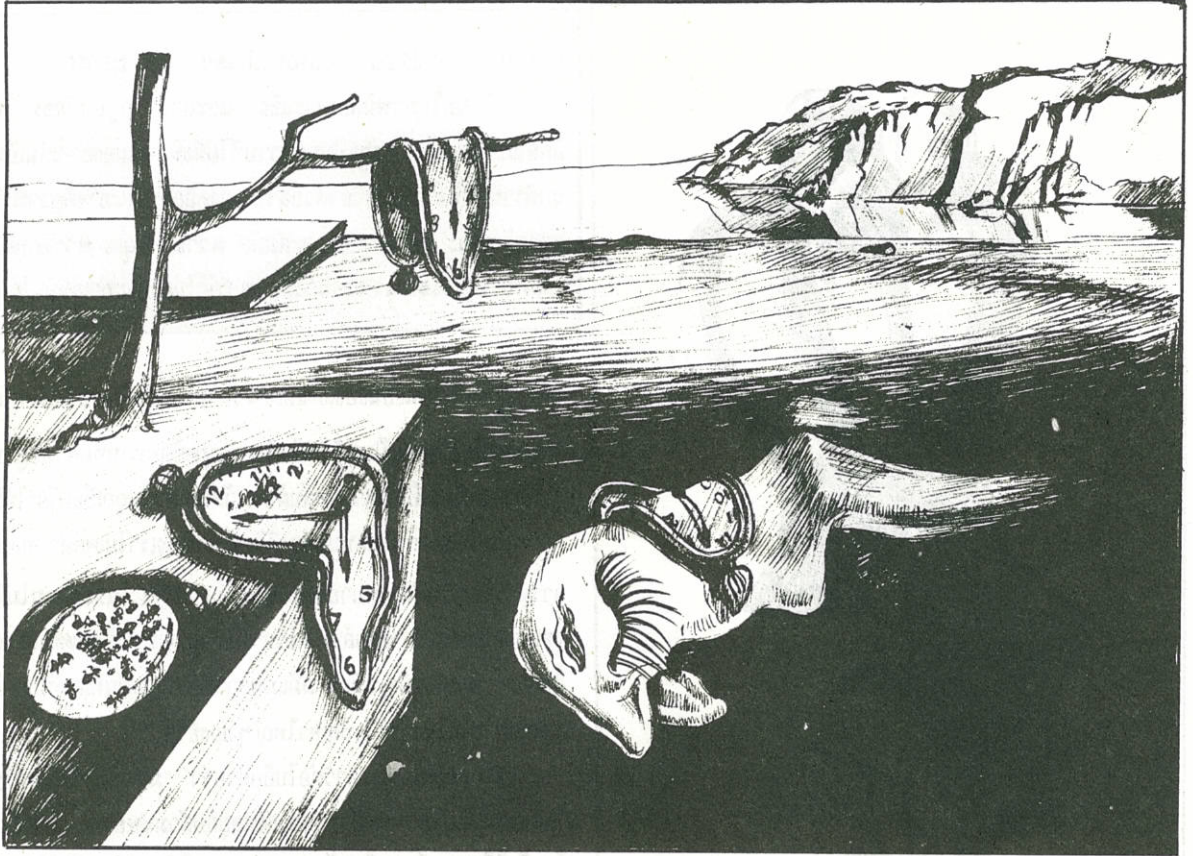
กลุ่มศิลปินแนว **เซอร์เรียลลิสม์** มีบทบาทสำคัญในช่วงปี 1918 ถึง 1939 ช่วงระยะเวลาที่คตินิยมนี้ได้เปิดตัวขึ้นอย่างกล้าหาญ

\* โดยพื้นฐานแล้วเซอร์เรียลลิสม์มีความแตกต่างจากความเคลื่อนไหวทางศิลปะที่เคยมีมาทั้งหมด เพราะมันเกิดในปริบทที่กว้างกว่าและสามารถเป็นอะไรก็ได้ที่คนจะเอ่ยอ้าง

“

“โดยพื้นฐานแล้ว เซอร์เรียลลิสต์มีความแตกต่างจากความเคลื่อนไหวทางศิลปะที่เคยมีมาทั้งหมดเพราะมันเกิดในปริบทที่กว้างกว่าและสามารถเป็นอะไรก็ได้ที่คนจะเอ่ยอ้าง”

”



จำลองภาพ The Persistence of Memory โดย Salvador Dali

จากภาพนี้จะเห็นได้ว่า เวลา (ซึ่งสื่อโดยนาฬิกา) นั้นอ่อนแอน มีลักษณะคล้ายอานม้า ซึ่งอาจตีความหมายได้ว่า นาฬิกาทั้ง 3 เรือนในภาพนั้นอ่อนล้า หมดแรงเดิน ต้องการพักผ่อนอย่างเกียจคร้าน เรากำลังเผชิญกับ “เวลา” ที่มีลักษณะ เป็นคน เป็นสิ่งมีชีวิต “ไม่ใช่วัตถุ”

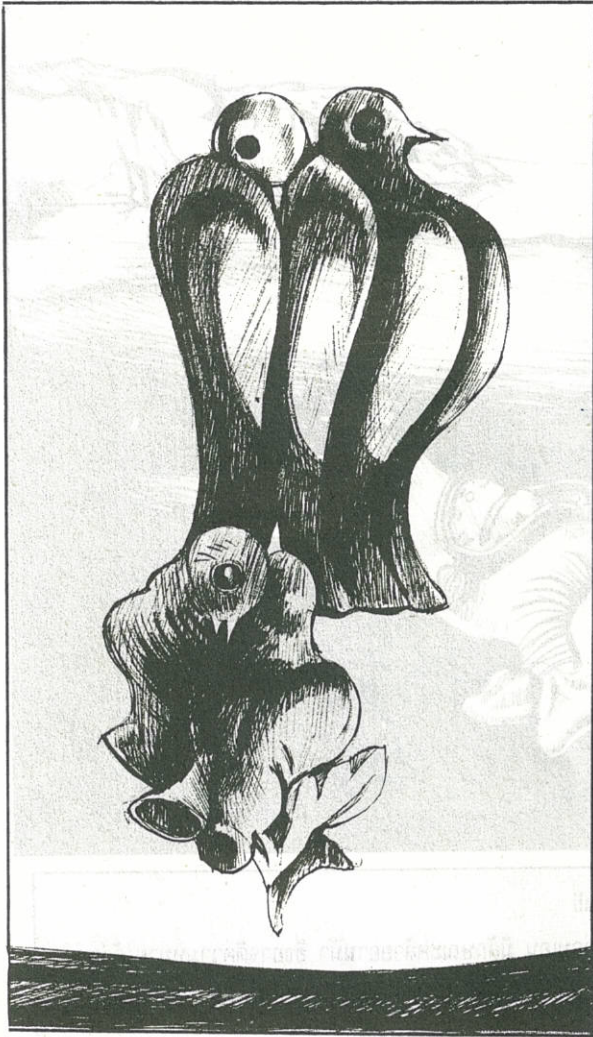
คือช่วงปี 1923 ถึง 1925 และหลังจากปี 1939 เป็นต้นมารูปแบบแนวคิดนี้ก็ปรากฏเด่นชัดขึ้น

ในช่วงสงครามโลกครั้งที่สอง ศิลปินเซอร์เรียลลิสม์แตกฉาน ชานเซ็นกระจัดกระจายไปตามที่ต่างๆ Peret อพยพไปเม็กซิโก **Breton** และศิลปินอื่นๆ อพยพไปยังโลกใหม่อันได้แก่ประเทศอเมริกานั้นเอง

กล่าวได้ว่าเซอร์เรียลลิสม์เป็นการค้นพบโลกวัตถุแบบใหม่ มันคือการแสวงหาจิตไร้สำนึก ศิลปินมักแทรกการค้นพบของ **Freud** ลงไปในงานของพวกเขาเสมอๆ พวกนี้เชื่อว่าขอบเขตของประสบการณ์ชีวิตของมนุษย์นั้นสามารถอธิบายได้โดยความฝัน ความฝันซึ่งมีการ

พานพบกับผู้คนหรือสิ่งต่างๆ อย่างพิสดารซึ่งผสมผสานความขัดแย้งของจิตใจคนเข้าไว้ ความฝันถูกมองว่าเป็นส่วนร่วมของชีวิตที่สำคัญเท่ากับการตื่น อันที่จริงแล้วพวกเซอร์เรียลลิสม์ให้ความสนใจต่อตัวตนของมนุษย์ในขณะนอนหลับมากกว่า พวกเขาเชื่อว่าความคิดอ่านของคนเราขณะตื่นนี้น่าจะถูกให้ความสำคัญแต่เพียงผิวเผิน...การตื่นของมนุษย์เป็นสถานะรองจากการหลับฝันและมีความเป็นจริงน้อยกว่า

จากจุดนี้จึงควรชี้แจงให้เห็นว่าทำไมภาพเขียนแนว **Surrealism** มากมายจึงเป็นเสมือนการถ่ายทอดสถานการณ์ความฝัน นอกจากนี้เซอร์เรียลลิสม์ยังตั้งมั่นอยู่บนแนวสังคมนิยม กล่าว



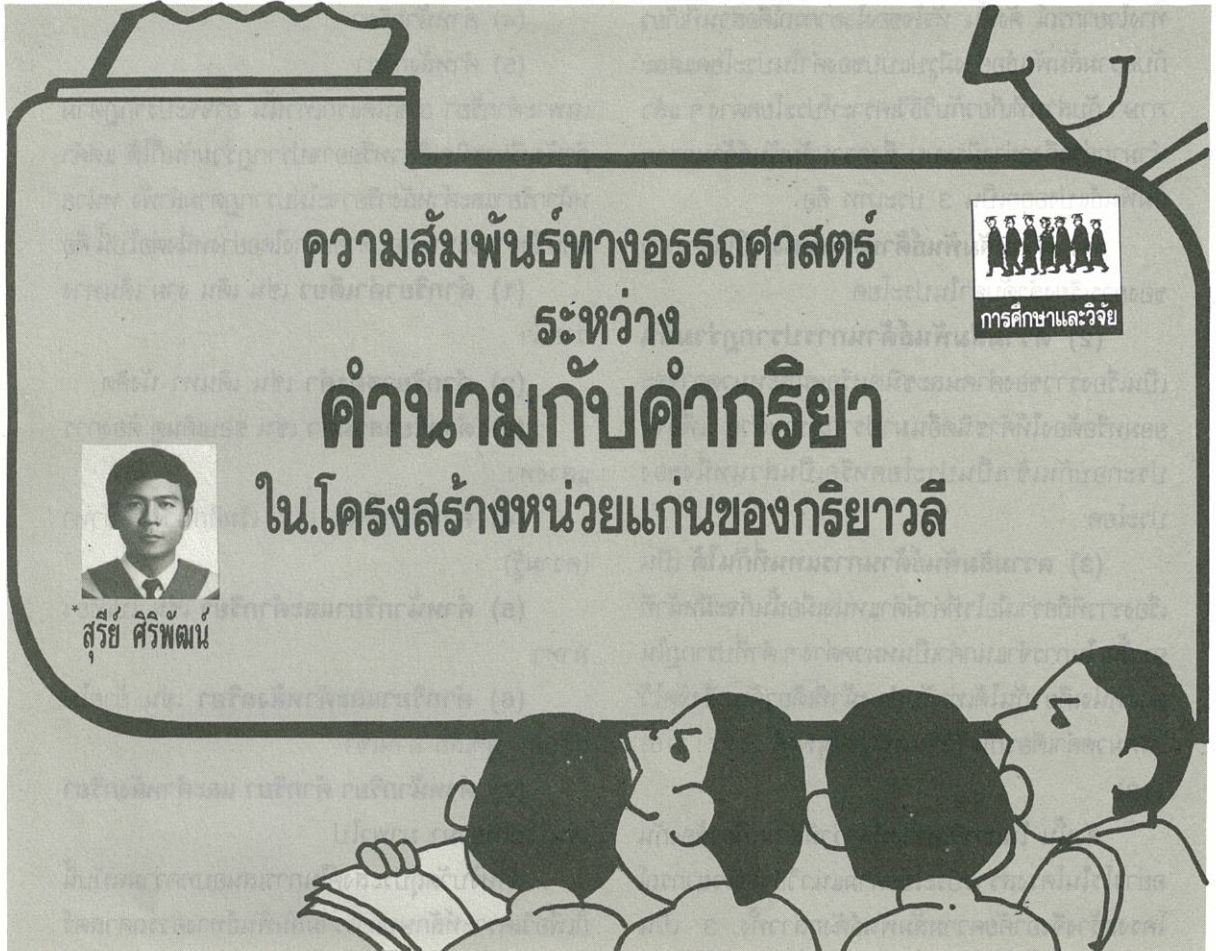
### จำลองภาพจาก Bird Memorial โดย Max Ernst

นกในภาพมีลักษณะแข็ง และลอยตัวอยู่บนท้องฟ้าในลักษณะที่แปลกมาก มันเป็นนกพิราบที่ไม่มีขน คนมองอาจเห็นเป็นนกพิราบที่บินจากดินเหนียวด้วยซ้ำ มองดูลึกลับและอาวตึความได้หลายลักษณะ มองแล้วอยากจะสัมผัส ความอบอุ่น ความกลัว และความปรารถนา ของนกในภาพ แต่ก็ไม่ว่าจะทำเช่นนั้นได้---

ทุก ๆ อย่างที่ภาพเขียนของเขาแสดงนั้นสามารถรับรู้และมีชื่อเรียกได้ หากแต่เพียงวัตถุที่เป็นที่รู้จักกันดีของมนุษย์ถูกถ่ายทอดให้อยู่ในรูปลักษณะที่มันเป็นในเวลาหลังฝัน วัตถุเหล่านั้นถูกเชื่อมโยงให้มีความสัมพันธ์ต่อกัน ในแบบอย่างที่จิตสำนึกของเราไม่เคยสำเนียง การดำรงอยู่ที่ไม่มีจุดหมายของมนุษย์ในขณะตื่น และความไม่มีจุดหมายนี้เองที่จะทำลายล้างกลไกทางจิตวิทยาอื่น ๆ ทั้งหมดลงอย่างสิ้นเชิง ลักษณะที่ดูเหมือนไม่มีแก่นสารของความฝันนี้เองที่มนุษย์เราจะนำไปใช้ในการจัดปัญหาใหญ่ ๆ ของชีวิต

**Breton** ยังกล่าวต่อไปอีกด้วยว่า “มนุษย์เรานั้นเป็นทั้งผู้เสนอและผู้ปฏิเสธ ทุกสิ่งทุกอย่างขึ้นอยู่กับตัวมนุษย์เอง กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือมนุษย์ชอบที่จะพันนาการตนเองให้ยุ่งเหยิงอยู่รำไปด้วยไฮดรอนแห่งกิเลส” พวกศิลปินแนวคิดนี้เชื่อว่าร้อยกรองเป็นพาหนะที่มนุษย์สามารถอาศัยไปสู่ดินแดนแห่งความคิดที่หลับไหลและยังมิได้เปิดเผยมาก่อน พวกเขามีความรับรู้เกี่ยวกับมนุษย์ชาติลึกลับซึ่งเกินกว่ากระบวนการให้เหตุผลจะเข้าถึงได้ พวกเขาตระหนักดีถึงแรงจูงใจ ความปรารถนา และไม่เคยมองข้ามความซับซ้อนแห่งจิตวิทยามนุษย์ ซึ่งเชื่อว่าเมื่อมันถูกกดตันเท่าไรแรงระเบิดก็จะอัดขึ้นเป็นทวีคูณเท่านั้น ประการสุดท้ายพวกเขาเชื่อว่าพาหนะที่เกิดขึ้นแก่มนุษย์ชาติในทุกวันนี้เป็นจริงได้เพราะมนุษย์ละเลยที่จะทำความเข้าถึงจิตวิญญาณในระดับต่ำซึ่งก็คือจิตไร้สำนึกของพวกเขานั่นเอง □■

ถึง จิตรกรเซอร์เรียลลิสต์ที่ชื่อ **Breton** ได้กล่าวไว้ว่า “เซอร์เรียลลิสต์มีพื้นฐานอยู่บนความเชื่อในความสำคัญของความสัมพันธ์บางประการที่ถูกมองข้าม” เขาเชื่อในอำนาจความฝันซึ่งเปิดเผยถึงคือสำหรับจิตรกรแล้วพวกเขาวาดภาพด้วยความสัจต่่อจินตนาการที่พวกเขามีอยู่ และสื่อออกมาตรงตามธาตุแท้ของจินตนาการนั้น



**1. ความเป็นมาของปัญหา**

ตามแนวความคิดของนักไวยากรณ์ดั้งเดิมเกี่ยวกับการวิเคราะห์โครงสร้างประโยคจะแบ่งออกเป็น 2 องค์ประกอบใหญ่ ๆ คือ **ภาคประธาน** และ**ภาคแสดง** คำนามที่อยู่ในภาคประธานส่วนใหญ่จะทำหน้าที่เป็นประธานของประโยค ส่วนคำนามที่ตามหลังคำกริยาที่อยู่ในภาคแสดงจะทำหน้าที่เป็นกรรมของประโยค ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเป็น**ความสัมพันธ์เชิงหน้าที่แบบประธาน-กริยา** ในส่วนที่เป็นภาคประธาน และเป็น**ความสัมพันธ์เชิงหน้าที่แบบกริยา-กรรม** ในส่วนที่

เป็นภาคแสดง ความสัมพันธ์ของคำนามกับคำกริยาดังกล่าวข้างต้นนั้น ยังไม่นำเอาเรื่องความหมายเข้ามาเกี่ยวข้องมากนัก เพียงแต่สังเกตการปรากฏของคำต่างๆ ในโครงสร้างประโยคเป็นหลักเท่านั้น ว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างไร แต่ตามแนวความคิดของนักไวยากรณ์โครงสร้างนั้น ได้กล่าวถึงความสัมพันธ์ด้านวากยสัมพันธ์หรือองค์ประกอบต่างๆ ภายในประโยคว่า ประโยคเกิดขึ้นจากการนำคำมาเรียงกัน และไวยากรณ์เป็นเรื่องที่เกี่ยวกับการวิเคราะห์โครงสร้างและรูปแบบของประโยคที่เกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ และถือว่าคำเป็นหน่วยมูลฐาน

\* อาจารย์ประจำคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยบัณฑิตย : กต.ม. (ภาษาศาสตร์ การศึกษา) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร

ทางไวยากรณ์ ดังนั้น หัวใจของไวยากรณ์คือส่วนที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์อย่างมีรูปแบบของคำในประโยคแต่ละภาษา กับส่วนที่เกี่ยวข้องกับวิธีวิเคราะห์ประโยคต่าง ๆ แล้วนำมากล่าวถึงอย่างมีระบบ ซึ่งความสัมพันธ์ด้านวากยสัมพันธ์แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

(1) **ความสัมพันธ์ด้านตำแหน่ง** เป็นเรื่องราวของการเรียงลำดับคำในประโยค

(2) **ความสัมพันธ์ด้านการปรากฏร่วมกัน** เป็นเรื่องราวของคำคนละชนิดหรือคนละหมวดอาจจะยอมหรือต้องให้คำชนิดอื่นมาปรากฏร่วมด้วย เพื่อจะประกอบกันเข้าเป็นประโยคหรือเป็นส่วนหนึ่งของประโยค

(3) **ความสัมพันธ์ด้านการแทนที่กันได้** เป็นเรื่องราวที่ถือว่าเมื่อไรที่คำมีตำแหน่งเมื่อนั้นก็จะมีหน้าที่นั้น ในการจำแนกคำเป็นหมวดต่าง ๆ คำที่ปรากฏในตำแหน่งเดียวกันได้เท่ากับทำหน้าที่เดียวกัน จึงจัดไว้ในหมวดคำเดียวกัน (วิจิตร ภาณุพงศ์ 2527 : 116-118)

ดังนั้น ในการวิเคราะห์คำว่ามีส่วนเกี่ยวข้องกันอย่างไรในโครงสร้างประโยคตามแนววิธีของไวยากรณ์ โครงสร้างจึงอาศัยความสัมพันธ์ดังกล่าวทั้ง 3 เป็นแนวความคิดพื้นฐาน โดยไม่นำเอาเรื่องความหมายของคำเข้ามาเป็นหลักเกณฑ์ในการวิเคราะห์ อย่างไรก็ตาม น่าจะมีความเป็นไปได้ที่จะนำเอาความสัมพันธ์ทางอรรถศาสตร์หรือความหมายเข้ามาวิเคราะห์ทางโครงสร้างของภาษาได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความสัมพันธ์ระหว่างคำนามกับคำกริยาที่ปรากฏอยู่ในโครงสร้างหน่วยแก่นของกริยาวลี โดยนำเอาแนวความคิดตามไวยากรณ์การกมาใช้ในการศึกษา ซึ่งหน่วยแก่นนั้นเป็นองค์ประกอบหนึ่งของกริยาวลี ซึ่งอาจจะประกอบด้วยคำ 5 ชนิด คือ

- (1) คำกริยาอกรรม
- (2) คำกริยาสกรรม
- (3) คำกริยาทวิกรรม

(4) คำหน้ากริยา

(5) คำหลังกริยา

เฉพาะคำกริยา 3 ชนิดแรกเท่านั้น อาจจะปรากฏตามลำพังเพียงชนิดเดียวหรืออาจปรากฏร่วมกันก็ได้ แต่คำหน้ากริยาและคำหลังกริยาจะไม่ปรากฏตามลำพัง หน่วยแก่นจึงอาจจะประกอบด้วยอย่างใดอย่างหนึ่งต่อไปนี้ คือ

(1) **คำกริยาคำเดียว** เช่น เดิน งาม เดินทาง วายน้ำ

(2) **คำกริยาสองคำ** เช่น เดินหา นั่งคิด

(3) **คำกริยาสองคำ** เช่น ชอบเดินดู ต้องการแสวงหา

(4) **คำกริยาสี่คำ** เช่น เริ่มศึกษาค้นคว้าหา (ความรู้)

(5) **คำหน้ากริยาและคำกริยา** เช่น ไปเที่ยว มาหา

(6) **คำกริยาและคำหลังกริยา** เช่น ย้ายไป กลับมา พุดเสียด อ่านเข้า

(7) **คำหน้ากริยา คำกริยา และคำหลังกริยา** เช่น ไปเที่ยวมา มาหาไป

สำหรับวัตถุประสงค์ในการเสนอบทความฉบับนี้ก็เพื่อวิเคราะห์ลักษณะความสัมพันธ์ทางอรรถศาสตร์ระหว่างคำนามกับคำกริยาในโครงสร้างหน่วยแก่นของกริยาวลีว่าเป็นอย่างไร โดยมีลำดับการเสนอ คือ ในตอนที่ 2 เป็นการกล่าวถึงการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคำนามและคำกริยาของนักไวยากรณ์ต่าง ๆ ตอนที่ 3 เป็นการแบ่งชนิดของคำกริยา ตอนที่ 4 เป็นการแบ่งคำนามตามความสัมพันธ์กับคำกริยาแบบไวยากรณ์การก ตอนที่ 5 เป็นเรื่องความสัมพันธ์ทางโครงสร้างระหว่างคำนามกับคำกริยาในหน่วยแก่นของกริยาวลี ตอนที่ 6 เป็นเรื่องความสัมพันธ์ทางอรรถศาสตร์ระหว่างคำนามกับคำกริยาในหน่วยแก่นของกริยาวลี และตอนที่ 7 เป็นบทสรุปและอภิปรายผลการวิเคราะห์

**2. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคำนามกับคำกริยาของนักไวยากรณ์ต่าง ๆ**

**2.1 แนวความคิดของ ชาร์ลส์ เจ ฟิลล์มอร์ (Charles J. Fillmore)**

ชาร์ลส์ เจ ฟิลล์มอร์ ได้เสนอความคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ทางอรรถศาสตร์ระหว่างคำนามกับคำกริยาเอาไว้ในบทความหลายบท ในปี ค.ศ. 1968 ฟิลล์มอร์ได้เขียนบทความเรื่อง *“Lexical Entries for Verbs”* และ *“The Case for Case”* บทความทั้งสองแสดงให้เห็นความคิดของฟิลล์มอร์ว่า ลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างคำนามกับคำกริยาที่เรียกว่าประธานและกรรมตามแนวความคิดของ โนม ชอมสกี (Noam Chomsky : 1965) นั้นเป็นเพียงความสัมพันธ์ในโครงสร้างผิว (Surface Structure) แต่ในโครงสร้างลึก (Deep Structure) ประโยคจะมีความสัมพันธ์ระหว่างคำนามกับคำกริยาในลักษณะที่สำคัญยิ่งกว่า ซึ่งเป็นลักษณะความสัมพันธ์ที่แสดงถึงเหตุการณ์ต่าง ๆ รอบ ๆ ตัวมนุษย์ว่าใครทำอะไร ใครมีประสบการณ์เรื่องใด ใครได้รับผลประโยชน์จากอะไร สิ่งนั้นเกิดขึ้นที่ไหน อะไรเปลี่ยนแปลงไป อะไรเคลื่อนที่ สิ่งนั้นเริ่มต้นจากที่ไหน และสิ้นสุดลงที่ไหน ซึ่งฟิลล์มอร์เรียกลักษณะความสัมพันธ์เหล่านี้ว่า *“การกสัมพันธ์ (Case Relationships)”* หรือ *“ความสัมพันธ์ทางอรรถศาสตร์ (Semantic Relationships)”* และลักษณะความสัมพันธ์เหล่านี้ควรเป็นส่วนพื้นฐาน (Base Component) ในไวยากรณ์ภาษาทุก ๆ ภาษา ซึ่งมีอยู่ 6 การก ดังนี้

(1) **ผู้ทำ (Agentive)** คือ ผู้ทำให้เกิดเหตุการณ์ขึ้น โดยปกติผู้ทำให้เกิดเหตุการณ์ขึ้นจะเป็นสิ่งมีชีวิต เช่น

น้องเปิดประตู  
ประตูถูกน้องเปิด

(2) **เครื่องมือ (Instrumental)** คือ เครื่องมือหรือเครื่องมือทำให้เกิดเหตุการณ์หรือสภาพที่แสดงโดยคำกริยา เช่น

น้องปิดบ้านด้วยกุญแจ  
เขาใช้มีดตัดเชือก

(3) **ผู้รับสภาพ (Dative)** คือ คำนามที่ได้รับผลกระทบกระเทือนจากการกระทำหรือสภาพที่แสดงโดยคำกริยา เช่น

น้องเชื่อว่าเขาจะชนะ  
เราเกลียดกล่อมน้องว่าเขาจะชนะ

(4) **ผลลัพธ์ (Factitive)** คือ ผลลัพธ์จากการกระทำหรือจากสภาพที่แสดงโดยคำกริยา หรือความสัมพันธ์ในลักษณะที่เข้าใจได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของความหมายของคำกริยา เช่น

ฉันวาดรูป

(5) **สถานที่ (Locative)** คือ บริเวณที่เกิดเหตุการณ์หรือการกระทำซึ่งแสดงโดยคำกริยา เช่น

เขาเก็บรถไว้ในโรงรถ  
อุบลราชธานีลมแรง

(6) **ผู้ถูก (Objective)** คือ ผู้ทรงสภาพหรือผู้ที่รับสภาพ หรือได้รับความกระทบกระเทือนจากการกระทำที่แสดงโดยคำกริยา เช่น

เขาเปิดประตู  
ประตูเปิด

ต่อมาในปี ค.ศ. 1970 ฟิลล์มอร์ได้เพิ่มเติมการกใหม่อีก 4 การก และตัดการกเดิมทิ้งไป 2 การก ซึ่ง Cook (1971 : 11) ได้นำไปกล่าวไว้ในบทความเรื่อง *“Improvements in Case Grammar 1970”* ดังนี้

(1) **ผู้ทำ (Agentive)**

(2) **เครื่องมือ (Instrumental)**

(3) **ผู้ถูก (Objective)**

(4) **สถานที่ (Locative)**

(5) **ผู้มีประสบการณ์ (Experiencer)** คือ ผู้มีความรู้สึก มีอารมณ์ มีการเรียนรู้เหตุการณ์ต่าง ๆ ที่แสดงโดยคำกริยา เช่น

เขาตกใจ

(6) **ผู้ร่วมกระทำ (Comitative)** คือ ลักษณะการทำอาการ หรือการทำให้เกิดเหตุการณ์ที่แสดงโดยคำ

กริยาร่วมกันกับคนอื่น เช่น

เขาทะเลาะกับภรรยา

(7) **ผู้ได้รับประโยชน์ (Benefactive)** คือ ผู้ได้รับผลการกระทำซึ่งแสดงโดยคำกริยา เช่น

ฉันให้หนังสือนิด

(8) **เวลา (Time)** คือ ลักษณะการบ่งบอกเวลาของเหตุการณ์ หรือสภาพที่แสดงโดยคำกริยา เช่น

मैंตื่นแต่เช้า

(9) **จุดเริ่มต้น (Source)** คือ การบอกจุดตั้งต้นของการกระทำซึ่งแสดงโดยคำกริยา เช่น

เขาออกจากบ้าน

(10) **จุดหมาย (Goal)** คือ จุดสิ้นสุดของการกระทำซึ่งแสดงโดยคำกริยา เช่น

เขาวาดรูป

จากลักษณะการปรับปรุงจำนวนความสัมพันธ์ทางอรรถศาสตร์หรือการกระหว่างคำนามกับคำกริยา ในปี ค.ศ. 1970 นั้น วิลล์มอร์ได้ตัดการกรผู้รับสภาพ (Dative) และการกผลลัพธ์ (Factitive) ออกไป แต่เปลี่ยนชื่อใหม่เป็นการกผู้มีประสบการณ์ (Experience) และการกจุดหมาย (Goal) ตามลำดับ ซึ่งการกจุดหมายนั้นจะคู่กับการกจุดเริ่มต้น (Source) และเสนอการกใหม่อีก 3 การก คือ ผู้ร่วมกระทำ (Comitative) ผู้ได้รับประโยชน์ (Benefactive) และเวลา (Time)

## 2.2 แนวความคิดของกรูเบอร์ (Gruber)

กรูเบอร์ได้เสนอความคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างคำนามกับคำกริยาไว้ในวิทยานิพนธ์ชื่อ “*Studies in Lexical Relations*” ซึ่งเรียกว่า “*ความสัมพันธ์แบบผู้ถูกกระทำ*” (Theme) ซึ่งในทุกๆ ประโยคจะมีนามวลีที่ทำหน้าที่เป็นผู้ถูกกระทำ โดยมีจำนวนการกดังต่อไปนี้

(1) **ผู้ถูกกระทำ (Theme)** จะมีในประโยคที่กริยาแสดงการเคลื่อนที่และบ่งบอกสถานที่ เช่น

ก๊อนหินเคลื่อนที่

เขาเก็บหนังสือไว้บนชั้น

(2) **สถานที่ (Location)**

(3) **แหล่งเดิม (Source)**

(4) **จุดหมาย (Goal)**

(5) **ผู้ทำ (Agent)**

## 2.3 แนวความคิดของ วอลเลซ แอล เชฟ

(Wallace L. Chafe)

เชฟ ได้กล่าวถึงความสัมพันธ์ทางอรรถศาสตร์ระหว่างคำนามกับคำกริยาไว้ในหนังสือ **Meaning and the Structure of Language** โดยแบ่งกริยาออกเป็นประเภทต่างๆ ตามลักษณะเฉพาะทางความหมาย (Semantic Feature) แล้วพิจารณาว่าคำกริยาแต่ละประเภทจะปรากฏกับคำนามที่มีความสัมพันธ์กับคำกริยานั้นๆ ต่างๆ กัน ได้แก่

(1) **ผู้ทำ (Agent)** คือ สิ่งมีชีวิตที่สามารถกระทำหรือแสดงอาการกับคำกริยาที่บ่งบอกอาการ หรือคำกริยาที่บ่งบอกทั้งอาการและการเปลี่ยนแปลง เช่น

น้องร้องเพลง

(2) **ผู้ก่อให้เกิดกริยา (Potent)** คือ สิ่งไม่มีชีวิตแต่มีพลังที่จะทำให้เกิดอาการได้ กับคำกริยาแสดงอาการและการเปลี่ยนแปลง เช่น

ความร้อนละลายน้ำตาล

(3) **ผู้ประสบ (Experiencer)** คือ สิ่งมีชีวิตที่มีความรู้สึก กับคำกริยาที่แสดงสภาพหรือแสดงการเปลี่ยนแปลง เช่น

เขารู้คำตอบ

(4) **ผู้เสริมให้สมบูรณ์ (Complement)** คือ คำนามที่ช่วยให้ความหมายของกริยาสมบูรณ์หรือครบเข้า แต่ต้องไม่ใช่คำนามที่เป็นผู้ทรง-รับ เช่น

ขนมราคา 10 บาท

(5) **ผู้ได้รับประโยชน์ (Beneficiary)** คือ คำนามซึ่งเกี่ยวเนื่องกับประโยชน์กับคำกริยาแสดงการเปลี่ยนแปลง หรือคำกริยาที่แสดงทั้งอาการและการเปลี่ยนแปลง หรือคำกริยาแสดงสภาพ เช่น

นิดมีตัว

(6) **เครื่องมือ (Instrumental)** คือ สิ่งไม่มีชีวิตที่เป็นเครื่องมือในการทำกริยากับคำกริยาแสดงอาการ หรือคำกริยาที่แสดงทั้งอาการและการเปลี่ยนแปลง เช่น

เขาตัดเชือกด้วยมีด

(7) **สถานที่ (Location)** คือ สิ่งไม่มีชีวิตและบ่งบอกสถานที่ของคำกริยากับคำกริยาแสดงอาการ คำกริยาแสดงสภาพ หรือคำกริยาที่แสดงทั้งอาการและการเปลี่ยนแปลง เช่น

แมววิ่งมาบนหลังคาบ้าน

#### 2.4 แนวความคิดของ ดร. พงษ์ศรี เลขา- วัฒน์

ดร.พงษ์ศรี เลขาวัฒน์ (1970) กล่าวถึงความสัมพันธ์ทางอรรถศาสตร์ระหว่างคำนามกับคำกริยาไว้ในวิทยานิพนธ์เรื่อง *“Verb Phrases in Thai : A Study in Deep - case Relationship”* โดยอาศัยแนวความคิดของฟิลล์มอร์ ได้แบ่งความสัมพันธ์ออกเป็น 2 กลุ่ม ตามบทบาทของความสัมพันธ์นั้น ๆ คือ

ก. **บทบาทที่เป็นเหตุ (Causal Roles)** มี 3 แบบ ได้แก่

- (1) **ผู้ทำ (Agentive)** เป็นสิ่งมีชีวิต เช่น แดงกินข้าว
- (2) **เครื่องมือ (Instrumental)** เป็นสิ่งไม่มีชีวิต

เช่น

ไฟไหม้บ้าน

(3) **เหตุ (Causative)** เป็นผู้เป็นเหตุให้ผู้อื่นกระทำ เช่น

ครูให้นักเรียนตอบคำถาม

ข. **บทบาทไม่ได้เป็นเหตุ (Non-causal Roles)** มี 6 แบบ ได้แก่

- (1) **ผู้ถูก (Objective)** เช่น แดงพังโต๊ะ
- (2) **ผล (Factitive)** เช่น แดงสร้างโต๊ะ

(3) **ผู้รับสภาพ (Dative)** เช่น แดงขายหนังสือเล่มนี้แก่สุดา

(4) **สถานที่ (Location)** เช่น แดงสร้างโต๊ะที่บ้าน

(5) **เวลา (Time)** เช่น แดงสร้างโต๊ะเมื่อวาน

(6) **ลักษณะอาการ (Manner)** เช่น แดงสร้างโต๊ะอย่างรีบร้อน

#### 2.5 แนวความคิดของ ดร.ปราณี กุลละ- วณิชย์

ดร.ปราณี กุลละวณิชย์ (1974) เสนอความคิดเกี่ยวกับเรื่องความสัมพันธ์ทางอรรถศาสตร์ระหว่างคำนามกับคำกริยาในประโยคภาษาไทยไว้ในวิทยานิพนธ์เรื่อง *“Transitive Verbs in Thai”* มี 9 แบบ ได้แก่

- (1) **ผู้ทำ (Agentive)** เช่น แดงยิงนก
- (2) **ผู้ถูก (Objective)** เช่น ไฟไหม้ป่า
- (3) **เครื่องมือ (Instrumental)** เช่น แดงยิงนกด้วยปืน
- (4) **ผู้รับสภาพ (Dative)** เช่น นิดรักแม่มาก
- (5) **ผู้รับประโยชน์ (Benefactive)** เช่น เขาทำงานเพื่อลูก
- (6) **ผู้ร่วม (Comitative)** เช่น แดงไปโรงเรียนกับน้อง
- (7) **ลักษณะอาการ (Manner)** เช่น แดงเย็บเสื้อด้วยความตั้งใจ
- (8) **เวลา (Time)** เช่น ครูจะอยู่บ้านวันศุกร์
- (9) **สถานที่ (Locative)** เช่น แดงอยู่บ้าน

#### 2.6 แนวความคิดของ ดร.นวรรณ พันธ- เมธา

ดร.นววรรณ พันธุเมธา (2525) ได้กล่าวถึงความสัมพันธ์ทางอรรถศาสตร์ระหว่างคำนามกับคำกริยาไว้ในหนังสือ **ไวยากรณ์ไทย** มี 15 แบบ ได้แก่

(1) **ผู้ทำ** หมายถึง ผู้กระทำกริยาซึ่งเป็นกริยาแสดงอาการ คำนามจะเป็นสิ่งมีชีวิตหรือไม่มีชีวิตก็ได้ เช่น

**น้ำเซาะตลิ่ง**

(2) **ผู้ถูก** หมายถึง สิ่งที่เปลี่ยนสภาพ เปลี่ยนประสบการณ์ เปลี่ยนอากัปกริยา เปลี่ยนเจ้าของ หรือเปลี่ยนสถานที่ เพราะกริยาของประโยค เช่น

**นิตคุน้อย**

(3) **ผู้ประสบ** หมายถึง ผู้ที่มีอารมณ์ ความรู้สึก หรือความคิดอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งอาจเป็นปฏิกริยาต่อสิ่งแวดล้อม หรือเป็นเพราะการกระทำของผู้อื่น และต้องเป็นสิ่งมีชีวิต เช่น

**นิตเห็นเพื่อน**

(4) **ผู้มีสภาพ** หมายถึง ผู้มีสภาพอย่างหนึ่งหรืออยู่ที่ใดที่หนึ่ง เช่น

**เด็กคนนี้สวย**

(5) **ผู้เสริม** หมายถึง สิ่งที่มาช่วยเสริมความหมายของหน่วยกริยาให้สมบูรณ์ขึ้น เช่น

**น้องคงหิวข้าว**

(6) **สถานที่** หมายถึง สถานที่ที่เกิดเหตุการณ์ขึ้น เช่น

**รถชนเด็กที่หน้าโรงเรียน**

(7) **เวลา** หมายถึง เวลาที่เกิดเหตุการณ์ขึ้น เช่น

**น้อยมาหานิตเวลากลางคืน**

(8) **แหล่งเดิม** หมายถึง สภาพเดิมหรือแหล่งเดิมก่อนที่จะมีการเปลี่ยนแปลงสภาพหรือเปลี่ยนเจ้าของหรือเปลี่ยนสถานที่ เช่น

**น้อยซื้อหนังสือจากนิต**

(9) **จุดหมาย** หมายถึง จุดหมายหรือสภาพหลังการเปลี่ยนแปลง เช่น

**น้อยขายหนังสือแก่นิต**

(10) **เครื่องมือ** หมายถึง เครื่องมือที่ใช้กระทำกริยา เช่น

**น้อยปิดลูกบิดประตูด้วยมือซ้าย**

(11) **ผู้มีส่วนร่วม** หมายถึง ผู้มีส่วนร่วมในการกระทำกริยา เช่น

**น้อยทะเลาะกับเพื่อน**

(12) **สาเหตุ** หมายถึง สาเหตุของสภาพหรือเหตุการณ์ เช่น

**แม่ให้นิตเรียนหนังสือ**

(13) **ผล** หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นจากกริยา เช่น

**เขาแต่งเพลง**

(14) **จุดมุ่งหมาย** หมายถึง ผู้เป็นจุดมุ่งหมายในการกระทำกริยานั้น ๆ เช่น

**นินร้องเพลงนี้เพื่อคุณ**

(15) **ลักษณะ** หมายถึง ลักษณะของการกระทำ เช่น

**เขาอ่านหนังสือด้วยความตั้งใจ**

กล่าวโดยสรุปเกี่ยวกับการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคำนามกับคำกริยาของนักไวยากรณ์ต่าง ๆ จะเห็นว่ามิชข้อแตกต่างกันในหลายประเด็น คือ

(1) จำนวนและชื่อของลักษณะความสัมพันธ์ทางอรรถศาสตร์หรือการกระหว่างคำนามกับคำกริยาของนักไวยากรณ์แต่ละคนไม่ตรงกัน

(2) เกณฑ์ที่ใช้ในการศึกษาแตกต่างกัน บางคนใช้ความหมายของคำกริยา เช่น เซฟ บางคนใช้เกณฑ์จากการตั้งคำถาม เช่น ดร.พงษ์ศรี เลขะวัฒนะ บางคนใช้เกณฑ์จากการพิจารณาความหมายของคำนามว่าเป็นสิ่งมีชีวิตหรือเป็นสิ่งไม่มีชีวิต จากลักษณะการใช้เกณฑ์ในการศึกษาแตกต่างกัน จึงยังไม่มีข้อยุติในการศึกษาความสัมพันธ์ทางอรรถศาสตร์ระหว่างคำนามกับคำกริยา จึงเป็นการสมควรอย่างยิ่งที่จะมีการศึกษาเพิ่มเติมเพื่อสรุปหาข้อยุติเกี่ยวกับเรื่องนี้

**3. การจำแนกชนิดของคำกริยาในภาษาไทยของนักไวยากรณ์บางท่าน**

**3.1 พระยาอุปกิตศิลปสาร (2514 : 83-86)**

ได้จำแนกคำกริยาในภาษาไทยเป็น 4 ชนิด ตามแนว  
 ไวยากรณ์ดั้งเดิม โดยพิจารณาความหมายของคำ และ  
 การปรากฏร่วมกันระหว่างคำนามกับคำกริยา ดังนี้

(1) **อกรรมกริยา** คือ คำกริยาที่มีใจความครบ  
 บริบูรณ์ ไม่ต้องมีคำที่เป็นกรรมมารับหลังคำกริยานั้นอีก  
 เช่น

เขาไป

(2) **สกรรมกริยา** คือ คำกริยาที่มีใจความไม่  
 ครบบริบูรณ์ในตัว ต้องมีคำที่เป็นกรรมมารับหลังคำ  
 กริยาอีก เช่น

เขาเห็นคน

(3) **วิกตรรกกริยา** คือ คำกริยาที่ไม่มีเนื้อความ  
 ในตัว ต้องอาศัยเนื้อความของศัพท์วิกติการกหรือการก  
 อื่นที่อยู่ข้างท้ายเข้ามาช่วยจึงจะได้ความครบ เช่น

เขาเหมือนกับเด็ก

(4) **กริยานุเคราะห์** คือ คำกริยาที่ใช้ช่วยคำ  
 กริยาอื่นให้ได้ความครบตามระเบียบของกริยา เช่น

เขาจะตื่น

**3.2 ดร.วิจิตร ภูษิต (2522 : 52-54)**

ได้จำแนกคำกริยาตามแนวไวยากรณ์โครงสร้างออกเป็น  
 3 ชนิด โดยพิจารณาตำแหน่งของคำกริยาในกรอบ  
 ประโยคทดสอบ 3 คู่ คำกริยาทั้ง 3 ชนิดนี้ต่างกันใน  
 จำนวนคำนามซึ่งตามมาข้างหลัง กล่าวคือ คำกริยา  
 อกรรมไม่มีคำนามตามหลัง คำกริยาสกรรมมีคำนาม  
 ตามหลัง 1 คำ และคำกริยาทวิกรรมมีคำนามตามหลัง  
 2 คำ ดังนี้

(1) **คำกริยาอกรรม** คือ คำที่สามารถปรากฏ  
 ในตำแหน่ง ✓ ของกรอบประโยคทั้งสองนี้ได้

×	✓	แล้ว
×	กำลัง	✓

**หมายเหตุ** กรอบทดสอบนี้เป็นกรอบทดสอบคู่แรกใน  
 การจำแนกหมวดคำในภาษาไทย ใช้ทดสอบคำ 2 หมวด  
 พร้อมกัน คือ คำที่อยู่ในตำแหน่ง × เป็นคำนาม และ

คำที่อยู่ในตำแหน่ง ✓ เป็นคำกริยาอกรรม เช่น

ฝน ตก แล้ว

ฝน กำลัง ตก

คำในตำแหน่ง ✓ ของกรอบทดสอบ คือ ตก เป็น  
 คำกริยาอกรรม ส่วนคำในตำแหน่ง × คือ ฝน เป็นคำ  
 นาม

(2) **คำกริยาสกรรม** คือ คำที่สามารถปรากฏ  
 ในช่องว่างของกรอบประโยคทั้ง 2 นี้ได้

นาม \_\_\_\_\_ นาม แล้ว

นาม กำลัง \_\_\_\_\_ นาม

ตัวอย่างเช่น

น้อง กิน ข้าว แล้ว

น้อง กำลัง กิน ข้าว

คำที่ปรากฏอยู่ในช่องว่างของกรอบประโยค  
 ทดสอบคู่นี้ คือ กิน เป็นคำกริยาสกรรม

(3) **คำกริยาทวิกรรม** คือ คำที่สามารถปรากฏ  
 ในช่องว่างของกรอบประโยคทั้ง 2 นี้ได้

นาม \_\_\_\_\_ นาม นาม แล้ว

นาม กำลัง \_\_\_\_\_ นาม นาม

ตัวอย่างเช่น

แม่ ให้ สตางค์ น้อง แล้ว

แม่ กำลัง ให้ สตางค์ น้อง

คำที่ปรากฏในช่องว่างของกรอบประโยคทดสอบ  
 คู่นี้ คือ ให้ เป็นคำกริยาทวิกรรม

**3.3 ดร.อุดม วโรตม์ลิขิตต์ (2513 : 171-  
 177)** ได้จำแนกคำกริยาในภาษาไทยตามแนวไวยากรณ์  
 பிரிவுออกเป็น 3 ชนิดใหญ่ๆ โดยพิจารณาลักษณะ  
 บริบทที่เป็นหน่วยโครงสร้าง ดังนี้

(1) **สกรรมกริยา** คือ กริยาที่มีกรรมตามมาใน  
 โครงสร้างลึก เช่น

เขากินข้าว

(2) **อกรรมกริยา** คือ กริยาที่ไม่ต้องมีกรรมตาม  
 มาในโครงสร้างลึก เช่น

นกร้อง

(3) **วิเศษณ์กริยา** คือ กริยาที่เปรียบเทียบได้ โดยเอาคำว่า **กว่า** มาตามหลังได้ เช่น

ผู้หญิงคนนั้น**สวย**

ผู้หญิงคนนั้น**สวยกว่า**

ในการจำแนกคำกริยาของ ดร.อุดม วโรตม์ลิขิตติ์ นั้น เมื่อต้องการจำแนกคำกริยาให้เป็นชนิดย่อยลงไปอีกก็พิจารณาลักษณะปริบททั้งที่เป็นหน่วยโครงสร้างและหน่วยทางความหมาย

**3.4 พรทิพย์ พุกผาสุข** (2525:22-28) ได้จำแนกความหมายของคำกริยาในภาษาไทยตามแนวไวยากรณ์การก โดยพิจารณาความหมายตามทฤษฎีอรรถวิเคราะห์ของเซฟ (1970: 111-143) โดยแบ่งคำกริยาเป็น 4 ชนิดใหญ่ ๆ ได้แก่

(1) **กริยาแสดงสภาพ** หมายถึง กริยาที่แสดงสภาพของนามซึ่งเป็นนามที่ทรง-รับ กริยา เช่น

ปลา**สด**

คำกริยา **สด** จะแสดงสภาพของนามที่ทรง-รับกริยา คือ **ปลา**

(2) **กริยาแสดงการเปลี่ยนแปลง** หมายถึง กริยาที่แสดงสภาพที่เปลี่ยนแปลงไปของนามซึ่งเป็นนามที่ทรง-รับกริยา เช่น

กระจก**แตก**

คำกริยา **แตก** จะแสดงการเปลี่ยนแปลงสภาพของนามที่ทรง-รับกริยา คือ **กระจก**

(3) **กริยาแสดงอาการ** หมายถึง กริยาที่แสดงอาการหรือการกระทำของนามซึ่งเป็นนามที่ทำกริยา เช่น

เด็ก**ยิ้ม**

คำกริยา **ยิ้ม** จะแสดงอาการของนามที่ทำกริยา คือ **เด็ก**

(4) **กริยาแสดงทั้งอาการและการเปลี่ยนแปลง** หมายถึง กริยาที่แสดงอาการของนามซึ่งเป็นนามที่ทำกริยา และในขณะเดียวกันจะเปลี่ยนแปลงสภาพของนามที่เป็นนามที่ทรง-รับกริยา ด้วย กริยาชนิด

นี้จะมีลักษณะผสม คือ มีลักษณะของกริยาแสดงอาการ และลักษณะของกริยาแสดงการเปลี่ยนแปลง เช่น

ม้า**กินหญ้า**

คำกริยา **กิน** จะแสดงอาการของนามที่ทำกริยา คือ **ม้า** และในขณะเดียวกันก็แสดงสภาพที่เปลี่ยนแปลงไปของนามที่ทรง-รับกริยา คือ **หญ้า**

**3.5 ดร.นววรรณ พันธุเมธา** (2525:6-12) ได้จำแนกคำกริยาในภาษาไทยตามความหมายเป็นประเภทต่าง ๆ 5 ประเภท คือ

(1) **กริยาเปรียบเทียบ** คือ คำกริยาที่ใช้สำหรับเปรียบเทียบสิ่งต่าง ๆ หรือ บุคคลต่าง ๆ ว่าเป็นสิ่งเดียวกัน บุคคลเดียวกัน เหมือนกัน หรือเท่ากันหรือไม่ กริยาชนิดนี้จะต้องปรากฏร่วมกับหน่วยนาม 2 หน่วย เช่น

เพื่อนบ้านของเขา **คือ** หัวหน้าที่ของผม

คำกริยา **คือ** เป็นกริยาเปรียบเทียบที่ปรากฏร่วมกับหน่วยนาม 2 หน่วย คือ **เพื่อนบ้านของเขา** กับ **หัวหน้าของผม** ซึ่งมีความหมายว่าหน่วยนามทั้ง 2 หน่วยนั้น เป็นบุคคลเดียวกัน

(2) **กริยาแสดงสภาพ** คือ คำกริยาที่มีความหมายแสดงสภาพของบุคคลหนึ่งหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง คำกริยาชนิดนี้จะต้องปรากฏร่วมกับหน่วยนามที่หมายถึงบุคคลหรือสิ่งที่เป็นเจ้าของสภาพนั้น ๆ เช่น

บ้านเขา**ใหญ่**นะ

คำกริยา **ใหญ่** เป็นกริยาแสดงสภาพ ปรากฏร่วมกับหน่วยนามที่หมายถึงสิ่งที่เป็นเจ้าของสภาพคือ **บ้านเขา**

(3) **กริยาแสดงประสบการณ์** คือ คำกริยาที่มีความหมายแสดงประสบการณ์ ได้แก่ กริยาที่แสดงความรู้ ความรู้สึก และประสาทสัมผัส คำกริยาชนิดนี้จะปรากฏร่วมกับนามที่เป็นเจ้าของความรู้ ความรู้สึก และประสาทสัมผัสนั้น ๆ นอกจากนั้นยังมีหน่วยนามอื่น ๆ หรืออาจมีคำกริยาอื่นตามมาก็ได้ เช่น

คุณพ่อ**โกรธ**พวกเรา

คำกริยา **โกรธ** เป็นกริยาแสดงประสบการณ์

ปรากฏร่วมกับหน่วยนามที่เป็นเจ้าของความรู้สึก คือ **คุณพ่อ** และอาจมีค่านามอื่นตามได้ คือ **พวกเรา**

(4) **กริยาแสดงอาการ** คือ คำกริยาที่มีความหมายแสดงอาการเคลื่อนที่หรืออยู่กับที่ คำกริยาชนิดนี้จะปรากฏร่วมกับหน่วยนามที่หมายถึงผู้ทำอาการนั้น ๆ นอกจากนี้ยังมีหน่วยนามอื่น ๆ อีก เช่น สถานที่ แหล่งเดิม จุดหมาย เป็นต้น แล้วแต่ว่าจะเป็นกริยาแสดงอาการแบบใด เช่น

คุณพ่อเดินจากบ้าน

คำกริยา **เดิน** เป็นกริยาแสดงอาการเคลื่อนที่ ปรากฏร่วมกับหน่วยนามที่หมายถึงผู้ทำอาการ คือ **คุณพ่อ** และมีหน่วยนามบอกแหล่งเดิมอยู่ด้วย คือ **บ้าน**

(5) **กริยาที่เป็นสาเหตุให้เปลี่ยนแปลง** คือ คำกริยาที่มีความหมายว่าทำให้ผู้อื่นเปลี่ยนแปลง หรือเปลี่ยนสภาพ หรือเปลี่ยนสถานที่ คำกริยาชนิดนี้จะปรากฏร่วมกับหน่วยนามที่เป็นผู้ทำกริยา และหน่วยนามที่เป็นผู้ถูกทำด้วย นอกจากนี้ยังมีหน่วยนามอื่น ๆ อีก แล้วแต่ว่าการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนั้นเป็นการเปลี่ยนแปลงในแง่ใด เช่น

นิตกระซางหนังสือจากมือน้อย

คำกริยา **กระซาง** เป็นกริยาที่เป็นสาเหตุให้เปลี่ยนแปลงมีความหมายทำให้สิ่งของคือ **หนังสือ** เปลี่ยนสถานที่จาก **มือน้อย** ไปอยู่ที่ **นิต**

3.6 **ภาณู สังขะวร** (2526 : 39-72) ได้จำแนกประเภทกริยาภาษาไทยตามแนวไวยากรณ์การออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ โดยพิจารณาชนิดของคำกริยาตามความหมายว่า คำกริยาแต่ละชนิดมีค่านามมาเกี่ยวข้องสัมพันธ์อย่างไร ได้แก่

(1) **คำกริยาแสดงอาการ** หมายถึง คำกริยาที่แสดงอาการของค่านาม คำกริยาชนิดนี้จะปรากฏร่วมกับค่านามที่หมายถึงผู้ทำอาการ เช่น

แดงหัวเราะ

คำกริยา **หัวเราะ** เป็นคำกริยาแสดงอาการ และ **แดง** เป็นค่านามที่หมายถึงผู้ทำอาการหัวเราะ ส่วน

เกณฑ์ในการพิจารณาว่าคำกริยาใดเป็นคำกริยาแสดงอาการใช่หรือไม่ คือ คำถามว่า **“ใครทำอะไร”** ประโยคที่มีคำกริยาแสดงอาการปรากฏอยู่จะสามารถตอบคำถามนี้ได้

(2) **คำกริยาแสดงสภาพ** หมายถึง คำกริยาที่แสดงสภาพหรือลักษณะของค่านามในขณะที่เอ่ยถึงว่ามีสภาพหรือลักษณะอย่างไร เช่น

แดงสวย

คำกริยา **สวย** เป็นคำกริยาแสดงสภาพ และ **แดง** เป็นค่านามที่หมายถึงผู้ทรงสภาพสวย ประโยคที่มีคำกริยาแสดงสภาพปรากฏอยู่จะสามารถตอบคำถามว่า **“ใครเป็นอย่างไร”** หรือ **“อะไรเป็นอย่างไร”** ได้

(3) **คำกริยาแสดงความรู้สึก** หมายถึง คำกริยาที่แสดงความรู้สึก แสดงอารมณ์หรือแสดงการรับรู้ด้วยประสาทสัมผัส คำกริยาชนิดนี้ปรากฏกับค่านามที่หมายถึงผู้มีความรู้สึก ผู้มีอารมณ์ ผู้รับรู้ ที่แสดงโดยคำกริยานั้น ๆ เช่น

แดงโกรธ

คำกริยา **โกรธ** เป็นคำกริยาแสดงความรู้สึก และ **แดง** เป็นนามที่หมายถึงผู้มีความรู้สึกโกรธ ส่วนประโยคที่มีคำกริยาแสดงความรู้สึกปรากฏอยู่ จะสามารถตอบคำถามว่า **“ใครรู้สึกอย่างไร”** หรือคำถามว่า **“ใครคิดอย่างไร”** ได้

จากการศึกษาเรื่องการจำแนกชนิดคำกริยาในภาษาไทยของนักไวยากรณ์ต่าง ๆ นั้น อาจสรุปได้เป็น 4 ลักษณะ คือ

(1) **พิจารณาความสัมพันธ์ของคำกริยากับค่านาม** โดยพิจารณาว่าคำกริยามีความสัมพันธ์กับค่านามในลักษณะอย่างไรบ้าง ถ้าคำกริยามีความสัมพันธ์กับค่านามในลักษณะเดียวกัน คำกริยานั้น ๆ ก็เป็นคำกริยาชนิดเดียวกัน

(2) **พิจารณาดำแหน่งของคำกริยาในประโยค** ว่าคำกริยานั้นปรากฏในตำแหน่งใด ถ้าปรากฏในตำแหน่งเดียวกัน คำกริยานั้น ๆ ก็เป็นคำกริยาชนิดเดียว

กัน

(3) **พิจารณาความหมายของคำ** โดยพิจารณา อรรถลักษณะเด่น ๆ ประจำคำกริยานั้น ๆ ว่าเป็นอย่างไร ถ้าคำกริยามีอรรถลักษณะเด่น ๆ ประจำคำเหมือน ๆ กัน คำกริยานั้น ๆ ก็เป็นคำชนิดเดียวกัน

(4) **พิจารณาบริบทของคำกริยา** โดยพิจารณา ว่าคำกริยาจะปรากฏกับคำหรือวลีใดบ้าง คำกริยาที่เกิด ในบริบทลักษณะเดียวกันก็จัดเป็นคำกริยาชนิดเดียวกัน กล่าวโดยสรุปแล้วนักไวยากรณ์มักใช้เกณฑ์ หลาย ๆ เกณฑ์รวมกันจาก 4 เกณฑ์ดังกล่าวข้างบนนั้น ในการจำแนกประเภทหรือชนิดของคำกริยา โดยมิได้แยก จากกันโดยเด็ดขาด

#### 4. การจำแนกคำนามตามความสัมพันธ์กับ คำกริยาตามแนวไวยากรณ์การก

จากการที่ ภาณุ ลังชะวร (2527) ได้ศึกษาและ จำแนกคำกริยาออกเป็น 3 ประเภทดังกล่าวมาแล้วนั้น จะพบว่าคำกริยาแต่ละประเภทจะมีคำนามปรากฏร่วม ด้วยแตกต่างกันไปทั้งจำนวนและลักษณะความสัมพันธ์ เมื่อพิจารณาลักษณะความสัมพันธ์ของคำนามที่ปรากฏ ร่วมกับคำกริยาทั้ง 3 ประเภทนั้น จะมีลักษณะต่าง ๆ กัน ซึ่งในบทความฉบับนี้จะใช้ลักษณะความสัมพันธ์ ทางอรรถศาสตร์ระหว่างคำนามกับคำกริยาตามที่ ภาณุ ลังชะวร (2527 : 73-111) ได้วิเคราะห์ไว้เป็นเกณฑ์ใน การอธิบายและวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทางอรรถศาสตร์ ระหว่างคำนามกับคำกริยาในโครงสร้างหน่วยแก่นของ กริยาวลี ซึ่งประกอบด้วยลักษณะความสัมพันธ์ทาง อรรถศาสตร์หรือการกต่าง ๆ ดังนี้

(1) **ผู้ทำ** หมายถึง ลักษณะความสัมพันธ์ของ คำนามกับคำกริยาแสดงอาการในลักษณะที่คำนามเป็น ผู้ทำอาการ เช่น

**แดงหัวเราะ**

คำกริยา **หัวเราะ** เป็นคำกริยาแสดงอาการ ส่วน **แดง** เป็นผู้ทำ

(2) **ผู้ทรงสภาพ** หมายถึง ลักษณะความสัมพันธ์

ของคำนามกับคำกริยาแสดงสภาพในลักษณะที่คำนาม เป็นผู้ทรงสภาพ เช่น

**บ้านเก่า**

คำกริยา **เก่า** เป็นคำแสดงสภาพ ส่วน **บ้าน** เป็น ผู้ทรงสภาพ

(3) **ผู้ประสบ** หมายถึง ลักษณะความสัมพันธ์ ของคำนามกับคำกริยาแสดงความรู้สึกในลักษณะที่ คำนามเป็นผู้มีความรู้สึกอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือมีประสบ- การณ์ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เช่น

**นิตตกใจ**

คำกริยา **ตกใจ** เป็นคำกริยาแสดงความรู้สึก ส่วน **นิต** เป็นผู้ประสบ

(4) **ผู้ถูก** หมายถึง ลักษณะความสัมพันธ์ของ คำนามกับคำกริยาแสดงอาการในลักษณะที่คำนามเป็น ผู้ถูกกระทบกระเทือน และอาจเปลี่ยนแปลงสภาพหรือ อาการเพราะอาการของผู้ทำ เช่น

**นิตเหลาดินสอ**

คำกริยา **เหลา** เป็นคำกริยาแสดงอาการ ส่วน **นิต** เป็นผู้กระทำ และ **ดินสอ** เป็นผู้ถูกกระทบกระเทือนและ เปลี่ยนแปลงสภาพไป

(5) **ผล** หมายถึง ลักษณะความสัมพันธ์ของ คำนามกับคำกริยาแสดงอาการในลักษณะที่คำนามเป็น ผลของอาการที่ผู้ทำกระทำ เช่น

**ชาวบ้านกำลังจักตอก**

คำกริยา **จัก** เป็นคำกริยาแสดงอาการ ส่วน **ชาว บ้าน** เป็นผู้ทำ และ **ตอก** เป็นผล

(6) **จุดหมาย** หมายถึง ลักษณะความสัมพันธ์ ของคำนามกับคำกริยาในลักษณะที่คำนามเป็นจุดหมาย ของกริยานั้น จุดหมายจำเป็นจะต้องปรากฏกับคำกริยา แสดงอาการที่มีผู้อื่นเป็นจุดหมาย และคำกริยาแสดง ความรู้สึกที่รู้สึกต่อผู้อื่น เช่น

**แดงอ้อนวอนพี่**

คำกริยา **อ้อนวอน** เป็นคำกริยาแสดงอาการ ส่วน **แดง** เป็นผู้ทำ และ **พี่** เป็นจุดหมาย

**แม่ห่วงลูก**

คำกริยา **ห่วง** เป็นคำกริยาแสดงความรู้สึก ส่วน **แม่** เป็นผู้ประสพ และ **ลูก** เป็นจุดหมายของความรู้สึก

(7) **สถานที่** หมายถึง ลักษณะความสัมพันธ์ของคำนามกับคำกริยาในลักษณะที่คำนามเป็นสถานที่ของกริยานั้น สถานที่จำเป็นจะต้องปรากฏกับคำกริยาแสดงอาการและคำกริยาแสดงความรู้สึกบางคำ เช่น

**นิดเกาคาง**

คำกริยา **เกา** เป็นคำกริยาแสดงอาการที่ไม่กระทบกระเทือนผู้อื่น แต่ต้องปรากฏสถานที่ **นิด** เป็นผู้ทำ และ **คาง** เป็นสถานที่

**นิดกำลังปวดข้อเท้า**

คำกริยา **ปวด** เป็นคำกริยาแสดงความรู้สึกที่เกิดขึ้นที่อวัยวะส่วนใดส่วนหนึ่ง ส่วน **นิด** เป็นผู้ประสพ และ **ข้อเท้า** เป็นสถานที่

(8) **ผู้ร่วม** หมายถึง ลักษณะความสัมพันธ์ของ

คำนามกับคำกริยาในลักษณะที่คำนามเป็นผู้ร่วมทำอาการร่วมสภาพหรือร่วมความรู้สึก ผู้ร่วมจำเป็นจะต้องปรากฏกับคำกริยาแสดงอาการที่ทำร่วมกับผู้อื่น และคำกริยาแสดงสภาพทำนองเดียวกัน เช่น

**หน้อยแต่งงานกับเดช**

คำกริยา **แต่งงาน** เป็นคำกริยาแสดงอาการ **หน้อย** เป็นผู้ทำ และ **เดช** เป็นผู้ร่วมที่ทำอาการเดียวกัน แต่งโกรธกับ **หน้อย**

คำกริยา **โกรธ** เป็นคำกริยาแสดงความรู้สึก ส่วน **แดง** เป็นผู้ประสพ และ **หน้อย** เป็นผู้ร่วมที่แสดงความรู้สึกเดียวกัน

(9) **หน่วยวัด** หมายถึง ลักษณะความสัมพันธ์ของคำนามกับคำกริยาในลักษณะที่คำนามเป็นหน่วยเสริมความหมายของคำกริยาแสดงสภาพ เช่น

**หนังสือราคา 200 บาท**

คำกริยา **ราคา** เป็นคำกริยาแสดงสภาพ ส่วน **หนังสือ** เป็นผู้ทรงสภาพ และ **200 บาท** เป็นหน่วยวัดซึ่งประกอบด้วยคำบอกจำนวนกับคำลักษณะนาม

(10) **ผู้เสริม** หมายถึง ลักษณะความสัมพันธ์ของคำนามกับคำกริยาในลักษณะที่คำนามเป็นผู้ช่วยเสริมความหมายของคำกริยาให้ครบถ้วนสมบูรณ์ ผู้เสริมจะปรากฏกับคำกริยาแสดงอาการ คำกริยาแสดงสภาพ และคำกริยาแสดงความรู้สึกบางคำ เช่น

**ชวานากรำฝน**

คำกริยา **กรำ** เป็นคำกริยาแสดงอาการ ส่วน **ชวานา** เป็นผู้ทำ และ **ฝน** เป็นผู้เสริม

(11) **เวลา** หมายถึง ลักษณะความสัมพันธ์ของคำนามกับคำกริยาในลักษณะที่คำนามบอกเวลาของการทำอาการ บอกเวลาที่สิ่งหนึ่งสิ่งใดทางสภาพอย่างไรอยู่หรือบอกเวลาที่เกิดความรู้สึกอย่างหนึ่งอย่างใดขึ้น เช่น

**นิดตื่นตีห้า**

คำกริยา **ตื่น** เป็นคำกริยาแสดงอาการ ส่วน **นิด** เป็นผู้ทำ และ **ตีห้า** เป็นเวลา

(12) **สาเหตุ** หมายถึง ลักษณะความสัมพันธ์ของคำนามกับคำกริยาในลักษณะที่คำนามเป็นสาเหตุให้ผู้ทำทำอาการนั้น ๆ หรือผู้ทรงสภาพนั้น ๆ หรือผู้ประสพ เกิดความรู้สึกนั้น ๆ เช่น

**น้องวิ่งเวียนเพราะคว้นจากท่อไอเสีย**

คำกริยา **วิ่งเวียน** เป็นคำกริยาแสดงความรู้สึก ส่วน **น้อง** เป็นผู้ประสพ และ **คว้นจากท่อไอเสีย** เป็นสาเหตุ

(13) **แหล่งเดิม** หมายถึง ลักษณะความสัมพันธ์ของคำนามกับคำกริยาแสดงอาการในลักษณะที่คำนามเป็นจุดเริ่มต้นของการเคลื่อนที่ และสัมพันธ์กับคำกริยาแสดงสภาพในลักษณะที่คำนามเป็นสภาพก่อนการเปลี่ยนแปลง หรือเป็นที่มาของสิ่งหนึ่งสิ่งใด เช่น

**น้องตกจากระเบียง**

คำกริยา **ตก** เป็นคำกริยาแสดงอาการ ส่วน **น้อง** เป็นผู้ทำ และ **ระเบียง** เป็นแหล่งเดิม

**เขารู้เรื่องนี้จากเพื่อน**

คำกริยา **รู้** เป็นคำกริยาแสดงสภาพ ส่วน **เขา** เป็นผู้ทรงสภาพ **เรื่องนี้** เป็นผู้เสริม และ **เพื่อน** เป็น

แหล่งเดิม

(14) **เครื่องมือ** หมายถึง ลักษณะความสัมพันธ์ของค่านามกับคำกริยาแสดงอาการในลักษณะที่ค่านามเป็นอุปกรณ์ หรือเป็นวัตถุติดที่ใช้ทำอาการ เช่น

พ่อเปิดประตูด้วยกุญแจ

คำกริยา **เปิด** เป็นคำกริยาแสดงอาการ ส่วน **พ่อ** เป็นผู้ทำ **ประตู** เป็นผู้ถูกและ **กุญแจ** เป็นเครื่องมือที่เป็นอุปกรณ์

(15) **ลักษณะ** หมายถึง ลักษณะความสัมพันธ์ของค่านามกับคำกริยาแสดงอาการในลักษณะที่ค่านามบอกลักษณะของการทำอาการ เช่น

แดงรีดผ้าด้วยความสบายใจ

คำกริยา **รีด** เป็นคำกริยาแสดงอาการ ส่วน **แดง** เป็นผู้ทำ **ผ้า** เป็นผู้ถูก และ **ความสบายใจ** เป็นลักษณะของการทำอาการ

(16) **ผู้รับประโยชน์** หมายถึง ลักษณะความสัมพันธ์ของค่านามกับคำกริยาแสดงอาการในลักษณะที่ค่านามเป็นผู้รับประโยชน์จากการทำอาการของผู้ทำ เช่น

พ่อทำงานเพื่อลูก

คำกริยา **ทำงาน** เป็นคำกริยาแสดงอาการ ส่วน **พ่อ** เป็นผู้ทำ และ **ลูก** เป็นผู้รับประโยชน์จากการทำงาน กล่าวโดยสรุปจากการจำแนกค่านามตามความสัมพันธ์กับคำกริยาแบบไวยากรณ์การกดังกล่าวข้างต้น ทั้ง 16 แบบนั้น มี 10 แบบ จำเป็นจะต้องปรากฏในกรณีต่างๆ กัน คือ

(1) **ผู้ทำ ผู้ถูก และผล** จะปรากฏถ้าคำกริยาเป็นคำกริยาแสดงอาการ

(2) **ผู้ทรงสภาพ** จะปรากฏถ้าคำกริยาเป็นคำกริยาแสดงสภาพ

(3) **ผู้ประสพ** จะปรากฏถ้าคำกริยาเป็นคำกริยาแสดงความรู้สึก

(4) **จุดหมาย** จะปรากฏถ้าคำกริยาเป็นคำกริยาแสดงอาการที่มีผู้อื่นเป็นจุดหมายหรือเป็นคำกริยาแสดง

ความรู้สึกบางคำ

(5) **สถานที่** จะปรากฏถ้าคำกริยาเป็นคำกริยาแสดงอาการที่ไม่กระทบกระเทือนผู้อื่น แต่ต้องปรากฏสถานที่หรือเป็นคำกริยาแสดงความรู้สึกที่เกิดที่อวัยวะส่วนใดส่วนหนึ่ง

(6) **ผู้ร่วม** จะปรากฏถ้าคำกริยาเป็นคำกริยาแสดงอาการที่ทำร่วมกับผู้อื่นหรือเป็นคำกริยาแสดงสภาพทำนองเดียวกัน

(7) **หน่วยวัด** จะปรากฏถ้าคำกริยาเป็นคำกริยาแสดงสภาพที่มีหน่วยวัด

(8) **ผู้เสริม** จะปรากฏถ้าคำกริยาเป็นคำกริยาแสดงอาการหรือกริยาแสดงสภาพที่มีผู้อื่นมาช่วยเสริมความหมายให้ชัดเจน หรือคำกริยาแสดงความรู้สึกที่เกี่ยวข้องกับสิ่งอื่น

สำหรับลักษณะความสัมพันธ์ทางอรรถศาสตร์ (การกสัมพันธ์) ระหว่างค่านามกับคำกริยาที่เหลือนี้ได้แก่ **เวลา สาเหตุ แหล่งเดิม เครื่องมือ ลักษณะ และผู้รับประโยชน์** ถึงแม้จะไม่ปรากฏ ประโยคก็ไม่ผิดไวยากรณ์ แต่ก็อาจปรากฏได้เพื่อขยายความหมายของประโยค

## 5. ความสัมพันธ์ทางโครงสร้างระหว่างค่านามกับคำกริยาในหน่วยแก่นของกริยาวลี

ก่อนที่จะกล่าวถึงเรื่องนี้โดยตรงผู้เขียนขอกล่าวถึงชนิดของคำกริยาที่เรียงกันก่อน ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ จากการจำแนกคำกริยาเป็น 3 ชนิด คือ คำกริยาอาการ (กอ) คำกริยาสกรรม (กส) และคำกริยาทวิกรรม (กท) (นวรรณ พินธุเมธา 2510: 17-52)

(1) **คำกริยาชนิดเดียวกันเรียงกัน** มี 10 แบบ ดังนี้

กอกอ	พุ่งกระจาย
กสกส(น)	กวาดถูบ้าน
กส(น)กส(น)	หาฉันทพบ

กส(น)กส(น)	ดูเขาล้างจาน
กอกอกอ	ไหลท่วมเจิ่ง
กส(น)กส(น)	ไล่ตะครุบกัดหนู
กส(น)กส(ส)	หยิบบุหรี่ปูดสูบ
กส(ส)กส(น)กส	เก็บกวาดซั่มทั้ง
กส(ส)กส(น)กส(น)	ไล่เตะเขาดกบันได
กส(น)กส(ส)กส(น)	สังเขาดตัดแบ่งขนม

(2) คำกริยาต่างชนิดกันเรียงกัน มี 17 แบบ

ดังนี้

กอกส(น)	กระซิบเรียกฉัน
กส(น)กอ	กรอกน้ำหก
กอกท(น)น	ยื่นแจกสต่างค์เด็ก
กส(น)กท(น)น	สังเขารคน้ำตันไม้
กส(น)กท(น)	ซื่อของแจกเด็ก
กส(ส)กส(น)กอ	ไล่ยิงเขาดาย
กอกส(ส)กส(น)	นั่งตรจวแก่ข้าว
กอกส(น)กส	เดินซื่อขนมกิน
กอกส(น)กส(น)	ยื่นส่งเขารขึ้นรถ
กส(น)กอกส(น)	ชวนเขานั่งกินน้ำชา
กอกอกส(น)	ตั้งใจกระโดดกตฉัน
กส(น)กอกอ	เห็นเขายืนยิ้ม
กอกส(น)กอ	เดินเตะก้อนหินกระเด็น
กอกอกท(น)น	ดีใจเดินอวดกระเป่าเพื่อน
กส(น)กส(ส)กท(น)	หยิบเงินนับทอนเขา
กอกส(น)กท(น)น	เต็มใจช่วยเขารคน้ำตันไม้
กอกส(น)กท(น)	ยื่นตักน้ำรดตันไม้

**หมายเหตุ :** คำกริยาที่นำมาวิเคราะห์จัดประเภททั้งหมด ในตอนที่ 5 และ 6 นั้น คัดเลือกมาจากโครงสร้างหน่วย แก่นของกริยาวลีที่มีอยู่ทั้งหมด 335 หน่วยแก่นของกริยาวลี ในวิทยานิพนธ์ชื่อ “โครงสร้างของหน่วยแก่นของกริยาวลี” ของนางสาวนวรรรณ พันธุเมธา (2510)

เมื่อนำเอาชนิดของคำกริยาที่เรียงกันมาพิจารณา ถึงความสัมพันธ์ทางโครงสร้างระหว่างคำนามกับคำกริยา

ในโครงสร้างหน่วยแก่นของกริยาวลีก็จะพบรูปลักษณะ ความสัมพันธ์อีกลักษณะหนึ่ง ดังนี้

(1) ความสัมพันธ์ระหว่างคำนามที่อยู่ข้างหลังกับคำกริยาข้างหน้าคำเดียวหรือเรียงกัน แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

(1.1) คำนามที่อยู่ข้างหลังมีความสัมพันธ์กับคำกริยาข้างหน้าทั้งหมด มี 4 แบบ

กท(น)น

ให้หนังสือเด็ก (ให้หนังสือ ให้เด็ก)

กส(น)

กินข้าว (กินข้าว)

กส(ส)กส(น)

กวาดถูบ้าน (กวาดบ้าน ถูบ้าน)

กส(ส)กส(ส)กส(น)

ไล่ตะครุบกัดหนู (ไล่หนู ตะครุบหนู กัดหนู)

(1.2) คำนามที่อยู่ข้างหลังมีความสัมพันธ์กับคำกริยาข้างหน้าเพียงคำเดียวหรือสองคำ มี 15 แบบ

กส(น)กส(น)

ดูเขาล้างจาน (ดูเขา เขาล้างจาน)

กส(ส)กส(น)กส(น)

ไล่เตะเขาดกบันได (ไล่เขา เตะเขา เขาดกบันได)

กส(น)กส(ส)กส(น)

สังเขาดตัดแบ่งขนม (สังเขา เขาดตัดขนม เขาแบ่งขนม)

กอกส(น)

กระซิบเรียกฉัน (กระซิบ เรียกฉัน)

กอกท(น)น

ยื่นแจกสต่างค์เด็ก (ยื่น แจกสต่างค์เด็ก)

กส(น)กท(น)น

สังเขารคน้ำตันไม้ (สังเขา เขารคน้ำตันไม้)

กส(น)กท(น)

**ชื่อของแจกเด็ก** (ชื่อของ แจกของเด็ก)

กอล(น)กอล(น)

**นั่งตรวจแก้ข่าว** (นั่ง ตรวจข่าว แก้ข่าว)

กอล(น)กอล(น)

**ยื่นส่งเขาขึ้นรถ** (ยื่น ส่งเขา เขาขึ้นรถ)

กอล(น)กอล(น)

**ชวนเขานั่งกินน้ำชา** (ชวนเขา เขานั่ง เขากิน  
น้ำชา)

กอล(น)กอล(น)

**ตั้งใจกระโดดกัณฑ์** (ตั้งใจ กระโดด กัณฑ์)

กอล(น)กอล(น)

**ดีใจเดินอวดกระเป่าเพื่อน** (ดีใจ เดิน อวด  
กระเป่าเพื่อน)

กอล(น)กอล(น)

**หยิบเงินนับทอนเขา** (หยิบเงิน นับเงิน ทอน  
เงินเขา)

กอล(น)กอล(น)

**เต็มใจช่วยเขารดน้ำต้นไม้** (เต็มใจ ช่วยเขา  
เขารดน้ำต้นไม้)

กอล(น)กอล(น)

**ยื่นตักน้ำรดต้นไม้** (ยื่น ตักน้ำ รดน้ำต้นไม้)

(2) ความสัมพันธ์ระหว่างคำนามที่คั่น

ระหว่างคำกริยากับคำกริยาข้างหน้าและหลัง มี  
2 แบบ ดังนี้

(2.1) ความสัมพันธ์แบบเดียวกัน มี 8 แบบ

ดังนี้

กอล(น)กอล

**หาฉันพบ** (หาฉัน พบฉัน)

กอล(น)กอล(น)

**หยิบบุหรีจุดสูบ** (หยิบบุหรี จุดบุหรี สูบบุหรี)

กอล(น)กอล

**เก็บกวาดซี่ฝงทิ้ง** (เก็บซี่ฝง กวาดซี่ฝง ทิ้ง  
ซี่ฝง)

กอล(น)กอล(น)

**ชื่อของแจกเด็ก** (ชื่อของ แจกของ เด็ก)

กอล(น)กอล(น)

**นั่งตรวจแก้ข่าว** (นั่ง ตรวจข่าว แก้ข่าว)

กอล(น)กอล

**เดินซื้อขนมกิน** (เดิน ซื้อขนม กินขนม)

กอล(น)กอล(น)

**หยิบเงินนับทอนเขา** (หยิบเงิน นับเงิน ทอน  
เงิน เขา)

กอล(น)กอล(น)

**ยื่นตักน้ำรดต้นไม้** (ยื่น ตักน้ำ รดน้ำต้นไม้)

(2.2) ความสัมพันธ์แบบต่างกัน มี 11

แบบ ดังนี้

กอล(น)กอล(น)

**ดูเขาล้างจาน** (ดูเขา เขาล้างจาน)

กอล(น)กอล(น)

**ไล่เตะเขาตกบันได** (ไล่เขา เตะเขา เขาตก  
บันได)

กอล(น)กอล(น)

**สั่งเขาตัดแบ่งขนม** (สั่งเขา เขาตัดขนม เขา  
แบ่งขนม)

กอล(น)กอล

**กรอกน้ำหก** (กรอกน้ำ น้ำหก)

กอล(น)กอล(น)

**สั่งเขารดน้ำต้นไม้** (สั่งเขา เขารดน้ำต้นไม้)

กอล(น)กอล

**ไล่ยิงเขาตาย** (ไล่เขา ยิงเขา เขาตาย)

กอล(น)กอล(น)

**ยื่นส่งเขาขึ้นรถ** (ยื่น ส่งเขา เขาขึ้นรถ)

กอล(น)กอล(น)

**ชวนเขานั่งกินน้ำชา** (ชวนเขา เขานั่ง เขากิน  
น้ำชา)

กส(น)กอกอ

**เห็นเขายืนยิ้ม** (เห็นเขา เขายืน เขายิ้ม)

กอกส(น)กอ

**เดินเตาะก่อนหินกระเด็น** (เดิน เตาะก่อนหิน  
ก่อนหินกระเด็น)

กอกส(น)กท(นน)

**เต็มใจช่วยเขารดน้ำต้นไม้** (เต็มใจ ช่วยเข  
เขารดน้ำต้นไม้)

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทางโครงสร้างระหว่างคำนามกับคำกริยาในหน่วยแก่นของวลีพบว่า เราสามารถจัดหมวดหมู่ประเภทหรือแบบของโครงสร้างหน่วยแก่นได้ โดยพิจารณาจากเกณฑ์การปรากฏของคำนามที่อยู่ในตำแหน่งหน้าหรือหลังกริยาแต่ละชนิดว่ามีความสัมพันธ์อย่างไร โดยพิจารณาคำนามนั้น ๆ สามารถปรากฏซ้ำในตำแหน่งหน้าหรือหลังคำกริยาได้หรือไม่ แล้วก็จัดจำแนกหมวดหมู่โครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างคำนามและคำกริยาในหน่วยแก่นของกริยวลีตามลักษณะการปรากฏของคำนามดังกล่าวนี้

## 6. ความสัมพันธ์ทางอรรถศาสตร์ระหว่างคำนามกับคำกริยาในหน่วยแก่นของกริยวลี แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังต่อไปนี้

**6.1 การแบ่งคำกริยาตามลักษณะเฉพาะทางความหมาย** ผู้เขียนได้จัดประเภทคำกริยาตามแนวความคิดของ ภาณุ สังขะวร (2527) ซึ่งได้เสนอไว้แล้วในตอนที่ 3 แบ่งออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ ได้แก่

(1) **คำกริยาแสดงอาการ** คือ คำกริยาที่แสดงอาการของนาม คำกริยาชนิดนี้จะปรากฏร่วมกับคำนามที่หมายถึงผู้ทำอาการ เช่น พลิก ฟัน หรือ คั้น

(2) **คำกริยาแสดงสภาพ** คือ คำกริยาที่แสดงสภาพหรือลักษณะของคำนามในขณะที่เอ่ยถึงว่ามีสภาพหรือลักษณะอย่างไร เช่น บิกบิน ฉลาด ไกล่ ผึ่งผาย

(3) **คำกริยาแสดงความรู้สึก** คือ คำกริยาที่แสดงความรู้สึก แสดงอารมณ์ หรือแสดงการรับรู้ด้วย

ประสาทสัมผัส คำกริยาชนิดนี้จะปรากฏกับคำนามที่หมายถึง ผู้มีความรู้สึก ผู้มีอารมณ์ ผู้รับรู้ ที่แสดงโดยคำกริยานั้น ๆ เช่น รันทดใจ ตื่นเต้น ตัดใจ สงสัย อาย

**6.2 การแบ่งคำนามตามลักษณะเฉพาะทางความหมาย (ชนิดการก)** ผู้เขียนได้ใช้ชนิดความสัมพันธ์ของคำนามกับคำกริยา (การก) หรือลักษณะเฉพาะทางความหมายตามแนวคิดของ ภาณุ สังขะวร (2527) ที่มีอยู่ทั้งหมด แล้วนำมาวิเคราะห์จำนวนโครงสร้างหน่วยแก่นของกริยวลีที่มีอยู่ทั้งหมดในวิทยานิพนธ์ของ นางสาวนววรรณ พันธุเมธา (2510) สรุปได้ดังนี้

**6.2.1 คำนามที่ปรากฏในตำแหน่งข้างหน้าคำกริยา** อาจจะมีลักษณะเฉพาะทางความหมายเป็นอย่างใดอย่างหนึ่ง ต่อไปนี้

- (1) ผู้ทำ
- (2) ผู้ทรงสภาพ

**6.2.2 คำนามที่ปรากฏในตำแหน่งข้างหลังคำกริยา** อาจจะมีลักษณะเฉพาะทางความหมายเป็นอย่างใดอย่างหนึ่ง ต่อไปนี้

- (1) ผู้ถูก
- (2) ผู้เสริม
- (3) ผล
- (4) แหล่งเดิม
- (5) จุดหมาย
- (6) สถานที่

**6.3 ความสัมพันธ์ของคำกริยาที่แบ่งตามลักษณะเฉพาะทางความหมายเมื่อเรียงกันในหน่วยแก่น** มี 4 ลักษณะ ดังต่อไปนี้

(1) **เป็นคำกริยาแสดงอาการทั้งหมด** มี 18 แบบ ดังนี้

- |                         |              |
|-------------------------|--------------|
| (อาการ-(อาการ)-(อาการ)) |              |
| กส(น)                   | ตัดผ้า       |
| กท(นน)                  | เติมน้ำมันรถ |
| กสกส(น)                 | กวาดถูบ้าน   |
| กส(น)กส                 | ซื้อขนมกิน   |

- กส(น)กส(น) กัดเข็มติดเสื้อ
- กอกส(น) เล่นผ่านเขา
- กอกท(นน) ยืนแจกสตางค์เด็ก
- กส(น)กท(นน) ฟังแม่สอนภาษาอังกฤษ
- กส(น)กท(น) หนีบเงินทอนฉัน
- กส(น)กส(น) ไล่ตามเห่าคนขอทาน
- กส(น)กส(น) หยิบเสื้อพับเก็บ
- กส(น)กส(น) เลือกเก็บเปลือกทิ้ง
- กส(น)กส(น) กุดลากเขาลงบันได
- กส(น)กส(น) เห็นเด็กไล่จับแมงปอ
- กอกส(น)กส(น) นั่งดูแม่เย็บผ้า
- กส(น)กอกส(น) ชวนเขานั่งกินน้ำชา
- กส(น)กส(น)กท(น) หยิบเงินนับทอนเขา
- กอกส(น)กท(น) ยืนตักน้ำรดต้นไม้

(2) เป็นคำกริยาแสดงอาการอยู่ข้างหน้า ส่วนคำกริยาข้างหลังเป็นคำกริยาแสดงสภาพ มี 2 แบบ ดังนี้

(อาการ - (อาการ) - สภาพ)

กส(น)กอก กระจกสร้อยขาด

กส(น)กส(น)กอก กวาดถูบ้านสะอาด

(3) เป็นคำกริยาแสดงอาการอยู่ข้างหน้า ส่วนคำกริยาข้างหลังเป็นคำกริยาแสดงสภาพหรือแสดงอาการอย่างใดอย่างหนึ่ง มีเพียง 1 แบบ ดังนี้

อาการ - อาการ - (อาการ)

(สภาพ)

กอกส(น)กอก เล่นเจียวนั้นหกล้ม

ไหลเซาะตลิ่งพัง

(4) เป็นคำกริยาแสดงอาการอยู่ข้างหน้า ส่วนคำกริยาข้างหลังสองคำจะเป็นคำกริยาแสดงสภาพหรือแสดงอาการอย่างใดอย่างหนึ่ง มีเพียง 1 แบบ ดังนี้

อาการ - (อาการ) - (อาการ)

(สภาพ) (สภาพ)

กส(น)กอกกอก กัดผ้าขาดกระจุก

**ชวนเขานั่งพัก**

(5) เป็นคำกริยาแสดงอาการหรือคำกริยาแสดงความรู้สึกอยู่ข้างหน้า ส่วนคำกริยาคำถัดไปเป็นคำกริยาแสดงอาการ มี 5 แบบ ดังนี้

(อาการ) - อาการ - อาการ

(ความรู้สึก)

กอกส(น)กส(น) กระโดดตะครุบกัทหนู

โมโหตะตอยเขา

กอกส(น)กส

เดินซื้อขนมกิน

ดีใจชูเงินอวด

กอกอกส(น)

นั่งคิดหาวิธี

ดีใจกระโดดกอดฉัน

กอกอกท(นน)

นั่งร้องไห้สารภาพความผิดฉัน

ตกใจร้องถามข่าวเขา

กอกส(น)กท(นน) ยืนฟังครูสอนเลขนักเรียน

**7. สรุปและอภิปรายผล**

ผลการวิเคราะห์เรื่อง “ความสัมพันธ์ทางอรรถศาสตร์ระหว่างคำนามกับคำกริยาในโครงสร้างหน่วยแก่นของกริยาวลี” พอสรุปได้ดังนี้ คือ

**7.1 สัมสัมพันธ์ด้านโครงสร้างของหน่วยแก่นของกริยาวลี**

(1) ชนิดของคำกริยาที่เรียงกันแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ คำกริยาชนิดเดียวกันเรียงกันมี 10 แบบ เช่น กอกอก, กส(น)กส และคำกริยาต่างชนิดกันเรียงกันมี 17 แบบ เช่น กส(น) ทท(นน), กส(น)กส(น)กอก

(2) ความสัมพันธ์ระหว่างคำนามที่อยู่ข้างหลังกับคำกริยาข้างหน้าคำเดียวหรือเรียงกันหลายคำ แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ คำนามที่อยู่ข้างหลังมีความสัมพันธ์กับคำกริยาข้างหน้าทั้งหมดมี 4 แบบ เช่น กส(น), กส(น)กส(น), กส(น)กส(น)กส(น) และคำนามที่อยู่ข้างหลังมีความสัมพันธ์กับคำกริยาข้างหน้าเพียงคำเดียวหรือสองคำมี 15 แบบ เช่น กอกส(น)กส(น), กส(น)กอกส(น), กอกอกท(น)

(3) ความสัมพันธ์ระหว่างค่านามที่คั่นระหว่างคำกริยากับคำกริยาข้างหน้าและหลังมี 2 แบบ ได้แก่ ความสัมพันธ์แบบเดียวกันมี 8 แบบ เช่น กส(น)กส, กส(น)กท(น) และความสัมพันธ์แบบต่างกัน มี 11 แบบ เช่น กส(น)กส(น), กส(น)กอ, กอกส(น)กอ

**7.2 ความสัมพันธ์ทางอรรถศาสตร์ระหว่างค่านามกับคำกริยาในหน่วยแก่นของกริยาวลี**

(1) การแบ่งคำกริยาตามลักษณะเฉพาะทางความหมายแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ คำกริยาแสดงอาการ คำกริยาแสดงสภาพ และคำกริยาแสดงความรู้สึก

(2) การแบ่งค่านามตามลักษณะเฉพาะทางความหมายเท่าที่ปรากฏอยู่ในโครงสร้างของหน่วยแก่นของกริยาวลี แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ ค่านามที่ปรากฏในตำแหน่งข้างหน้าคำกริยา ได้แก่ **ผู้ทำ** และ **ผู้ทรงสภาพ** และค่านามที่ปรากฏในตำแหน่งข้างหลังคำกริยา ได้แก่ **ผู้ถูก** **ผู้เสริม** **ผล** **แหล่งเดิม** **จุดหมาย** และ **สถานที่**

**7.3 ความสัมพันธ์ของคำกริยาที่แบ่งตามลักษณะเฉพาะทางความหมายเมื่อเรียงกันในหน่วยแก่น มี 5 ลักษณะ**

(1) เป็นคำกริยาแสดงอาการทั้งหมด (อาการ - (อาการ) - (อาการ)) มี 18 แบบ เช่น กส(น), กสกส(น)

(2) เป็นคำกริยาแสดงอาการอยู่ข้างหน้า ส่วนคำกริยาข้างหลังเป็นคำกริยาแสดงสภาพ (อาการ - (อาการ) - สภาพ) มี 2 แบบ คือ กส(น)กอ, กสกส(น)กอ

(3) เป็นคำกริยาแสดงสภาพอยู่ข้างหน้า ส่วนคำกริยาข้างหลังเป็นคำกริยาแสดงสภาพหรือแสดงอาการอย่างใดอย่างหนึ่ง อาการ - อาการ - (อาการ) มี (สภาพ)

1 แบบ ดังนี้ กอกส(น)กอ

(4) เป็นคำกริยาแสดงอาการอยู่ข้างหน้า ส่วนคำกริยาข้างหลัง 2 คำจะเป็นคำกริยาแสดงสภาพหรือแสดงอาการอย่างใดอย่างหนึ่ง อาการ - (อาการ) - (สภาพ)

(อาการ) มีเพียง 1 แบบ คือ กส(น)กอก (สภาพ)

(5) เป็นคำกริยาแสดงอาการหรือคำกริยาแสดงความรู้สึกอยู่ข้างหน้า ส่วนคำกริยาคำถัดไปเป็นคำกริยาแสดงอาการ (อาการ) - อาการ - อาการ มี 5 (ความรู้สึก)

แบบ เช่น กอกสกส(น), กอกส(น)กส

สำหรับผลการวิเคราะห์ที่ปรากฏในบทความฉบับนี้ ผู้เขียนได้ทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทางอรรถศาสตร์ในโครงสร้างหน่วยแก่นของกริยาวลี นอกจากนี้ ยังได้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ทางโครงสร้างของหน่วยแก่นของกริยาวลีเพิ่มเติม เพื่อให้เห็นความสัมพันธ์ทั้งทางอรรถศาสตร์และทางโครงสร้างไปพร้อม ๆ กัน

ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทางด้านโครงสร้างนั้น ผู้เขียนได้ยึดเอาการปรากฏของค่านามที่อยู่ตำแหน่งข้างหน้าหรือข้างหลังคำกริยา หรือการปรากฏในตำแหน่งทั้งสองของคำกริยามาเป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์ แล้วนำเอาหน่วยแก่นของกริยาวลีนั้น ๆ มาวิเคราะห์ว่าค่านามมีลักษณะสัมพันธ์อย่างไรโดยการเพิ่มค่านามค่านั้นกับคำกริยาอื่น ๆ ว่าอยู่หน้าหรืออยู่หลังคำกริยานั้น ๆ เพื่อแยกเป็นกริยาวลีที่มีความสมบูรณ์มากที่สุด ว่าคำกริยาค่านั้นเป็นคำกริยากรรม คำกริยาสกรรม หรือคำกริยาทวิกรรม ซึ่งในประเด็นนี้ ดร.นวรรธ พันธ์เมธา (2510) ได้ให้ชื่อความสัมพันธ์แบบนี้ว่า เป็น **ความสัมพันธ์แบบ ประธาน-กริยา** หรือแบบ **กริยา-กรรม** ดังนั้น ความสัมพันธ์ตามที่ได้เสนอไว้นี้ ถ้าพิจารณาเปรียบเทียบกันก็ไม่มี ความแตกต่างกันมากนักเกี่ยวกับแนวความคิด ซึ่งการกำหนดลักษณะการปรากฏของค่านามกับคำกริยานี้สามารถนำมาเป็นเกณฑ์ในการจำแนกประเภทโครงสร้างของหน่วยแก่นของกริยาวลีได้อย่างชัดเจน เช่นอาจจะจัดกลุ่มคำกริยาตามลักษณะชนิดของคำกริยาที่เรียงกันว่าเป็นคำกริยาชนิดเดียวกันหรือเป็นคำกริยาต่างชนิดกัน หรือยึดเอาตำแหน่งของ

คำนามว่าอยู่หน้าหรือหลังคำกริยาเป็นหลักในการวิเคราะห์

เพราะฉะนั้น ผู้เขียนคิดว่ากริยาคำหนึ่งแห่งของคำนามที่ปรากฏอยู่ตำแหน่งข้างหน้าหรือหลังคำกริยามาพิจารณาหลังจากแยกประเภทโครงสร้างหน่วยแก่นของกริยาสีแล้วซึ่งจะเป็นวิธีการที่เหมาะสมกว่า โดยเฉพาะอย่างยิ่งควรจะแยกประเภทชนิดกริยาก่อน ดังที่ผู้เขียนได้แบ่งชนิดของคำกริยาออกเป็น 3 ชนิดก่อน คือ คำกริยากรรม คำกริยากรรม และคำกริยาทวิกรรม ต่อจากนั้นก็วิเคราะห์ชนิดของคำกริยาที่เรียงกันในหน่วยแก่นของกริยาสีแล้วจึงมาพิจารณาถึงความสัมพันธ์ทางตำแหน่งคำนามที่ปรากฏร่วมกับคำกริยาซึ่งทำให้เห็นภาพได้ชัดเจนไม่ซับซ้อนมากจนเกินไปในการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างคำนามกับคำกริยาในโครงสร้างหน่วยแก่นวลี ซึ่งงานวิจัยของ ฉ้อธน หาระบุตร (2520) ก็ยึดแนวทางนี้ในการวิเคราะห์เช่นเดียวกัน

หลังจากวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทางด้านโครงสร้างแล้ว จึงได้นำเอาแนวคิดการวิเคราะห์เชิงความหมายหรืออรรถวิเคราะห์มาวิเคราะห์โครงสร้างของหน่วยแก่นของกริยาสีต่อ โดยแบ่งคำกริยาตามลักษณะเฉพาะทางความหมาย ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ตามแนวคิดของ ภาณุ สังขะวร (2527) โดยผู้เขียนพยายามคัดแปลงชนิดหรือประเภทของคำกริยาย่อยในแต่ละประเภทของคำกริยาอีกชั้นหนึ่ง คือ ให้เหลือเพียงแต่ประเภทของคำกริยาหลักจริง ๆ ได้แก่ **คำกริยาแสดงอาการ คำกริยาแสดงสภาพ และคำกริยาแสดงความรู้สึก** จากประเภทของคำกริยาดังกล่าวนี้ เราสามารถนำไปใช้ในการกำหนดลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างคำนามกับคำกริยาที่อยู่ในหน่วยแก่นของกริยาสีได้ ซึ่งเป็นความสัมพันธ์เชิงความหมายโดยพิจารณาความสัมพันธ์ทางโครงสร้างของคำกริยาเหล่านั้นประกอบด้วย ซึ่งทำให้ทราบลักษณะเฉพาะทางความหมายของคำนามนั้นว่าสัมพันธ์กับคำกริยาต่าง ๆ อย่างไร เช่น มีการกของคำนามอะไรบ้างปรากฏอยู่ข้างหน้าคำกริยาหรือหลังคำ

กริยาในหน่วยแก่นของกริยาสีได้ เช่น การกที่ปรากฏอยู่ข้างหน้าคำกริยาได้มีเพียง 2 การก เท่านั้น คือ **การกผู้ทำ** กับ **ผู้ทรงสภาพ** ซึ่งลักษณะการปรากฏของการกทั้งสองนี้ เราสามารถคาดคะเนได้ว่าจะต้องปรากฏอยู่ในโครงสร้างหน่วยแก่นกริยาสีที่คำนามมีความสัมพันธ์กับคำกริยาทั้งที่อยู่ด้านหน้าและหลังของคำนามคำนั้น ๆ แต่การกทั้งสองจะไม่เกิดขึ้นในตำแหน่งของคำนามที่เดียวกันในหน่วยแก่นของกริยาสี เช่น ในโครงสร้างหน่วยแก่นของกริยาสี แบบ กล(น)ก๑ ดังตัวอย่างหน่วยแก่นของกริยาสีข้างล่างนี้

“**กระซอกสร้อยขาด**” แยกเป็น กระซอกสร้อย (1)

สร้อยขาด คำกริยา **กระซอก** เป็นคำกริยาแสดงอาการ (2)

**สร้อย(1)** เป็น ผู้ถูก **สร้อย(2)** เป็นผู้ทรงสภาพ และคำกริยา **ขาด** เป็นคำกริยาแสดงสภาพว่าสร้อยเส้นนั้นขาด แต่ที่น่าสังเกตคือ ในความสัมพันธ์ดังกล่าวนี้ถ้าคำนามข้างหน้าคำกริยาเป็นผู้ทำหรือผู้ทรงสภาพอยู่ในโครงสร้างหน่วยแก่นของกริยาสี คำนามนั้นมักจะเป็นการกอีกแบบใดแบบหนึ่ง คือ **ผู้ถูก** เพราะกริยาข้างหน้าคำนามคำนั้นมักจะเป็นคำกริยาแสดงอาการที่มีผู้ถูกเกิดขึ้นด้วยเสมอ โอกาสที่จะเป็นผู้เสริมแทนนั้นน้อยมาก

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ของคำกริยาที่แบ่งตามลักษณะเฉพาะทางความหมายเมื่อเรียงกันในหน่วยแก่นของกริยาสี จะพบลักษณะพิเศษอีกอย่างหนึ่ง คือ **คำกริยาแสดงสภาพ**สามารถเกิดร่วมกันกับคำกริยาแสดงอาการที่มีคำกริยาเรียงกันทั้ง 2 คำ หรือ 3 คำได้ และลักษณะของคำกริยาแสดงสภาพจะตรงกับคำกริยากรรม (ก๑) แต่คำกริยาแสดงความรู้สึกนั้นจะเกิดกับหน่วยแก่นของกริยาสีที่มีคำกริยาเรียงกัน 3 คำ เท่านั้น มักจะเป็นคำกริยาในตำแหน่งแรกของหน่วยแก่นของกริยาสี แต่คำกริยาแสดงสภาพจะปรากฏอยู่ในตำแหน่งท้ายสุดของหน่วยแก่นของกริยาสี ซึ่งเป็นลักษณะตรงข้ามกัน อย่างไรก็ตาม ลักษณะร่วมที่เหมือนกันของคำ

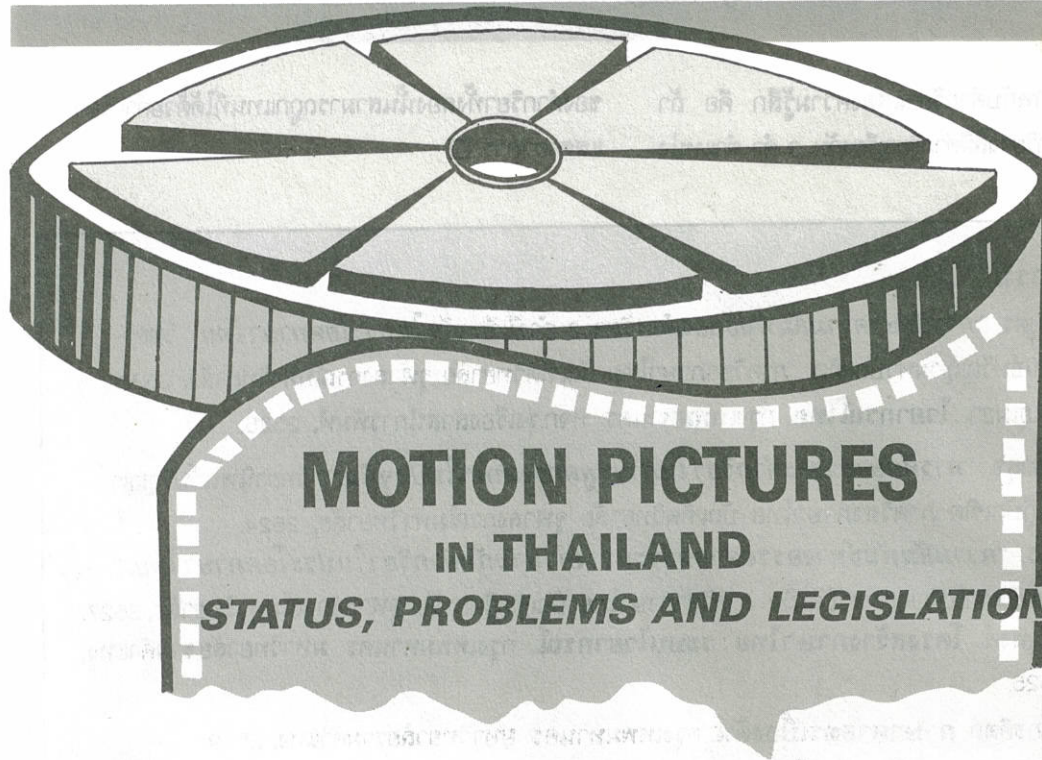
กริยาแสดงสภาพกับคำกริยาแสดงความรู้สึก คือ ถ้า ของคำกริยาทั้งสองนั้นสามารถถูกแทนที่ได้ด้วยคำกริยา  
หน่วยแก่นของกริยามีคำกริยาเรียงกัน 3 คำ ตำแหน่ง แสดงอาการ □

**บรรณานุกรม**

ฉอ่อน หาระบุตร. "การศึกษาความสัมพันธ์ของคำกริยา 2 คำที่เรียงกันในประโยคภาษาไทย" วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาภาษาไทย บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2520.  
 นววรรณ พันธุเมธา. **ไวยากรณ์ไทย**. กรุงเทพมหานคร หจก.รุ่งเรืองสาสน์การพิมพ์, 2525.  
 พรทิพย์ พุกผาสุข. "การศึกษาการละคำกริยาในภาษาพูดกรุงเทพฯในปัจจุบัน." วิทยานิพนธ์ปริญญา  
 ดุษฎีบัณฑิต ภาควิชาภาษาไทย บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2524.  
 ภาณุ สังขวร. "ความสัมพันธ์ทางอรรถศาสตร์ระหว่างคำนามกับคำกริยาในประโยคภาษาไทย."  
 วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาภาษาไทย บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2527.  
 วิจิตรนน์ ภาณุพงศ์. **โครงสร้างภาษาไทย: ระบบไวยากรณ์**. กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยรามคำแหง,  
 2525.

อุดม วโรตม์ลิกขิตต์. **ภาษาศาสตร์เบื้องต้น**. กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2519.  
 อุปกิตศิลปสาร, พระยา. **หลักภาษาไทย**. กรุงเทพมหานคร ไทยวัฒนาพานิช, 2522.

Chafe, Wallace L. **Menaning and the Struceture of Language**. Chicago and London :  
 University of Chicago Press, 1970.  
 Chomsky, Noam. **Aspects of the Theory of Syntax**. Cambridge : The M.I.T. Press, 1965.  
 Cook, Walter A. "Improvements in Case Grammar 1970." In **Language and Linguistics :  
 Working Papers**, No. 2, pp. 10-22. Edited by Richard J. O'Brien. Washington,  
 D.C. : Georgetown University Press, 1971.  
 Fillmore, Charles J. "The Case for Case." In **Universale in Linguistic Theory**, pp. 1-88.  
 Edited by Emmon Bach and Robert T. Harms. New York : Holt, Rinehart and  
 Winston, 1968.  
 \_\_\_\_\_ "Lexical Entries for Berbs." **Foundation of Language**, 4 (November 1968) :  
 373-393. 1968.  
 Gruber, J.S. "Studies in Lexical Relations." Ph.D. dissertation, Massachusetts Institute  
 of Technology, 1965.  
 Pongsri Lekawatana. **Verb Phrases in Thai : A Study in Deep-case Relationships**. " Ph.D.  
 dissertation, University of Michigan, 1970.  
 Pranee Kullavanijaya. "Transitive Verbs in Thai." Ph.D. dissertation, University of  
 Hawaii, 1974.  
 Vichin Panupong. **Inter-sentence Relations in Modern Conversational Thai**. Bangkok :  
 The Siam Society, 1970.



\* **Dr. Somkuan Kaviya**

### Introduction

From the Western sphere, the mass media were imported, one after another, into Thailand firstly for religious propaganda then for political purposes and commercial benefits. Newspapers were introduced by American missionaries in 1844, radio - broadcasting by the Thai Government in 1928 and television, again by the Government, in 1955<sup>1</sup>.

Motion pictures were firstly shown for public entertainment by the Japanese military and businessmen at the beginning of the twentieth century. But the Thai began to make films as their own medium of communication only in 1921 after the cinemahall business had for about ten years.

As a matter of fact, the mass media are for Thailand an imported culture both theoretically and practically. Social technology, imprinted in cinematographic art, can be traced back to European and American origins. Hardware or applied - scientific technology is totally foreign artifact which can be bought and used by the Thai people but never be thoroughly understood by them.

Both maker and audience still find it difficult to appreciate the art and science of cinematography even at the onset of the approaching Information Age.

Major questions are therefore being asked by many thinkers, both local and international.

\* ผู้ช่วยคณบดี คณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ : *Docteur en Journalisme, Strasbourg.*

<sup>1</sup>For details of communication development, see Dr. Somkuan Kaviya's textbook published by "Principles and Theories of Communication" Bangkok, 1987 (in Thai).

Are modern mass media contributive to the cultural development of the country or simply responsive to individual lust for amusement? Are they constructive or destructive to local cultures long developed and delicately preserved as national identity and pride? Even the UNESCO MacBride Commission is unable to give a decisive answer. They just became "a strong advocate of enmeshing the two forms (traditional and modern media), where the two work in harmony. For them, "it is indispensable for ensuring the survival, spread and effectiveness of all media, both old and new, which any society has at its disposal."

Award of this reality or not, policy-makers in Thailand have come to react in almost the same manner. They are not sure how and where to set a priority between old and new media, between national and western cultures, between Thai and Foreign films.

Since 1930, much legislation, from Acts down to Department Notifications, have been put forth to control the impacts of motion pictures. Some

laws are promotional to Thai Films, some are detrimental to them. National identity and real artistic and cultural values are often forgotten which is the major reason why Thai motion pictures are still struggling, right or wrong, to claim their right as a national art and industry. On the other hand, some critics note that the claim is not always justified. Some legislation and measures are already positive, even too positive, to Thai films. They consequently backfire and contribute to the deterioration in the quality of locally produced films,\* while, at the same time, reduce the quality standard of the public entertainment and intellectual recreation.

**STATUS AND PROBLEMS**

**Production**

While documentary film production is still in the state of under-development, the production of feature film has nevertheless reached a peak. For a decade, Thailand has each year produced about one-hundred 35 m.m.

**Number of local films produced during 1987 - 1989 compared to the imported foreign films**  
**Local Films**

	Jan	Feb	Mar	Apr	May	June	July	August	Sept	Oct	Nov	Dec	Total
1987	9	10	7	9	11	8	4	9	9	13	9	17	113
1988	10	12	13	11	12	7	6	8	6	15	12	12	124
1989	6	10	6	12	4	7	4	3	11	14	13	8	98

\* Harry Rolnick "Thai Film Industry : A Simple Solution" The Bangkok Post : Wednesday January 21, 1970.

## Foreign Films

	Jan	Feb	Mar	Apr	May	June	July	August	Sept	Oct	Nov	Dec	Total
1988	14	12	10	11	13	19	18	15	21	13			146
1989	24	17	17	19	21	20	27	18	19	11	18	22	233

Seventy per cent of the producing companies are members of the Thai Motion Picture Producers Association which is the most important professional organization. The rest of the companies are non-members and mostly amateur.

In general the production costs of one typical film can be broken down according to three stages of the production process.

The first stage, involving the scriptwriter and his staff, costs anywhere from 20,000-150,000 bahts.

The second stage, involving location filming, costs on the average from 300,000-400,000 bahts.

The final stage, involving laboratory and

editing work, costs anywhere from 450,000-750,000 bahts to produce 8 prints.

In addition, publicity for the movie using various media, costs anywhere from 200,000-1,200,000 bahts.

Altogether the production costs are therefore between 970,000-2,500,000 bahts or U.S.dollars 38,000-100,000. These relatively high costs, as well as legal and ethical problems, have made the producers reluctant to increase their productivity and become more selective in their investment.

Following is the table showing trends in selecting shooting story-types during 1986-1988 :

## Selected shooting story-types

Story-type	1986	1987	1988 (January- beginning October)
1. Violence, Excitement, Fighting	39	40	24
2. Love	20	23	18
3. Teenage	17	15	13
4. Life	11	17	10
5. Comedy	21	12	16
6. Sex Appeal	5	4	3
7. Musical	-	1	-
8. Traditional	-	1	-

(Source : Bangkok Swaytam "Thai Film 1986" and Chirabun Thasanabanchong "Thai Film Structure 1988").

According to study done in 1987 by Chamroenluck Thanawangnoi of Thammasat Mass Communication Faculty, "Thai movies do not have quality standards; lack of expertise and professional training is the source of this problem. Only 2.25 per cent of all producers and directors have been trained in local universities, though 4.49 per cent received training in foreign schools. The majority-nearly 43 per cent-say they learned form on-the-job training. Directors are those who have been in the business more than 10 years". The situation has not much changed nowadays.

**Exhibition**

Cinemas have been hit by growing competition from television and then videotapes, with revenue falling not less than 50% on the average in the last five years.

"Now people don't have to come into town to see movies like in the old days," said Piak Poster, an active and avant-garde producer, "Video piracy is an ongoing problem. Some people record the movie during its first night in the theatre and sell the tape the next morning".

Some cinema operators have already converted movie houses into other entertainment places such as fast-food outlets or snooker halls to earn additional revenue to cover declining income from ticket sales. The rate of conversion or closure is about 5 per cent a year. There exist now only 1,014 cinemas in the country with 577,000 seats (1 seat : 86 people). Bangkok alone has 109 cinemas and 122,000 seats. The rest is distributed in 73 provinces around the country.

In recent years, new form of movie houses has been however introduced to solve the problem. All newly-built cinemas have become smaller in size and have been designed to accommodate only 200-400 viewers at most. These "mini-theatres" are normally located in shopping complexes and have cut the prices of their tickets to 20-40 bahts or only 30 baht to attract more audiences. Within the last three years, we have seen 32 mini-theatres blooming up in 13 modern commercial centres :

26 in old Bangkok (left bank of Chaophya River) and 6 in Thonburi (right bank Bangkok Metropolitan). They usually show about 35% Chinese films, 35% Western films and 30% of Thai films. New hope has therefore come to refresh those sad hearts of Thai producers, although they have again to compete with the growing popularity and strong marketing strategies of the Chinese films from Hong Kong and Taiwan.

**Export**

Very few local films has been exported to the United States, Japan and Europe each year for exhibition in special occasions. Almost none has been sent to other countries even among the ASEAN.

The ideology of free and balance flow of information in the world has never been materialized, probably due to weak joint effort among groups of developing countries. World market for Thai films is therefore out of reach until now.

Many professionals and academics agree that most foreign movies, Chinese or Western, are not better than Thai films in any aspect. But they are however imported because the Government, like in many developing countries, does not appreciate the countless socio-cultural value of the local cinematographic art and has not set up an appropriate policy to control the quantity and the quality of those imported films.

**Production and Investment**

Investment in film industry is treated like any other promoted industries, although it cannot produce in large quantity to offer in the decreasing market. Costs of production and promotion are thus rather high compared to perceived risks from failure due to a lack of popularity. Investment in film business therefore tend to remain in the hands of more commercial-oriented people and less professionals.

**Equipment and technology**

Cinematographic hardware and technology

are completely foreign-made and imported, thus resulting in high cost of production and low competitiveness vis-a-vis foreign films.

### Marketing

Commercialization systems of Thai motion pictures are prejudicial to the professional film-makers, due to influential middleman network in the country and poor management abroad.

### LEGISLATION

A long list of laws, regulations, orders and measures is there to control the film business from the production to the exhibition stages.

1. Copyright Act 1978.
2. Patent Act 1973.
3. Cinematographic Film Acts 1930 and 1936.
4. Act on Prevention against Communist Activities 1952.
5. Penal Code and the Civil and Commercial Code.
6. Department of Religious Affairs Regulation on the Utilization of Temple and Religious Sites as Film Locations 1963.
7. Act on National Promotion and Coordination for Youth 1978.
8. Notifications of the Ministry of Interior concerning Protection of Labour, Minimum Wages, Compensation Fund.
9. Labour Relations Act 1975.
10. Immigration Act 1979.
11. Alien Work Permit Act 1978.
12. List of the Prohibitive Kinds of Cinematographic Film set up by the Ministry of Interior.
13. Criteria for Film Censorship set by the Central Investigation Headquarters of the Police Department.
14. Revolutionary Announcements Empower-

ing Film Censorship Authorities.

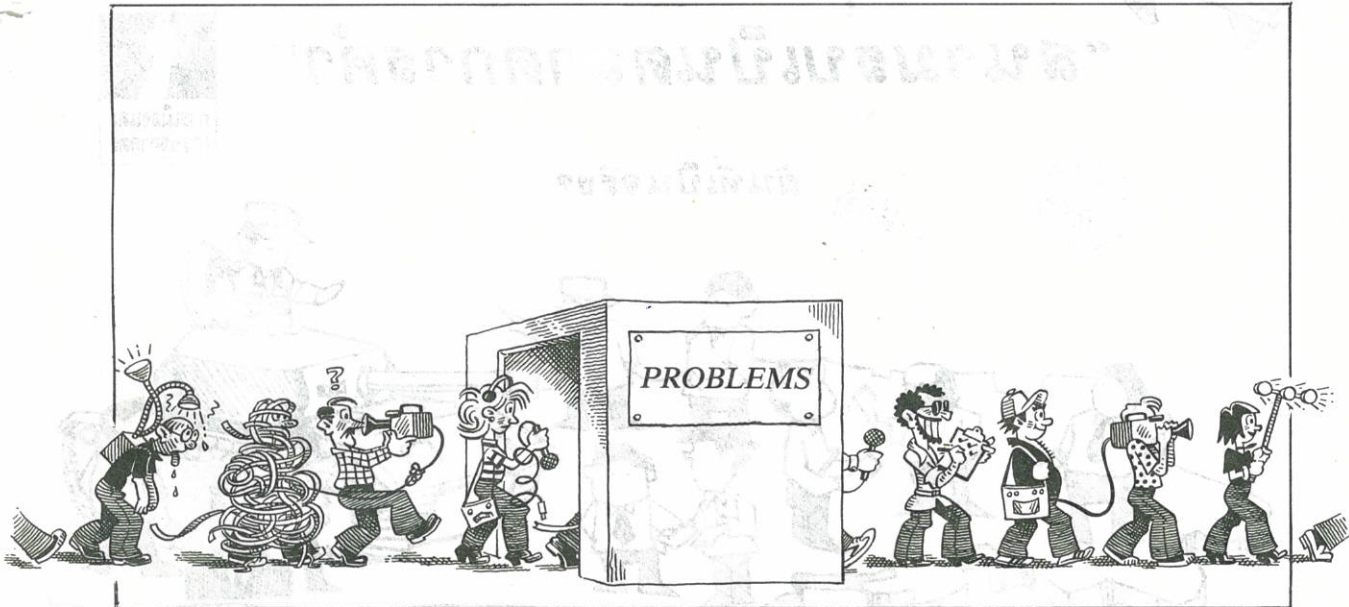
15. Act on Prevention of Danger in Connection with Entertainments 1921.
16. Act in Protection of the Consumers 1979.
17. Drug Act 1967.
18. Food Act 1979.
19. Act on the Control of Publicity by Utilization of Amplifier 1950.
20. Investment Promotion Act 1977.
21. Act of Thailand Industrial Capital Corporation 1959.
22. Revenue Code 1938.
23. Municipal Revenue Act 1954.
24. Customs Tariff Decree 1960\*.

Some in this list may be justified, reasonable and positive, but most are rather arbitrary, negative, and authoritarian. Particularly, the strict rules of censorship reinforced by laws and functioning authorities tend to impose fearful sentiments which destroy initiatives, inspiration, and professional pride. The foreign films are apparently treated with more lenient practice because the authorities take culture of film-makers into consideration rather than the impacts on Thai culture and Thai people\*\*.



\* Details of current film legislation are being elaborated in Dr. Somkuan Kaviya's paper written for the Government Public Relations Department.

\*\* See Seminar Paper on "To the Future -- the Thai Film", Chulalongkorn University, November 1988



**ACTIONS TO SOLVE THE PROBLEMS**

**Promotion By The State**

Having more or less realized that the film industry in the country has many difficulties, the Government has done something to soften the problems. Decade ago they set up a joint body called the Film Board Commission which has been trying their best to develop the industry by adjusting some laws and putting out new positive regulations. In spite of many remaining negative laws, film people are happier with the sympathetic attitude and more patient to wait for new hope.

Now, the National Film Archives has been established in the Fine Arts Department through initiatives and continuing supports from private sector.

Meanwhile the Government Public Relations Department is pushing its effort to develop the documentary films production for use in Government projects and socio-cultural purposes. It is known that documentaries are scarcely produced in Thailand due to the lack of sufficiently-supported organization.

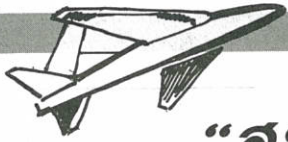
Regarding the ASEAN Film Fund hopefully expected by many, the PRD is optimistic and trying to coordinate to make it possible.

**Promotion By the professional institution**

For more than ten years, the most active professional organization is the Thai Motion Pictures Produces Association which has been hardly struggling for the survival of local film industry. They have much done for it and the only result is a slow-but-sure progress.

More of their works would be successful when they will lead other groups to join the newly-established Motion Pictures Confederation of Thailand which has been legally registered and will be soon ready to welcome members from various angles of the profession.

“Smile and Fight” is always a soft and strong motto for the Thai people in the Land of Smile. Of what you think we can dream, if all producers can bring back all violences they unnecessarily put in their films and make a unified strength for a beautiful and peaceful fight. ■



# “สนาามรบเป็นตลาดการค้า”



ฝันที่เป็นจริง?



\* ดนัย มุ้ลา

**“อี** รัฐบาลจะดำเนินนโยบายต่างประเทศที่เป็นอิสระโดยยึดถือประโยชน์ของชาติเป็นหลัก... ปรับปรุงความสัมพันธ์ทั้งในทางเศรษฐกิจและการเมือง โดยเฉพาะการขยายตลาดการค้าระหว่างกัน และเสริมสร้างความเข้าใจอันดี และไมตรีจิตกับประเทศเพื่อนบ้านให้อยู่ร่วมกันโดยสันติ และสมานฉันท์ในลักษณะที่ตอบสนองผลประโยชน์ร่วมกัน”<sup>1</sup>

นโยบายรัฐบาลปัจจุบันด้านต่างประเทศข้างต้นได้รับการปฏิบัติอย่างจริงจังและเป็นรูปธรรมอย่างชัดเจน โดยเฉพาะทางด้านเศรษฐกิจมีการประกาศนโยบายประมาณปลายเดือนธันวาคม 2531 ให้แปรเปลี่ยน “สนาามรบเป็นตลาดการค้า” เช่น มีการสร้างสะพานข้ามแม่น้ำโขงระหว่างหนองคายกับท่าเตี๋ย โดยมีประเทศ

ออสเตรเลียเป็นผู้ให้การสนับสนุน การเดินทางไปเยือนประเทศเวียดนามและประเทศลาวของผู้นำระดับสูงสุดของไทย ตลอดจนการเชิญนายกรัฐมนตรี สุนเซน ของกัมพูชามาเยือนไทย เป็นต้น

การเปลี่ยนสนาามรบให้เป็นตลาดการค้านั้นไม่ใช่เรื่องที่ทำได้ง่ายนัก หากจำเป็นจะต้องใช้ความสามารถหลาย ๆ ด้านดำเนินการ เพราะรัฐบาลในอดีตที่ผ่านมาไม่ได้ให้ความสนใจกับตลาดอินโดจีนเท่าที่ควร เช่น เมื่อปี พ.ศ. 2523 รัฐบาลไทยเคยออกกฎหมายห้ามการค้าขายชายแดนกับประเทศกัมพูชา โดยกำหนดโทษผู้ฝ่าฝืนถึงขั้นสูงสุดคือประหารชีวิต นอกจากนั้นยังใช้นโยบายที่แข็งกร้าวตามแนวทางของสหรัฐอเมริกาที่มุ่งจะบีบประเทศเวียดนามทั้งด้านเศรษฐกิจและการเมืองระหว่างประเทศ

ประเทศเพื่อนบ้านหรือตลาดในบริเวณพื้นที่แหลมอินโดจีนจะครอบคลุมหลายประเทศ ได้แก่ สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

**\* หัวหน้าหมวดวิชาหลักการปกครอง ภาควิชาพื้นฐานทั่วไป คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย:ร.ม. (การปกครอง) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย**

<sup>1</sup> คำแถลงนโยบายของคณะรัฐมนตรีโดย นายกรัฐมนตรีแถลงต่อรัฐสภา เมื่อวันที่ ๒๕ สิงหาคม ๒๕๓๑ อ้างถึงใน “รวมประวัตินายกรัฐมนตรี และประวัติสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรไทย ๒๕๓๑” พิมพ์ฉบับพิเศษ ๒๕๓๑ หน้า ๕๙

**สาธารณรัฐประชาชนกัมพูชา** (หรือกัมพูชาประชาธิปไตย) **สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว** **ประเทศไทย** **สาธารณรัฐสังคมนิยมพม่าและประเทศมาเลเซีย** ในส่วน  
ของประเทศไทยได้ละเลยตลาดอินโดจีนโดยเฉพาะกับประเทศลาว, กัมพูชาและเวียดนาม ทั้งนี้เพราะนโยบายต่างประเทศของไทยมักจะ  
พิจารณาในแง่ของความมั่นคงทางทหารเป็นหลักและยังมีความฝังใจ  
กับความกลัวการรุกรานจากต่างประเทศด้วยกำลังทหาร ซึ่งเป็น  
นโยบายเดียวกับ**สหรัฐอเมริกา**ที่เฝ้าคอยติดตามความเคลื่อนไหวของ  
**สหภาพโซเวียต**ตลอดเวลาทั้ง**ด้านการเมืองการทหารและ**  
**การเงินระหว่างประเทศ** ดังนั้นบทความนี้จึงมุ่งเสนอถึงความ  
จำเป็นและโอกาสของความเป็นไปได้ในการประกาศนโยบายของ  
รัฐบาลในส่วนของนโยบาย การแปรเปลี่ยนสนามรบเป็นตลาดการค้า  
และโอกาสความเป็นไปได้ในทศวรรษนี้ โดยมุ่งพิจารณาประเทศลาว  
กัมพูชา และเวียดนาม

**สนามรบเป็นตลาดการค้า : ความจำเป็น**

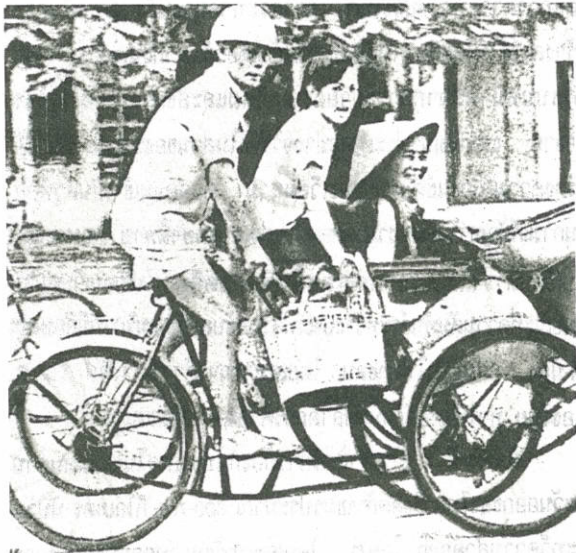
ปีพุทธศักราช 2533 ปีแรกของทศวรรษ 1990 ซึ่งในทศวรรษ  
นี้เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปแล้วว่าจะเป็นทศวรรษแห่งการเชื่อมโยง  
กิจกรรมทางเศรษฐกิจทั่วโลกเข้าด้วยกันเป็น**ตลาดเดียว** (GLO-  
BALIZATION) มีการรวมตัวทางเศรษฐกิจการค้าโดยเฉพาะใน  
ระยะ 2-3 ปีที่ผ่านมา กระแสเศรษฐกิจโลกได้ผันผวนจากเดิม  
“**พลิกหน้ามือเป็นหลังมือ**” การกีดกันการค้ารุนแรงขึ้น แต่ละประเทศ  
ต่างยึดเอาการส่งออกเป็นเป้าหมายหลักในการพัฒนาเศรษฐกิจของตน  
ขณะเดียวกันก็พยายามลดการพึ่งพาการนำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่ง  
ลักษณะการเปลี่ยนแปลงโดยภาพกว้าง ๆ ดังกล่าว ถือได้ว่าเป็นปัจจัย  
หลักที่ทำให้ไทยต้องปรับเปลี่ยนนโยบายทางเศรษฐกิจเสียใหม่  
เช่นเดียวกัน โดยมีปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญดังนี้

**ปัจจัย 1** ปัจจัยด้านต่างประเทศที่คลี่คลายลง ประเทศ  
สังคมนิยมมีการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจมายอมรับแนวทางทุนนิยม  
เพิ่มมากขึ้น เช่น รัสเซียประกาศนโยบาย “**เปเรสตรอยก้า**” ทำให้  
แนวโน้มการสนับสนุนด้านการสู้รบกับประเทศสังคมนิยมด้วยกลไก  
สาธารณรัฐประชาชนจีนก็เริ่มให้การลงทุนจากประเทศทุนนิยม  
ทั้งหลายเข้าไปมากมาย ปรากฏการณ์เหล่านี้ทำให้ประเทศสังคมนิยม  
อื่น ๆ เริ่มมีการปรับตัว ลาวมีแนวทาง “**เศรษฐกิจแนวใหม่**”  
ในขณะที่เวียดนามปรับปรุงโครงสร้างต่าง ๆ เพื่อรองรับการลงทุน

และการค้าระหว่างประเทศ การกระทำอย่างนี้ถือได้ว่าเป็นการ  
สร้างสรรค์ให้โลกมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันมากขึ้นเพราะทุกฝ่าย  
เริ่มเบนหน้าหนีจากการขยายอาณานิคมและสงครามมามุ่งสู่การ  
ค้าขาย และพัฒนาประเทศอย่างจริงจัง ในส่วนของรัฐบาลไทยก็ได้  
สร้างความสัมพันธ์กับลาวและเวียดนาม ตลอดจนเข้าเป็นตัวหลัก  
ในการแก้ปัญหาในกัมพูชามาตลอดนับแต่**พลเอกชาติชาย ชุณหะวัณ**  
ไปเยือนลาว และ**พลอากาศเอกสิทธิ เสวตศิลา** ไปเยือนเวียดนาม  
ในขณะที่ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศไทยกับสหรัฐอเมริกาที่มีลักษณะ  
ที่นิ่งงัน เปลี่ยนไปในทางลบ โดยเฉพาะการค้าที่มีการตัด G.S.P.  
ของไทย ทำให้ไทยต้องหาตลาดการค้าอื่นมาเสริมและรองรับ

**ปัจจัยที่ 2** ยุทธศาสตร์การป้องกันประเทศในชายแดนด้าน  
ตะวันออกของไทย ซึ่งติดกับเขมรประมาณ 600-700 กิโลเมตร นับวัน  
จะทวีความสำคัญขึ้นเรื่อย ๆ โดยเฉพาะฝั่งตะวันออกที่มีโครงการ  
“**อิสรเทิร์น ซิปบอร์ด**” (โครงการแสนล้าน) อันเป็นบันไดทองไป  
สู่**นิคส์** (NICs) ที่รัฐบาลไต้หวัน ชายแดนด่านจันทบุรี ตราดและ  
ปราจีนบุรี ซึ่งดำรงด้วยความขัดแย้งระหว่างประเทศที่เข้มข้นอยู่ใน  
วันนี้กับ**นิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด** ที่ตั้งโครงการ**ปิโตรเคมี**  
**แห่งชาติ** และ**ท่าเรือน้ำลึกแหลมฉบัง**ห่างกันเพียงไม่ถึง 400  
กิโลเมตร ซึ่งใช้เวลาตามถนนลาดยางอย่างดีไม่เกิน 4-5 ชั่วโมงนั้น  
เป็นสิ่งที่รัฐบาลคำนึงถึงมากที่สุด ในแง่ของความปลอดภัย ความมั่นคง  
และเสถียรภาพ เพราะถ้าหากขาดซึ่งสิ่งนี้แล้วก็จะขาดผู้มาร่วมลงทุน  
อย่างแน่นอน ดังนั้นการรักษาความปลอดภัยของไทยจากประเทศ  
เพื่อนบ้านที่ดีที่สุดก็คือการสร้างมิตรภาพระหว่างกัน กองทัพเรือของ  
ไทยอาจจะไม่จำเป็นต้องใช้เงินมากมายในการสร้างกองเรือ หรือ  
ขึ้นนาคุ้มครองชายฝั่งทะเลตะวันออก เนื่องจากเสถียรภาพในแถบนั้น  
จะได้รับการปรับปรุงขึ้นจากสัมพันธ์ภาพที่ดีกับประเทศอินโดจีนทั้งหมด  
ความเจริญที่เกิดขึ้นจากโครงการชายฝั่งทะเลตะวันออกจะแผ่ข้าม  
ชายแดนกัมพูชาและทำให้โอกาสในการลงทุนเพิ่มขึ้นอีกมากมาย  
ในจังหวัดชายแดนทั้งฝั่งไทยและฝั่งกัมพูชา เพื่อรับผลพวงจาก  
**โครงการอิสรเทิร์น ซิปบอร์ด**

**ปัจจัย 3** ยุทธศาสตร์ด้านการค้า ซึ่งการเติบโตในระบบ  
ทุนนิยมของไทยที่มุ่งทิศทางสู่สถานะประเทศอุตสาหกรรมใหม่ กำหนด  
ให้ไทยต้องขยายปีกไปสู่ประเทศต่าง ๆ ที่ต้องพัฒนาแล้วและมีแหล่ง  
วัตถุดิบที่ไทยขาดแคลนหรือร่อยหรอไปทุกวัน พร้อมกันนั้นประเทศ



เหล่านั้นก็จะเป็นตลาดระบายสินค้าจากไทยอีกด้วย ซึ่งประเทศอินโดจีนมีความพร้อมในด้านนี้เป็นอย่างยิ่ง อินโดจีนกำลังอยู่ในช่วงที่มีการฟื้นฟูบูรณะประเทศอย่างรีบด่วน โดยได้รับความช่วยเหลือจากประเทศต่าง ๆ อาทิ สหรัฐอเมริกา ประเทศไทยในฐานะที่เป็นประตูดินอินโดจีนอาจได้รับประโยชน์จากการให้ความช่วยเหลือที่เกี่ยวกับการให้บริการด้านการเงิน อินโดจีนปัจจุบันจึงเป็นแหล่งที่ภาคเอกชนและรัฐบาลคาดหวังไว้ว่าจะเป็แหล่งระบายสินค้าและเป็นแหล่งลงทุนสำหรับธุรกิจไทยในอนาคต โดยเฉพาะอย่างยิ่งลาว เขมร และเวียดนามจะกลายเป็นเป้าหมายหลักในด้านการค้าของไทยขึ้นทุกวัน

### สนามรบเป็นตลาดการค้า : ความเป็นไปได้

ความเป็นไปได้ต้องมุ่งพิจารณาในรายละเอียดของแต่ละประเทศคือ ลาว กัมพูชา และเวียดนาม โดยพิจารณาในเรื่องของ **การนำเข้าและการส่งออก** (IMPORT-EXPORT) ควบคู่ไปกับสถานการณ์ของแต่ละประเทศ ดังนี้

1. **ความเป็นไปได้ในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว** ลาวมีพื้นที่ทั้งสิ้น 236,804 ตารางกิโลเมตร เป็นประเทศที่ไม่มีพื้นที่ติดทะเล (LANDLOCKED COUNTRY) มีประชากรประมาณ 4 ล้านคน มีพื้นที่ป่าประมาณ 139,800 ตาราง

กิโลเมตรหรือประมาณร้อยละ 60 ไม่มีค่าเช่นไม้สัก ไม้ประดู่ ไม้แดง ไม้ยาง เป็นต้น มีของป่าสมุนไพรรุ่น ลูกเหว หวายและกำยาน, ยิบซั่มบริเวณแขวงคำมวง ถ่านหินคุณภาพดี ความร้อนสูง บริเวณสาละวัน ดิบุกบริเวณเพ็ญจันทร์แถบภูเขาอันนัม เหล็กคุณภาพดีและทองแดงที่เขียงของแมงกานีสทางเหนือและตอนกลางของประเทศ และเกลือสินเธาว์แขวงเวียงจันทน์

สินค้าส่งออกที่สำคัญของลาว ได้แก่ ไม้สัก ดิบุก ของป่ากาแฟ และไม้เบญจพรรณ

สินค้านำเข้า ได้แก่ เครื่องอุปโภค บริโภค ผงชูรส นมข้น ผงซักฟอก จักรยาน มอเตอร์ไซค์ รองเท้าแตะ เครื่องจักร สารเคมี ข้าวเหนียว ข้าวเจ้า อาหารกระป๋อง กะปิ น้ำปลา ซีอิ้ว ยาปราบศัตรูพืช ปุ๋ย เสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่ม เป็นต้น

เมื่อปี พ.ศ. 2529 ลาวประกาศใช้ **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 2** (พ.ศ. 2529-2533) ซึ่งเป็นแผนระยะ 5 ปี เรียกว่า **“นโยบายเศรษฐกิจแนวใหม่”** (THE NEW ECONOMIC MANAGEMENT) ซึ่งเป็นนโยบายที่เปิดให้มีการค้าขายระหว่างประเทศอย่างเสรี และส่งเสริมการลงทุนต่าง ๆ จากต่างประเทศอย่างมาก ปัญหาที่ลาวประสบอย่างมากในเรื่องภูมิศาสตร์คือ การติดต่อค้าขายกับต่างประเทศต้องอาศัยการขนส่งผ่านประเทศไทย ในปัจจุบันลาวพยายามหาทางออกสู่ทะเลด้านอื่นแทนเส้นทางผ่านประเทศไทยโดยมีการสร้างเส้นทางหมายเลข 9 เชื่อมระหว่างแขวงสุวรรณเขตต์ของประเทศลาวกับเมืองท่าคานังของประเทศเวียดนาม ซึ่งเสร็จเรียบร้อยแล้ว<sup>2</sup>

เมื่อรัฐบาลได้ประกาศนโยบายเปลี่ยนสนามรบเป็นตลาดการค้า นายกรัฐมนตรีของไทย พล.อ.ชาติชาย ชุณหะวัณ ได้เดินทางไปเยือนลาวด้วยความเชื่อที่ว่า ความสัมพันธ์ทางการค้าจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อความสัมพันธ์ระหว่างประเทศไม่มีความขัดแย้งระหว่างกัน ซึ่งรัฐบาลในปัจจุบันทำได้อย่างดีเพราะความแตกต่างในระบบการเมืองไม่ใช่อุปสรรคของการสร้างความสัมพันธ์ทางการค้าแต่อย่างใด การพยายามแยกการเมืองออกจากการค้าจึงเป็นยุทธวิธีที่ชาญฉลาดของรัฐบาลไทย และเมื่อพิจารณาจากสินค้านำเข้าและ

2 กรมการค้าต่างประเทศ กองควบคุมสินค้า “การค้าและการลงทุนในลาว” ผู้ส่งออก เมษายน ๒๕๓๒ หน้า ๓๐-๓๓.

ส่งออกของลาว เห็นได้ว่าทั้งสองประเทศก็มีความต้องการอยู่ เช่น ไทยต้องการไม้จากลาว ในขณะที่ลาวต้องการสินค้าอุปโภค บริโภค ข้าวเหนียว เครื่องนุ่งห่ม ฯลฯ จากไทย เมื่อปี 2531 ไทยส่งสินค้าออกไปลาวเป็นจำนวนเงิน 1,287.4 ล้านบาท และนำเข้าจากลาว 599.1 ล้านบาทเกินดุล 688.3 ล้านบาท<sup>3</sup> ที่เป็นเช่นนี้ได้เพราะไทยมีความได้เปรียบประเทศอื่น ๆ หลายประเทศที่จะทำการค้าขายกับลาว เช่น สถาปัตยกรรมศาสตร์ การขนส่งสินค้าที่สะดวกและประหยัด ประเพณีวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกัน ภาษาที่ใช้สื่อสารกันได้ ตลอดจนคนประเทศลาวมีความเคยชินกับสินค้าไทย ดังนั้นความเป็นไปได้ของการแปรสนาทรบเป็นตลาดการค้าด้านลาวจึงมีสูง

**2. ความเป็นไปได้ในสาธารณรัฐประชาชนกัมพูชา**  
 กัมพูชามีพื้นที่ทั้งสิ้น 183,820 ตารางกิโลเมตร มีพื้นที่น้อยที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในอินโดจีนอื่น ๆ มีประชากรประมาณ 7.7 ล้านคน ป่าไม้มีร้อยละ 74 ของพื้นที่ทั้งหมด (ประมาณ 136,000 ตารางกิโลเมตร) ส่วนใหญ่จะอยู่บริเวณเทือกเขาบรรทัดทางตอนใต้และตะวันตกเฉียงใต้ของประเทศ **ทรัพยากรธรรมชาติมีอุดมณี** ส่วนใหญ่เป็น **พลอยพลิน** ซึ่งยังไม่ผ่านการขุดด้วยวิธีอันทันสมัย เป็นจำนวนมากในบริเวณจังหวัดพระตะบอง **มีทะเลสาบน้ำจืดขนาดใหญ่อยู่บริเวณตอนกลางของประเทศอันเป็นแหล่งปลารอบที่ลือชื่อ บริเวณชายฝั่งทะเลตอนใต้ของประเทศมีชายฝั่งทะเลยาวถึง 260 กิโลเมตร เป็นแหล่งปลาชุกชุมและอุดมด้วยเครื่องเทศบริเวณเทือกเขากระวานด้านตะวันตกเฉียงใต้ และยังมีข้าว ยางพารา และชาสูบ ตลอดจนมีสิ่งมหัศจรรย์ของโลกคือ “นครวัด-นครธม”**

กัมพูชา เป็นประเทศเดียวในอินโดจีนที่ยังมีปัญหาความขัดแย้งภายในประเทศและสงครามอยู่ โดยเฉพาะระหว่างรัฐบาลเวียดนามที่ตั้งขึ้นในกัมพูชาของนายฮุนเซ็น กับเขมร 3 ฝ่าย ซึ่งรัฐบาลไทยได้พยายามอย่างจริงจังมาตลอดเพื่อแก้ไขปัญหานี้ อย่างไรก็ตามระบบการปกครองของคณะรัฐบาลฮุนเซ็นเองก็ให้เสรีภาพในการทำการค้าระบบทุนนิยมในกัมพูชามานานกว่า 4 ปีแล้วและภาวะเงินเฟ้อก็ต่ำกว่าลาวและเวียดนาม เพียงแต่พ่อค้าไทยซึ่งเป็นประเทศเพื่อนบ้านยังไม่สามารถไปปรากฏตัวในพนมเปญได้เลย

กัมพูชาในปัจจุบันเป็นเป้าหมายการรุกทางธุรกิจที่สำคัญยิ่งของไทย กัมพูชามีสิ่งที่ต้องการหลายชนิดทั้งไม้ซุง พลอย ปลาน้ำจืด และปลาทะเล หนังสือตัว หวายและทรัพยากรธรรมชาติอีกมากมาย ในขณะที่มีความต้องการฟื้นฟูประเทศและชีวิตความเป็นอยู่ของพลเมือง ดังนั้นจึงต้องซื้อสินค้าจำนวนมากจากต่างประเทศ ซึ่งประเทศไทยมีโอกาสมากที่สุดเมื่อพิจารณาตามสภาพภูมิศาสตร์และสินค้าที่กัมพูชาต้องการ เช่น เครื่องอุปโภค-บริโภค เครื่องนุ่งห่ม เครื่องจักรที่ใช้ทั้งแรงงานคนและเทคโนโลยีในทางด้านการเกษตร เป็นต้น

รัฐบาลไทยโดย พล.อ.ชาติชาย ชุณหะวัณ ได้เชิญนายกรัฐมนตรีริยาฮุนเซ็นมาเยือนไทยเมื่อ 25 มกราคม 2532 และมีนโยบายออกมาชัดเจนให้ 2 ฝ่ายสร้างความสัมพันธ์อย่างเป็นทางการในด้านการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวร่วมกัน โดยมุ่งเข้าไปที่การท่องเที่ยว เหมือนแร่ และการประมง โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยว นั้นจะเห็นได้ว่ากรุงเทพมีโอกาสสูงที่จะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวจากไทยไปกัมพูชา เพราะเป็นศูนย์กลางการบินในภูมิภาคนี้ สถานที่ท่องเที่ยวซึ่งก้องโลกอย่าง **นครวัด นครธม เขาพระวิหาร** หรือ **แม้แต่พนมเปญ** ถ้าหากมีการจัดท่องเที่ยวแบบ **“แพ็คเกจทัวร์”** ได้จะทำให้มีรายได้เข้าประเทศอย่างมหาศาลและรัฐบาลไทยได้สร้างสนาทรบใหม่ทีอุปสรรคอันนี้ไว้รองรับเรียบร้อยแล้ว

เมื่อพิจารณาความเป็นไปได้ของการแปรสนาทรบเป็นตลาดการค้าในกัมพูชาจะเห็นได้ว่าขึ้นอยู่กับปัญหาภายในกัมพูชาเอง ซึ่งต้องอาศัยเวลาในการแก้ไข ดังนั้นจึงเป็นยุทธวิธีอันชาญฉลาดที่แยกการค้าออกจากการเมือง เพราะในเมื่อมีปัญหาการเมืองก็ไม่จำเป็นจะต้องหยุดยั้งความสัมพันธ์ทางด้านอื่น ๆ ในอนาคต ความเป็นไปได้ในการค้าขายกับกัมพูชาจึงเป็นไปได้สูงมากและมีเสถียรภาพยิ่งขึ้น ถ้าแก้ไขปัญหากัมพูชาและปรับปรุงความสัมพันธ์ระหว่างประเทศให้ดียิ่ง ๆ ขึ้นไป

**3. ความเป็นไปได้ในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม**  
 เวียดนามมีพื้นที่ทั้งสิ้น 329,600 ตารางกิโลเมตร มีประชากรประมาณ 62.3 ล้านคน เวียดนามประสบภาวะสงครามมานานหลายปี ประเทศชาติขาดการพัฒนา สภาพเศรษฐกิจตกต่ำและสถานการณ์ทางการเมือง

3 วาธินี สังข์ธศิม “ปริวรรตเงินตรากับการค้าอินโดจีน” ชาวพาณิชย์ ๙-๑๕ สิงหาคม ๒๕๓๒ หน้า ๒๑.

ของโลกมีแนวโน้มจะสงบ และมีสันติภาพมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในแถบภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทำให้ต้องเปลี่ยนแนวทางการบริหารนโยบายเศรษฐกิจจากระบบสังคมนิยมเป็นระบบเศรษฐกิจเปิดคือ ค่าเสรีฯ ส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ ประเทศไทยมีโอกาสมากเพราะสภาพทางภูมิศาสตร์ การค้าและการขนส่งสินค้าสะดวกประหยัด นักธุรกิจไทยมีความสามารถในการผลิตสินค้าที่มีประสิทธิภาพ ตลอดจนมีประสบการณ์ด้านการบริหารเงินทุนจากต่างประเทศและสามารถนำเทคโนโลยี และวิทยาการใหม่ๆ จากต่างประเทศมาพัฒนาเศรษฐกิจได้เป็นผลสำเร็จ

สินค้าส่งออกของเวียดนาม ได้แก่ **หนังสัตว์ สัตว์น้ำทะเล พลอย ยางพารา ถ่านหิน น้ำมันดิบ ก๊าซ และแร่ธาตุ** ต่างๆ เช่น แอนทราไซด์ บอกไซด์ บอสต์นาไซด์และโมนาไซด์ ซึ่งเป็นวัตถุดิบในการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมต่างๆ ของไทย เป็นต้น

สินค้านำเข้าของเวียดนาม ได้แก่ **น้ำมันเชื้อเพลิง สินค้าอุปโภค บริโภค ปูนซีเมนต์ เครื่องจักรขนาดกลาง วัตถุดิบ** เช่น เส้นด้ายและผ้าผืน อาหาร เสื้อผ้าสำเร็จรูป ยารักษาโรค อุปกรณ์ และเครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องจักรกลเกษตร รถบรรทุก รถจักรยานยนต์ วัสดุก่อสร้าง ซึ่งเป็นสินค้าที่ไทยมีศักยภาพในการผลิตสูงและเวียดนามมีความคุ้นเคยกับสินค้าไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเทคโนโลยีที่ไทยใช้อยู่เป็นแบบกึ่งอัตโนมัติ คือ ใช้แรงงานคนส่วนหนึ่งควบคู่กับเครื่องจักรและเป็นที่ต้องการของเวียดนาม

พล.อ.สิทธิ เสวตศิลา ได้เดินทางไปเยือนเวียดนามและมีการปรับปรุงความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ตลอดจนทางด้านเศรษฐกิจ ตลอดจนมีการติดต่อค้าขายกัน รัฐบาลเวียดนามทำการปฏิรูปเศรษฐกิจภายในประเทศใหม่เมื่อเดือนเมษายน 2530 จากสังคมนิยมปิดเป็นทุนนิยมเปิด ดังนั้นเวียดนามจึงเป็นตลาดใหม่ของไทยที่ใหญ่ที่สุดในอินโดจีนก็ว่าได้เมื่อพิจารณาจากจำนวนประชากร เพราะไทยผลิตสินค้าได้มากจึงต้องหาตลาดระบายสินค้าออก ดังนั้นความเป็นไปได้ของการแปรสนาทรบเป็นตลาดการค้าในเวียดนามจึงเปิดโอกาสเป็นไปได้สูงเช่นกัน

เมื่อพิจารณาจากภาพรวมของประเทศลาว กัมพูชา และเวียดนามในแง่ของธุรกิจระหว่างประเทศจากนโยบายการแปรสนาทรบให้เป็นตลาดการค้าพบว่า เส้นทางและโอกาสเป็นไปได้ในการลงทุนเวียดนามจะมีเส้นทางที่ดีที่สุด รองลงมาคือลาว และกัมพูชาเป็นลำดับ



ลู่ทางและโอกาสการลงทุนในกลุ่มประเทศอินโดจีน

ธุรกิจที่มีลู่ทางดี	เวียดนาม	ลาว	กัมพูชา
1. ธุรกิจการเกษตร			
- กิจการประมง	✓	✗	✓
- กิจการป่าไม้	✓	✓	✓
- ยางพารา	✓	✗	✓
- ชา/กาแฟ	✓	✓	✗
- ปศุสัตว์	✓	✓	✓
2. ธุรกิจอุตสาหกรรม			
- กิจการแปรรูปอาหาร	✓	✓	✓
- อุตสาหกรรมกระดาษ	✓	✓	✗
- กิจการแปรรูปไม้	✓	✓	✗
- เฟอร์นิเจอร์	✓	✓	✓
- อุตสาหกรรมก่อสร้าง	✓	✓	✓
- ธุรกิจอุปกรณ์ขนส่ง	✓	✓	✓
- ธุรกิจเครื่องจักรกลเกษตร	✓	✓	✓
- เครื่องมือเครื่องจักรอุตสาหกรรม	✓	✓	✓
- อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์	✓	✗	✗
- อุตสาหกรรมสิ่งทอ (เสื้อผ้าสำเร็จรูป)	✓	✓	✗
- สินค้าอุปโภค-บริโภค	✓	✓	✓
- กิจการผลิตรถยนต์	✓	✓	✗
- กิจการผลิตเครื่องแก้ว	✓	✓	✗
- กิจการผลิตเครื่องปรับอากาศ	✓	✓	✗
- กิจการผลิตตู้เย็น	✓	✓	✗
3. ธุรกิจบริการ			
- ธุรกิจท่องเที่ยว	✓	✓	✓
- ธุรกิจโรงแรม	✓	✓	✓
- ธุรกิจธนาคารพาณิชย์	✓	✓	✗
หมายเหตุ	✓ = ลู่ทางดี		
	✗ = ลู่ทางไม่ดี		
	ที่มา ดอกเบี้ย 7 (กุมภาพันธ์ 2532) : 119		

### สนาามรบเป็นตลาดการค้าผ่านที่เป็นจริง

จากความสำเร็จของการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจของโลกในประเทศสังคมนิยมเช่นในรัสเซียและจีน ที่เปิดประเทศทางด้านเศรษฐกิจส่งผลกระทบต่อประเทศอื่น ๆ ในระบบสังคมนิยมต้องปรับเปลี่ยนไปตามกระแสเศรษฐกิจนี้ด้วย โดยเฉพาะประเทศไทยในแถบอินโดจีนต้องเปิดประเทศด้วย ในขณะที่เดียวกันการแข่งขันทางการค้ามีลักษณะรุนแรง ตลาดหลักของไทยคือสหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่นต่างพยายามเพิ่มมาตรการและกีดกันการนำเข้าสินค้าจากไทยอย่างเข้มงวด นอกจากนี้ประชาคมยุโรปมีเป้าหมายรวมเป็นตลาดเดียวในปี 2535 ย่อมมีผลกระทบต่อส่งออกของไทยอย่างแน่นอน ผสมผสานกับยุทธศาสตร์การค้าของไทยที่เติบโตในระบบทุนนิยมที่มุ่งทิศทางสู่สถานะประเทศอุตสาหกรรมใหม่ กำหนดให้ไทยต้องแสวงหาวัตถุดิบใหม่และตลาดระบายสินค้าใหม่ ซึ่งไม่มีที่ใดเหมาะสมเท่ากับตลาดการค้าเพื่อนบ้าน โดยเฉพาะประเทศลาว กัมพูชา และเวียดนาม ที่มีความพร้อมทั้งด้านภูมิศาสตร์และวัตถุดิบ ตลอดจนเป็นตลาดระบายสินค้าของไทยได้เป็นอย่างดี ยิ่งความเป็นไปได้ของการแปรสนาามรบเป็นตลาดการค้าของรัฐบาลในปัจจุบัน จึงเป็นสิ่งที่ไม่ใช่ความฝันอีกต่อไปแล้วในทศวรรษนี้

คาดว่า การขยายตัวทางเศรษฐกิจในปี 2533 จะอยู่ประมาณร้อยละ 8-9 และก็คาดว่า การส่งออกจะยังคงขยายตัวได้ในอัตรา

ร้อยละ 18-20 การส่งออกจะเพิ่มขึ้นในอัตราสูงก็คงเป็นสินค้าหลักเดิม ๆ คือ **สิ่งทอ อัญมณี** นอกจากนั้นก็จะมีสินค้าตัวใหม่ที่จะส่งออกเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วคือ **สินค้าอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้า** ซึ่งเป็นสินค้าที่เป็นที่ต้องการอย่างมากในตลาดอินโดจีน ดังนั้นการที่รัฐบาลใช้กลวิธีในการดำเนินความสัมพันธ์ที่มีความยืดหยุ่นสูง เมื่อทางด้านการเมืองยังติดขัดปัญหาอยู่ไม่สามารถคลี่คลายไปได้โดยเร็วก็ใช้วิธีชักนำให้มีการสร้างความสัมพันธ์ทางด้านอื่น ซึ่งท้ายที่สุดอาจจะช่วยให้สามารถคลี่คลายปัญหาทางการเมืองได้ง่ายขึ้น ความสัมพันธ์ทางการค้าจะช่วยให้เกิดการติดต่อกันอย่างกว้างขวาง และอาจจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดสันติภาพอย่างแท้จริงขึ้นในภูมิภาคแถบนี้ก็เป็นไปได้ เพราะต่างก็บริสุทธิ์ใจ ซื่อสัตย์และกัน ข้อติดขัดอื่น ๆ ที่พูดกันมานานแล้วอาจจะกลายเป็นเรื่องที่ตกลงกันได้โดยง่ายมากขึ้นก็ได้

ดังนั้นเพื่อผลประโยชน์ของคนไทยและของชาติส่วนรวม สมควรที่จะได้รับการสนับสนุนให้มีการปฏิบัติ รวมทั้งดำเนินการเพื่อบรรลุเจตจำนงนั้นอย่างจริงจังและต่อเนื่องจากทุกฝ่าย คือ **ประชาชน รัฐบาล ทหาร และเจ้าหน้าที่** ที่เกี่ยวข้อง เมื่อนั้นความฝันจะเป็นจริงไม่ใช่ในทศวรรษนี้แต่จะเป็นจริงภายใน 2-3 ปีข้างหน้าด้วยซ้ำไป ■

### บรรณานุกรม

- "กลยุทธ์ท่าตลาดการค้าอินโดจีนให้เป็นจริง" **ประชาชาติธุรกิจ** ๔-๖ มกราคม ๒๕๓๓
- "การค้ากับประเทศอินโดจีนใครได้ใครเสีย." **ประชาชาติธุรกิจ** ๑๕-๑๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๓๒
- การค้าต่างประเทศ.กรม กองควบคุมสินค้า "การค้าและการลงทุนในลาว" **ผู้ส่งออก** เมษายน ๒๕๓๒
- ไชยวัฒน์ ยนเปี่ยม และอังคณา รุ่งพรนุรักษ์. "ไทยกับการค้าระหว่างประเทศ." **สยามรัฐฉบับพิเศษ** ๒๓ มิถุนายน ๒๕๓๓
- "ปริวรรตเงินตรากับการค้าอินโดจีน." **ข่าวพาณิชย์** ๘-๑๕ สิงหาคม ๒๕๓๒
- "ฝ่าอินโดจีน." **ประชาชาติธุรกิจ** ๒-๕ กรกฎาคม ๒๕๓๒
- "ยุทธการเปิดตลาดอินโดจีน เกมรุกทางการค้า" **ธุรกิจการค้า** มกราคม-มีนาคม ๒๕๓๒
- วิชัย สุวรรณบรรณ. "แนวรบด้านตะวันออกยังไม่เปลี่ยนแปลงที่หมาย 3...กัมพูชา...แหกด่านโดโนเสาร์ เข้ายึดขุมกำลังเศรษฐกิจ."
- ฐานเศรษฐกิจ** ๓๐ มกราคม-๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๓๒
- "เวียดนามตลาดที่เปิดกว้างให้ลงทุน" **ข่าวพาณิชย์** ๑๖-๒๒ มกราคม ๒๕๓๓
- โอฬาร สุขเกษม. "เบิกฟ้ารุ่งอรุณใหม่เหนือฝั่งโขงไม่มีด่านและขากหนามกั้นไทย-ลาว." **ฐานเศรษฐกิจ** ๑๓-๑๕ กุมภาพันธ์



\* สุทธิ ปริจจแต่้ม

# หนังสือ

## น่าอ่าน



กลยุทธ์และการสร้างพลังผู้นำธุรกิจรุ่นใหม่  
มนูญ ตนะวัฒนา  
โอ.เอส.พรีนติ้งเฮ้าส์  
พิมพ์ครั้งแรก พฤศจิกายน 2532  
232 หน้า ราคา 78 บาท

ผู้แปลและรวบรวม  
สุจิตต์พิมพ์

วิชาความรู้ รวมทั้งสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรม แต่ทรัพยากรบุคคลนั้นมีความสำคัญมากที่สุด ประเทศไทยเรามีพร้อมทุกอย่างในด้านทรัพยากร แต่เราอาจจะด้อยไปบ้างในด้านบุคลากร เพราะรัฐบาลยังส่งเสริมการสร้างบุคลากรที่เกี่ยวกับเศรษฐกิจน้อย ธุรกิจทุกอย่างปล่อยให้พ่อค้าทำเอง จะเห็นได้ว่ามีสินค้าหลายอย่างที่เราผลิตไม่ได้ จึงต้องซักชวนให้ชาวต่างชาติเข้ามาลงทุนในเมืองไทย และเนื่องจากขณะนี้ประเทศกำลังพัฒนาธุรกิจและอุตสาหกรรมให้ทันกับความเปลี่ยนแปลงของโลก จึงจำเป็นที่คนไทยควรพัฒนาตนเองให้มีคุณภาพ สุขภาพและความรู้ความสามารถมากขึ้น

เนื้อหาของหนังสือเล่มนี้ ผู้เขียนได้แปลจากหนังสือ 2 เล่มคือ "Leadership and Organization ของ Milton L. Blum และ James C. Naylor" และ "Managing People at Work ของ O. Jeff Harris" ให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องบทบาทของการเป็นผู้นำธุรกิจ ระดับของผู้นำ งานของผู้บริหาร การจัดระบบงาน การศึกษาภาวะผู้นำ ทฤษฎีผู้นำและทฤษฎีองค์กร การคัดเลือกและฝึกอบรมผู้นำหลักปฏิบัติของผู้นำ การบริหารและวัฒนธรรมของญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และอิสราเอล เศรษฐีเขาเป็นกันได้อย่างไร ลักษณะประจำตัวของผู้นำที่เป็นสากล 30 ประการ สุขภาพพลานามัยของนักธุรกิจ การคลายเครียด สุภาพศาคาม และคติเตือนใจที่ใช้ประดับ แต่งเติมสีสันให้ชีวิตสดใส และเจริญงอกงามยิ่งขึ้น นอกจากนี้ผู้แปลยังได้รวบรวมบรรณานุกรมของผู้นำธุรกิจไทยแขนงต่างๆ ซึ่งตีพิมพ์เป็นบทความลงในหนังสือพิมพ์และนิตยสารต่างๆ จำนวน 57 ท่าน

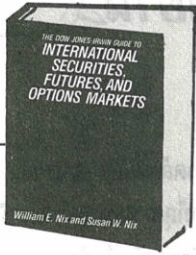
# ก

ารลงทุนทุกอย่าง ไม่ว่าจะ เป็นชาวต่างชาติหรือคนไทย ต่างก็ต้องการผลกำไรทั้งนั้น ใครบ้างจะยอมมาลงทุนแล้ว ขาดทุนหรือไม่มีกำไร ดังนั้น

ในโลกธุรกิจ และอุตสาหกรรมจึงมีการต่อสู้ และแข่งขันกันตลอดเวลา ซึ่งในการนี้จำเป็นต้องใช้ปัจจัยและทรัพยากรต่าง ๆ อาทิ เช่น คน เงิน วัสดุ (เครื่องมือเครื่องจักร) และหลัก

\* รองผู้อำนวยการหอสมุดและศูนย์สนเทศ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต : อ.ม. (บรรณารักษศาสตร์) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**หนังสือเล่มนี้จึงเหมาะสำหรับนักบิ-  
 หาร นักธุรกิจ พนักงานทุกระดับ และนัก  
 ศึกษาสาขาต่าง ๆ ที่ต้องการพัฒนาตนเองให้  
 เป็นผู้นำธุรกิจรุ่นใหม่ ■ □**



The Dow Jones-Irwin Guide to International Securities, Futures, and Options Markets.

William E. Nix และ Susan W. Nix

ผู้เขียน

Dow Jones-Irwin

จัดพิมพ์

พิมพ์ครั้งแรก ปีลิขสิทธิ์ ค.ศ. 1988

370 หน้า ราคา 1,397 บาท

ใ  
 นภาวะปัจจุบันกิจการงานด้านต่าง ๆ ที่ดำเนิน  
 งานโดยรัฐกำลังกลับกลายมาเป็นธุรกิจของ  
 เอกชน ซึ่งตลาดเงินทุนระหว่างประเทศต่าง  
 ก็เปิดโอกาสใหม่ ๆ สำหรับผู้ลงทุนในภาวะ  
 ปัจจุบันมาก และสำหรับการลงทุนระหว่าง  
 ประเทศนั้น William E. Nix ได้แนะนำไว้ว่า นักลงทุนต้องเริ่มต้น  
 ด้วยขบวนการศึกษาที่ต่อเนื่องกันไปตลอดชีวิต แม้ว่านักลงทุนสักคน  
 หนึ่งได้เลือกใช้นักจัดการเงินทุนมืออาชีพ บริษัทลงทุน หรือแม้จะมี  
 การตัดสินใจที่เฉลียวฉลาด ก็สามารถช่วยได้เพียงให้ตัดสินใจเลือก  
 ประเทศต่าง ๆ การหมุนเวียนของเงินตรา เลือกบริษัท และเครื่องมือ  
 ต่าง ๆ ด้านการเงินที่จำเป็นสำหรับการลงทุนความรู้และประสบการณ์  
 จะเป็นตัวแยกให้เห็นว่าเป็นนักลงทุนสมัครเล่นหรือนักลงทุนอาชีพ  
 ดังนั้นวิธีการที่ดีเลิศสำหรับการเริ่มต้นลงทุน คือ การอ่านวารสาร  
 สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ด้านการลงทุนที่มีอยู่ในห้องสมุด ได้แก่ วารสาร

Barron's, Euromoney, The Economist, The Asian Wall Street Journal, The Wall Street Journal และ Financial Times หรือ  
 แม้แต่ติดตามรายงานการวิจัยและข้อเสนอแนะต่าง ๆ ของบริษัทนายหน้า  
 คำหุ้น นอกจากนี้เทคโนโลยีด้านการติดต่อสื่อสารสมัยใหม่จะช่วย  
 ให้ทราบความเป็นไปของตลาด ข้อมูลตัวเลขเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ  
 ของต่างประเทศ กิจกรรมต่าง ๆ ในแวดวงธุรกิจและตลาดการเงิน

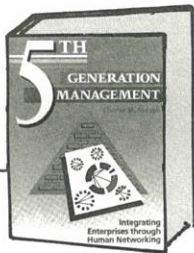
สำหรับหนังสือเล่มนี้ ผู้เขียนได้จัดเตรียมข้อมูลที่จำเป็นเกี่ยวกับ  
 โอกาสต่าง ๆ ในการลงทุนในต่างประเทศ ซึ่งจะช่วยให้คุณตกลงใจ  
 หรือตัดสินใจด้านคุณภาพและเวลาที่เหมาะสมในการลงทุน เพราะ  
 ข้อมูลเหล่านี้เป็นทั้งข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิที่ให้ทั้งแนวทาง  
 ในด้านโครงสร้าง, และให้ข้อมูลที่เป็ความจริงด้าน :

- การปฏิบัติในด้านธุรกิจทางการเงินของการค้าระหว่างประเทศ
- กลยุทธ์ต่าง ๆ และวิธีกำหนดนโยบายการลงทุน
- วิธีการใช้เทคนิคการบริหารแบบเสี่ยงภัยเพื่อจัดการเกี่ยวกับ  
 บัญชีรายการลงทุนซื้อหุ้นซึ่งบริษัทถือไว้
- วิธีการที่จะได้รับทราบข่าวสาร ข้อมูลที่ทันสมัย ทันต่อ  
 เหตุการณ์เกี่ยวกับตลาดระหว่างประเทศใหญ่ ๆ
- วิธีการประเมินผลข้อมูลด้านมหเศรษฐศาสตร์ ประเทศ อุตสาหกรรม บริษัท และการแลกเปลี่ยนของประเทศต่าง ๆ

นอกจากนี้ผู้เขียนได้รวบรวมข้อมูลที่เป็ปัจจุบันที่สุดของรัฐบาล  
 ประเทศต่าง ๆ 15 ประเทศ คือ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร  
 เยอรมันตะวันตก แคนาดา ฝรั่งเศส อิตาลี สวิตเซอร์แลนด์ ออส-  
 เตรเลีย เนเธอร์แลนด์ สวีเดน ฮองกง สเปน เบลเยียม และสิงคโปร์  
 แต่ละประเทศจะให้ข้อมูลโดยละเอียดตั้งแตรูปแบบของรัฐบาล ความ  
 สัมพันธ์ระหว่างประเทศ แนวทางต่าง ๆ ทางด้านเศรษฐกิจของประเทศ  
 การเงินการธนาคาร รวมทั้งอธิบายให้เห็นสภาพของตลาดสำคัญ ๆ  
 ในแต่ละประเทศด้วย ส่งท้ายเล่มนี้ได้แนะนำแหล่งข้อมูล และฐาน  
 ข้อมูลด้านคอมพิวเตอร์ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนี้ที่น่าสนใจ และแหล่ง  
 เฉพาะในแต่ละประเทศพร้อมสถานที่ติดต่อ

**ดังนั้นนักลงทุน เจ้าของบริษัทต่าง ๆ  
 นักจัดการด้านการลงทุน นักศึกษาด้าน  
 บัณฑิตธุรกิจและด้านการเงิน หรือบุคคล  
 ทั่วไปที่สนใจจะเรียนรู้ด้านการลงทุนระ-  
 หว่างประเทศ ควรได้อ่านหนังสือเล่มนี้**

เพราะผู้เขียนซึ่งเป็นทั้งนักบริหารการเงิน นักจิตวิทยาขององค์กร นักวิชาการด้านการเงินและการลงทุน อีกทั้งยังเป็นผู้พัฒนาโปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์การลงทุนทั้งภายในประเทศ และตลาดการเงินระหว่างประเทศได้จัดหารูปแบบของเทคโนโลยีขั้นพื้นฐานที่จะช่วยคุณในการตัดสินใจด้วยความระมัดระวัง แนวทางต่าง ๆ จะช่วยให้คุณสามารถทำงานด้านการลงทุนในตลาดเงินทุนต่างประเทศได้อย่างดี



Fifth Generation Management

Charles M. Savage

Digital Press

พิมพ์ครั้งแรก ปีลิขสิทธิ์ ค.ศ. 1990

หนา 267 หน้า ราคา 1,395 บาท

ผู้เขียน  
จัดพิมพ์

**ป**ัจจุบันนี้สิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ทางด้านธุรกิจของโลกได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว จนน่าประหลาดใจ การเปลี่ยนแปลงนี้เกิดขึ้นทุกพื้นที่ที่มีการทำงานด้านการค้าหรือธุรกิจ เพราะการประกอบธุรกิจทุกอย่าง เจ้าหน้าที่ย่อมต้องการ

ให้มีความเจริญรุ่งเรืองไปในทางที่ได้ผลประโยชน์หรือมีผลกำไรมากยิ่งขึ้น ยิ่งในทศวรรษหน้าซึ่งจะเป็นยุคแห่งความรู้ (Knowledge Era) แล้ว นักบริหารจะต้องเรียนรู้หลักการพื้นฐานต่าง ๆ มากมายของการบริหารในยุคใหม่เพื่อความคล่องแคล่วในด้านการตลาด

หนังสือเล่มนี้ Charles M. Savage ได้สำรวจให้ผู้อ่านเข้าใจช่องทางการเปลี่ยนแปลงจากยุคอุตสาหกรรมไปสู่ยุคแห่งความรู้ ซึ่งในยุคหลังนี้หลักการพื้นฐานในการบริหารงานได้เปลี่ยนแปลงไปมากจนทุกคนต้องหันมาเรียนรู้หลักในการทำงานแบบกลุ่มข่ายงาน ใช้ขบวนการทำงานแบบผสมผสาน มีการพูดจาประสานงานกันมากขึ้น รู้หลักการจัดเวลาของมนุษย์ หลักการทำงานเป็นทีม ไม่ใช่ระบบเจ้ามายคิดลุ่นงงปฏิบัติตามอีกต่อไปแล้ว

ผู้เขียนได้แบ่งเนื้อหาในเล่มออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกเขียนเนื้อหาในรูปของบทสนทนาแสดงให้เห็นถึงเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นในวันทั้งห้าของสัปดาห์ เมื่อผู้บริหารหรือผู้จัดการในบริษัทแห่งหนึ่งดำเนินงานภายใต้ขอบเขตความคิดแคบ ๆ ที่ตนเองได้กำหนดให้ใช้ของค์กร ส่วนที่ 2 ได้ชี้ให้ผู้อ่านเห็นถึงสิ่งที่นักบริหารรุ่นใหม่จะต้องรู้ หรือเรียนรู้แล้วแล้วในขณะที่ยังคงบริหารสมัยใหม่กำลังเปลี่ยนรูปแบบจากระบบสายการบังคับบัญชาแบบเจ้ามายสั่งการมาเป็นแบบกลุ่มข่ายงาน

ดังนั้นหากคุณเป็นนักบริหารระดับสูงหรือผู้จัดการระดับกลาง นักวิชาการ หรือพนักงานในหน่วยงานต่าง ๆ คุณควรจะอ่านหนังสือเล่มนี้เพื่อจะได้มองเห็นภาพบทบาทของตัวคุณเองในยุคการบริหารงานแห่งศตวรรษที่ 21 ซึ่งต้องอาศัยพื้นฐานของความรู้ความเข้าใจเป็นหลัก แล้วคุณจะรู้วาทฤษฎีการบริหารที่นิยมใช้มาแต่เดิมที่เกี่ยวข้องกับการควบคุม การสั่งการ มีสายการบังคับบัญชา มีเจ้านาย มีลูกน้องนั้นจะไม่เพียงพอแล้วสำหรับการทำงานในยุคหน้า



สมัครเป็นสมาชิก

วารสาร **สุทธิปริทัศน์**

ชื่อ \_\_\_\_\_

ที่อยู่ \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

๑ ปี (๓ เล่ม) ๘๐ บาท

๒ ปี (๖ เล่ม) ๑๕๐ บาท

(สมัคร ๒ ปี แถมฟรีฉบับถัดไปอีก ๑ ฉบับ)

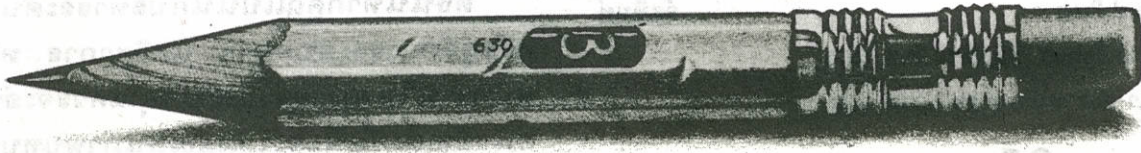
ส่งใบสมัครถึง อาจารย์สุนันทา ลิมศิระวงศ์

สำนักการเงินและทรัพย์สิน

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ถ.ประชาชื่น บางเขน กทม. ๑๐๒๑๐

ธนาคารตั้งจ่ายในนาม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ปณ. งามวงศ์วาน



### อัตราค่าโฆษณา

- |   |           |
|---|-----------|
| <input type="checkbox"/> ปกหลัง 4 สี      | 6,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> ปกหลัง (ใน) 4 สี | 4,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> เต็มหน้าในเล่ม   | 2,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> ครึ่งหน้าในเล่ม  | 1,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> ปกหน้า (ใน) 4 สี | 4,000 บาท |

หมายเหตุ หากลงโฆษณาเป็นรายปี คิดส่วนลดให้ 25%

พยาบาล

ข่าวสารวงการห้องสมุด

และ

สารนิเทศที่ทันสมัย

อ่าน

# สนเทศสาร

หอสมุดและศูนย์สารสนเทศ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.



สมัครเป็นสมาชิก

ติดต่อ

บรรณารักษ์ "สนเทศสาร"

หอสมุดและศูนย์สารสนเทศ

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

110/1-4 ถ.ประชาชื่น

เขตบางเขน กรุงเทพฯ 10210

# สุดท้ายก็ปิดกัน

ฉบับหน้า ฉบับ การถ่ายทอดเทคโนโลยี

นะจะบอกให้

