



สุทธิปริทัศน์

วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ปีที่ ๑๙ ฉบับที่ ๕๙ กันยายน - ธันวาคม ๒๕๕๘ ISSN 0857-2670

- ธุรกิจกล้วยไม้ : ความคุ้มค่าในการลงทุน
- การบริหารจัดการสปาในส่วนของ การดูแลสุขภาพด้วยน้ำ
- ขาเขียว...เครื่องดื่มยอดฮิต
- การขจัดความขัดแย้งที่ได้ทั้งผลงานและน้ำใจจากคู่กรณี
- ตลาดพันธบัตรเอเชีย : การสำรวจ
- รู้เท่าทันตราสินค้า
- การเตรียมพร้อมด้านการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย เพื่อรับมือกับข้อตกลง FTA : ประเด็นศึกษาของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม
- เทคโนโลยีสื่อสารสัญญาณวิทยุแถบกว้างย่านความถี่สูงยิ่งยวด
- ภาษาอังกฤษยุคโลกาภิวัตน์กับกลยุทธ์ในการพัฒนาสถาบันอุดมศึกษาทางด้านวิชาการ
- ชาวไทยมลายูในกรุงเทพฯ ทำให้เกิดวัฒนธรรมไทยมุสลิมในปัจจุบัน
- การพัฒนาเศรษฐกิจเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการปกครองระบอบประชาธิปไตยในเอเชียหรือไม่
- เหลียวหลังการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในระบอบประชาธิปไตย
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์เสาวรส ใหญ่สว่าง และคณะ
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิทธิชัย ตันศรีสกุล
- สิทธิพร หลอดเงิน
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศิริพร พงศ์ศิริโรจน์
- อนุวัฒน์ ชลไพศาล
- บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ
- ผ่องใส เพ็ชรรักษ์
- กิตติศักดิ์ ลำดี
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วินิจ พินิจอักษร
- รองศาสตราจารย์ ดร.อัมมัยะห์ อัจฉิ อุมาร์
- จุฬณี ตันตกุลานันท์
- วิรพา-ฐานะปรีชญ์

สุ ท ธิ ป ริ ท ์ ศ น์

ปีที่ 19 ฉบับที่ 59 กันยายน - ธันวาคม 2548 ISSN 0857-2670 ราคา 40 บาท

● เจ้าของ

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
110/1-4 ถนนประชาชื่น แขวงทุ่งสองห้อง
เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10210
โทร. 02-954-7300
(อัตรา 30 หมายเลข) ต่อ 323
โทรสาร 02-9547910
E-mail Address : b_sorachai@yahoo.com

● วัตถุประสงค์

1. เพื่อเผยแพร่ความรู้ด้านวิชาการ
ในศาสตร์สาขาต่าง ๆ
2. เพื่อให้บริการทางวิชาการแก่สังคม
ในรูปแบบของวารสารวิชาการ
3. เพื่อส่งเสริมการแสดงความคิดเห็น
เสนอผลการค้นคว้าและวิจัย
4. เพื่อให้ผู้ทรงคุณวุฒิ คณาจารย์
และนักวิชาการได้เผยแพร่ผลงาน
5. เพื่อเผยแพร่เกียรติคุณทางด้านวิชาการ
มหาวิทยาลัยในฐานะสถาบันอุดมศึกษา
แห่งหนึ่ง

● คณะที่ปรึกษา

ศาสตราจารย์ ดร.บุญเสริม วิสกุล
รองศาสตราจารย์ ดร.วรากรณ์ สามโกเศศ
ดร.เลิศลักษณ์ ส.บุรุษพัฒน์
อาจารย์สมศรี ลัทธพัฒน์
ม.ร.ว.รมณียฉัตร แก้วกิริยา
คณบดีทุกคณะ

● บรรณาธิการ : ผู้พิมพ์ ผู้โฆษณา

รองศาสตราจารย์ ดร.สรชัย พิศาลบุตร

● กองบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกศสุดา รัชฎาวิชิตกุล
อาจารย์ชมชื่น มัณยารมย์
อาจารย์ณัฐสิทธิ์ พุทธิวิสารทภาคย์
อาจารย์วีรพา ฐานะปรีชญ์
อาจารย์ปรียาภรณ์ เผือกผ่อง

● ออกแบบรูปเล่ม-จัดหน้า

นางสาวนันท์ทา เขมภักดิ์
นางปัทมาภรณ์ วรรณสอน

● กำหนดออก

ราย 4 เดือน

● จัดจำหน่าย

ศูนย์หนังสือ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
โทร. 02-954-7300 ต่อ 125

● พิมพ์ที่

โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
โทร. 02-954-7300 ต่อ 540

สารบัญ

CONTENTS

1. ธุรกิจกล้วยไม้ : ความคุ้มค่าในการลงทุน
Thai Orchid Business : Is it Worth to Invest?
ผู้ช่วยศาสตราจารย์เสาวรส ใหญ่สว่าง และคณะ
Asst. Prof. Dr. Saowaros Yaisawang et al.....9
2. การบริหารจัดการสปาในส่วนของการดูแลสุขภาพด้วยน้ำ
Management of Hydrotherapy in Spa Services.
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิทธิชัย ต้นศรีสกุล Asst. Prof. Dr. Sittichai Tansrisakul.....19
3. ชาเขียว....เครื่องดื่มยอดฮิต
Green Tea...Popular Beverage.
สิริพร หลอดเงิน Siriporn Lordngern.....28
4. การจัดการความขัดแย้งที่ได้ทั้งผลงานและน้ำใจจากคู่กรณี
Conflict Management that Leads to Successful Performance and Mutually Desirable Results.
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศิริพร พงศ์ศรีโรจน์ Asst. Prof. Siriporn Pongsrirojana.....37
5. ตลาดพันธบัตรเอเชีย : การสำรวจ
Asian Bond Market : A Survey.
อนุวัฒน์ ชลไพศาล Anuwat Cholpaisal.....46
6. รู้เท่าทันตราสินค้า
Brand Literacy.
บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ Boonyoo Khopornprasert.....61

ลงทะเบียน 20 มี.ค. 2548
ออกบริการ 21 มี.ค. 2548

สารบัญ

CONTENTS

7. การเตรียมพร้อมด้านการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย เพื่อรับมือกับข้อตกลง FTA : ประเด็นศึกษาของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม
Preparation for Occupational Health and Safety Management to Cope with FTA Agreement : Issue Study on Garment Manufacturing.
ผ่องใส เพ็ชรรักษ์ Pongsai Petcharak.....71
8. เทคโนโลยีสื่อสารสัญญาณวิทยุแถบกว้างย่านความถี่สูงยิ่งยาว
Ultra-Wideband Radio Technology.
กิตติศักดิ์ ลำดี Kittisak Lumdee.....79
9. English-Globalization and a Strategy for the Academic Development of Tertiary Institutions.
ภาษาอังกฤษยุคโลกาภิวัตน์กับกลยุทธ์ในการพัฒนาสถาบันอุดมศึกษาทางด้านวิชาการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วินิจ พินิจอักษร Asst. Prof. Dr. Vinit Phinit-Akson.....86
10. Bangkok - Melayu - Makings of a Thai Muslim Culture.
ชาวไทยมลายูในกรุงเทพฯ ทำให้เกิดวัฒนธรรมไทยมุสลิมในปัจจุบัน
รองศาสตราจารย์ ดร.อุมัยยะห์ ฮัจยี อุมาร์
Assoc. Prof. Dr. Umaiya Haji Umar.....94
11. Is Economic Development the Inevitable or Necessary Precursor to, and Initiator of, Democratization? Illustrate the Response with Reference to the Literature on Asia.
การพัฒนาเศรษฐกิจเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการปกครองระบอบประชาธิปไตยในเอเชียหรือไม่
จุฬณี ตันติกุลานันท์ Chulanee Tantikulananta.....106
12. เหลือवलัการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในระบอบประชาธิปไตย
Statistics of Parliament Elections in Democratic Government.
วีรพา ฐานะปรัชญ์ Weerapa Thanaprach.....113

สาระสังเขปบทความ

1. ธุรกิจกล้วยไม้ : ความคุ้มค่าในการลงทุน /

ผู้ช่วยศาสตราจารย์เสาวรส ใหญ่สว่าง และคณะ

ธุรกิจกล้วยไม้ไทยเป็นระบบครบวงจรเพื่อการขายแบบตัดดอก/ช่อและขายทั้งต้น ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ประกอบธุรกิจกล้วยไม้ไทย 40 แห่ง และการศึกษาความคุ้มค่าในการลงทุนในธุรกิจกล้วยไม้สำหรับโครงการ 4 ปี สรุปได้ว่าการปลูกกล้วยไม้เพื่อขายทั้งต้นจะมีผลตอบแทนที่ดีที่สุด ในกรณีเป็นการลงทุนในธุรกิจขนาดกลางที่มีพื้นที่ปลูกกล้วยไม้ขนาด 11 ถึง 20 ไร่ โดยมีระยะเวลาการคืนทุนเฉลี่ย 1 ปี 3 เดือน ส่วนการปลูกกล้วยไม้เพื่อตัดดอกขาย จะมีผลตอบแทนที่ดีที่สุดในการลงทุนในธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีพื้นที่ปลูกมากกว่า 20 ไร่ โดยมีระยะเวลาการคืนทุนเฉลี่ย 2 ปี 3 เดือน

2. การบริหารจัดการสปาในส่วนของการดูแลสุขภาพด้วยน้ำ /

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิทธิชัย ตันศรีสกุล

การบริหารจัดการธุรกิจสปา เพื่อสนองตอบต่อความต้องการของผู้บริโภคคือการดูแลสุขภาพเชิงรุก (Active Treatment) ปัจจุบันธุรกิจสปาเป็นธุรกิจที่ได้รับความสนใจทั้งในประเทศและต่างประเทศ เป็นธุรกิจที่ผสมผสานความเป็นไทยกับแนวทางการดูแลสุขภาพของผู้บริโภคเพื่อไม่ให้ร่างกายเสียความสมดุล ผู้บริโภคของธุรกิจสปามักเป็นผู้มีรายได้สูง มีความต้องการบริการที่หลากหลายเพื่อเสริมสุขภาพ ผ่อนคลายความเหนื่อยล้า

3. ชาเขียว...เครื่องดื่มยอดฮิต / สิริพร หลอดเงิน

ชาเขียวมีความแตกต่างจากชาประเภทอื่น ๆ ชาเขียวมีหลายชนิดขึ้นอยู่กับช่วงเวลาที่เก็บเกี่ยวและกรรมวิธีในการผลิต ชาเขียวมีองค์ประกอบที่สำคัญที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย ซึ่งทำให้คนหันมานิยมบริโภคชาเขียวกันมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ชาเขียวก็มีข้อจำกัดในการบริโภค และข้อห้ามกับคนอีกกลุ่มหนึ่งที่ไม่ควรบริโภค

สาระสังเขปบทความ

4. การจัดการความขัดแย้งที่ได้ทั้งผลงานและน้ำใจจากคู่กรณี /

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศิริพร พงศ์ศรีโรจน์

ในปัจจุบันนี้ศาลยุติธรรมได้นำระบบไกล่เกลี่ยมาใช้ประนีประนอมข้อพิพาทระหว่างคู่กรณีที่เป็นคู่ความเมื่อมีคดีขึ้นสู่ศาล เพื่อให้คดียุติหรือลดลงอย่างรวดเร็วโดยมีผลเป็นที่พอใจของคู่ความ ทำให้คดีไม่รกร้าง และคู่พิพาทกลับไปมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน

5. ตลาดพันธบัตรเอเชีย : การสำรวจ / อนุวัฒน์ ชลไพศาล

บทความนี้ตอบคำถาม เสนอสาระสำคัญ และสำรวจสถานะความรู้ของข้อเสนอการจัดตั้งตลาดพันธบัตรเอเชียในสามประเด็นคือ

หนึ่ง ตอบคำถามที่ว่า เหตุใดจึงมีความต้องการจัดตั้งตลาดพันธบัตรเอเชีย สอง เสนอสาระสำคัญและพัฒนาการของข้อเสนอตลาดพันธบัตรเอเชีย และ สาม สำรวจสถานะความรู้ในงานศึกษาที่ตั้งข้อสังเกต ชี้ให้เห็นเงื่อนไขจำเป็นพื้นฐาน และอุปสรรคในการจัดตั้งตลาดพันธบัตรเอเชีย

6. รู้เท่าทันตราสินค้า / บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ

ผู้บริโภคควรจรรู้เท่าทันการตลาดของผู้ผลิตจะทำให้เป็นผู้ที่ใช้เหตุผลมากกว่าอารมณ์ในการเลือกซื้อสินค้าและบริการ จะทำให้ได้เครื่องอุปโภคและบริการที่ดีมีคุณภาพ

7. การเตรียมพร้อมด้านการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยเพื่อรับมือกับข้อตกลง

FTA : ประเด็นศึกษาของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม / ผ่องใส เพ็ชรรักษ์

ปัจจุบันอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทยส่งออกไปตลาดสหรัฐอเมริกาสูงเป็นอันดับหนึ่งของยอดการส่งออก และในปี พ.ศ. 2548 การจำกัดโควตาอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มจะหมดไป ซึ่งผู้ส่งออกของไทยมีความคาดหวังว่าหากไทยเจรจา FTA กับสหรัฐอเมริกาสำเร็จ จะสามารถเพิ่มส่วนแบ่งตลาดในสหรัฐอเมริกา และการกีดกันทางการค้าของสหรัฐอเมริกาจะเปลี่ยนไป โดยอาศัยข้อกำหนดในเรื่องแรงงานและสิ่งแวดล้อมมาเป็นข้อต่อรอง

สาระสังเขปบทความ

8. เทคโนโลยีสื่อสารสัญญาณวิทยุแถบกว้างย่านความถี่สูงยิ่งยวด / กิตติศักดิ์ ลำดี

เพื่อการพัฒนาเทคโนโลยีระบบสื่อสารไร้สายในด้านต่างๆ เช่น การจัดการสเปกตรัม (Spectrum Management) และวิศวกรรมด้านระบบวิทยุ (Radio System Engineering) หนึ่งในเทคโนโลยีการสื่อสารไร้สายระยะใกล้ (Short-Range Wireless Technology) ที่ได้ถูกคิดค้น คือเทคโนโลยีสื่อสารสัญญาณวิทยุแถบกว้างย่านความถี่สูงยิ่งยวด (Ultra-Wide Band Radio Technology : UWB-RT)

9. English-Globalization and a Strategy for the Academic Development of Tertiary Institutions. / Asst. Prof. Dr.Vinit Phinit-Akson

บทความนี้กล่าวถึงความสำคัญของภาษาอังกฤษในยุคที่ประชาคมโลกไม่ว่าจะอยู่ ณ จุดใดสามารถรับรู้สัมพันธ์ หรือรับผลกระทบจากสิ่งที่เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากการพัฒนาระบบสารสนเทศและกลยุทธ์ในการพัฒนาด้านวิชาการของสถาบันการศึกษาต่างๆ

10. Bangkok-Melayu-Makings of a Thai Musalim Culture. /

Assoc. Prof. Dr. Umayyah Haji Umar

บทความศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับการผสมกลมกลืนทางวัฒนธรรมของคนไทยเชื้อสายมลายูที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ มาตั้งแต่สมัยต้นรัชกาลที่ 1 ประมาณ 100 ปีมาแล้ว ต่อมา วัฒนธรรมของคนกลุ่มนี้ได้กลายมาเป็นวัฒนธรรมของสังคมไทยมุสลิมในกรุงเทพฯ ในปัจจุบัน โดยมีปัจจัยสำคัญที่เป็นสาเหตุได้แก่ อิทธิพลของสังคมหลัก ซึ่งหมายถึงวัฒนธรรมของชาวไทยพุทธ รวมทั้งนโยบายของประเทศไทยในสมัยรัชกาลต่างๆ ตลอดจนระบบโลกาภิวัตน์ที่เกี่ยวกับโลกมุสลิมและอิทธิพลของสังคมเมือง

สาระสังเขปบทความ

11. Is Economic Development the Inevitable or Necessary Precursor to, and Initiator of, Democratization? Illustrate the Response with Reference to the Literature on Asia. / Chulanee Tantikulananta

หลังจากที่ประเทศต่าง ๆ ในเอเชียประสบปัญหาวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจในปี 1997 ทำให้เกิดการพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการปกครองแบบประชาธิปไตยและการพัฒนาระบบเศรษฐกิจ ว่าการปกครองแบบประชาธิปไตยเป็นปัจจัยสำคัญที่ทุกประเทศต้องมีเพื่อความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ หรืออาจมีปัจจัยอื่นที่มีความสำคัญต่อการพัฒนามากกว่ารูปแบบการปกครองที่มีผลกระทบต่อความเจริญเติบโตและการกำหนดนโยบายทางเศรษฐกิจของประเทศ บทความนี้บรรยายถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในภูมิภาคเอเชียเช่นประเทศไทย อินโดนีเซีย ใต้หวัน และสิงคโปร์

12. เหลียวหลังการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในระบอบประชาธิปไตย / วีรพา ฐานะปรีชญ์

บทความนี้แสดงสถิติและการวิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จของพรรคการเมืองในการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ภายหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครองเป็นระบอบประชาธิปไตย

บทบรรณาธิการ

วารสารสุทธิปริทัศน์ ฉบับที่ 59 ประจำเดือนกันยายน-ธันวาคม 2548 มีบทความวิชาการที่น่าสนใจหลายเรื่อง อาทิ เรื่อง “ธุรกิจกล้วยไม้ : ความคุ้มค่าในการลงทุน” ของผู้ช่วยศาสตราจารย์เสาวรส ใหญ่สว่าง เรื่อง “การบริหารจัดการสปาใน ส่วนของการดูแลสุขภาพด้วยน้ำ” ของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิทธิชัย ตันศรีสกุล และเรื่อง “การรู้เท่าทันตราสินค้า” ของอาจารย์บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ กระผม ต้องขอขอบคุณผู้เขียนทุกท่านมา ณ ที่นี้

กระผมขอแจ้งข่าวประชาสัมพันธ์สำหรับท่านที่สนใจงานวิชาการ ขณะนี้ ศูนย์วิจัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ได้จัดให้มีการประชุมวิชาการเรื่อง “เทคนิคการใช้เครื่องมือวิจัย” ในวันศุกร์ที่ 3 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2549 เวลา 08.30-16.30 น. ณ ห้องประชุมทวี บุญเกตุ ชั้น 6 สำนักอธิการบดี 1 จึงใคร่ขอเรียนเชิญนักวิชาการและนักวิจัยที่สนใจเข้าร่วมประชุมวิชาการและเข้าร่วมนำเสนอผลงานวิจัยในครั้งนี้ กำหนดแจ้งการเข้าร่วมและส่งผลงานวิจัยภายในวันศุกร์ที่ 28 ตุลาคม พ.ศ. 2548 สำหรับรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับการประชุมวิชาการครั้งนี้ กรุณาติดต่อที่ อาจารย์ วีรพา ฐานะปรีชญ์ หรืออาจารย์ปริญญ์ คล้ายเจริญ โทร. 0-2954-7300 ต่อ 188 หรือ 528

บรรณาธิการ

ธุรกิจกล้วยไม้ : ความคุ้มค่าในการลงทุน**

*ผู้ช่วยศาสตราจารย์เสาวรส ใหญ่สว่าง และคณะ

กล้วยไม้เป็นหนึ่งในบรรดาไม้ดอกไม้ความงามโดดเด่นและมีความหลากหลายของสีสัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งกล้วยไม้ที่มีถิ่นกำเนิดในป่าเขตร้อนมีประเทศไทยเป็นศูนย์กลาง ที่ตั้งและลักษณะทางภูมิศาสตร์ที่เอื้ออำนวยต่อการเจริญงอกงามของกล้วยไม้ส่งผลให้ประเทศไทยมีการพัฒนาการผลิตกล้วยไม้เพื่อการค้าก้าวหน้ามาเป็นลำดับ จนสามารถก้าวขึ้นมาเป็นประเทศผู้ส่งออกกล้วยไม้เมืองร้อนอันดับหนึ่งของโลก และมีศักยภาพที่จะขยายการส่งออกได้อีก กล้วยไม้เมืองร้อนของไทยได้รับความนิยมในตลาดต่างประเทศอย่างมาก ประเทศที่เป็นลูกค้าสำคัญของกล้วยไม้ไทยคือ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา อิตาลี จีน ไต้หวัน และฮ่องกง ประเทศเนเธอร์แลนด์ซึ่งเป็นประเทศผู้ผลิตไม้ดอกไม้ประดับอันดับหนึ่งของโลก ก็ยังนำเข้ากล้วยไม้ของไทย

จากงานวิจัยเชิงลึกของธุรกิจกล้วยไม้ไทย เน้นการผลิต การตลาด การแข่งขัน และการบริหารจัดการ จุดมุ่งหมายหลักคือการประเมินความคุ้มค่าในการลงทุนสำหรับธุรกิจกล้วยไม้ไทย ได้รวบรวมข้อมูลทั้งข้อมูลทุติยภูมิและข้อมูลปฐมภูมิโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) เจ้าของสวนกล้วยไม้ตัวอย่างที่ถูกเลือกแบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 40 ราย เป็นเจ้าของสวนกล้วยไม้ในเขตกรุงเทพมหานคร 11 ราย จังหวัดนครปฐม 8 ราย จังหวัดสมุทรสาคร 8 ราย จังหวัดนนทบุรี 6 ราย จังหวัดกาญจนบุรี 4 ราย จังหวัดราชบุรี 2 ราย และจังหวัดปทุมธานี 1 ราย ทั้งนี้เนื่องจากข้อมูลที่ต้องการเป็นข้อมูลด้านการปลูก การจัดการ และการเงิน ซึ่งเป็นข้อมูลปกปิด จึงต้องใช้เทคนิคการสัมภาษณ์และการติดต่อประสานงานที่ดีกับผู้ประกอบการที่ให้ข้อมูลดัง

*ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำ ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย : พบ.ม.(สถิติประยุกต์) (เกียรตินิยมดีมาก) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ : M.A. (Actuarial Science) Ball State University สหรัฐอเมริกา

** สรุปจากรายงานวิจัยเรื่อง การศึกษาความคุ้มค่าในการลงทุนในธุรกิจกล้วยไม้

***งานวิจัยนี้ได้รับเงินทุนสนับสนุนจากคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คณะผู้วิจัยประกอบด้วย รศ. ศิริโสภาคย์ บุรพาเดชะ รศ. กรรณิกา บันสิทธิ์ และ ผศ. เสาวรส ใหญ่สว่าง

กล่าว การประเมินความคุ้มค่าในการลงทุนใช้วิธีการทางการเงิน 3 วิธี คือ ระยะเวลาการคืนทุน (Payback Period) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV หรือ Net Present Value) และอัตราผลตอบแทนที่แท้จริง (IRR หรือ Internal Rate of Return) การวิเคราะห์ตามวิธีการดังกล่าวนี้ ใช้ข้อมูลเกี่ยวกับการได้มาและใช้ไปของกระแสเงินสดตลอดโครงการ ดังนี้

วิเคราะห์เงินลงทุนขั้นต้น ได้แก่ ต้นทุนการจัดหาและการเตรียมสถานที่ การลงทุนในเรือนปลูกกล้วยไม้ และกล้าพันธุ์ กำหนดสมมติฐานว่า เงินลงทุนขั้นต้นร้อยละ 80 มาจากเงินกู้ ส่วนที่เหลือมาจากทุนของเจ้าของ เว้นแต่จะมีรายละเอียดจากผู้ประกอบการแต่ละราย

วิเคราะห์กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน ได้แก่ เงินสดรับจากการขาย และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน เป็นต้น โดยสมมติว่าการขายกล้วยไม้จะขายเป็นเงินสด

วิเคราะห์กระแสเงินสดสุดท้าย จากสมมติฐานที่ว่ากล้วยไม้มีวงจรชีวิต 4 ปี แต่สามารถเก็บเกี่ยวผลผลิตได้เพียง 3 ปี โดยเริ่มขายได้หลังปลูกกล้วยไม้แล้ว 1 ปีขึ้นไป โรงเรือนกล้วยไม้สามารถใช้ต่อได้โดยมีสมมติฐานว่าโรงเรือนกล้วยไม้มีอายุการใช้งาน 8 ปีหรือเท่ากับ 2 เท่าของวงจรชีวิตของกล้วยไม้ ดังนั้นเมื่อครบ 1 วงจรชีวิตกล้วยไม้ จะประเมินมูลค่าโรงเรือนปลูกหากมีการขายจะกำหนดให้มีมูลค่าเท่ากับครึ่งหนึ่งของเงินที่ได้ลงทุนไปในครั้งแรก

สถานะการผลิตกล้วยไม้ไทย ประเทศไทยมีการปลูกเลี้ยงกล้วยไม้อย่างครบวงจร ตั้งแต่การผสมเกสร เพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อ เลี้ยงลูกกล้วยไม้ เลี้ยงต้นกล้วยไม้จนกระทั่งให้ดอก จากนั้นจะตัด

ดอกขายทั้งในและต่างประเทศ ในปี พ.ศ. 2547 ประเทศไทยมีพื้นที่เพาะปลูกกล้วยไม้ประมาณ 19,784 ไร่ มีการเพิ่มพื้นที่ปลูกกล้วยไม้ในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 5.8 ต่อปี มีครัวเรือนเกษตรกรที่ปลูกกล้วยไม้ประมาณ 2,800 ครัวเรือน ผลผลิตมีประมาณ 43,932 ต้น ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ 2,221 กิโลกรัม แหล่งปลูกกล้วยไม้ที่สำคัญส่วนใหญ่อยู่ในกรุงเทพมหานคร นครปฐม สมุทรสาคร ราชบุรี นนทบุรี กาญจนบุรี และพระนครศรีอยุธยา เนื่องจากสภาพภูมิประเทศเหมาะกับการเจริญเติบโตของกล้วยไม้ ใกล้แหล่งน้ำ ใกล้ตลาดขายส่งในกรุงเทพฯ และสะดวกในการขนส่งทางอากาศเพื่อส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศ พันธุ์กล้วยไม้ที่ปลูกเพื่อการส่งออกประมาณร้อยละ 80 เป็นกล้วยไม้สกุลหวาย (Dendrobium) เนื่องจากเติบโตเร็ว สามารถตัดดอกขายได้ภายใน 1 ปี หลังจากเริ่มเพาะปลูก ผู้เลี้ยงจึงคืนทุนได้เร็ว และค่าใช้จ่ายโรงเรือนในการปลูกเลี้ยงต่ำ อีกร้อยละ 20 จะเป็นกล้วยไม้สกุลอื่นๆ ได้แก่ แวนด้า (Vanda) แอสโคเซ็นด้า (Ascocenda) อะแรนด้า (Aranda) ออนซิเดียม (Oncidium) มอคาร่า (Mokara) และแคทลียา (Cattleya) เนื่องจากเพาะปลูกยากกว่า ใช้เวลาเพาะปลูกนานกว่ากล้วยไม้สกุลหวาย และต่างประเทศมีความนิยมน้อย

เกษตรกรที่ทำสวนกล้วยไม้ในปัจจุบันแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ ปลูกแล้วขายแบบตัดดอกหรือช่อ และปลูกแล้วขายทั้งต้น จากกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไม้ในการศึกษานี้ ร้อยละ 65.0 ปลูกกล้วยไม้แบบขายตัดดอกหรือช่อ ร้อยละ 35.0 ปลูกกล้วยไม้แล้วขายทั้งต้น สำหรับพันธุ์ที่ผู้ประกอบการสวนกล้วยไม้ปลูกเป็นส่วนใหญ่ ได้แก่ สกุลหวาย คิดเป็นร้อยละ 77.5 รอง

ลงมาคือ สกฏแวนด้า คิดเป็นร้อยละ 30.0 ปัญหาการปลูกที่พบได้แก่ ดอกกล้วยไม้ถูกรบกวนจากศัตรูพืช เช่น เพลี้ยไฟ และไรแดง ทำให้ต้องเพิ่มต้นทุนยาฆ่าแมลง เกษตรกรส่วนใหญ่ขาดความรู้ในเรื่องโรคระบาดจากศัตรูพืช และการขยายพันธุ์ เนื่องจากการนำหน่อมาเพาะพันธุ์ทำได้ยาก ผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไม้จึงต้องซื้อลูกกล้วยไม้มาเพาะเลี้ยงทำให้ต้นทุนสูง นอกจากนี้ช่วงการผลิตกล้วยไม้และความต้องการของตลาดไม่ตรงกัน กล่าวคือ ช่วงที่มีความต้องการของตลาดมาก เกษตรกรผลิตกล้วยไม้ได้น้อย ส่วนช่วงที่เกษตรกรผลิตกล้วยไม้ได้มาก ความต้องการของตลาดมีน้อยจึงทำให้สินค้าล้นตลาด เกษตรกรขาดทุน ได้กำไรน้อย

สภาวะการตลาดของกล้วยไม้ไทย กล้วยไม้ไทยที่ผลิตเพื่อการขายแบบตัดช่อ/ดอก ร้อยละ 57 ของดอกกล้วยไม้ที่ผลิตได้ทั้งหมดจะขายในประเทศ เนื่องจากดอกกล้วยไม้ไม่ได้มาตรฐานที่จะส่งออก ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 43 เป็นกล้วยไม้ที่ผ่านการคัดเกรดหรือคุณภาพสำหรับส่งออก ไปจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ การบริโภคดอกกล้วยไม้ในประเทศส่วนใหญ่นั้น จะเป็นการรับซื้อโดยพ่อค้าคนกลางเพื่อนำไปขายส่งให้พ่อค้าปลีกในท้องตลาดอีกทีหนึ่ง ปัจจุบันประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้เมืองร้อนเป็นอันดับหนึ่งของโลก และมีศักยภาพที่จะขยายตลาดเพิ่มขึ้นได้ในอนาคต ในปี พ.ศ. 2547 ปริมาณการส่งออกดอกกล้วยไม้ไทยทั้งหมด 18,627 ตัน คิดเป็นมูลค่า 2,136.06 ล้านบาท ตลาดส่งออกดอกกล้วย

ไม้สดที่สำคัญ 10 อันดับแรก ได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา อิตาลี ฮองกง ไต้หวัน เนเธอร์แลนด์ สาธารณรัฐประชาชนจีน อินเดีย แคนาดา และสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน ซึ่ง 10 ประเทศนี้มีมูลค่าส่งออกรวมกันคิดเป็นร้อยละ 91.6 ของตลาดส่งออกดอกกล้วยไม้สดทั้งหมด ส่วนตลาดส่งออกต้นกล้วยไม้ที่สำคัญ 10 อันดับแรก ได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา สาธารณรัฐเกาหลี เนเธอร์แลนด์ เวียดนาม สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนเกาหลี เปอร์โตริโก ฟิลิปปินส์ บังกลาเทศ และอินโดนีเซีย มีมูลค่าการส่งออกในปี พ.ศ. 2547 ประมาณ 344 ล้านบาท

ประเทศคู่แข่งที่สำคัญของกล้วยไม้ไทยในตลาดโลกคือ ประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย และเนเธอร์แลนด์ ส่วนประเทศคู่แข่งที่สำคัญในตลาดสหรัฐอเมริกาคือ ประเทศคอซตาริกา โคลัมเบีย เนเธอร์แลนด์ และสิงคโปร์ ผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไม้ไทยเสียเปรียบคู่แข่งจากต่างประเทศ ในด้านคุณภาพของดอกกล้วยไม้ที่ไม่มีความสม่ำเสมอเหมือนดอกกล้วยไม้จากประเทศสิงคโปร์ และต้นทุนค่าขนส่งสูงกว่าประเทศมาเลเซีย และข้อจำกัดหรือมาตรฐานเกี่ยวกับศัตรูพืชและแมลงที่มากับต้นหรือดอกกล้วยไม้

งานวิจัยนี้แนวโน้มของธุรกิจการส่งออกกล้วยไม้ของไทย ด้วยวิธีการประมาณมูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้สด จากข้อมูลเกี่ยวกับมูลค่าการส่งออกดอกกล้วยไม้รายเดือน ตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2541 ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2547 กำหนดตัวแบบเป็นแบบผลคูณคือ

$$\text{มูลค่าการส่งออก (Y)} = \text{ค่าแนวโน้ม (Trend)} \times \text{ค่าดัชนีฤดูกาล (Seasonal Index)} \quad (1)$$

ศึกษาแนวโน้มโดยการวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์แบบเชิงเส้น (Linear) แบบกำลังสอง (Quadratic) และแบบกำลังสาม (Cubic) และการวินิจฉัยตัวแบบในเชิงสถิติ สรุปรูปแบบความสัมพันธ์ ได้ดังนี้

$$y = 66.592 + 1.438x \quad (2)$$

(x มีหน่วยเป็นเดือน จุดเริ่มต้นคือ มกราคม 2541)

จากการคำนวณหาค่าดัชนีฤดูกาลรายเดือนพบว่าตลาดมีความต้องการดอกกล้วยไม้สดมากในเดือน มกราคม และในระหว่างเดือนกันยายนถึงธันวาคม และมีความต้องการต่ำสุดในเดือนมิถุนายนและเดือนกรกฎาคม

ตัวแบบการพยากรณ์มูลค่าส่งออกดอกกล้วยไม้สดมีค่าเฉลี่ยของเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนสมบูรณ์ (Mean Absolute Percent Error หรือ MAPE) เท่ากับ 9.8 %

การจัดการของธุรกิจการผลิตกล้วยไม้
ธุรกิจกล้วยไม้ไทยร้อยละ 61.7 เป็นธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลางที่มีคนงานน้อยกว่า 5 คน (Small and Medium Sized Enterprises หรือ SMEs) ร้อยละ 28.9 เป็นผู้ประกอบการที่มีอายุระหว่าง 51 ถึง 55 ปี และร้อยละ 35.9 ประกอบธุรกิจเป็นเวลานาน 16 ถึง 20 ปี อาชีพที่ผู้ประกอบการสวนกล้วยไม้ทำอยู่เดิมก่อนเปลี่ยนมาทำสวนกล้วยไม้ส่วนใหญ่คือ ทำสวนผัก รองลงมาคือ รับราชการ

ทำงานบริษัท หรือทำงานในโรงงานอุตสาหกรรม ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ทำสวนในพื้นที่ประมาณ 6 ถึง 10 ไร่ รองลงมาคือน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ไร่ หรือทำสวนมากกว่า 30 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 33.3 25.6 และ 17.9 ตามลำดับ ปัญหาในการทำสวนกล้วยไม้คือ การขาดแคลนแรงงานคนไทย เนื่องจากคนงานไทยจะทำงานอยู่ไม่นาน ขาดงานและลางานบ่อย แต่สวนกล้วยไม้จำเป็นต้องดูแล และต้องเตรียมพร้อมสำหรับตัดขายได้ตลอดเวลา ผู้ประกอบการสวนกล้วยไม้จึงใช้คนต่างด้าวซึ่งมีความมานะและอดทนกว่า

ความคุ้มค่าในการลงทุนในธุรกิจกล้วยไม้ ข้อมูลด้านการเงินที่สมบูรณ์สามารถใช้วิเคราะห์ความคุ้มค่าในการลงทุนในธุรกิจกล้วยไม้ได้มีเพียง 38 ตัวอย่าง ตารางที่ 1 และตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์การลงทุนในธุรกิจกล้วยไม้ประเภทขายทั้งต้นตามขนาดพื้นที่ปลูก และประเภทขายแบบเป็นช่อหรือดอก ตามลำดับ

ตารางที่ 1 : การลงทุนในธุรกิจกล้วยไม้ประเภทขายทั้งต้น จำแนกตามขนาดพื้นที่ปลูก

ขนาดพื้นที่ (ไร่) (จำนวน ตัวอย่าง)	เงินลงทุน ขั้นต้นเฉลี่ย (พันบาท)	เงินลงทุน ต่อไร่เฉลี่ย (พันบาท)	รายได้ต่อ ไร่เฉลี่ย (พันบาท)	ต้นทุนรวม ต่อไร่เฉลี่ย (พันบาท)	Payback Period เฉลี่ย	NPV เฉลี่ย (ล้านบาท)	IRR เฉลี่ย (%)
1-5 (8)	-772.5	270.6	415.1	98.45	2Y12M	1.192	37.13
6-10 (2)	-1650.0	175.0	537.5	330.1	2Y3M	2.632	45.83
11-20 (1)	-670.0	33.5	364.0	65.8	1Y3M	14.324	213.98
มากกว่า 20 (2)	-5275.0	225.0	463.3	178.4	3Y5M	8.712	19.71

ตารางที่ 2 : การลงทุนในธุรกิจกล้วยไม้ประเภทขายแบบเป็นช่อหรือดอก จำแนกตามขนาดพื้นที่ปลูก

ขนาดพื้นที่ (ไร่) (จำนวน ตัวอย่าง)	เงินลงทุน ขั้นต้นเฉลี่ย (พันบาท)	เงินลงทุน ต่อไร่เฉลี่ย (พันบาท)	รายได้ ต่อไร่เฉลี่ย (พันบาท)	ต้นทุนรวม ต่อไร่เฉลี่ย (พันบาท)	Payback Period เฉลี่ย	NPV เฉลี่ย (ล้านบาท)	IRR เฉลี่ย (%)
1-5 (1)	-1000.0	250.0	113.4	55.8	4Y11M	-0.668	14.57
6-10 (10)	-909.0	118.3	148.3	32.4	2Y10M	1.318	37.02
11-20 (7)	-3327.9	210.7	249.7	50.6	3Y0M	4.620	30.38
มากกว่า 20 (7)	-8521.4	221.2	286.5	49.6	2Y9M	16.540	41.16

ผลการวิเคราะห์ทางการเงินทั้ง 3 วิธีให้ข้อสรุปโดยรวมที่เหมือนกัน กล่าวคือ กล้วยไม้ประเภทขายทั้งต้นจะให้ผลตอบแทนคุ้มค่าเร็วเมื่อเปรียบเทียบกับ การตัดขายเป็นช่อ/ดอก เนื่องจากขายได้ในราคาที่แพงกว่า ผู้ปลูกกล้วยไม้แบบขายทั้งต้นที่ปลูกในพื้นที่ขนาด 11-20 ไร่ จะมีระยะเวลาในการคืนทุนเร็วที่สุดคือ 1 ปี 3 เดือน รองลงมาคือการปลูกในพื้นที่ขนาด 6 ถึง 10 ไร่ ซึ่งมีระยะเวลาคืนทุนโดยเฉลี่ยประมาณ 2 ปี 3 เดือน

ทำเลเป็นปัจจัยที่สำคัญ ผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไม้ที่มีพื้นที่ขนาด 6 ถึง 20 ไร่ จากกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษามีที่ตั้งอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานครเป็นส่วนใหญ่ มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิมากกว่าศูนย์ และมีค่าอัตราผลตอบแทนที่แท้จริงเฉลี่ยไม่น้อยกว่าร้อยละ 48 ปัจจัยด้านอายุ การศึกษา และอาชีพเดิม ของผู้ประกอบการไม่มีผลต่ออัตราผลตอบแทน

การปลูกกล้วยไม้ประเภทขายตัดช่อ/ดอกนั้น พื้นที่ปลูกขนาดใหญ่มากกว่า 20 ไร่ จะให้ผลตอบแทนที่ดีที่สุด เนื่องจากราคาขายของกล้วยไม้ประเภทนี้จะค่อนข้างต่ำ ดังนั้นการปลูกและขายในจำนวนมากจะเกิดการประหยัดต่อขนาด รองลงมาคือพื้นที่ขนาดเล็ก 6-10 ไร่ เป็นพื้นที่ที่เหมาะสมเนื่องจากกล้วยไม้ชนิดนี้ต้องใช้เงินลงทุนค่อนข้างมาก ทำเลใกล้กรุงเทพจะมีผลทำให้ได้รับผลตอบแทนที่ดีขึ้นจากการประหยัดค่าขนส่ง นอกจากนี้ปัจจัยด้านอาชีพเดิมที่ทำสวนกล้วยไม้หรือทำสวนผักมาก่อนก็ช่วยให้ผู้ประกอบการได้รับผลตอบแทนที่ดีขึ้น

จากการวิเคราะห์สรุปได้ว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 36.8 จะคืนทุนเมื่อทำสวนกล้วยไม้ไปแล้วเป็นระยะเวลาประมาณ 3 ถึง 4 ปี ร้อยละ 28.9 ที่คืนทุนภายใน 2 ปีของการทำสวนกล้วยไม้ เมื่อกำหนดให้อัตราส่วนลดของดอกเบี๊ยะเป็นร้อยละ 5 ซึ่งเท่ากับค่าเสียโอกาสของเงินลงทุนในพันธบัตรรัฐบาล 4 ปี ณ วันที่ 31 มกราคม 2548 บวกเพิ่มตัวปรับความเสี่ยง ผลการศึกษาพบว่าการทำสวนกล้วยไม้ส่วนใหญ่คือ ร้อยละ 78.9 มีผลตอบแทนคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเงินลงทุน การปลูกกล้วยไม้ประเภทขายทั้งต้นมีความเสี่ยงที่จะทำให้การลงทุนได้รับผลตอบแทนน้อยกว่าอัตราร้อยละ 5 ที่ต้องการ มากกว่าการปลูกกล้วยไม้ประเภทขายตัดช่อ/ดอก เนื่องจากใช้เงินลงทุนสูงและเสี่ยงต่อราคาขายที่ไม่เหมาะสม ข้อสรุปดังกล่าวนี้สอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ด้วยวิธีอัตราผลตอบแทนที่แท้จริง (IRR) นั่นคือ การปลูกกล้วยไม้ประเภทขายทั้งต้นให้อัตราผลตอบแทนที่แท้จริงเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 49.4 ในขณะที่

การปลูกกล้วยไม้ประเภทขายตัดช่อ/ดอกมีอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 34.3

จุดเด่น จุดด้อย โอกาสและอุปสรรคของกล้วยไม้ไทย

จุดเด่น (Strengths) : ประเทศไทยมีภูมิอากาศที่เหมาะสมต่อการเจริญเติบโตของดอกกล้วยไม้ โดยเฉพาะดอกกล้วยไม้ตระกูลหวาย มีคุณภาพดี มีความคงทน แข็งแรง และสวยงาม ประเทศไทยมีฐานของเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมในการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ขึ้น พื้นฐานของกล้วยไม้ มีมาตรการที่เป็นรูปธรรมและมีสถาบันรองรับที่ชัดเจนในการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตภาคเกษตร ทั้งด้านเทคโนโลยีการเพาะปลูก และการพัฒนาพันธุ์กล้วยไม้ ราคาของกล้วยไม้ไทยยังถือว่าถูกเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งอื่นเนื่องจากประเทศไทยยังมีค่าจ้างแรงงานที่ถูกกว่าประเทศอื่น ๆ ที่ส่งออกกล้วยไม้ และต้นทุนในการจัดการของผู้ประกอบการยังต่ำอยู่เพราะเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

จุดด้อย (Weaknesses) : ปริมาณกล้วยไม้ที่ผลิตได้ไม่สม่ำเสมอและไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ทำให้ราคากล้วยไม้ไม่มีเสถียรภาพ เกษตรกรไม่กล้าปรับเปลี่ยนไปปลูกกล้วยไม้พันธุ์ใหม่ ๆ ทั้งนี้เนื่องจากตลาดยังต้องการกล้วยไม้พื้นฐานซึ่งเป็นรายได้หลักของทั้งผู้ส่งออกและเกษตรกร การวิจัยพันธุ์ใหม่ยังมีน้อย การขยายพื้นที่ปลูกกล้วยไม้ทำได้ยากเนื่องจากต้นทุนซึ่งประกอบด้วยค่าก่อสร้างโรงเรือน ค่าต้นพันธุ์และอุปกรณ์ (ยังไม่รวมค่าที่ดิน) กล้วยไม้มีศัตรูพืชหลายชนิด เช่น เพลี้ยไฟ หนอนกระทุ้งหอม หนอนกระทุ้งผัก เป็นต้น และที่รุนแรงที่สุดคือเพลี้ยไฟฝ้ายซึ่งจะระบาดรุนแรงในช่วงฤดูร้อน

โอกาส (Opportunities) : กล้วยไม้ไทย มีความหลากหลายทั้งด้านขนาด รูปร่าง สี สัน จำนวนดอก การจัดเรียงดอกภายในช่อและกลิ่นหอมของดอก นอกจากนี้ยังสามารถที่จะนำมาผสมพันธุ์ข้ามสกุลและข้ามชนิดได้อย่างกว้างขวาง กล้วยไม้ไทยมีตลาดต่างประเทศรองรับ เช่น ตลาดญี่ปุ่นเป็นตลาดใหญ่ที่สุดที่สั่งดอกและต้นกล้วยไม้จากประเทศไทย และยังมีตลาดใหม่ เช่น กลุ่มตะวันออกกลาง วิธีชีวิตในยุคใหม่ รักความสวยงามมากขึ้น และการขยายตัวของภาคธุรกิจ ทำให้มีความต้องการดอกไม้ที่สวยงามไว้ตกแต่งประดับในงานการประชุม การสัมมนาต่างๆ นอกจากนี้การที่ประเทศไทยได้รับการยกเว้นจากสัญญาไชเตส ซึ่งเป็นอนุสัญญาว่าด้วยการค้าระหว่างประเทศซึ่งชนิดสัตว์ป่า และพืชป่าที่ใกล้สูญพันธุ์ กำหนดให้กล้วยไม้ลูกผสม 4 ชนิดไม่ต้องอยู่ในบัญชีควบคุม ทำให้ไทยมีอิสระในการส่งออกกล้วยไม้ไปจำหน่ายยังต่างประเทศได้มากขึ้น

อุปสรรค (Threats) : การขนส่งดอกกล้วยไม้ทำได้หลายวิธีทั้งทางบก ทางเรือ และทางอากาศ การขนส่งมีความสำคัญอย่างยิ่งและเป็นตัวกำหนดคุณภาพของดอกกล้วยไม้ ซึ่งต้องขนส่งโดยใช้ระยะเวลาสั้นที่สุด เพื่อรักษาคุณภาพของดอกกล้วยไม้ให้อยู่ได้นาน เนื่องจากดอกกล้วยไม้ต้องเก็บรักษาที่อุณหภูมิต่ำกว่า 30 องศาเซลเซียส แต่การขนส่งของไทยโดยเฉพาะทางอากาศมีระวางไม่เพียงพอ และค่าระวางสูง มีสัดส่วนถึง 60% ของค่าสินค้า โดยเฉพาะการส่งออกต้นกล้วยไม้ต้องใช้เนื้อที่มาก และต้องใช้บรรจุภัณฑ์ที่ป้องกันไม่ให้เสียหาย ทำให้มีต้นทุนการขนส่งสูง สหภาพยุโรปมีนโยบายจัดระบบมาตรฐานสินค้าเกษตรให้ประเทศผู้ส่งออก เพื่อ

สร้างมาตรฐานสุขอนามัยด้านพืชให้เป็นที่ยอมรับทั้งประเทศผู้นำเข้าและส่งออก

ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการลงทุนประกอบด้วย (1) **ความเอาใจใส่ในผลผลิต** เจ้าของสวนกล้วยไม้ที่ดูแลการปลูก การเก็บเกี่ยว รวมถึงการเก็บเงินเองจะทำให้ผลตอบแทนทางการลงทุนดีกว่าเจ้าของที่ปล่อยให้คนงานดูแลงานสวนทั้งหมด เนื่องจากการขายกล้วยไม้ทั้งต้นหรือขายตัดช่อ/ดอก จะขายเป็นเงินสดและราคาส่วนใหญ่เป็นราคาลาด ไม่สามารถกำหนดราคาได้ด้วยตัวหรือกำหนดราคาได้ด้วยตัวเอง (2) **ความอดทนในการรอคอยผลตอบแทน** เนื่องจากการคืนทุนส่วนใหญ่ต้องใช้เวลาไม่ต่ำกว่า 2 ปีและระยะเวลาคืนทุนเฉลี่ยประมาณ 3 ปี อย่างไรก็ตามหลังจากการปลูกกล้วยไม้ครั้งแรกซึ่งโดยมากจะใช้เวลาเท่ากับ 1 วงจรชีวิตของกล้วยไม้คือ 4 ปี เรือนปลูกสามารถใช้ต่อได้อีก ดังนั้นการลงทุนในวงจรชีวิตต่อไป คือลงทุนในพันธุ์กล้วยไม้หรือต้นกล้วยไม้ซึ่งจะทำให้ระยะเวลาการคืนทุนเร็วกว่าวงจรชีวิตแรกของกล้วยไม้ (3) **ปัจจัยด้านพื้นที่ปลูก** เช่น แหล่งน้ำ ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญการตัวอย่างทั้งหมด พบว่าสวนกล้วยไม้จะมีทำเลใกล้คลองหรือแม่น้ำ อีกทั้งจากการสัมภาษณ์เกษตรกรผู้ปลูก น้ำคลองเป็นน้ำที่ดีที่สุดสำหรับกล้วยไม้ น้ำประปาจะทำให้ต้นกล้วยไม้ไม่สวยงามเท่าน้ำคลอง ดังนั้นทำเลจึงเป็นปัจจัยเชิงคุณภาพที่มีส่วนในความสำเร็จสำหรับการลงทุนปลูกกล้วยไม้มาก นอกจากนี้การมีพื้นที่เป็นของตนเองจะทำให้ประหยัดค่าใช้จ่าย เช่น ค่าเช่า ดังนั้นเกษตรกรที่ไม่มีที่ดินเป็นของตนเอง การเข้ามาให้ความช่วยเหลือของรัฐบาลจึงเป็นสิ่งจำเป็น เช่น ให้ความช่วยเหลือด้านการจัดการที่ดินของรัฐให้เกษตรกรหรือ

กลุ่มเกษตรกรเช่าระยะยาวในราคาถูก (4) ประสพการณ์หรืออาชีพเดิม เป็นปัจจัยเชิงคุณภาพที่สำคัญอย่างหนึ่ง ในความสำเร็จของการทำธุรกิจกล้วยไม้ ผู้ประกอบการสวนกล้วยไม้ที่มีอาชีพเดิมปลูกกล้วยไม้หรือทำสวนอยู่แล้วจะมีส่วนช่วยให้การลงทุนปลูกกล้วยไม้ประสบความสำเร็จได้มาก (5) เงินทุน เจ้าของกิจการสวนกล้วยไม้ที่มีเงินทุนเป็นของตัวเองจะมีโอกาสที่จะคืนทุนได้เร็วกว่าการกู้ยืมเงินมาลงทุน เนื่องจากกว่าที่กล้วยไม้จะให้ผลตอบแทนที่แท้จริงต้องใช้เวลาปลูกไม่ต่ำกว่า 1 ปี และคืนทุนไม่ต่ำกว่า 2 ปี ดังนั้นเงินทุนหมุนเวียนสำหรับใช้ระหว่างการลงทุน จึงเป็นสิ่งจำเป็นในการดำเนินงานในช่วงระยะ 2 ปีแรก

มีข้อเสนอแนะจากการวิจัยดังนี้

1) สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์สินค้าเกษตรในเวลา 5 ปี (พ.ศ. 2545 - พ.ศ. 2549) ซึ่งรวมกล้วยไม้ด้วย โดยมีเป้าหมายเพื่อกำหนดปริมาณการผลิตตามความต้องการใช้บริโภคภายในประเทศและการส่งออก เพื่อเพิ่มผลผลิตต่อไร่ การเพิ่มคุณภาพการผลิต การกำหนดเขตเพาะปลูก การขึ้นทะเบียนเกษตรกร รวมทั้งจัดให้มีการประกันราคาพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ ดังนั้นรัฐบาลต้องให้ความสำคัญในการติดตามกำกับดูแลให้เป็นไปตามแผนยุทธศาสตร์ เพราะกล้วยไม้เป็นพืชส่งออกที่กระทรวงเกษตรและสหกรณ์กำหนดให้เป็น Champion Product ในการหารายได้เข้าประเทศ

2) ภาครัฐและภาคเอกชนควรมีการคิดค้นพัฒนาพันธุ์ ปรับปรุงพันธุ์ รับรองพันธุ์ เพราะ

พันธุ์กล้วยไม้ถือเป็นธุรกิจค้ำจุน รัฐบาลควรมีส่วนร่วมในการวิจัยและพัฒนา จูงใจนักวิจัย ควรมีการให้สิ่งจูงใจอื่น ๆ นอกจากค่าตอบแทน เช่น การประกาศเกียรติคุณ และการให้ความช่วยเหลือด้านการจดสิทธิบัตร เป็นต้น

3) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้มีแผนการจัดทำฐานข้อมูลทางเกษตรของสินค้าเกษตร 15 ชนิด และรวมกล้วยไม้ไว้ด้วย แต่ต้องมีการจัดทำข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน แยกประเภทของข้อมูลเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการแข่งขันในลักษณะของเหมืองข้อมูล (Data Mining) การให้ผู้ใช้ เช่น เกษตรกร ผู้ส่งออก และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้เข้าถึงข้อมูล จัดการฝึกอบรมผู้ผลิต ผู้ส่งออก ในด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสืบค้นข้อมูล

4) เผยแพร่ข้อมูลเรื่องฐานข้อมูลให้ผู้เกี่ยวข้องได้ทราบ เช่น ลงประกาศในหนังสือพิมพ์ ถึงเนื้อหาของเว็บไซต์ของกระทรวงที่ผู้ผลิตและผู้ส่งออกจะนำไปใช้ประโยชน์ได้

5) แสวงหาตลาดใหม่และรักษาตลาดเดิม โดยรัฐบาลต้องส่งเสริมหรือเป็นเจ้าภาพในการจัดงานแสดงกล้วยไม้ระดับโลก หรืองานที่เกี่ยวข้อง เช่น งานที่ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพจัดงานพืชสวนโลก ในปี พ.ศ. 2549 หน่วยงานรัฐบาลที่เกี่ยวข้องต้องหาพันธมิตรร่วมมือกับนักธุรกิจไทย เช่น ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจอาหาร งานนิทรรศการอาหารไทย ผัก และผลไม้ไทย และตกแต่งสถานที่ด้วยกล้วยไม้ไทย พร้อมทั้งจัดแสดงต้นกล้วยไม้ ดอกกล้วยไม้ ผู้ส่งออกต้องขอความร่วมมือจากหน่วยงานรัฐบาลออกไปแสดงกล้วยไม้ไทยในงานระดับโลก อาทิ การตกแต่ง ขบวนแห่ที่ Pasadena ประเทศสหรัฐ

อเมริกาที่การบินไทยใช้กล้วยไม้ไทยตกแต่งรถ ขบวนแห่ (Float) และได้รับรางวัลแทบทุกปี

6) รัฐบาลต้องสนับสนุนและให้ งบประมาณในการวิจัย และพัฒนาพันธุ์กล้วยไม้ ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นให้มีความหลากหลาย สีสอดสไส อายุกาใช้งานทนนาน รวมถึงการสนับสนุนงาน วิจัยให้กล้วยไม้ได้มีผลผลิตมากขึ้นในช่วงฤดูแล้ง เพื่อให้เกษตรกรมีผลผลิตออกขายสู่ตลาดได้อย่าง สม่าเสมอตลอดปี

7) รัฐบาลต้องส่งเสริมการพัฒนาบรรจุ ภัณฑ์ (Packaging) สำหรับป้องกันมิให้ต้นกล้วย ไม้และดอกกล้วยไม้เสียหาย และยังยื้ออายุการ ใช้งานของดอกกล้วยไม้ให้ทนนานได้

8) รัฐบาลควรกระตุ้นให้กลุ่มเกษตรกร และกลุ่มแม่บ้านต่างๆ นำดอกกล้วย ไม้มาทำมูลค่า เพิ่ม เช่น เคลือบเรซิน ให้เป็นเครื่องประดับตกแต่ง ร่างกายหรือตกแต่งบ้าน ซึ่งนับว่าเข้าประเภท สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือส่งเสริมให้ เป็นธุรกิจประเภทวิสาหกิจขนาดย่อม (SMEs) ตามนโยบายของรัฐบาลในการกระตุ้นเศรษฐกิจ ของประเทศ

9) กลุ่มผู้ผลิตควรขอความร่วมมือหน่วย งานรัฐบาลในการนำกล้วยไม้ไทยตกแต่งสถานที่ ราชการและสถานที่สำคัญ เช่น ท่าอากาศยาน สถานีรถไฟ กระทรวง กรม หรือทำเนียบรัฐบาล เพื่อเป็นการเผยแพร่ความสวยงามของกล้วยไม้ ไทย เพื่อให้ผู้พบเห็นโดยเฉพาะอย่างยิ่งชาวต่าง ชาติเกิดความประทับใจและพึงพอใจในกล้วยไม้ ไทย จนเกิดความสนใจที่จะซื้อในที่สุด

10) ผู้ผลิตและจำหน่ายกล้วยไม้ทั้งที่ จำหน่ายในประเทศและส่งออกไปยังต่างประเทศ ต้องเพิ่มช่องทางการจำหน่ายโดยใช้สื่อยุคใหม่คือ อินเทอร์เน็ต ซึ่งการซื้อขายโดยสื่อดังกล่าวนี้เป็นที่ นิยมใช้กันอย่างกว้างขวาง เพราะลดค่าใช้จ่าย สะดวก รวดเร็ว และเป็นช่องทางการติดต่อได้ ตลอดเวลา

11) รัฐบาลต้องเข้าช่วยเหลือการรวมตัว ของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้ในลักษณะของ Cluster ที่มีการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ให้ความ ร่วมมือกันในด้านการเพาะปลูก การพัฒนาพันธุ์ และการจัดจำหน่าย

บรรณานุกรม

- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กรมส่งเสริมการเกษตร. (ม.ป.ป.). ห้องสมุดความรู้การเกษตร เรื่อง คู่มือการผลิตไม้ตัดดอก : กล้วยไม้, สืบค้นเมื่อ 2548, จาก <http://www.doae.go.th/library/html/detail/orchid/orchid0.htm>
- ตลาดไม้ตัดดอกในสหภาพยุโรป. (2545). กรุงเทพฯ : สำนักบริการส่งออก กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์.
- นิยณะ ทวีพาณิชย์. (2545). การส่งออกกล้วยไม้ตามข้อตกลง CITES. กรุงเทพฯ : สำนักบริการส่งออก กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์.
- ภาวะตลาดดอกกล้วยไม้สดในประเทศสหรัฐอเมริกา. (2545). กรุงเทพฯ : สำนักบริการส่งออก กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์
- มาตรฐานกล้วยไม้ของประเทศไทย พ.ศ. 2541. (2544, 8 กุมภาพันธ์). ราชกิจจานุเบกษา. ฉบับประกาศทั่วไป. เล่ม 118, ตอนพิเศษ 11 ง. หน้า 10 (1-4).
- คู่มือการส่งออกไม้ตัดดอกและกล้วยไม้ไปยังเกาหลี. (2545). กรุงเทพฯ : สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงโซล กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงการต่างประเทศ.
- วิเคราะห์สถานการณ์การตลาดและการพัฒนาตลาดกล้วยไม้. (2546). กรุงเทพฯ : สำนักบริการส่งออก กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์.
- ศิริวรรณ ประเสริฐฐานนท์. (2546). การผลิตและการตลาดกล้วยไม้. กรุงเทพฯ : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- อุตสาหกรรมไม้ดอกไม้ประดับในสหรัฐอเมริกา. (2546). กรุงเทพฯ : สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครลอสแอนเจลิส กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงการต่างประเทศ.

การบริหารจัดการสปา ในส่วนของการดูแลสุขภาพด้วยน้ำ

*ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิทธิชัย ดันศรีสกุล

การมีสุขภาพดีคือ การที่ร่างกายของมนุษย์มีความสมดุลทั้งร่างกาย อารมณ์ จิตใจ สังคมและจิตวิญญาณที่เชื่อมโยงซึ่งกันและกัน สุขภาพของคนเราในองค์รวมจึงเปรียบเสมือนความสมดุลของร่างกาย ไม่เพียงแต่จะไม่เจ็บป่วยหรือไม่มีโรค แต่หากยังครอบคลุมถึงการดำเนินชีวิตที่ยืนยาวและวิธีที่จะทำให้ชีวิตมีความสุข เช่น การใช้ Hydrotherapy หรือการบำบัดในการรักษาแบบผสมผสาน เป็นวิธีการบำบัดตามแนวธรรมชาติที่สอดคล้องกับความนิยมในปัจจุบันที่มุ่งไปสู่ความเป็นธรรมชาติมากขึ้นในซีกโลกตะวันตก ขณะเดียวกันการแพทย์แผนตะวันออกหันมาสนใจแนวทางป้องกันสุขภาพมากขึ้น (Oriental Medicine) ตามทฤษฎีเน้นการป้องกันสุขภาพ (Preventive Medicine) มากกว่าการรักษาโรค (Curative Medicine) ภาวะสุขภาพ (สุรพจน์วงศ์ใหญ่, 2548 : 15) มองภาวะสุขภาพว่าขึ้นอยู่กับปรัชญาความเชื่อ และทัศนคติหรือความสนใจ ส่วน “Smith Model of Health” วิเคราะห์สุขภาพออกเป็น 4 แนวคิดประกอบด้วย

1. รูปแบบทางคลินิก (Clinical Model) สุขภาพหมายความว่า เป็นการปราศจากอาการแสดงของพยาธิสภาพ หรือการที่บุคคลปราศจากความพิการเป็นการรักษาความสมดุลทางด้านสรีรวิทยาซึ่งบุคคลจะรอให้เกิดอาการและอาการแสดงแล้วจึงทำการรักษาโรค

2. รูปแบบทางด้านการปฏิบัติตัวตามบทบาท (Role Performance Model) เป็นรูปแบบที่แสดงถึงความสามารถของบุคคลที่จะปฏิบัติหน้าที่ตามที่สังคมคาดหวังได้ครบถ้วน

3. รูปแบบด้านการปรับตัว (Adaptation Model) รูปแบบนี้ให้ความเชื่อว่าบุคคลมีการปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมอย่างจริงจังและตลอดเวลาเพื่อรักษาดุลยภาพกับสิ่งแวดล้อมอันเป็นความสามารถในการปรับตัวกับสิ่งแวดล้อมที่ท้าทาย รวมทั้งสิ่งแวดล้อมทางสังคม และสิ่งที่คุกคามทางกายภาพ สุขภาพที่ดีจะเป็นความยืดหยุ่นในการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมได้อย่างสมดุล อันเป็นการมีปฏิสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมที่ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

*ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิทธิชัย ดันศรีสกุล อาจารย์ประจำภาควิชาธุรกิจระหว่างประเทศ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต : D.P.A., Centro Escolar University, Philippines.

4. รูปแบบด้านความผาสุก (Eudaemonistic Model) เป็นความผาสุก (Well-being) ความสุข (Happiness) รูปแบบนี้เชื่อว่า การที่บุคคลสามารถกระทำตามบทบาทที่ได้รับมอบหมายและมีศักยภาพทั้งด้านร่างกาย อารมณ์ สังคม จิตวิญญาณ สุขภาพเป็นภาวะที่มีความผาสุกที่ไม่หยุดนิ่งและเป็นความภาคภูมิใจในตนเอง สามารถปฏิสัมพันธ์กับครอบครัวและชุมชนได้ บุคคลที่มีภาวะสุขภาพแข็งแรงสามารถทำงานได้ตามหน้าที่ที่รับผิดชอบอย่างมีประสิทธิภาพ

ปัจจัยกำหนดความมีสุขภาพดี [Health (Determinants of Health)] มีดังนี้

- 1) สถานะทางสังคม (Income and Social Status)
- 2) ความมีเครือข่ายสังคมที่คบหา (Social Support Networks)
- 3) การศึกษา (Education and Literacy)
- 4) การทำงาน (Employment Working Conditions)
- 5) สิ่งแวดล้อมทางสังคม (Social Environment)
- 6) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment)

7) งานอดิเรกและการใช้เวลาว่าง (Personal Health Practices and Coping Skills)

8) พัฒนาการในวัยเด็ก (Health Child Development)

9) ปัจจัยทางชีวภาพ ยีนส์ (Biology and Genetic Endowment)

10) การใช้บริการสุขภาพ (Health Services)

11) เพศ เชื้อชาติ ผิวพรรณ (Gender)

12) ประเพณี วัฒนธรรม (Culture)

ในปัจจุบันคนเราเริ่มเห็นความสำคัญของการมีสุขภาพดีร่างกายแข็งแรงจิตใจที่เป็นสุขสงบ แนวทางการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม (Holistic Health) คือ ดูแล กาย ใจ และวิญญาณ ได้เข้ามามีส่วนในการดำเนินชีวิตให้มีความสุขสมบูรณ์ การแพทย์ทางเลือกใหม่ในการดูแลสุขภาพที่เน้นให้ความสำคัญในการส่งเสริมฟื้นฟู ป้องกันโรค มากกว่าการรักษา เป็นแนวความคิดสมัยใหม่ล่าสุดขององค์การอนามัยโลก (WHO) ได้ให้ความหมายของความตื่นตัวของการรักษาสุขภาพยุคใหม่ (NEW START) อันประกอบด้วย

N	-	NUTRITION (อาหาร)
E	-	EXERCISE (การออกกำลังกาย)
W	-	WATER (น้ำ)
S	-	SUNSHINE (แสงแดด)
T	-	TEMPERANCE (อุณหภูมิตามสมควร)
A	-	AIR (อากาศ)
R	-	REST (การพักผ่อน)
T	-	TRUST IN GOD (ความเชื่อ ความศรัทธา สมาธิ)

สุขภาพองค์รวมและสปา (Holistic Health & SPA)

Holistic มาจากคำว่า Holos ภาษากรีกแปลว่า ทั้งหมด (Whole) การแพทย์แบบองค์รวมแตกต่างจากการแพทย์ในระบบหรือแพทย์โดยทั่วไปตรงที่ไม่ใช่ “รักษา” อาการของโรคแต่อย่างเดียว หากแต่ช่วยเหลือและแนะนำให้ผู้ป่วยรับการบำบัดเลือกวิธีการบำบัดที่เหมาะสมกับตนเอง

Plato นักปราชญ์ชาวกรีกที่มีชื่อเสียงของโลกได้เขียนถึงแนวทางการรักษาโรคแบบ Holistic เมื่อ 2,000 กว่าปีที่แล้วว่า

“The cure of the part should not be attempted without treatment of the whole, and also no attempt should be made to cure the body are to be well you must begin to curing the mind : that is the first this. For this is the error of our day in the treatment of the human body, that physicians separates the soul from the body.”

(Plato, Chronicles)

Plato ให้ความสำคัญในการดูแลสุขภาพว่า ไม่มีการรักษาโรคภัยไข้เจ็บชนิดใดที่จะให้ผลดีเลิศเท่ากับการรักษากายและใจควบคู่กันไป โดยเฉพาะด้านจิตใจ ความคิดคำนึง เป็นเสมือนพลังและยารักษาโรคสำคัญในการต่อสู้กับโรคร้ายได้เป็นอย่างดี จึงไม่ควรเน้นการรักษาที่กายเพียงอย่างเดียว การดูแลสุขภาพแบบองค์รวมหรือการแพทย์แบบองค์รวมไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะสาขา หากครอบคลุมอย่างกว้างขวางถึงวิธีการวินิจฉัยโรคและบำบัดรักษาโรคในรูปแบบต่างๆ จะเห็นได้ว่าการบำบัดแบบโบราณหลายอย่างได้ถูกนำกลับมาใช้และเริ่มเป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวาง การ

ดูแลสุขภาพที่ดี ไม่ใช่เรื่องของการแพทย์แผนใดแผนหนึ่ง การแพทย์แผนปัจจุบันมีข้อดีของการรักษาบรรเทาโรคฉุกเฉิน อุบัติเหตุ โรคที่ต้องอาศัยการผ่าตัด การดูแลสุขภาพในความคิดของนายแพทย์สุรพล รักปทุม ผู้อำนวยการสถาบันวัฒนธรรมและการแพทย์ตะวันออก (Oriental Medicine and Culture Institute) โรงพยาบาลกรุงธน 1 ถนนตากสิน ธนบุรี กรุงเทพมหานคร กล่าวว่า “การดูแลสุขภาพในความคิดของผมไม่ใช่ว่าป่วยแล้วไปหาหมอ ทุกแผนต้องมีเชิงรุก ทำอย่างไรให้ประชาชนแข็งแรง ดีที่สุดควรทำอะไร ไม่ให้คนป่วยได้ถึงจะเรียกว่าประสบความสำเร็จ” (สินีพร มฤคพิทักษ์, 2545 : 249)

การใช้สมุนไพรบำบัด (Herbal Medicine) รวมไปถึงยาที่ได้จากดอกไม้ นานาชนิดอันมีธาตุในการรักษาอาการป่วย อาจได้มาจากกลีบและเกสรดอกไม้ใช้รักษาอาการป่วยทางจิตใจ ความว้าวุ่น เมื่อหน่าย หดหู่ เศร้า เช่น แต่โบราณด้วยภูมิปัญญาของคนไทย เราได้ลิ้มชิมรสจากเกสรทั้ง 5 ที่มีส่วนประกอบของส่วนผสม 5 ชนิด เรียกว่า พิกัดเกสรทั้ง 5 เกสรดอกไม้ 5 อย่าง เช่น

เกสรบัวหลวง รสฝาดหอม แก้ไข้ บำรุงหัวใจ ครอบรักษากาย แก้ไข้รากลด

ดอกมะลิรสหอมเย็น แก้ไข้ ร้อนในกระหายน้ำ ดับพิษร้อน บำรุงหัวใจ บำรุงครรภ์ แก้เจ็บตา

ดอกพิกุล รสหอมสุขุม แก้ลม บำรุงโลหิต แก้ไข้จับหัดสติ

ดอกบุนนาค รสหอมเย็นขม บำรุงดวงจิต ให้ชุ่มชื่น บำรุงโลหิต แก้ร้อนใน ชูกำลัง

ดอกสารภี รสหอมเย็นขม แก้โลหิตพิการ แก้ไข้พิษร้อน บำรุงหัวใจ ชูกำลัง

สรรพคุณรวม ชูกำลัง บำรุงหัวใจ แก้ไข้เพื่อเสมหะและโลหิต แก้ไข้เพื่อกดุ้ม แก้กมวิงเวียน และบำรุงครรภ์ (วุฒิ วุฒิชรรมเวช, 2545 : 154)

คันธบำบัด (Aromatherapy) การบำบัดด้วยน้ำมันหอม ใช้น้ำมันหอมบริสุทธิ์ เป็นกลิ่นหอมสกัดจากดอกไม้ ก้านใบ ดอก ราก หรือผลของต้นไม้ เป็นหัวน้ำมัน ที่มีพลังบำบัดรักษา ร่างกายและจิตใจ ทั้งจากการซึมซับเข้าทางผิวหนัง โดยการนวด การสูดดม การอบ อาบแช่และประคบ

ยังมีวิธีการอีกหลากหลายที่สามารถนำมาใช้ได้ แต่ผู้เขียนจะเน้นในเรื่องของวาริบำบัด (Hydro-therapy) เป็นหลัก

องค์ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจบริการสปา มาจากภาษาละติน “Sanus Per Aquam” หมายความว่า การดูแลสุขภาพโดยการใช้น้ำ ซึ่งทำให้มีสุขภาพที่ดี และผ่อนคลาย โดยทั่วไป สปา หมายถึง การบำบัดดูแลสุขภาพแบบองค์รวมด้วยวิธีธรรมชาติที่ใช้น้ำเป็นองค์ประกอบในการบำบัด ควบคู่ไปกับการบำบัดด้วยวิธีทางการแพทย์ทางเลือกอื่นๆ โดยใช้ศาสตร์สัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ รูป รส กลิ่น เสียง และสัมผัส เป็นปัจจัยสร้างความสมดุลระหว่างร่างกายและจิตใจ จิตวิญญาณ อารมณ์ สปาจึงเป็นการบำบัดแบบองค์รวมเน้นการป้องกันการเจ็บป่วยมากกว่าการรักษาที่อาการ ประเทศไทยจึงเป็นประเทศแรกในการกำหนดมาตรฐานการให้บริการด้านสปาเพื่อสุขภาพอย่างชัดเจน โดยการกำหนดคำจำกัดความตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขเรื่องกำหนดสถานที่เพื่อสุขภาพ

และเสริมสวย ตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ.2509 (แก้ไขเพิ่มเติม ฉบับที่ 4 พ.ศ.2547) มีใจความว่า “กิจการสปาเพื่อสุขภาพ หมายความว่า การประกอบกิจการที่ให้บริการดูแลและเสริมสร้างสุขภาพโดยบริการหลักที่จัดไว้ประกอบด้วยการนวดเพื่อสุขภาพ และการใช้น้ำเพื่อสุขภาพมีบริการเสริมประกอบด้วย เช่น การอบเพื่อสุขภาพ การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ โภชนาบำบัด และการควบคุมอาหาร โยคะ และการทำสมาธิ การใช้สมุนไพรหรือผลิตภัณฑ์สุขภาพตลอดจนการแพทย์ทางเลือกอื่นๆ หรือไม่ก็ได้”

วิวัฒนาการสปา¹ สปามีวิวัฒนาการมาตั้งแต่สมัยอียิปต์ กรีก และโรมัน มีการทำพิธีกรรมทางศาสนาด้วยการชำระล้างร่างกาย จิตใจ และจิตวิญญาณด้วยน้ำ โดยการนำเอาศาสตร์ของอโรมาเธอราฟี (Aromatherapy) มาบำบัดสุขภาพแบบองค์รวม ชาวโรมันมีรสนิยมการใช้ชีวิตอย่างมาก ด้วยการอาบน้ำพุร้อน เพราะใช้อาบทำความสะอาดร่างกายและดูแลสุขภาพที่ดีด้วยการนวดน้ำมันระเหย สปาถือกำเนิดในศตวรรษที่ 17 จากเมืองเล็ก ๆ ประเทศเบลเยียม เทือกเขาอาร์เดนเนส (Ardennes Mountains)

สปา แบ่งออกได้เป็น 7 ประเภท ดังนี้

1. Club Spa สปาที่จัดตั้งเพื่อบริการเฉพาะสมาชิก (Member) เน้นความสะดวกสบายในการออกกำลังกายและดูแลสุขภาพพร้อมกับบริการสปาอื่นๆ

2. Day Spa สปาที่จัดตั้งในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทางของลูกค้าที่มาใช้บริการ เช่น อาคารพาณิชย์ ห้างสรรพสินค้า หรือตาม

¹เอกสารประกอบการอบรมผู้ดำเนินการสปาเพื่อสุขภาพ ครั้งที่ 2 วันที่ 1-3 มีนาคม 2548 กระทรวงสาธารณสุข

สนามบิน ผู้ใช้บริการใช้เวลาสั้นๆ มักเป็นสปาชนิดที่เปิดบริการมากที่สุด

3. Hotel & Resort Spa สปาที่ตั้งอยู่ภายในบริเวณเดียวกับโรงแรมหรือรีสอร์ท มีสถานที่ออกกำลังกาย อาหาร โปรแกรมการนวดแบบต่างๆ มีขนาดของกิจการใหญ่ เมื่อเทียบกับ Day Spa

4. Cruise Ship Spa สปาที่ตั้งอยู่ในเรือ มีโปรแกรมการบริการประกอบด้วยการนวดแบบต่างๆ การออกกำลังกาย กิจกรรมเพื่อสุขภาพ และอาหารเพื่อสุขภาพ

5. Mineral Spring Spa สปาที่ตั้งอยู่ในแหล่งน้ำพุร้อน น้ำแร่ธรรมชาติ เน้นการบำบัดด้วยความร้อนของน้ำ แร่ธาตุ

6. Destination Spa สปาที่ตั้งขึ้นเพื่อดูแลสุขภาพโดยมีที่พักด้วย มีกิจกรรมครบวงจร มีทีมงานที่เชี่ยวชาญพิจารณาจัดโปรแกรมให้เหมาะสมกับแต่ละคน มักจะตั้งอยู่ในแหล่งทรัพยากรธรรมชาติ

7. Medical Spa สปาที่จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติสถานพยาบาล โดยมีแพทย์และพยาบาลควบคุมดูแลบำบัดรักษาสุขภาพและเสริมความสวยงาม มีโปรแกรมหลากหลาย โภชนาการบำบัด อาหารสุขภาพ การออกกำลังกาย กิจกรรมเพื่อสุขภาพ นวดแบบต่างๆ บริการทางการแพทย์แผนปัจจุบัน แผนไทยและแผนจีน ฯลฯ มีทีมงานผู้เชี่ยวชาญจัดโปรแกรมให้สุขภาพของแต่ละคน

น้ำเป็นส่วนหนึ่งของการแพทย์แบบองค์รวม น้ำเป็นสิ่งที่นำมาใช้ได้หลายทางหลายแบบ ไม่มีผลข้างเคียง ในทางการแพทย์น้ำจะช่วยควบคุมและรักษาอาการเจ็บป่วยที่รุนแรงได้แทบทุกอย่างนับจากอาการท้องร่วงรุนแรง ไข้หวัดใหญ่

ไมเกรน และสภาวะที่สุขภาพทรุดโทรมเรื้อรัง ทั้งยังถูกใช้เป็นตัวช่วยยั้งโรคและเครื่องมือป้องกันสุขภาพที่ดียิ่ง การใช้เทคนิคและเียวยาที่เกี่ยวข้องกับน้ำเราจะเรียกว่า Water therapy หรือ Hydrotherapy (วารีบำบัด) เรานำน้ำอุ่นมาใช้ในการแช่เพื่อความผ่อนคลาย หรืออาบน้ำฝักบัวเย็นๆ เพื่อกระตุ้นร่างกาย คลายความเหนื่อยล้าที่เราทำไปโดยไม่รู้ตัว น้ำเป็นองค์ประกอบของเซลล์และทุกอวัยวะของร่างกายที่ทำงานได้ และต้องการน้ำอย่างยิ่ง การดื่มน้ำเย็นเปล่าๆ จำนวนมากช่วยสร้างความกระปรี้กระเปร่าในช่วงที่เราร้อนล้าได้ น้ำจะทำงานตามสภาพร่างกายของแต่ละคน ปกติการบำบัดรักษาด้วยน้ำจะเป็นไปทิศทางบวก ไม่ทำลายเชื้อแบคทีเรียที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย ทั้งยังไม่ลดพลังงานของอวัยวะภายใน มีการเสริมสร้างการไหลเวียนที่ดี กำจัดสิ่งกีดขวางการไหลของพลังงาน ทำให้ร่างกายทำงานได้อย่างอิสระ และปกติ ในกรณีทำหน้าที่เป็นสารล้างพิษ จะจัดสารพิษที่สะสมในร่างกายอันเป็นจุดเริ่มต้นของโรค การบำบัดด้วยน้ำจึงเป็นการสนับสนุนกลไกการป้องกันตนเองตามธรรมชาติประการหนึ่ง

การเรียนรู้เทคนิคการใช้น้ำบำบัดรักษา หากเราดูภาพส่วนประกอบของร่างกายเราจะเห็นการซ้อนทับของแผ่นเซลล์ลวดลายของระบบการไหลเวียน ระบบน้ำเหลือง ต่อมไร้ท่อ ระบบทางเดินอาหาร ฯลฯ น้ำมีความสามารถในการบำบัด เราสามารถนำมาใช้ได้ ในสถานะที่เป็นของแข็งของเหลว และก๊าซ เช่น ใช้น้ำแข็งกับอาการบาดเจ็บ น้ำแข็งทำให้หมดความรู้สึก ลดความเจ็บปวด ลดความเคลื่อนไหวของของเหลวในบริเวณที่รักษา ควบคุมให้เลือดหยุดไหล น้ำจึงขึ้นกับปัจจัยต่างๆ ที่ประกอบด้วย

1. น้ำมีลักษณะทางกายภาพ 3 รูปแบบของแข็ง ของเหลว และไอ อุณหภูมิ-ค่า-ปกติ-ความร้อน-ความเย็น มีผลต่อการรักษา

2. ธรรมชาติของน้ำมีความเป็นกรด-ด่าง (pH) เกี่ยวข้องกับสารละลายบางจำพวกในธรรมชาติ สารที่ประกอบในอาหาร/น้ำดื่ม เป็นตัวช่วยละลายสารพิษที่ตกค้างในร่างกาย

3. เทคนิคและวิธีการใช้น้ำบำบัดรักษา อาจไม่ใช่เฉพาะน้ำเพียงอย่างเดียว ในหลายกรณีการใช้น้ำประกอบส่วนอื่นๆ จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เช่นเรื่องการแช่ (Bath) อาจเป็นการแช่บางส่วนจากร่างกาย มือหรือเท้า แช่แบบครึ่งตัว แช่แบบเต็มตัว แช่ด้วยน้ำเย็น แช่ด้วยน้ำธรรมดา แช่ด้วยน้ำอุ่น ไปจนถึงน้ำร้อน การแช่ที่มีสารธรรมชาติบางตัว เช่น ทิงเจอร์ แช่ด้วยสมุนไพร แช่ด้วยน้ำมัน

4. ระยะเวลาที่ใช้รักษา เป็นช่วงสั้นๆ 2-3 นาที, 10-15 นาที ครั้งชั่วโมง มากกว่าหนึ่งชั่วโมง จำนวนครั้งที่ปฏิบัติต่อวัน เข้า-เย็น จำนวนครั้งต่อสัปดาห์ และความต่อเนื่อง

5. การเรียนรู้เกี่ยวกับอวัยวะและระบบการทำงานของร่างกายเราเอง

6. การกระทำของน้ำต่อร่างกาย การใช้ดื่มเพื่อกระทำภายในร่างกายหรือการอาบเพื่อกระทำต่อภายนอกร่างกาย

7. สุขภาพและเงื่อนไขผู้ป่วย รวมถึงเครื่องมืออำนวยความสะดวกที่มีอยู่

หลักการของการใช้น้ำบำบัดรักษาโรคและสุขภาพ (พรศรี ปัญญาปิยะกุล, 2545 : 275-281)

น้ำเย็น ทำงานได้หลายแบบ ใช้ทั้งภายในและภายนอกได้ เป็นตัวเสริมสร้างและบำรุงรักษาเป็นตัวให้พลังงานสร้างความต้านทานโรค ลดไข้

สูง ลดความกระหาย เป็นตัวกระตุ้น แก้เบาหวาน ลดอาการบวม ลดความเจ็บ แก้อ่อนเพลีย ขจัดสารพิษ การแช่น้ำเย็นที่ทำให้ร่างกายที่มีความร้อนมากไป ควบคุมเลือดกำเดาได้

น้ำแข็ง ช่วยลดความเจ็บจากแผลไหม้ ขนาดไม่ใหญ่ได้ดีมาก การนวดด้วยน้ำแข็ง หรือผ้าห่อน้ำแข็งเป็นที่นิยมใช้สำหรับอาการบาดเจ็บมีเลือดออก ช่วยห้ามเลือด เป็นวิธีการที่ดีที่สุดของอาการบาดเจ็บจากกีฬาทุกประเภท

น้ำอุ่น หรือน้ำที่มีอุณหภูมิปกติ ทำให้อาการผื่น คลาย สงบ สบาย บางครั้งอาจทำให้อาเจียนได้ดี

น้ำร้อน เช่นเดียวกับน้ำเย็น ใช้ทั้งภายในและภายนอกได้ สำหรับอาการบาดเจ็บที่เลือดออก น้ำร้อนเพิ่มการไหลของเลือดและเพิ่มอาการบาดเจ็บที่เลือดออก น้ำร้อนเพิ่มการไหลของเลือดและเพิ่มอาการอักเสบ ห้ามใช้น้ำร้อนรักษา อย่างไรก็ตาม ความร้อนสามารถช่วยให้ร่างกายสงบสบาย หากใช้น้ำร้อนในเวลาสั้นๆ จะช่วยให้กล้ามเนื้อคลายตัวสม่ำเสมอ ร่างกายจะผ่อนคลายมากขึ้น การใช้น้ำร้อนในระยะเวลาสั้นๆ ทำให้ร่างกายตื่นตัวและคลายตัว ผลโดยรวมเป็นการผ่อนคลายอย่างสมบูรณ์แบบเทคนิคที่ใช้น้ำร้อนคือการแช่น้ำร้อนที่ทำให้เหงื่อออกมากขึ้น การประคบร้อน การแช่มือ-แช่เท้าด้วยน้ำร้อนจะลดความปวดและการอักเสบ การแช่น้ำร้อน-น้ำเย็น สลับกัน ทำให้การหมุนเวียนต่างๆ เร็วขึ้น ทำให้ร่างกายตอบสนองดีขึ้น

ไอน้ำ เพิ่มปฏิกิริยาที่ผิวหนังและทำให้เหงื่อออกมากขึ้น ในทางกลับกันก็เป็นการทำความสะอาดร่างกายจากภายใน การอบไอน้ำที่หน้าจะเปิดรูขุมขนและทำความสะอาด ป้องกัน

ปัญหาของโรคผิวหนัง ใอน้ำจากการระเหยช่วยให้
ลดอาการแน่นหน้าอก

ความเย็นจะมีผลในเชิงกระตุ้นเร้า ส่ง
ผลให้ร่างกายสดใส กระปรี้กระเปร่าแข็งแรง ด้าน
ทานโรค ที่อุณหภูมิปกติ จะมีผลให้ร่างกายผ่อนคลาย

คลาย สบายตัว ส่วนความร้อนแม้จะมีผลกระตุ้น
เร้า แต่ต้องประกอบกับเงื่อนไขในการใช้ เพราะ
ผลที่ตามมาอาจทำให้ร่างกายอ่อนล้า เชื่องซึม ง่วง
เหงา แต่ละบุคคลมีระบบการรักษาดูแลภูมิและ
ตอบสนองต่อความเย็น ความร้อนไม่เท่ากัน การ

ตัวอย่างการใช้น้ำในฐานะที่ช่วยรักษาสุขภาพและเทคนิคที่ใช้

วัตถุประสงค์ที่ใช้	ตัวอย่างเทคนิคที่ใช้
ใช้เสริมสร้างและบำรุงร่างกาย	การแช่น้ำอุ่น การพ่นด้วยน้ำเย็น การอาบน้ำฝักบัวสลับ ด้วยน้ำร้อน-น้ำเย็น หรือการประคบด้วยน้ำร้อนและน้ำเย็น สลับ กัน การขัดถูด้วยเกลือ การแช่น้ำสัสมายูสมมน้ำแอปเปิ้ล การ แช่น้ำเกลือ การห่อหุ้มบางส่วน
รักษาบาดแผล	ดุน้ำแข็ง บวกกับการกดและการยก
ลดความปวด	การประคบร้อนและประคบเย็น ดุน้ำแข็ง การแช่น้ำอุ่นหรือน้ำ ร้อน การพ่นด้วยไอน้ำร้อน การแช่ด้วยพาราฟิน การแช่น้ำอุ่น การอาบน้ำฝักบัว ร้อน-เย็นสลับกัน คำเตือน ห้ามใช้ความร้อนกับแผลสด
แผลฉีกใหม่ขนาดเล็ก	การจุ่มในน้ำแข็ง หรือน้ำเกลือ
ลดไข้	การแช่น้ำเย็นสั้นๆ การแช่น้ำอุ่นนิคๆ เป็นเวลานานขึ้น การเช็ด ด้วยฟองน้ำ การทำให้เปียกชื้นอย่างรวดเร็ว การนวดด้วยถุงมือเย็น การห่อด้วยผ้าชื้นหมาดๆ
ช่วยให้เหงื่อออก	การแช่น้ำร้อน การแช่ด้วยเกลือ Epsom หรือเกลือธรรมชาติ การ ห่อด้วยถุงคลุมอย่างแห้ง การดื่มน้ำสมุนไพรร้อน
เป็นยาขับปัสสาวะ	ดื่มน้ำเย็น ดื่มน้ำสมุนไพรขับปัสสาวะ ประคบด้วยไอน้ำร้อนที่ บริเวณหลังด้านล่าง พ่นสเปรย์ความเย็นแบบต่างๆ สเปรย์ร้อน เย็นสลับกัน การห่อตัวด้วยความเย็น การใช้ถุงหุ้มทั้งตัว หรือบาง ส่วน เชาว์น้ำ
เป็นยาขับ	ใช้น้ำอุ่นส่วนที่ปลายลำไส้ใหญ่ ดื่มน้ำ การแช่น้ำอุ่น-ร้อน (ช่วย กระตุ้นให้อาการท้องผูกถ่ายออกมาได้สะดวกขึ้น การอบไ ระเหย เชาว์น้ำ หรือแช่แบบร้อน การพ่นด้วยผ้าหมาดๆ การพ่น ด้วยไอน้ำร้อนขึ้น

วัตถุประสงค์ที่ใช้	ตัวอย่างเทคนิคที่ใช้
เป็นยาปฏิชีวนะ	สำลีจุ่มลงในน้ำเดือดและตามคอดีด้วยน้ำเย็น สำลีจุ่มลงในชา Chamomile หรือ Calendula ล้างด้วยสบู่และน้ำ
ยาระบาย	คั้นน้ำเย็น 2 แก้ว เมื่อตื่นนอน
ยาที่ทำให้ผิวหนังเย็น	คั้นน้ำอู่น หรือน้ำเกลือ หรือน้ำ Mustard ในปริมาณที่มากอย่าง ต่อเนื่อง
เพิ่มอุณหภูมิให้กับร่างกาย	การแช่น้ำร้อนทั้งตัว น้ำร้อนบรรจุขวด การแช่เท้าในน้ำร้อน การ ถูวนวดด้วยความเย็น
เป็นยากระตุ้น	การแช่น้ำร้อนหรือน้ำเย็น การถูด้วยฟองน้ำ การพันด้วยผ้า หนาๆ การสวนล้างลำไส้ การถูด้วยเกลือ การแช่น้ำเกลือ การ อาบน้ำฝักบัวเย็นหรือร้อน หรืออาบแบบสลับกัน
เป็นยาสงบ	ใช้น้ำแข็งหุ้มห่อเนื้อเยื่อ
ระงับความกระวนกระวาย	การแช่ในน้ำอู่น หรือน้ำร้อนเพื่อให้ทั่วร่างกายสงบและผ่อนคลาย การแช่น้ำเกลือ การอาบน้ำฝักบัวธรรมดา การพันด้วยผ้า หนาๆ
ยาลดความกระหาย	คั้นน้ำบริสุทธิ์ น้ำกลั่นผสมมะนาว น้ำผลไม้
เพื่อทำให้สดชื่น แจ่มใส	สำหรับความอ่อนล้าจากที่นอน-ใช้เสื่อน้ำและถูด้วยฟองน้ำ บ่อยๆ สำหรับการปรับให้กล้ามเนื้อหรือกระดูกกลับเข้าที่-ใช้ เครื่องอำนวยความสะดวกทางกายภาพบำบัดที่โรงพยาบาลใกล้ บ้านเพราะอุปกรณ์ไฟฟ้าจำเป็นต้องนำคนไข้ไปยึดตัวในอ่างน้ำ
เพิ่มกลไกการทำงาน	ทำให้เกิดแรงเสียดด้วยการถู ใช้ฟองน้ำหรือถุงมือเปียก ทำให้ เปียกแบบสาดกระเซ็นใช้น้ำของน้ำร้อนหรือน้ำเย็นตรง บริเวณต่างๆ ของร่างกาย

จะเลือกใช้เทคนิคแบบใดต้องอาศัยประสบการณ์ และการสังเกตผลที่เกิดขึ้น เช่นการแช่น้ำร้อนของ คนไทย ไม่ต้องร้อนจัดมาก แต่ชาวญี่ปุ่นจะแช่ตัว ในน้ำร้อนที่มีอุณหภูมิประมาณ 40 องศาเซลเซียส น้ำและการลดความอ้วน มีเรื่องน่าแปลก ใจว่าถ้าหากเราต้องการไล่น้ำส่วนเกินในระบบ

ของร่างกายออก สิ่งที่เราต้องทำกลับเป็นการดื่มน้ำ ให้มากขึ้น น้ำเป็นสิ่งที่ทำให้ร่างกายมีชีวิตชีวา ไม่ เฉพาะเป็นตัวปรับสมดุลของของเหลวในร่างกาย อย่างชั่วคราว แต่มันยังทำหน้าที่เป็นส่วนผสม ผสานข้อกำหนดการกิน การนอน และการออกกำลังกายในการรักษาน้ำหนักที่สูญหายด้วย ร่าง

กายเราจะทำหน้าที่ไม่สม่ำเสมอหากปราศจากน้ำที่เพียงพอ โชคไม่ดีที่หลายๆ คนไม่ได้เรียนรู้สัญญาณของความกระหายน้ำ และยังไม่ตระหนักถึงปริมาณที่ร่างกายเราต้องการ ผลของการสูญเสียน้ำ ไม่เพียงแต่ทำให้การลดน้ำหนักมีความยุ่งยาก แต่ยังส่งผลต่อสุขภาพของร่างกายโดยรวม มีคำถามว่า ปริมาณน้ำเท่าไรจึงเพียงพอต่อร่างกาย คำตอบ คือ ขึ้นอยู่กับขนาดตัว เพราะผู้มีน้ำหนักมากขึ้นจะมีภาวะของการเผาผลาญอาหารมากกว่า

ร่างกายของคนอ้วนจะต้องการน้ำในปริมาณที่มากขึ้นเพื่อทำงานให้ได้เท่ากับการทำงานของคนผอมกว่า เราจะได้เห็นได้ว่าการเพิ่มปริมาณน้ำที่ดื่มเข้าไปจะช่วยขจัดของเสียส่วนเกิน และช่วยให้ร่างกายเผาผลาญไขมันที่สะสมได้มากขึ้น Donald S. Robertson M.D. ได้เสนอแนะในหนังสือ The Snowbird Diet กล่าวว่า การใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพที่สุดสำหรับการลดน้ำหนัก คือ

ตอนเช้า	ดื่มน้ำประมาณ 1 ลิตร ภายในช่วง 30 นาที
ตอนกลางวัน	ดื่มน้ำประมาณ 1 ลิตร ภายในช่วง 30 นาที
ตอนเย็น	ดื่มน้ำประมาณ 1 ลิตร ระหว่างเวลา 5-6 โมงเย็น

น้ำกับการออกกำลังกาย เพื่อป้องกันการสูญเสียน้ำ เป็นตะคริว ปวดหัวหรือร่างกายทำงานไม่สัมพันธ์กัน ผู้ฝึกควรดื่มน้ำเย็นประมาณ 2 แก้ว ประมาณ 15 นาที ก่อนออกกำลังกาย และน้ำเย็น

ประมาณ 1/2 ถึง 1 แก้ว ทุก 15 นาที น้ำเย็นจะให้ผลดีกว่าเพราะน้ำจะไหลออกจากกระเพาะได้เร็วกว่าน้ำอุ่น

บรรณานุกรม

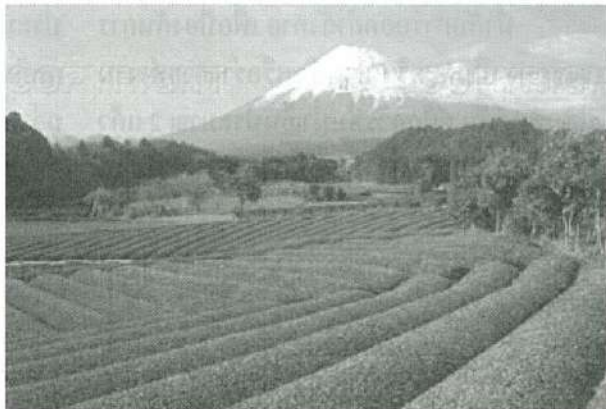
- พรศรี ปัญธิยะกุล. (2545). **The Complete Book of Water Healing “วาริบำบัด”**. ใน จูไรรัตน์ แสนใจรักษ์. (บรรณาธิการ). **วิถีสุขภาพแบบบูรณาการ** (หน้า 275-281). กรุงเทพฯ : สถาบันวิถีทรรศน์
- วุฒิ วุฒิธรรมเวช. (2545). **คัมภีร์เภสัชรัตนโกสินทร์**. กรุงเทพฯ : วุฒิธรรมเวช.
- สินีพร มฤคพิทักษ์. (2545). **แพทย์แผนจีน-ไทย อีกหนึ่งทางเลือกของคนรักสุขภาพ**. ใน จูไรรัตน์ แสนใจรักษ์. (บรรณาธิการ). **วิถีสุขภาพแบบบูรณาการ** (หน้า 249). กรุงเทพฯ : สถาบันวิถีทรรศน์.
- เอกสารประกอบการอบรมผู้ดำเนินการสปาเพื่อสุขภาพ ครั้งที่ 2 วันที่ 1-3 มีนาคม 2548. (2548). กรุงเทพฯ : กระทรวงสาธารณสุข.

ชาเขียว...เครื่องดื่มยอดฮิต

* สิริพร หลอดเงิน

ขณะนี้กระแสความนิยมดื่มชาเขียวในบ้านเรากำลังมาแรง ดังจะเห็นได้ว่ามีผู้ประกอบการด้านเครื่องดื่มหลายรายหันมาผลิตชาเขียวพร้อมดื่ม ทั้งในรูปแบบบรรจุขวด บรรจุกล่อง หรือบรรจุซองออกมาจำหน่ายกันมากมาย คนไทยเราก็กินมาสนใจดื่มชาเขียวกันเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ จนผู้ประกอบการทั้งหลายต้องงัดกลยุทธ์ออกมาแย่งชิงตลาดผู้บริโภคชาเขียวกันอย่างคึกคัก นอกจากนี้ ยังมีผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่นำชาเขียวไปเป็นส่วนผสม เช่น ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์สุขภาพ ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป เป็นต้น จึงทำให้หลายๆ คนคงอยากจะรู้จักชาเขียวเพิ่มมากขึ้นกว่านี้

ในทิเบต อินเดีย จีน และพม่า ดันชาเป็นต้นไม้ที่คงความเขียวตลอดปี เพื่อให้ได้ชาที่มีคุณภาพดีจะมีการเก็บเกี่ยวยอดและใบอ่อนสองใบของต้นชา การเก็บเกี่ยวจะเริ่มเมื่อต้นชามีอายุได้ 4 ปี เมื่อถึงฤดูเก็บเกี่ยวจะมีการเก็บเกี่ยวใบชาด้วยมือทุก ๆ 2



แปลงเพาะปลูกชาเขียว

ก่อนจะไปรู้จักกับชาเขียว มารู้จักกับต้นชาเสียก่อน ต้นชาเป็นพืชที่มีชื่อวิทยาศาสตร์ว่า คาเมลเลีย ไชนนนิซิส (Camellia Sinensis) เป็นไม้ดอกที่อยู่ในวงศ์เทียซีอี (Theaceae) มีทั้งหมด 28 สกุล และแบ่งออกเป็น 520 ชนิด มีต้นกำเนิด

สปีดชา ต้นชาแต่ละต้นสามารถผลิตใบชาได้ 100 กรัม ต่อปี โดยทั่วไปต้นชามีอายุยืนยาว 25 - 50 ปี แต่ถ้าบำรุงรักษาดีอาจยืนยาวได้ถึง 100 ปี

*อาจารย์ประจำภาควิชาวิทยาศาสตร์ประยุกต์ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ :
วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (พืชวิทยา) มหาวิทยาลัยมหิดล



การเก็บเกี่ยวชาเขียว

ชาที่นิยมดื่มในปัจจุบันอาจแบ่งได้เป็น 3 ชนิดหลักคือ ชาดำ (black tea) ชาอูหลง (oolong) และชาเขียว (green tea) ชาทุกชนิดต่างก็ได้อามาจากใบชาของพืชชนิดเดียวกัน แต่ที่เรียกชื่อแตกต่างกันนั้นก็เนื่องมาจากกระบวนการผลิต (การหมัก) ใบชาที่แตกต่างกันไป

ชาดำ ได้จากการนำใบชามาทำให้แห้งโดยการรีดน้ำที่หล่อเลี้ยงให้ใบชาชุ่มชื้นออกมาเพื่อทำให้ใบชาเหี่ยวและอ่อนลึบ โดยใช้ระยะเวลาทั้งสิ้น 16 ชั่วโมง หลังจากนั้นจึงนำใบชาที่แห้งลึบแล้วนั้นมาคลึงด้วยลูกกลิ้ง บดและฉีก หลังจากนั้นจึงนำไปหมัก ซึ่งหลังจากกระบวนการหมักเสร็จสิ้นแล้ว จะได้ใบชาที่แห้งสนิท

ชาอูหลงผ่านกระบวนการผลิตด้วยการหมักแต่เพียงครั้งหนึ่ง จึงทำให้มีรสชาติดและสรรพคุณอยู่ระหว่างชาดำ และชาเขียว กระบวนการผลิตชาอูหลงเริ่มจากนำใบชามาทำให้แห้งลึบโดยใช้เวลาทั้งสิ้น 6 ชั่วโมง หลังจากนั้นจึงนำไปคลึงด้วยลูกกลิ้ง ฉีก และหมักด้วยระยะเวลา

สั้นๆ ชาอูหลงเริ่มผลิตเป็นครั้งแรกในภาคตะวันออกของประเทศจีนและทางภาคเหนือของไต้หวัน

ชาเขียวผลิตโดยนำใบชามาอบไอน้ำ หลังจากนั้นจึงนำไปคลึงด้วยลูกกลิ้ง ทำให้แห้งอย่างรวดเร็วและไม่ผ่านกระบวนการหมัก จึงทำให้ใบชายังคงมีสีเขียว จากกระบวนการผลิตที่ง่ายและน้อยขั้นตอนทำให้ชาเขียวยังคงมีสารในพืชที่มีประโยชน์ ที่เรียกว่า ไฟโตเคมีคัล (phytochemical) หลงเหลืออยู่มากกว่าชาชนิดอื่นๆ ยังมีชาอีกชนิดหนึ่งที่ยังเป็นที่รู้จักกันน้อยมากแต่กำลังได้รับความสนใจไปทั่วโลกไม่แพ้ชาประเภทอื่น นั่นก็คือ ชาขาว (white tea) ชาขาวได้อามาจากต้นชาชนิดเดียวกัน มีลักษณะใกล้เคียงกับชาเขียว แต่ชาขาวมีปริมาณไม่มากนัก เนื่องจากในแต่ละปีจะสามารถเก็บเกี่ยวได้เฉพาะในบางวันเท่านั้น และช่วงเวลาการเก็บเกี่ยวในแต่ละครั้งก็สั้นมากและต้องทำอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงที่ยอดอ่อนของต้นชาเพิ่งจะผลิออกมาใหม่ และยังคงมีเส้นไหมหรือเส้นขนละเอียดสีเงินปกคลุมอยู่ การเก็บเกี่ยวโดยเลือกเอาแต่เฉพาะยอดอ่อนที่ยังเต็มไปด้วยขนสีขาวปกคลุมนี้เอง ทำให้ได้ชาที่มีลักษณะพิเศษคือมีสีขาว ซึ่งเป็นที่มาของชาขาวนั่นเอง การผลิตชาขาว ใบชาและยอดอ่อนจะถูกนำมอบไอน้ำและทำให้แห้งด้วยวิธีง่ายๆ เหมือนชาเขียว

ชนิดของชาเขียว

ชาเขียวเป็นเครื่องดื่มที่ชาวจีนนิยมกันแพร่หลายมานานกว่า 2700 ปี ก่อนคริสตกาลแล้ว เมื่อชาวจีนค้นพบว่าการดื่มน้ำชาเขียวนอกจากให้ความสดชื่นแล้ว ยังมีสรรพคุณเป็นยารักษาโรค

ปวดหัว ปวดตัว และอาหารไม่ย่อยด้วย หลังจากนั้นประมาณศตวรรษที่ 16 ชาเขียวก็ได้แพร่หลายเข้าไปในยุโรปและญี่ปุ่น ชาญี่ปุ่นขึ้นชื่อการดื่มชาเขียวเป็นอย่างมาก จนกระทั่งเครื่องดื่มชาเขียวกลายเป็นสัญลักษณ์ของคนญี่ปุ่น ชาเขียวในประเทศญี่ปุ่นเรียกว่า “เรียวกุชะ” ซึ่งมีอยู่หลายชนิด เช่น เซ็นชะ (Sencha), เกียวกุโระ (Gyokuro), มัทชะ (Matcha), ฮูจิชะ (Houjicha), เจนไมชะ (Genmaicha) และบันชะ (Bancha)

เซ็นชะ (Sencha) เป็นชาเขียวชนิดที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในญี่ปุ่น ที่ประเทศญี่ปุ่นเขาจะเก็บใบชาอ่อนหลังจากเริ่มฤดูใบไม้ผลิแล้วราว 88 วัน ยอดใบชาอ่อนที่เก็บได้ครั้งแรกของฤดู เป็นชาที่ได้รับความนิยมสูงเรียกว่า ชินชะ (Shincha) หมายถึงชาแรกของฤดู จะว่าไปแล้ว ชินชะก็คือเซ็นชะที่เก็บเกี่ยวครั้งแรกของฤดูใบไม้ผลิ สาเหตุที่ชาชนิดนี้ได้รับความนิยมสูงเป็นพิเศษ เพราะมีกลิ่นหอม มีสีเขียวสดสวยให้ความรู้สึกต่อฤดูกาล

เกียวกุโระ (Gyokuro) เป็นชาเขียวชนิดดีเลิศ ให้รสชาติหวานหอม เจริญเติบโตได้ดีในช่วงที่มีแสงแดดอ่อนๆ

มัทชะ (Matcha) เป็นชาเขียวชนิดผง โดยนำชาเขียวที่เจริญเติบโตได้ดีในช่วงที่มีแสงแดดอ่อนๆ มาอบไอน้ำ ทำให้แห้ง และบดเป็นผง

ฮูจิชะ (Houjicha) ได้จากการนำใบชาเขียวมาทำให้แห้งโดยการอบ (roasting) จะได้ชาเขียวที่มีคาเฟอีนและแทนนินน้อย

เจนไมชะ (Genmaicha) เป็นชาเขียวเซ็นชะที่ผสมกับยอดข้าวบาร์เลย์ มีคาเฟอีนน้อย

บันชะ (Bancha) เป็นชาเขียวคุณภาพต่ำ เนื่องจากเก็บเกี่ยวในช่วงปลายฤดูร้อน

ในการชงชาเขียวให้ได้รสชาติ และเพื่อไม่ให้ทำลายสีเขียวและกลิ่นหอมของใบชา สิ่งสำคัญที่ต้องระมัดระวังก็คือเรื่องอุณหภูมิของน้ำ อุณหภูมิของน้ำที่ใช้จะแตกต่างกันขึ้นอยู่กับชนิดของชาเขียว เช่น การชงชาเขียวเซ็นชะ ให้ใช้น้ำร้อนอุณหภูมิ 70 องศาเซลเซียส คนประมาณ 1 นาที การชงชาเขียวเกียวกุโระ ให้ใช้น้ำร้อนอุณหภูมิ 45 องศาเซลเซียส และคนประมาณ 2 นาที การชงชาเขียวฮูจิชะ, เจนไมชะ และบันชะ ให้ใช้น้ำร้อนต้มเดือด 100 องศาเซลเซียส และคนประมาณ 15 - 20 วินาที ส่วนการชงชาผงมัทชะ (Matcha) ให้เทชาผงมัทชะ 1 ช้อนชาลงในกาน้ำชา แล้วเติมน้ำร้อน 70 องศาเซลเซียส ประมาณ ถ้วย และคนอย่างรวดเร็ว



ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มชาเขียว

ส่วนประกอบและสรรพคุณของชาเขียว

ข้อแตกต่างระหว่างชาเขียวกับชาประเภทอื่น คือ การหมัก การหมักใบชา ยิ่งนานเท่าไร จะยิ่งทำให้ปริมาณสารโพลีฟีนอล (polyphenol) ลดลง และปริมาณคาเฟอีนเพิ่มขึ้น ชาเขียวจึงมีสารสำคัญซึ่งไม่ได้เปลี่ยนไปในขบวนการหมักชา คือ สารแคเทชิน (catechin) ซึ่งเป็นสารในกลุ่มโพลีฟีนอล (polyphenol) มีปริมาณสูง

ถึง 15 - 30 % ของน้ำหนักขา ในขณะที่ชาดำมีเพียง 3 - 10 % สารแคเทชินในชาเขียวมีสรรพคุณเป็นสารต้านอนุมูลอิสระ โดยทำให้อนุมูลอิสระในร่างกายมีประจุเป็นกลาง ซึ่งไม่สามารถเข้าทำลาย DNA ของเซลล์ปกติของร่างกายได้ เซลล์ปกติของเราจึงรอดจากการเป็นมะเร็ง สารชนิดนี้เองจึงเป็นประโยชน์มากมายต่อร่างกาย และจากการศึกษาและรายงานทางการแพทย์โดยสถาบันที่เชื่อถือได้ต่างก็ยืนยันว่าชาเขียวมีสรรพคุณในการบำบัดรักษาโรค นอกจากนี้แล้วชาเขียวยังประกอบด้วยฟลาโวนอยด์ (flavonoids) วิตามินบีรวม วิตามินซี (ใน 1 ถ้วยของชาเขียวจะมีวิตามินซีมากกว่าน้ำส้ม 1 ถ้วย) วิตามินอี กรดอะมิโนบีวทีริก (R - amino butyric acid) และแร่ธาตุฟลูออไรด์ ด้วยองค์ประกอบที่มากมายในชาเขียวนี้อย่างยิ่ง จึงทำให้ชาเขียวมีสรรพคุณทางยามากกว่าชาชนิดอื่นๆ ปริมาณขององค์ประกอบในชาเขียวแต่ละแหล่งอาจแตกต่างกันบ้างเล็กน้อยขึ้นอยู่กับสภาพทางภูมิศาสตร์ของแหล่งเพาะปลูกนั้นๆ ระยะเวลาของการเก็บเกี่ยว และขั้นตอนของกระบวนการผลิต เราลองมาศึกษาองค์ประกอบที่สำคัญบางตัวในชาเขียวกันดู

1. สารต้านอนุมูลอิสระ (antioxidant)

ตัวที่สำคัญในชาเขียวคือ กลุ่มโพลีฟีนอล (polyphenol) ซึ่งประกอบด้วยสารสำคัญ 6 ชนิด คือ แคเทชิน (catechin), แกลโลแคเทชิน (gallocatechin), อีพิกะเทชิน (epicatechin), อีพิกะแอลโลแคเทชิน (epigallocatechin), อีพิกะเทชินแกลเลต (epicatechin gallate), และ อีพิกะแอลโลแคเทชินแกลเลต (epigallocatechin gallate) แต่ที่เด่นๆ คือ epigallocatechin gallate (EGCG) มีการศึกษาว่าสารต้านอนุมูลอิสระในชาเขียวช่วย

ป้องกันไม่ให้ไขมันชนิดความหนาแน่นต่ำ (LDL - low density lipoprotein) ซึ่งเป็นไขมันชนิดไม่ดีมีปริมาณสูงจนเกินไป ซึ่งจะทำให้เกิดการก่อตัวของก้อนไขมันอุดตันหลอดเลือดได้ การดื่มชาเขียวจึงเป็นการช่วยลดอัตราเสี่ยงจากการเป็นโรคหัวใจและโรคเส้นโลหิตในสมองอุดตัน (Stroke) นอกจากนี้ นักวิจัยยังพบว่าสารแคเทชินในชาเขียวมีฤทธิ์ยับยั้งเอนไซม์ที่จำเป็นต่อการเจริญเติบโตของเซลล์มะเร็ง จึงสามารถยับยั้งเซลล์มะเร็งได้ โดยที่ไม่กระทบกับเซลล์ดีของร่างกาย

สารต้านอนุมูลอิสระกลุ่มโพลีฟีนอลในชาเขียว มีประสิทธิภาพในการต่อต้านอนุมูลอิสระในร่างกายได้ดีกว่าวิตามินซี 100 เท่าและดีกว่าวิตามินอี 25 เท่า และสารในกลุ่มโพลีฟีนอล นี้เองที่ทำให้ชาเขียวมีรสชาติขม

2. สารคาเฟอีน (caffeine)

ชาเขียวมีคาเฟอีนน้อยกว่ากาแฟ ชาเขียวมีคาเฟอีนประมาณ 30 - 40 มิลลิกรัม ในปริมาณน้ำชา 6 - 8 ออนซ์ (1 ถ้วยประมาณ 8 ออนซ์) ในขณะที่กาแฟมีคาเฟอีนมากกว่าคือมีประมาณ 100 มิลลิกรัม ในปริมาณ 8 ออนซ์

คาเฟอีน เป็นสารที่กระตุ้นการทำงานของสมอง หากได้รับปริมาณมาก ๆ จะไปเพิ่มอัตราการเต้นของหัวใจ เพิ่มอัตราการหายใจ และเพิ่มความดันโลหิต การได้รับคาเฟอีนติดต่อกันเป็นเวลายาวนานอาจทำให้อ่อนไม่หลับ ปวดหัว และความดันโลหิตสูง ถ้าบริโภคคาเฟอีนที่มีปริมาณเล็กน้อยที่พบในชาเขียว จะช่วยให้กระปรี้กระเปร่า ตื่นตัว แต่คาเฟอีนจะไม่เหมือนสารกระตุ้นการทำงานของสมองชนิดอื่นๆ ตรงที่คาเฟอีนไม่สะสมในร่างกายนาน ร่างกายจะพยายามขับคาเฟอีนออกมาทางปัสสาวะ

คาเพื่อนจึงทำหน้าที่เป็นยาขับปัสสาวะได้ นอก
จากนั้นแล้วคาเพื่อนยังช่วยให้ร่างกายเผาผลาญ
พลังงานเพิ่มขึ้น ทำให้น้ำหนักตัวลดลง

โดยทั่วไปถ้าร่างกายได้รับคาเพื่อนไม่
เกินวันละ 200 มิลลิกรัม ก็ไม่เกิดโทษต่อร่างกาย
ซึ่งในปริมาณนี้จะเท่ากับการดื่มกาแฟประมาณวัน
ละ 2 ถ้วย หรือเท่ากับดื่มชาวันละประมาณ 4-5
ถ้วย เพราะใบชาจะมีคาเพื่อนประมาณ 30-40%
ของกาแฟเท่านั้น หากดื่มมากกว่านี้อาจมีอาการ
นอนไม่หลับ กระสับกระส่าย มือสั่น และความ
ดันโลหิตสูง

3. สารแทนนิน (Tannin)

มีคุณสมบัติตกตะกอนโปรตีนได้ ซึ่ง
เชื้อโรคก็มีโปรตีนเป็นส่วนประกอบ จึงมีฤทธิ์
ต้านแบคทีเรีย และยังมียุทธศาสตร์การเคลื่อนไหว
ของลำไส้ ด้วยเหตุนี้แทนนินจึงมีสรรพคุณรักษา
อาการท้องร่วง (Antidiarrhea) ได้ แก๊บได้และ
สมานแผลเปื่อย (astringent) ได้ สารแทนนินใน
ใบชาเขียว ทำให้มีรสฝาด



วัยรุ่นกับชาเขียว...เครื่องดื่มยอดฮิต

ประโยชน์ของชาเขียว

มีงานวิจัยต่าง ๆ มากมายทั้งในประเทศ
และต่างประเทศที่พบว่า ชาเขียวมีประโยชน์ต่อ
สุขภาพร่างกายหลายประการ ดังนี้

1. ช่วยชะลอภาวะแก่ก่อนวัย (anti-aging) เนื่องจากภาวะแก่ก่อนวัยเกิดจากการที่เซลล์
ในร่างกายถูกอนุมูลอิสระจากมลภาวะภายนอก
รังสี หรือมลพิษจากอาหารไขมันดี ทำให้เซลล์เสื่อม
สภาพ หรือรุนแรงถึงขั้นเซลล์ตาย สารต้านอนุมูล
อิสระ EGCG ในชาเขียวจึงไปต่อต้านอนุมูลอิสระ
ที่จะเข้าโจมตีเซลล์ ส่งผลให้ร่างกายมีเซลล์ดี ไม่
เสื่อมสภาพก่อนวัย

2. ชาเขียวมีฤทธิ์เป็นสารต้านมะเร็ง (anti - carcinogenic effect) จากการศึกษาวิจัย
พบว่าสาร EGCG ช่วยลดภาวะความเป็นพิษของ
สารก่อมะเร็งบางชนิด ช่วยป้องกันไม่ให้ร่างกาย
ได้รับความเสียหายจากอนุมูลอิสระ ช่วยกำจัดการ
ลุกลามของเซลล์เนื้องอก เข้าไปแทรกแซงทั้งใน
กระบวนการก่อตัวและในกระบวนการลุกลาม
ของเซลล์มะเร็ง และช่วยลดอัตราการเป็นมะเร็ง
ในอวัยวะต่าง ๆ ได้ดีโดยเฉพาะมะเร็งกระเพาะ
อาหาร มะเร็งตับอ่อน มะเร็งลำไส้ใหญ่ มะเร็ง
หลอดอาหาร มะเร็งตับ มะเร็งต่อมลูกหมาก และ
มะเร็งปอด สารสกัดจากชาเขียวที่มีคุณสมบัติด้าน
มะเร็งนี้เอง จึงเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาไปสู่
ยาต้านมะเร็งชนิดใหม่ นอกจากนี้มีการศึกษา
พบว่า ผู้ป่วยโรคมะเร็งที่ดื่มชาเขียวจะมีอาการเจ็บ
ปวดน้อยกว่าผู้ป่วยโรคมะเร็งที่ไม่ดื่ม และการ
ศึกษาเร็ว ๆ นี้พบว่า ฤทธิ์ต้านมะเร็งของชาเขียวให้
ผลดีที่ความเข้มข้นของชาเขียวต่ำที่สุดเทียบเท่ากับการ
ดื่มชาเขียววันละ 2-3 ถ้วย

ศาสตราจารย์ โรเจอร์ ธอร์เนลีย์ (Professor Roger Thorneley) จากจอห์น อินเนส เซ็นเตอร์ (John Innes Centre) ในนอร์วิช (Norwich) พบว่ากลไกการต้านมะเร็งเกิดจากสาร EGCG เข้าจับกับเอนไซม์ไดไฮโดรโฟเลตรีดักเทส (dihydrofolatereductase, DHFR) ทำให้เอนไซม์นี้หมดประสิทธิภาพ ไม่สามารถทำงานในกระบวนการสร้าง DNA ของเซลล์เนื้องอก จึงเป็นการหยุดการเพิ่มจำนวนของเซลล์เนื้องอกได้ ซึ่งกลไกการต้านมะเร็งของสาร EGCG ในชาเขียวเหมือนกลไกของยาต้านมะเร็งเมทโทเทร็กซ์ (methotrexate) นอกจากนั้นยังพบว่าความเข้มข้นของ EGCG ในการต้านมะเร็งเป็นความเข้มข้นระดับที่ตรวจพบในเลือดของผู้ป่วยโรคมะเร็งที่ดื่มชาเขียวเพียงวันละ 2-3 ถ้วย

3. ช่วยยับยั้งเชื้อไวรัสเอชไอวี

สาร EGCG ในชาเขียวมีสรรพคุณป้องกันการติดเชื้อไวรัสเอชไอวี ผลการวิจัยทดลองของ Dr. Kuzushige Kawai และผู้ร่วมงานจากมหาวิทยาลัยโตเกียวชี้ให้เห็นว่า สาร EGCG ในชาเขียวเข้มข้นช่วยป้องกันไม่ให้เชื้อเอชไอวีจับตัวกับเม็ดเลือดขาวชนิดที่มีความสำคัญต่อภูมิคุ้มกันในร่างกายของคนเราที่เรียกว่า “ทีเซลล์” (T cells) ซึ่งเป็นด่านแรกที่ทำให้มีโอกาสดูดเชื้อเอชไอวีได้ และก้าวต่อไปของนักวิทยาศาสตร์ ก็คือการศึกษาวิจัยว่า EGCG จะสามารถใช้เป็นยาต้านเชื้อไวรัสเอชไอวีได้อย่างไร มีประสิทธิภาพเพียงไร

4. ช่วยลดระดับคลอเลสเตอรอลในเลือด

โดยทั่วไปคลอเลสเตอรอลไม่ละลายในน้ำ การไหลเวียนในน้ำเลือดจึงต้องอาศัยเกาะไปกับโปรตีนในรูปของไลโปโปรตีน (lipopro-

tein) คลอเลสเตอรอลเมื่อไปที่ตับจะถูกเปลี่ยนเป็นคลอเลสเตอรอลชนิดความหนาแน่นต่ำ (LDL-cholesterol, low density lipoprotein cholesterol) และคลอเลสเตอรอลชนิดความหนาแน่นสูง (HDL-cholesterol, high density lipoprotein cholesterol) คลอเลสเตอรอลชนิดความหนาแน่นต่ำ (LDL-cholesterol) จัดว่าเป็นคลอเลสเตอรอลไม่ดี (bad cholesterol) ซึ่งเมื่อไหลเวียนออกจากตับผ่านไปในกระแสเลือด ไขมันนี้อาจไปตกตะกอนตามผนังหลอดเลือด หากสะสมมากเข้าก็จะทำให้เป็นโรคความดันโลหิตสูง โรคหัวใจ และโรคเส้นโลหิตในสมองอุดตัน ส่วนคลอเลสเตอรอลชนิดความหนาแน่นสูง (HDL-cholesterol) จัดว่าเป็นคลอเลสเตอรอลที่ดี (good cholesterol) ช่วยป้องกันไม่ให้ไขมันตกตะกอนที่ผนังหลอดเลือดคนที่ร่างกายปกติ ค่าระดับคลอเลสเตอรอลทั้งหมดในร่างกายควรต่ำกว่า 200 มิลลิกรัมต่อเดซิลิตร จึงจะไม่เสี่ยงต่อการเป็นโรคหัวใจ ถ้าค่าระดับคลอเลสเตอรอลทั้งหมดในร่างกายอยู่ระหว่าง 200 - 239 มิลลิกรัมต่อเดซิลิตร จัดว่ามีความเสี่ยงสูงต่อการเป็นโรคหัวใจ และหากมากกว่า 240 มิลลิกรัมต่อเดซิลิตร ถือว่ามีความเสี่ยงสูงมากต่อการเป็นโรคความดันโลหิตสูงและโรคหัวใจ คลอเลสเตอรอลในปริมาณปกติ จะทำหน้าที่เป็นสารตั้งต้นที่สำคัญในการสร้างวิตามินดี และฮอร์โมนเพศ ดังนั้นคลอเลสเตอรอลจึงเป็นสารที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย แต่ต้องไม่มากเกินไปโดยอัตราส่วนของ LDL / HDL ในร่างกายไม่ควรเกิน 3.25 การบริโภคชาเขียวจะช่วยลดระดับคลอเลสเตอรอลในเลือดได้ เนื่องจากสาร EGCG ในชาเขียวจะไปเพิ่มประสิทธิภาพของเซลล์ที่มีปฏิกิริยาตอบสนองฤทธิ์ของ LDL (LDL recep-

tors) ในตับ โดยที่ผิวของเซลล์ที่มีปฏิกิริยาตอบสนองฤทธิ์ของ LDL (LDL receptors) จะจับกับโมเลกุลของ LDL ไว้ จึงเป็นการลดปริมาณ LDL ที่ไหลเวียนในโลหิต ลดการตกตะกอนของไขมันที่ผนังหลอดเลือด ป้องกันการเกิดโรคหัวใจ และโรคเส้นโลหิตในสมองอุดตัน

นอกจากนี้ Raederstorff DG และผู้ร่วมงานจากแผนกวิจัยวิตามินและโภชนาการของบริษัทโรช วิตามิน จำกัด (Department of Vitamin and Nutrition Research, Roche Vitamins Ltd.) ยังพบว่าสาร EGCG ในชาเขียวจะไปรบกวนการละลายของคลอเลสเทอรอลในระบบทางเดินอาหาร ส่งผลให้การดูดซึมคลอเลสเทอรอลลดลงด้วย

5. ช่วยรักษาระดับน้ำตาลในเลือด

EGCG ในชาเขียวช่วยเสริมประสิทธิภาพการทำงานของฮอร์โมนอินซูลิน ซึ่งมีหน้าที่ควบคุมระดับน้ำตาลในเลือดให้อยู่ในระดับที่พอดี ไม่มากเกินไป

6. ช่วยล้างพิษออกจากร่างกาย (detoxifying potential)

ชาเขียวช่วยลดความเป็นพิษอันเกิดจากรับสารนิโคตินจากการสูบบุหรี่ ช่วยกำจัดโลหะหนักออกจากร่างกาย รวมทั้งช่วยล้างพิษในระดับด้วย

7. ช่วยควบคุมน้ำหนัก

ในเดือนพฤศจิกายน ปี ค.ศ. 1999 วารสาร American Journal of Clinical Nutrition ได้พิมพ์ผลการศึกษานักวิจัยจากมหาวิทยาลัยเจนีวาในสวิตเซอร์แลนด์ว่า คนที่ดื่มเครื่องดื่มที่มีคาเฟอีนผสมกับสารสกัดจากชาเขียว จะเผาผลาญอาหารและไขมันมากกว่าคนที่ดื่มเครื่องดื่ม

ที่มีเพียงคาเฟอีน

8. วิตามินบีรวมในชาเขียวช่วยให้ร่างกายสดชื่นกระปรี้กระเปร่า

9. ชาเขียวช่วยระงับกลิ่นปาก และป้องกันการเจริญเติบโตของแบคทีเรียในปาก

จากการศึกษาโดยมหาวิทยาลัยเพนซิลวาเนียพบว่า กลุ่มสารโพลีฟีนอลในชาเขียวมีสรรพคุณยับยั้งการเจริญเติบโตของแบคทีเรียที่เป็นสาเหตุของกลิ่นปาก

10. ช่วยป้องกันฟันผุ กลุ่มสารโพลีฟีนอลในชาเขียวมีสรรพคุณยับยั้งแบคทีเรียที่ชื่อ Streptococcus mutans ซึ่งเป็นตัวการสำคัญที่ก่อให้เกิดหินปูนมาเกาะที่ฟัน

ผลิตภัณฑ์เสริมความงามชาเขียว

ด้วยเหตุผลทางด้านคุณสมบัติประโยชน์ต่าง ๆ มากมายในชาเขียว จึงมีผู้นำเอาชาเขียวมาใช้ในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง สารต้านอนุมูลอิสระในผลิตภัณฑ์เสริมความงามชาเขียวนอกจากจะทำหน้าที่เป็นสารยึดอายุการเก็บ (preservative) ของผลิตภัณฑ์แล้ว เมื่อทาลงบนผิวหนังก็ยังช่วยปกป้องผิวหนังจากแสงแดดและลดริ้วรอยแก่ก่อนวัย ตัวอย่างผลิตภัณฑ์เสริมความงามชาเขียว ได้แก่

เจลบำรุงรอบดวงตาที่มีส่วนผสมของชาเขียว (Green tea nourishing eye gel)

ครีมบำรุงรอบดวงตาที่มีส่วนผสมของชาเขียว (Green tea eye cream)

ครีมบำรุงผิวพร้อมสารป้องกันแสงแดด SPF 15 และส่วนผสมของชาเขียว (Skin green tea daily moisture renewal with SPF 15)

โลชั่นที่มีส่วนผสมของชาเขียว (Green tea day lotion)

ครีมบำรุงที่มีส่วนผสมของชาเขียว (Green tea day cream, Green tea night cream)

โลชั่นกันแดดที่มีส่วนผสมของชาเขียว (Green tea sunscreen lotion) และผลิตภัณฑ์เสริมความงามชาเขียวอื่นๆ อีกมากมาย

ปริมาณชาเขียวที่แนะนำให้บริโภค

กรณีของเด็ก ในปัจจุบันนี้ยังไม่มีรายงานเกี่ยวกับผลของการใช้ชาเขียวในเด็ก ดังนั้นจึงยังไม่แนะนำให้เด็กดื่มชาเขียว เนื่องจากชาเขียวจัดเป็นเครื่องดื่มที่มีคาเฟอีนประเภทหนึ่ง ซึ่ง เครื่องดื่มประเภทนี้ไม่เหมาะกับเด็ก

กรณีของผู้ใหญ่ ปริมาณชาเขียวที่แนะนำคือ ไม่ควรเกิน 3 ถ้วยต่อวัน หรือเทียบเท่ากับได้รับสารโพลีฟีนอลประมาณ 240-320 กรัม ถ้าเป็นสารสกัดของชาเขียวในรูปแคปซูล ควรรับประทานไม่เกิน 300-450 มิลลิกรัมต่อวัน

แต่มีข้อห้ามสำหรับสตรีมีครรภ์ ไม่ควรดื่มชาเขียว เพราะอาจเสี่ยงต่อความบกพร่องทางร่างกายของทารก เช่น โรคสไปนา ไบฟิดา (spina bifida เป็นความบกพร่องแต่กำเนิดที่ผนังลำกระดูกสันหลังปิดไม่สนิท) โรคแอนเอนเซฟฟาไล (anencephaly เป็นความผิดปกติของทารกที่เกิดมาไม่มีกะโหลกและสมองบางส่วน) นักวิทยาศาสตร์พบว่าสาเหตุของความผิดปกตินี้อาจเป็นเพราะ EGCG ในชาเขียวไปทำให้ระดับของกรดโฟลิกในสตรีมีครรภ์ลดลงอย่างเห็นได้ชัด และการขาดกรดโฟลิกนี้อาจเสี่ยงต่อการที่ทารกจะเป็นโรคทั้งสองดังกล่าว

ผลข้างเคียงที่อาจเกิดได้จากการดื่มชาเขียว

บางคนอาจเกิดอาการแพ้จากการดื่มชาเขียว เช่น หายใจติดขัด แน่นคอและหน้าอก ริมฝีปาก ลื่น ใบหน้าบวม หรือเป็นลมพิษ เมื่ออาหาร มีอาการท้องผูกหรือท้องเสีย เป็นกังวลนอนไม่หลับ หัวใจเต้นเร็ว หากเกิดอาการดังกล่าว ให้หยุดบริโภคชาเขียว และปรึกษาแพทย์

นอกจากชาเขียวจะก่อให้เกิดผลข้างเคียงในบางคนแล้ว ยังมีคนอีกกลุ่มหนึ่งที่ไม่ควรบริโภคชาเขียวหรือควรปรึกษาแพทย์ก่อนบริโภคได้แก่ ผู้ที่มีปัญหาเกี่ยวกับโรคหัวใจ หรือความดันโลหิตสูง ผู้ที่เป็นโรคไต ผู้ที่เป็นไฮเปอร์ไทรอยด์ (hyperthyroidism เป็นโรคที่เกิดจากการที่ต่อมไทรอยด์ผลิตฮอร์โมนมากเกินไป) ผู้ที่กังวลง่ายหรือมีอาการผิดปกติทางระบบประสาท ผู้ที่มีเลือดออกผิดปกติ หรือมีการแข็งตัวของเลือดที่ผิดปกติ หรือผู้ป่วยที่กำลังรับประทานยาละลายลิ่มเลือด เช่น วาร์ฟาริน (warfarin)

จากรายงานการวิจัยถึงคุณประโยชน์อันมากมายของชาเขียว พอสรุปได้ว่าสิ่งหนึ่งที่ทำให้ชาเขียวมีความพิเศษก็คือ ชาเขียวอุดมไปด้วยสารโพลีฟีนอล โดยเฉพาะสารอีพิแกลโลแคเทชิน แกลเลท (epigallocatechin gallate, EGCG) ซึ่งมีสรรพคุณเป็นสารต้านอนุมูลอิสระ ด้านมะเร็ง ลดคลอเลสเตอรอลในเลือด ควบคุมน้ำตาลในเลือด ควบคุมน้ำหนัก ระวังกลิ่นปาก ป้องกันฟันผุ และประโยชน์อื่นๆ อีกมากมาย ในปัจจุบันมีเครื่องดื่มชาเขียวบรรจุขวด หรือบรรจุกล่องพร้อมดื่มออกมาจำหน่ายในท้องตลาดมากมาย ที่ผู้ผลิตมักจะเติมน้ำตาลลงไปด้วย จึงไม่เหมาะสำหรับคนที่เป็บบาหวาน และคนที่ต้องการลดน้ำหนัก นอกจากน้ำตาลที่เติมลงไปแล้ว ยังเป็นเครื่องดื่ม

ที่มีคาเฟอีนอีกด้วย เครื่องดื่มเหล่านี้จึงควรระบุที่
ฉลากว่าไม่เหมาะสำหรับเด็กและสตรีมีครรภ์ แต่
อย่างไรก็ตามเราในฐานะผู้บริโภคต้องใส่ใจที่จะดู
ปริมาณส่วนผสมในเครื่องดื่มก่อนตัดสินใจซื้อหา
มาบริโภค และพึงระลึกเสมอว่าการบริโภคใน

ปริมาณที่พอเหมาะเท่านั้นที่จะไม่ก่อให้เกิดโทษ
ต่อร่างกาย หากบริโภคอย่างเกินพอหรือตกเป็น
ทาสของเครื่องดื่มเหล่านั้น ผลดีอาจกลายเป็น
ผลร้ายก็ได้

Bibliography

- Ahmad N. and Mukhtar, H. (1999). Green tea polyphenols and cancer : biologic mechanisms and practical implications. **Nutrition Review**, 57, pp. 78-83.
- Dulloo, A. G., et al. (1999, December). Efficacy of green tea extract rich in catechin polyphenols and caffeine in increasing 24-h energy expenditure and fat oxidation in humans **American Journal of Clinical Nutrition**, 70, pp. 1040-1045.
- Graham, H.N. (1992). Green tea composition, consumption, and polyphenol chemistry. *Preventive Medicine*, 21, pp. 334-350.
- Kawai, Kuzushige, et al. (2003, November 13). Green tea agent fights HIV infection. Breaking\ News on Supplements, Nutrition & Healthy Foods. Retrieved April 1, 2005, from <http://www.nutraingredients.com/new/news-NG.asp?n=39015-green-tea-agent>.
- Raederstorff, D.G., et al. (2003). Effect of EGCG on lipid absorption and plasma lipid levels in rats. **Jornal of Nutrition Biochemistry**, 14, 6, pp.326-332.
- Serafini, M., Ghiselli, A. and Ferro-Luzzi, A. (1996). In vivo antioxidant effect of green tea in man. **European Journal of Clinical Nutrition**, 50, pp. 28-32.
- Stensvold I., et al. (1992). Tea consumption : Relationship to cholesterol, blood pressure, and coronary and total mortality. **Preventive Medicine**, 21, pp. 546-553.
- Thorneley, Roger and Mathias, Ray (2005). Brewing up potential anti-cancer drugs from green tea. Retrieved March 22, 2005, from The John Innes Centre web site <http://www.jic.ac.uk/corporate/media-and-public/current-releases/050315.htm>.
- Yoshizuka, Setsuko. (2005). Brewomg Japanese Green Tea. Japanese Cuisine : Green Tea. Retrieved March 24, 2005, from <http://Japanesefood.about.com/cs/drinksteas/a/green tea.htm>.

การจัดการความขัดแย้งที่ได้ทั้งผลงาน และน้ำใจจากคู่กรณี

*ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศิริพร พงศ์ศรีโรจน์

ความขัดแย้งเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ ทั้งนี้เพราะธรรมชาติสร้างมนุษย์ให้เกิดมาด้วยความแตกต่างกันและความไม่เท่าเทียมกัน ทั้งฐานะทางสังคมและฐานะทางเศรษฐกิจ ความขัดแย้งจึงสามารถเกิดขึ้นได้กับทุกคนทุกเชื้อชาติศาสนา และทุกระดับที่การติดต่อสัมพันธ์กัน

เมื่อมีความขัดแย้งเกิดขึ้น วิธีการจัดการความขัดแย้งที่ปฏิบัติกันในยุคแรกๆ ใช้กำลังเข้าต่อสู้ทำลายกัน ผู้ที่มีกำลังเหนือกว่าจะเป็นผู้ชนะ ต่อมาถูกพัฒนาขึ้น โดยมีผู้นำในสังคมหรือผู้บริหารระดับต่างๆ ในองค์กรเป็นผู้ตัดสิน ต่อจากนั้นได้พัฒนาไปสู่รูปแบบทางศาล มีผู้พิพากษาเป็นผู้วินิจฉัยพิพากษาข้อพิพาท จนกระทั่งพัฒนาไปสู่รูปแบบของกระบวนการยุติธรรมของศาลอย่างเต็มรูปแบบ ประกอบด้วย การสืบสวน สอบสวน กระบวนการฟ้องคดี กระบวนการค้นหาข้อเท็จจริงในศาล กระบวนการพิจารณา และพิพากษาคดี จนกระทั่งถึงกระบวนการลงโทษผู้กระทำผิด โดยที่กระบวนการต่างๆ เหล่านี้ ทำให้เกิดบุคคลที่เกี่ยวข้องในกระบวนการยุติธรรมหลายฝ่าย อาทิ

ตำรวจ อัยการ ทนายความ ผู้พิพากษา และราชทัณฑ์ ทั้งนี้ ด้วยความเชื่อที่ว่าศาลเป็นที่พึ่งสุดท้าย อย่างไรก็ตาม สังคมมีความเห็นตรงกันว่า วิธีการนำความขัดแย้งหรือข้อพิพาทไปสู่กระบวนการยุติธรรมทางศาล ยังมีใช้วิธีการจัดการกับปัญหาความขัดแย้งที่ดื้อที่สุดเสมอไป และสามารถเห็นได้ชัดเจนว่ากระบวนการทางศาล ไม่สามารถแก้ไขปัญหาความขัดแย้งของคนในสังคมให้หมดไปได้ เพราะคำตัดสินของศาลที่ต้องมีฝ่ายหนึ่งเป็นผู้ชนะ และอีกฝ่ายหนึ่งเป็นผู้แพ้ (Win-Lose) คำตัดสินของศาลจึงยังไม่ใช่วางออกที่ดีที่สุดของการจัดการความขัดแย้งเสมอไป นอกจากนั้นการนำความขัดแย้งหรือข้อพิพาทไปสู่ศาล ทำให้เกิดปัญหาตามมา ได้แก่ ปัญหาเรื่องความไม่สะดวก ความไม่รวดเร็ว และการสิ้นเปลืองค่าใช้จ่าย ยิ่งไปกว่านั้น ปัญหาข้อขัดแย้งที่เกิดจากแนวคิดที่ไม่ตรงกันในเรื่อง สังคม เศรษฐกิจ การเมือง หรือการจัดการกับทรัพยากรธรรมชาติ ก็อยู่นอกเหนืออำนาจศาลที่จะระงับได้

*อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ : พณ.บ., นบ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และประกาศนียบัตร “ทนายความผู้ไกล่เกลี่ยข้อพิพาท”

ด้วยเหตุดังกล่าวข้างต้น จึงได้มีแนวคิดในการจัดการความขัดแย้งด้วยการหาทางออกร่วมกัน เพื่อระงับความขัดแย้ง หรือจัดการกับปัญหาที่เกิดขึ้น โดยมีเป้าหมายให้คู่พิพาทสามารถทำความเข้าใจกันได้ ในปัญหาที่เกิดขึ้น และสามารถดำเนินชีวิตร่วมกันได้อันจะนำมาซึ่งความสงบสุขของสังคมโดยรวม แทนที่นำความขัดแย้งหรือข้อพิพาทไปสู่ศาล ด้วยการนำวิธี “การยุติข้อพิพาทโดยทางอื่นนอกจากการพิพากษา” (Alternative Dispute Resolution หรือ ADR) มาใช้

ADR มีหลายรูปแบบ เช่น

- การไกล่เกลี่ยข้อพิพาท (Mediation)
- อนุญาโตตุลาการ (Arbitration)
- การประเมินคดีเบื้องต้น (Early Neutral Evaluation)
- การพิจารณาคดีโดยย่อ (Summary Trial)
- สัปดาห์การหาข้อตกลง (Settlement Week)
- การแก้ไขปัญหาโดยสังคม (Community Dispute Resolution)

แต่สภาพนายความเห็นว่า วิธีการ “ไกล่เกลี่ยข้อพิพาท” (Mediation) เป็นวิธีการที่ดีและเหมาะสมที่สุดจะเป็นกลไกสำคัญที่จะช่วยลดปริมาณคดีขึ้นสู่ศาลให้น้อยลงหลายประเทศยอมรับ คู่พิพาทสามารถตกลงกันได้โดยไม่จำเป็นต้องไปศาล เพียงแต่ให้คนสองคนสมัครใจที่จะมาพูดคุยถึงความคิดเห็นที่แตกต่างและพยายามที่จะให้มีการตัดสินใจร่วมในสิ่งที่คู่กรณีมีความห่วงกังวลร่วมกัน ผู้ไกล่เกลี่ยจะโน้มน้าวคู่พิพาทแต่ละฝ่ายให้ลดข้อเรียกร้องหรือความต้องการของตนลง โดยหาทางออกให้คู่พิพาทสามารถโอนอ่อน

ผ่อนผันเข้าหากัน จนนำไปสู่การตกลงกันได้ด้วยความพึงพอใจของทั้งสองฝ่าย เรียกว่า “การประนีประนอมยอมความกัน” (Compromisation)

การไกล่เกลี่ยข้อพิพาท

เป็นวิธีการบริหารจัดการเพื่อระงับข้อพิพาทที่เกิดขึ้นวิธีหนึ่ง และเป็นทางเลือกหนึ่งใน Dispute Resolution (ADR) มีหลักการสำคัญอยู่ที่ความพยายามที่จะยุติข้อพิพาทให้คู่พิพาททำความเข้าใจกัน โดยมีคนกลางทำหน้าที่ไกล่เกลี่ยคนกลางต้องทำหน้าที่ด้วยความอิสระ ปราศจากอคติต่อคู่พิพาททั้งสองฝ่าย พร้อมปรัชญาของการทำหน้าที่ ที่ต้องมีความตั้งใจพยายามให้คู่พิพาทสามารถทำความเข้าใจ และคืนดีกันได้ เพื่อความสุขของคู่พิพาทและสังคม

ประเทศไทยมีการนำวิธีการไกล่เกลี่ยข้อพิพาทมาใช้ในการพิจารณาคดีของศาลเป็นเวลานานแล้วตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2478 ดังปรากฏในประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง ม.20 และ ม.20 ทวิ ที่บัญญัติว่า

“ม.20 ไม่ว่าการพิจารณาคดีจะได้ดำเนินไปแล้วเพียงใด ให้ศาลมีอำนาจที่จะไกล่เกลี่ยให้คู่ความได้ตกลงกัน หรือประนีประนอมยอมความกันในข้อพิพาทนั้น”

“ม.20 ทวิเมื่อศาลเห็นสมควร หรือเมื่อคู่ความฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งร้องขอ ศาลอาจแต่งตั้งบุคคล หรือคณะบุคคลเป็นผู้ประนีประนอม เพื่อช่วยเหลือศาลในการไกล่เกลี่ยให้คู่ความได้ประนีประนอมกัน”

จากบทบัญญัติดังกล่าวจะเห็นได้ว่า วิธีการไกล่เกลี่ยข้อพิพาทเพื่อนำไปสู่การระงับข้อพิพาทด้วยการประนีประนอมยอมความ ไม่เพียง

เป็นเฉพาะวิธีการที่เป็นที่ยอมรับว่าเป็นวิธีการ
ระงับข้อพิพาทที่ศาลนำมาใช้ ให้โอกาสคู่ความที่
จะได้ทำความตกลงกัน ไม่ว่าการพิจารณาคดี
จะได้ดำเนินไปแล้วเพียงใด คู่ความย่อมมีสิทธิที่
จะเจรจาประนีประนอมยอมความกันได้เสมอ
(ระเบียบศูนย์ไกล่เกลี่ยฯปัจจุบันก็ได้ระบุไว้ใน (2)
ว่า ข้อพิพาทที่จะขอให้สหภาพนายความไกล่เกลี่ย
ให้อาจเป็นข้อพิพาทที่ฟ้องร้องเป็นคดีต่อศาลแล้ว
หรือไม่ก็ได้)

ข้อพิพาท ที่กล่าวถึงนี้ หมายถึงข้อโต้
แย้งเกี่ยวกับสิทธิหรือหน้าที่ หรือความรับผิดชอบ
ในทางแพ่ง หรือทางอาญา ที่มีความผิดอันยอม
ความได้ หรือคดีอันใดที่อาจระงับข้อพิพาทได้
และสำนักงานไกล่เกลี่ยข้อพิพาท เห็นควรรับไกล่
เกลี่ยให้

สำหรับข้อพิพาทที่สามารถระงับได้ด้วย
การไกล่เกลี่ย ได้แก่ข้อพิพาทดังต่อไปนี้

- ข้อพิพาททางแพ่งทุกประเภท เช่น กู้ยืม
ค้ำประกัน ชื้อขาย เช่าทรัพย์สิน ครอบครอง มรดก
- ข้อพิพาททางอาญาอันยอมความได้
เช่น บุกรุก ยักยอก ทำให้เสียทรัพย์ หมิ่นประมาท
- ข้อพิพาททางแพ่งเกี่ยวเนื่องกับอาญา
สามารถไกล่เกลี่ยได้ในส่วนแพ่ง เช่น กรณีขับรถ
ชนคนโดยประมาทเป็นเหตุให้ผู้อื่นได้รับบาดเจ็บ
สาหัส สามารถตกลงประนีประนอมยอมความได้
ในส่วนของการค่าเสียหาย ส่วนความผิดตามประมวล
กฎหมายอาญาฐานขับรถโดยประมาทนั้นเจ้าพนักงาน
ตำรวจสามารถดำเนินคดีต่อไปได้

- ข้อพิพาทอื่นๆ ได้แก่ ข้อพิพาททางแรง
งาน ข้อพิพาทเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม หรือประชาชน
จำนวนมาก เช่นการเรียกร้องค่าจ้าง การประท้วง
การก่อสร้างโรงงานไฟฟ้า โรงงานกำจัดขยะ

มูลฝอย เป็นต้น

เนื่องจากการตั้งคนกลางเพื่อมาทำหน้าที่
เป็นผู้ไกล่เกลี่ยข้อพิพาทเป็นหลักการและวิธีการ ที่
บัญญัติไว้ใน ม.20 ทวิ ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดย พรบ.
แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 17) พ.ศ. 2542 และ งานไกล่
เกลี่ยข้อพิพาทก็เป็นเจตนารมณ์ของสหภาพนาย
ความ โดยให้ศูนย์ไกล่เกลี่ยฯ ของสำนักงานไกล่
เกลี่ยฯ สหภาพนายความเป็นผู้ดำเนินงาน ดังนั้น การ
ปฏิบัติงานทั้งปวงจึงต้องอยู่ภายใต้หลักเกณฑ์ที่
สหภาพนายความกำหนดขึ้น จึงจะมีผลบังคับใช้
ตามกฎหมาย หลักเกณฑ์ดังกล่าว ได้แก่ ระเบียบ
ศูนย์ฯด้วยการไกล่เกลี่ย ซึ่งในระเบียบดังกล่าวได้
กล่าวถึง ความหมายของข้อความที่เกี่ยวข้อง
ลักษณะข้อพิพาทที่จะรับดำเนินการ การเข้าสู่
ระบบการไกล่เกลี่ย การแต่งตั้งผู้ไกล่เกลี่ยข้อ
พิพาท การไกล่เกลี่ยและผลงานของการไกล่เกลี่ย
การขึ้นทะเบียน และการฟื้นฟูสภาพจากการเป็นผู้
ไกล่เกลี่ย รวมตลอดถึงการเบิกจ่ายเบี้ยเลี้ยงให้แก่
ผู้ไกล่เกลี่ย

จากระเบียบฯ ได้ให้ความหมายของ ผู้
ไกล่เกลี่ย หมายถึง ทนายความผู้ไกล่เกลี่ยที่ได้รับ
การแต่งตั้งจากผู้อำนวยการให้เป็นผู้ไกล่เกลี่ยข้อ
พิพาท ทนายความผู้ไกล่เกลี่ย หมายถึง ทนายความ
ผู้ผ่านการอบรมความรู้เกี่ยวกับการระงับข้อพิพาท
ของสำนักงานไกล่เกลี่ยข้อพิพาท และได้รับการ
ขึ้นทะเบียนให้เป็นทนายความผู้ทำหน้าที่ไกล่เกลี่ย
ข้อพิพาท

ลักษณะข้อพิพาทที่จะรับดำเนินการ ต้อง
เป็นข้อพิพาทที่ผู้ร้อง เป็นผู้ยากไร้ และ ไม่ได้รับ
ความเป็นธรรม โดยอาจเป็นข้อพิพาทที่ฟ้องร้อง
เป็นคดีต่อศาลแล้วหรือไม่ก็ได้ การเข้าสู่ระบบไกล่
เกลี่ย ผู้ร้องต้องยื่นคำร้องขอรับความช่วยเหลือ

ตามแบบที่ศูนย์ไกล่เกลี่ยกำหนด และต้องยินยอมปฏิบัติตามกฎระเบียบของศูนย์ไกล่เกลี่ยทุกประการ ก่อนทำการไกล่เกลี่ยฯ สำนักงานไกล่เกลี่ยจะสอบถามความประสงค์ไปยังคู่พิพาทอีกฝ่ายหนึ่งก่อน เมื่อได้รับความยินยอมให้ไกล่เกลี่ยข้อพิพาทแล้วให้สำนักงานส่งสำนวนข้อพิพาทให้ศูนย์ไกล่เกลี่ยดำเนินการต่อไป โดยผู้อำนวยการสำนักงานฯ จะตั้งทนายความที่ได้รับการขึ้นทะเบียนไว้เป็นผู้ไกล่เกลี่ยข้อพิพาทในแต่ละสำนวน และในวันนัดไกล่เกลี่ย คู่พิพาทมีสิทธิให้ทนายความของตนเข้าร่วมฟังการไกล่เกลี่ยได้ และในการปฏิบัติหน้าที่ ผู้ไกล่เกลี่ยจะต้องทำหน้าที่ด้วยความเป็นกลาง ด้วยความเป็นธรรมด้วยความรวดเร็วและไม่ถือคติต่อฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง

ขั้นตอนและการบริหารงานไกล่เกลี่ยข้อพิพาท

เพื่อให้การไกล่เกลี่ยข้อพิพาทบรรลุเป้าหมาย การประนีประนอมยอมความนั้นผู้ไกล่เกลี่ยจำเป็นต้องใช้ความรู้และประสบการณ์หลายๆ ด้าน หลักจิตวิทยาในการไกล่เกลี่ยและเทคนิคในการเจรจาต่อรอง เพื่อโน้มน้าวคู่พิพาทให้สามารถปรับความเข้าใจในประเด็นปัญหาที่พิพาท รวมทั้งต้องเป็นผู้ที่มีคุณธรรมและจริยธรรม และมีจรรยาบรรณวิชาชีพ

สำหรับขั้นตอนในการไกล่เกลี่ย มี 3 ขั้นตอน ดังนี้

1. ขั้นเตรียมข้อมูลเบื้องต้น

เมื่อผู้ไกล่เกลี่ยได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบสำนวนการไกล่เกลี่ยแล้ว จะต้องรีบตรวจสอบข้อเท็จจริงและอ่านสำนวน โดยละเอียด เพื่อให้เข้าถึงข้อเท็จจริงที่เป็นปัญหาพิพาท เพื่อเข้าใจสภาพปัญหา ประเด็นที่พิพาท เข้าใจถึงความต้อง

การของคู่พิพาทแต่ละฝ่าย เมื่อเรียบร้อยแล้ว ให้กำหนดวันไกล่เกลี่ยข้อพิพาทภายใน 7 วันนับจากวันตรวจสำนวนเสร็จ

2. การนัดประชุมไกล่เกลี่ย หรือการนัดไกล่เกลี่ย

เชิญคู่พิพาทมาประชุมเพื่อทำการไกล่เกลี่ย ซึ่งเรียกว่าการประชุมนัดแรก โดยผู้ไกล่เกลี่ยต้องทำตามลำดับดังนี้

1) เปิดการไกล่เกลี่ยด้วยการแนะนำตัวผู้ไกล่เกลี่ยให้คู่พิพาททั้ง 2 ฝ่ายรู้จัก แล้วชี้แจงให้คู่พิพาททราบและเข้าใจถึงระเบียบการไกล่เกลี่ยของสำนักงานฯ รวมทั้งข้อตกลงร่วมกัน ด้วยบรรยากาศที่ให้คู่พิพาทเห็นคุณค่า

2) สอบข้อเท็จจริงเพิ่มเติม (หากมี) เพื่อให้ได้ข้อเท็จจริงที่ครบถ้วนสมบูรณ์มากที่สุด

3) การค้นหาประเด็นข้อพิพาท และความต้องการของคู่พิพาทด้วยการวิเคราะห์ หาทางออกในเบื้องต้นไว้ในใจหลายๆ ทาง

4) ไกล่เกลี่ยให้ประนีประนอมกัน เริ่มต้นด้วยการให้คู่พิพาทรับข้อเท็จจริงกันก่อน แล้วจึงพยายามโน้มน้าวคู่พิพาทแต่ละฝ่ายให้ลดข้อเรียกร้องหรือความต้องการของตนลง เพื่อนำไปสู่แนวทางที่ผู้ไกล่เกลี่ยได้วางไว้

5) การวิเคราะห์ผลการไกล่เกลี่ยเพื่อจะได้รู้ว่าโอกาสที่คู่พิพาทจะประนีประนอมยอมความกัน มีมากน้อยเพียงใด โดยที่ผู้ไกล่เกลี่ยไม่ควรเร่งรัด หรือแสดงอาการเบื่อหน่าย แม้จะต้องเลื่อนการไกล่เกลี่ยออกไป

หากการไกล่เกลี่ย สามารถทำความเข้าใจกันได้ ให้ผู้ไกล่เกลี่ยจัดทำสัญญาประนีประนอมยอมความแก่คู่พิพาท แต่หากคู่พิพาทไม่สามารถทำความเข้าใจกันได้ ให้ผู้ไกล่เกลี่ย ใช้

ดุลยพินิจ ตรวจสอบว่าหากยังมีโอกาสจะทำความตกลงกันได้ ก็ให้เลื่อนการไกล่เกลี่ยออกไป และหากพิจารณาอย่างรอบคอบแล้วว่า คู่พิพาทคงไม่สามารถทำความตกลงกันได้ ก็ให้ยุติการไกล่เกลี่ย และถือว่าข้อพิพาทดังกล่าวเสร็จสิ้นไปจากความรับผิดชอบของทนายความผู้ได้รับการแต่งตั้ง

3. การทำสัญญาประนีประนอมยอมความ

กรณีการไกล่เกลี่ยสามารถทำความตกลงกันได้ ผู้ไกล่เกลี่ยจะจัดทำสัญญาประนีประนอมยอมความแก่คู่พิพาท แต่ก่อนที่จะทำสัญญาฯ ผู้ไกล่เกลี่ยจะต้องพิจารณาทบทวนอีกครั้งหนึ่งว่า ข้อตกลงดังกล่าวฝ่าฝืนกฎหมายหรือไม่ หากไม่มีข้อใดฝ่าฝืนต่อกฎหมาย ก็จัดให้คู่พิพาทได้ทำสัญญาประนีประนอมยอมความกัน โดยแยกตามประเภทของข้อพิพาท ดังนี้

1) ข้อพิพาทที่ยังไม่เป็นคดี ทั้งข้อพิพาททางคดีแพ่งและคดีอาญา (ในความผิดที่ย่อมความกันได้)

ให้ผู้ไกล่เกลี่ยจัดทำสัญญาประนีประนอมยอมความแล้วให้คู่พิพาทลงลายมือชื่อไว้เป็นหลักฐาน

2) ข้อพิพาทที่เป็นคดีในศาล

ก่อนทำสัญญาประนีประนอมยอมความ ผู้ไกล่เกลี่ยต้องสอบถามความประสงค์ของคู่พิพาทก่อนว่า ประสงค์จะทำสัญญาประนีประนอมยอมความนอกศาลหรือในศาล โดยต้องชี้แจงความแตกต่างทางกฎหมาย และผลดีผลเสียของการทำสัญญาประนีประนอมยอมความในแต่ละแบบให้คู่พิพาททราบ หลังจากนั้นจึงทำสัญญาฯ ตามประสงค์ของคู่พิพาท โดยหากเป็นการประนีประนอมในศาล ผู้ไกล่เกลี่ยต้อง

แนะนำคู่พิพาทให้นำสัญญาประนีประนอมฯ ไปยื่นต่อศาลที่ฟ้องร้องเป็นคดีกัน เพื่อให้ศาลมีคำพิพากษาตามสัญญาประนีประนอมอีกครั้งหนึ่ง (กรณีคดีแพ่ง) และในสัญญาต้องให้ฝ่ายที่เป็นโจทก์ (กรณีคดีอาญา) ระบุเป็นข้อตกลงไว้ในสัญญาฯ ว่าจะต้องไปถอนฟ้องภายในกี่วันด้วย

อนึ่งหากคู่พิพาทไม่สามารถทำความตกลงกันได้ ผู้ไกล่เกลี่ยต้องใช้ดุลยพินิจตรวจสอบว่า จะยังมีโอกาสที่จะทำความตกลงกันได้หรือไม่ เพราะหากยังมีโอกาสก็จะพยายามต่อไป โดยเลื่อนการไกล่เกลี่ยออกไปอีกครั้งหนึ่ง หรือหากได้เลื่อนแล้ว หรือได้พิจารณาอย่างรอบคอบแล้วว่าคู่พิพาทคงไม่สามารถทำความตกลงกันได้ ก็จะไม่เป็นประโยชน์ที่จะทำการไกล่เกลี่ยต่อไป ก็ให้ยุติการไกล่เกลี่ย และถือว่า ข้อพิพาทดังกล่าวเสร็จสิ้นไปจากความรับผิดชอบของทนายความผู้ได้รับการแต่งตั้ง

สัญญาประนีประนอมยอมความต้องทำขึ้น 3 ชุด มอบให้คู่พิพาทแต่ละฝ่ายฝ่ายละ 1 ชุด และเก็บรวมไว้เป็นหลักฐานในสำนวน 1 ชุด หลังจากนั้นให้ทำรายงานการไกล่เกลี่ย พร้อมลงลายมือชื่อคู่พิพาท เป็นหลักฐานเก็บรวมเข้าสำนวนด้วย

การบริหารงานไกล่เกลี่ยข้อพิพาท

เนื่องจากการไกล่เกลี่ยข้อพิพาทเป็นการบริหารจัดการข้อพิพาท (Dispute Management) ที่มีอยู่ให้เสร็จสิ้นไป ซึ่งย่อมจำเป็นที่ต้องกระทำเป็นระบบ ทั้งก่อนและหลังการไกล่เกลี่ย เพื่อเป็นแนวปฏิบัติในการบริหารข้อพิพาท

สำหรับแนวทางในการบริหารงานไกล่เกลี่ยข้อพิพาท มีดังนี้

1. การตรวจคัดข้อพิพาทก่อนเข้าสู่ระบบ

เนื่องจากข้อพิพาทที่จะเข้าสู่ระบบไกล่เกลี่ย ต้องผ่านขั้นตอนการขอรับความช่วยเหลือ ต่อสำนักงานช่วยเหลือประชาชนทางกฎหมาย โดยยื่นเป็นคำร้องก่อน เมื่อทนายความมีคำสั่งให้ รับความช่วยเหลือแล้ว สำนักงานฯ จะส่งเรื่องให้ ผู้อำนวยการสำนักงานไกล่เกลี่ยข้อพิพาทพิจารณา เมื่อผู้อำนวยการสำนักงานฯ ตรวจสอบคำร้องแล้ว และ เห็นว่า เป็นข้อพิพาทที่สามารถทำความตกลงกันได้ ก็จะทำหนังสือสอบถามความประสงค์ไปยังคู่ พิพาทอีกฝ่ายหนึ่ง เมื่อคู่พิพาทฝ่ายนั้นตอบรับที่ จะให้ไกล่เกลี่ยข้อพิพาท ผู้อำนวยการฯ จึงจะส่งรับ เรื่องเข้าสู่สารบบคดีไกล่เกลี่ยโดยออกหมายเลข สารบบประจำคดีให้

2. การตั้งทนายความผู้ไกล่เกลี่ย

เมื่อผู้อำนวยการสำนักงานฯ ส่งรับข้อ พิพาทเข้าสู่ระบบไกล่เกลี่ย และออกหมายเลข

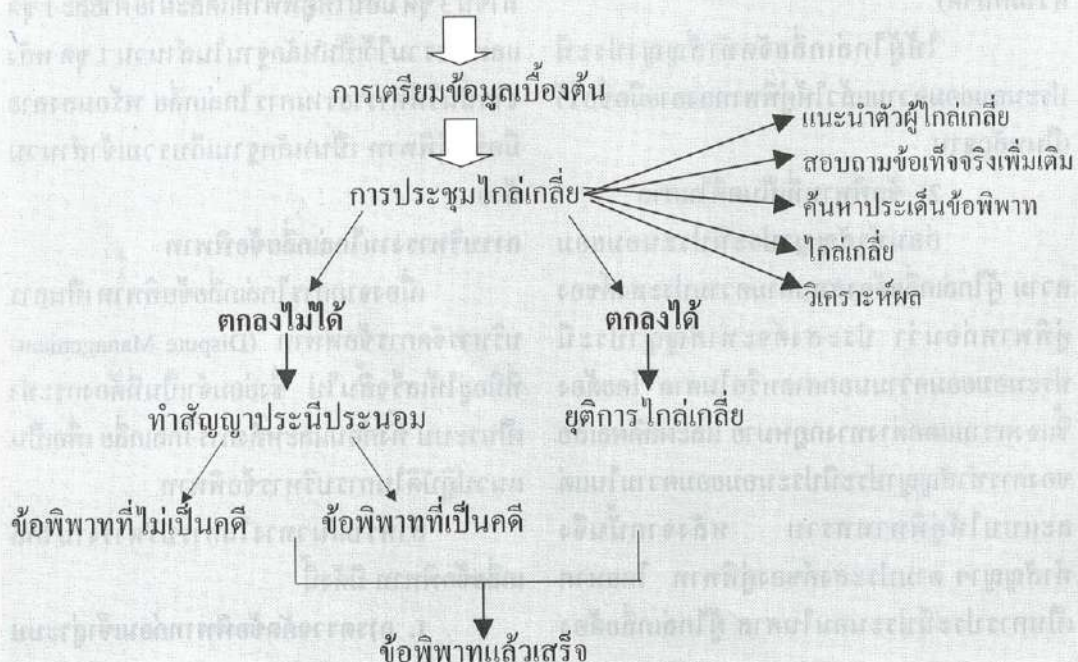
สารบบประจำคดีให้แล้ว ก็จะมีคำสั่งแต่งตั้งทนาย ความผู้ไกล่เกลี่ยข้อพิพาทประจำสำนวนให้พร้อม กำหนดวันนัดตรวจสอบสำนวน ไปยังทนายความผู้ได้ รับแต่งตั้งทางไปรษณีย์ลงทะเบียนตอบรับ

3. การตรวจสอบสำนวน

ทนายความเมื่อได้รับทราบคำสั่งการ แต่งตั้งให้เป็นผู้ไกล่เกลี่ยในคดีใดแล้ว ต้องเริ่ม ดำเนินการดังนี้

1) ตรวจสอบข้อเท็จจริงในสำนวน ณ ศูนย์ไกล่เกลี่ยฯ ตามวันนัด เพื่อพิจารณาว่า ตนเอง มีส่วนได้เสียหรือเกี่ยวข้องกับอันอาจมี ผลกระทบต่อการปฏิบัติหน้าที่ด้วยความ เป็นกลาง หรือไม่ หากพบเหตุดังกล่าว ให้ทนายความผู้นั้น ปฏิเสธไม่รับหน้าที่และ รายงานเหตุให้ผู้อำนวยการฯ ทราบภายใน 7 วัน นับจากวันที่ได้รับการ แต่งตั้ง

ขั้นตอนการไกล่เกลี่ยข้อพิพาท



2) หากทนายความที่ได้รับการแต่งตั้ง ตรวจสอบแล้ว ไม่พบเหตุดังกล่าว ใน 1) ให้รีบตรวจสอบข้อเท็จจริงในสำนวน เพื่อทราบปัญหาและประเด็นที่พิพาทให้แล้วเสร็จภายใน 15 วัน นับจากวันนัดตรวจสอบสำนวนครั้งแรก เมื่อเสร็จแล้วให้กำหนดวันไกล่เกลี่ยข้อพิพาทภายใน 7 วัน นับจากวันตรวจสอบสำนวนเสร็จ

4. การประชุมไกล่เกลี่ยหรือนัดไกล่เกลี่ย

ในการไกล่เกลี่ย ผู้ไกล่เกลี่ยต้องแจ้งให้คู่พิพาททราบว่า คู่พิพาทมีหน้าที่ต้องให้ข้อเท็จจริงตามความเป็นจริง และจะนำข้อเท็จจริงที่ได้จากการไกล่เกลี่ยไปกล่าวอ้างในคดีใดๆ ไม่ได้

หากการไกล่เกลี่ยสามารถทำความตกลงกันได้ ให้ผู้ไกล่เกลี่ยจัดทำสัญญาประนีประนอมยอมความแก่คู่พิพาทแยกตามประเภทข้อพิพาท แต่หากคู่พิพาทไม่สามารถทำความตกลงกันได้ ให้ผู้ไกล่เกลี่ยใช้ดุลยพินิจ ว่ายังมีโอกาสที่คู่พิพาทจะทำความตกลงกันได้หรือไม่ หากยังมีโอกาสเพียงเล็กน้อย ก็ให้พยายามอีกครั้ง โดยเลื่อนการไกล่เกลี่ยออกไป แต่หากผู้ไกล่เกลี่ยพิจารณาอย่างรอบคอบ หรือได้เลื่อนการไกล่เกลี่ยไปแล้ว คู่พิพาทยังคงไม่สามารถทำความตกลงกันได้ ก็ให้ยุติการไกล่เกลี่ยและถือว่าข้อพิพาทดังกล่าวเสร็จสิ้นไปจากความรับผิดชอบจากทนายความผู้ได้รับการแต่งตั้ง

เมื่อเสร็จการไกล่เกลี่ยแต่ละครั้ง ทนายความเจ้าของสำนวนต้องบันทึกรายงานไกล่เกลี่ยรวมเข้าสำนวนไว้ทุกครั้ง ให้คู่พิพาทลงลายมือชื่อไว้เป็นหลักฐาน

5. การลงสารบบข้อพิพาทที่แล้วเสร็จ

ข้อพิพาททั้งที่ทำความตกลงกันได้ และที่ผู้ไกล่เกลี่ยมีคำสั่งให้ยุติการไกล่เกลี่ย ถือเป็น

ข้อพิพาทที่แล้วเสร็จ ซึ่งเจ้าหน้าที่งานสารบบจะนำลงสารบบข้อพิพาทที่แล้วเสร็จ เรียงลำดับจัดเก็บสำนวนเป็นรายปี เก็บรักษาไว้อย่างน้อย 5 ปี

6. งานสถิติ

เจ้าหน้าที่สารบบ หรือเจ้าหน้าที่งานสถิติ (หากมี) ต้องจัดทำสถิติข้อพิพาทที่ศูนย์ไกล่เกลี่ยฯ แต่ละแห่งทั่วประเทศ ได้รับไว้ดำเนินการ โดยแยกเป็นงานที่แล้วเสร็จ เพราะเหตุที่คู่พิพาทสามารถตกลงกันได้ และงานที่แล้วเสร็จเพราะเหตุผู้ไกล่เกลี่ยมีคำสั่งให้ยุติการไกล่เกลี่ย

ทั้งนี้ เพื่อใช้ประโยชน์ในการ

1) เป็นข้อมูลประกอบรายงานที่จะนำเสนอต่อ คณะกรรมการที่เกี่ยวข้องต่อไป

2) เป็นข้อมูลประกอบการประเมินผลงาน

3) เป็นข้อมูลประกอบในการวางแผน หรือกำหนดนโยบายเกี่ยวกับงานไกล่เกลี่ยข้อพิพาทในอนาคตต่อไป และ

4) เป็นข้อมูลสำหรับการศึกษาวิจัยปัญหาข้อพิพาท และการไกล่เกลี่ยข้อพิพาท

ผลทางกฎหมายของการไกล่เกลี่ยสัญญา
ประนีประนอมยอมความที่ผู้ไกล่เกลี่ยได้จัดทำขึ้น หลังจากที่คู่พิพาทสามารถทำความตกลงกันได้ ย่อมมีผลให้ข้อพิพาทเดิมเป็นอันระงับสิ้นไป และคู่พิพาทแต่ละฝ่ายต่างได้สิทธิตามที่ตกลงและกำหนดไว้ในสัญญาประนีประนอมที่ทำขึ้น

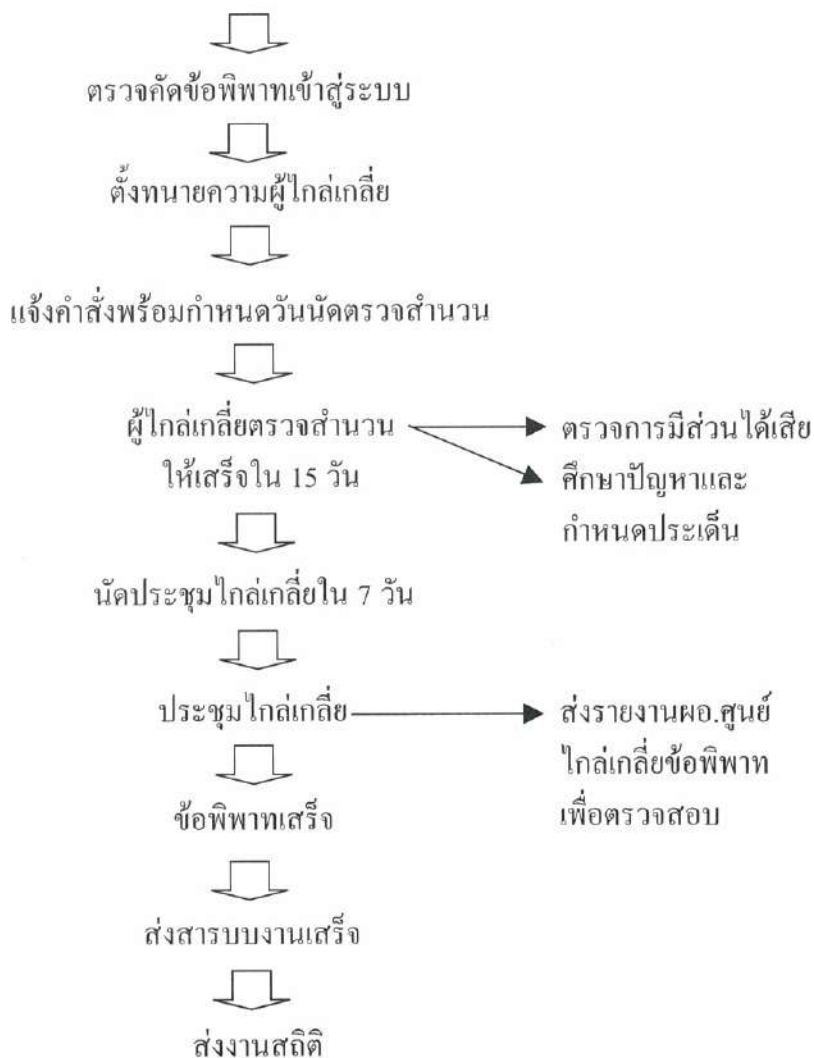
ส่วนข้อพิพาทที่เป็นคดีในศาลแล้ว เมื่อคู่พิพาททำความตกลงกันได้ ศาลจะเป็นผู้ทำสัญญาประนีประนอมยอมความให้ แล้วมีคำพิพากษาตามสัญญาประนีประนอมยอมความนั้น ผลของการทำสัญญาประนีประนอมยอมความในศาล จะมีผลให้คดีดังกล่าวเสร็จสิ้นและถึงที่สุด (ตาม

ป.วิ.แพ่ง ม. 138) คู่พิพาทจะอุทธรณ์คำพิพากษานั้นไม่ได้

จากรายละเอียดดังกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่า การที่ผู้ไกล่เกลี่ย สามารถจัดการไกล่เกลี่ยความขัดแย้งของคู่พิพาท จนคู่พิพาทสามารถบรรลุข้อตกลงร่วมกันได้โดยไม่ต้องเสียเวลา ไม่

ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการดำเนินคดีในทางศาล ตรงข้ามกลับทำให้คู่กรณีทั้งสองฝ่ายพอใจ และสามารถอยู่ร่วมกันในสังคมได้ต่อไป ย่อมถือได้ว่าผู้ไกล่เกลี่ยได้จัดการความขัดแย้ง โดยได้ทั้งผลงานและน้ำใจจากคู่กรณีโดยแท้

โครงสร้างการบริหารงานไกล่เกลี่ยข้อพิพาท



บรรณานุกรม

- ระเบียบศูนย์ไถ่เกี้ยซือพิพาท สภานายความฯ ว่าด้วยการไถ่เกี้ยซือพิพาท พ.ศ. 2547. (2547).
กรุงเทพฯ : ศูนย์ไถ่เกี้ยซือพิพาท สภานายความแห่งประเทศไทย.
- ศิริพร พงศ์ศรีโรจน์. (2546). องค์การและการจัดการ. (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจ
บัณฑิตย.
- สุรัชย์ เลียงบุญเลิศชัย. (2547). หลักการและแนวคิดเกี่ยวกับการไถ่เกี้ยซือพิพาท. กรุงเทพฯ :
คณะกรรมการไถ่เกี้ยซือพิพาท สำนักงานคณะกรรมการช่วยเหลือประชาชนทางกฎหมาย

ตลาดพันธบัตรเอเชีย : การสำรวจ

*อนุวัฒน์ ชลไพศาล

“...Like successful business, an economy will never succeed without proper financial instrument and management. Given the financial volatility of Asia in recent years, I have always been disheartened by the lack of proper financial instruments in Asia to utilize our own capital to create our own wealth.

Yet, we have never managed to utilize these reserves to create our own wealth. We have so far only transferred our wealth through either fixed assets or debt instruments of the west. In turn, these reserves - our own reserves - were used to create and add more wealth to the Western hemisphere.

Therefore the creation of the Asian Bond Fund and the Asian Bond Market represents the new architecture of the world of differences. It is a powerful instrument, which will enable surplus capital from one Asian country to create wealth in another. It is only a mean to an end, but not an end itself. It will greatly contribute not only to ensure the full recovery of our economies but also to promote the adoption of the best practices on Asia's capital market development. The establishment of Asian Bond will bring about benefits to every Asian country.”

Thaksin Shinawatra

Speech at the Asia Cooperation Dialogue (ACD) 2nd Meeting,

Chaing Mai, 21-22 June, 2003

*อาจารย์ประจำคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ : เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (ศึกษาเป็นภาษาอังกฤษ)
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ภายหลังวิกฤตการณ์การเงินเอเชียเริ่มต้นในปี 2540 กลุ่มประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกต่างให้ความสำคัญกับข้อเสนอการออกแบบสถาปัตยกรรมการเงินภายในภูมิภาคเอเชียใหม่ (Asian Financial Architecture)¹

เหตุสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้เกิดความต้องการออกแบบสถาปัตยกรรมการเงินภายในภูมิภาคเอเชียใหม่ เกิดจากข้อพิพาทเชิงประจักษ์ที่ว่า ธรรมชาติของวิกฤตการณ์การเงินมีแนวโน้มที่จะแพร่กระจายภายในภูมิภาค (Regional Contagion) ดังเช่น วิกฤตการณ์การเงินในภูมิภาคลาตินอเมริกาและเอเชียที่เริ่มต้นในปี 2537 และ 2540 ตามลำดับ แต่ไม่เกิดการแพร่กระจายวิกฤตการณ์การเงินทั่วโลก (Global Contagion) ผลของงานศึกษาเชิงประจักษ์ในความข้อนี้นี้ ดูอาทิ Glick and Rose (1999) และ Kaminsky and Reinhart (1999) เป็นต้น

เมื่อพิจารณาข้อเสนอการออกแบบสถาปัตยกรรมการเงินเอเชียหลังวิกฤตการณ์ในปี 2540 ถึงปัจจุบัน เราสามารถจำแนกข้อเสนอออกเป็น 2 รุ่น คือ

ข้อเสนอรุ่นแรก ประกอบด้วย ข้อเสนอการจัดตั้งกองทุนการเงินเอเชีย (Asian Monetary Fund) โดยประเทศญี่ปุ่น และข้อเสนอการจัดตั้งธนาคารเอเชียเพื่อการบูรณะและพัฒนา (Asian Bank for Reconstruction and Development) โดยฮ่องกง

ข้อเสนอรุ่นที่สอง ประกอบด้วย ข้อเสนอการจัดระบบอัตราแลกเปลี่ยนภายในภูมิภาคเอเชีย

อันประกอบด้วยสามข้อเสนอหลักคือ ข้อเสนอเรื่อง Asian Dollar Standard, Common Currency Area และ Currency Basket Regime และ ข้อเสนอการจัดตั้งตลาดพันธบัตรเอเชีย โดยประเทศไทย ข้อเสนอการจัดตั้งตลาดพันธบัตรเกิดขึ้นครั้งแรกเมื่อ ทักษิณ ชินวัตร ในฐานะนายกรัฐมนตรีของไทย เสนอสุนทรพจน์ในที่ประชุมความร่วมมือเอเชีย (Asia Cooperation Dialogue: ACD) ครั้งที่ 1 ในเดือนมิถุนายน 2545 หลังจากนั้น ข้อเสนอการจัดตั้งตลาดพันธบัตรเอเชียก็กลายเป็นวาระพิจารณาสำคัญในกรอบความร่วมมือภายในภูมิภาคเอเชียต่าง ๆ

อย่างไรก็ตามเป็นที่น่าสังเกตว่า ประเด็นสำคัญของข้อเสนอการจัดตั้งตลาดพันธบัตรเอเชียทั้งในเรื่องสาเหตุของการจัดตั้ง สาธารณประโยชน์ของข้อเสนอ เงื่อนไขจำเป็นพื้นฐาน และอุปสรรคในการจัดตั้งตลาดพันธบัตรเอเชียกลับไม่ได้รับความสำคัญจากงานศึกษาเศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศของไทยในปัจจุบันเท่าที่ควร

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ในการตอบคำถาม เสนอสาระสำคัญ และสำรวจสถานะความรู้ของข้อเสนอการจัดตั้งตลาดพันธบัตรเอเชียในสามประเด็นต่อไปนี้

ส่วนแรก ตอบคำถามที่ว่า เหตุใดจึงมีความต้องการจัดตั้งตลาดพันธบัตรเอเชีย ส่วนที่สอง เสนอสาระสำคัญและพัฒนาการของข้อเสนอตลาดพันธบัตรเอเชีย และ ส่วนที่สาม สำรวจสถานะความรู้ในงานศึกษาที่ดังข้อสังเกตชี้ให้เห็นเงื่อนไขจำเป็นพื้นฐาน และอุปสรรคในการจัดตั้ง

¹ผู้สนใจรายละเอียดและสาระสำคัญของข้อเสนอการออกแบบสถาปัตยกรรมการเงินในภูมิภาคเอเชียหลังปี 2540 โปรดดู Bird and Rajan (2002), อนุวัฒน์ ชลไพศาล (2547ก)

เหตุใดจึงมีความต้องการจัดตั้งตลาดพันธบัตรเอเชีย

"If I (could) turn back the clock and have a wish.....high in its ranking would a well-functioning Thai baht bond market"

Chatumongol Sonakul MR., The Governor of Bank of Thailand

Speech at Asian Development Bank conference,

Manila, 28-30 March 2000

ตลาดพันธบัตรเอเชีย

เหตุพื้นฐานของความต้องการจัดตั้งตลาดพันธบัตรเอเชียเกิดจากประสบการณ์จากภาวะไร้เสถียรภาพของประเทศในภูมิภาคเอเชียภายหลังวิกฤติการณ์การเงินปี 2540 โดยต้องการจัดตั้งตลาดพันธบัตรเอเชียเพื่อเป็นเครื่องมือในการรักษาเสถียรภาพในภูมิภาคเอเชีย และป้องกันวิกฤติการณ์การเงินที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งจากการสำรวจวรรณกรรมสามารถจำแนกความต้องการจัดตั้งตลาดพันธบัตรเอเชียออกเป็น 3 ประการคือ

หนึ่ง ใช้ตลาดพันธบัตรเอเชียเป็นแหล่งดูดซับเงินออมเพื่อสนับสนุนการลงทุนในภูมิภาคเอเชีย สอง ใช้ตลาดพันธบัตรเอเชียสนับสนุน Market-Based Financial System และลดบทบาท Bank-Based Financial System และ สาม ใช้ตลาดพันธบัตรเอเชียแก้ปัญหา Maturity และ Currency Mismatch

- ดูดซับเงินออมเพื่อสนับสนุนการลงทุนในภูมิภาคเอเชีย

สุนทรพจน์ของ Shinawatra (2002; 2003), Jaovisidha (2003) เป็นตัวแทนในความต้องการที่จะใช้ตลาดพันธบัตรเอเชียเพื่อดูดซับเงินออมภายในภูมิภาคเอเชียเพื่อสนับสนุนการลงทุนในภูมิภาค ความต้องการข้อนี้เกิดจากข้อเท็จจริงที่

ว่า ช่วงก่อนวิกฤติการณ์การเงินในปี 2540 เอเชียเป็นภูมิภาคที่มีเงินออมสูงแต่เนื่องจากการขาดการพัฒนาตลาดพันธบัตรในภูมิภาคเอเชีย ทำให้เงินออมที่ต้องการลงทุนในระยะยาวส่วนใหญ่มุ่งไปลงทุนในตลาดพันธบัตรสหรัฐอเมริกา หรือ สภาพยุโรป

การขาดการพัฒนาตลาดพันธบัตรเอเชียทำให้นักลงทุนในเอเชียที่ต้องการเงินลงทุนต้องเสียต้นทุนธุรกรรม (Transaction cost) จากการติดต่อกู้เงินจากสถาบันการเงินในอเมริกาและยุโรป จากเหตุผลดังกล่าว ทำให้ข้อเสนอการจัดตั้งพันธบัตรเอเชียเริ่มแรกเพื่อเป็นแหล่งดูดซับเงินออมในเอเชียเพื่อการลงทุนในเอเชีย ได้รับการสนับสนุนในเบื้องต้น (อาทิ วีรพงษ์ รามางกูร (2545) ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2545)) โดยเชื่อว่าการจัดตั้งตลาดพันธบัตรเอเชียสามารถลดต้นทุนธุรกรรมของนักลงทุนจากการเจรจากับตัวแทนสถาบันการเงินในอเมริกาและยุโรป ซึ่งอาจทำให้ผลตอบแทนจากการลงทุนในพันธบัตรสูงกว่าและ/หรือ นักลงทุนสามารถกู้ยืมจากแหล่งเงินกู้ระยะยาวด้วยอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่ต่ำกว่าและเงื่อนไขผูกพันเงินกู้ที่ผ่อนปรนมากกว่า

- สนับสนุน Market-Based Financial System และลดบทบาท Bank-Based Financial System

“ระบบการเงินมีสถาปัตยกรรมที่แตกต่างกันอยู่ 2 แบบ โดยที่แต่ละแบบอยู่คนละขั้วแบบที่หนึ่ง เป็นระบบการเงินที่พึ่งธนาคารเป็นฐาน หรือ Bank-Based Financial System แบบที่สอง เป็นระบบการเงินที่พึ่งตลาดเป็นฐาน หรือ Market-Based Financial System”

รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์ (2545)

ในช่วงก่อนเกิดวิกฤตการณ์การเงิน 2540 ประเทศในเอเชียส่วนใหญ่ใช้ระบบการเงินที่พึ่งธนาคารเป็นฐาน (Bank-Based Financial System) โดยธนาคารทำหน้าที่หลักในการเป็นตัวกลางในการจัดสรรทรัพยากรการเงินสู่ภาคอุตสาหกรรมที่รัฐเห็นว่าควรส่งเสริมให้พัฒนา

รัฐใช้ระบบการเงินที่พึ่งธนาคารเป็นฐานเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมอุตสาหกรรมภายในประเทศ มีผลให้ความสัมพันธ์ระหว่างรัฐ ธนาคาร และกลุ่มผู้ประกอบการเอกชนปรากฏเด่นชัดทั้งในกรณีประเทศญี่ปุ่นและเกาหลีใต้

อย่างไรก็ตาม งานวิชาการบางส่วนในช่วงก่อน 2540 ชี้ว่า การที่ประเทศในภูมิภาคเอเชียส่วนใหญ่พึ่งพิงระบบธนาคารเป็นฐานอาจนำไปสู่ปัญหาในอนาคต กล่าวคือ ข้อเท็จจริงพบว่าประเทศส่วนใหญ่ในเอเชียเมื่อมีการจัดสรรทรัพยากรที่พึ่งพิงระบบธนาคารเป็นฐานเพียงด้านเดียว กลับมีผลให้ตลาดพันธบัตร ซึ่งสามารถเป็นแหล่งเงินทุนระยะยาวที่มีเสถียรภาพ กลับไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร และเสนอว่า ประเทศในเอเชียตะวันออกควรพัฒนาตลาดพันธบัตรควบคู่ไปกับการพึ่งพิงธนาคารในการจัดสรรทรัพยากร โดยตลาดพันธบัตรที่มีประสิทธิภาพจะช่วยให้กลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกสามารถรักษาระดับการ

เจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในภาวะที่มีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องของระดับการเปิดเสรีทางการเงิน (Della and Khatkhat, 1996)

เมื่อวิกฤตการณ์การเงิน 2540 เริ่มขึ้น การพึ่งพิงธนาคารในการจัดสรรทรัพยากรในกรณีเอเชียถูกแสดงให้เห็นจุดอ่อนในประเด็นที่ว่า การพึ่งพิงธนาคารก่อให้เกิดความไร้ประสิทธิภาพในการจัดสรรทรัพยากรการเงิน กล่าวคือ ระบบการเงินที่พึ่งพิงธนาคารเป็นฐาน มีส่วนทำให้ตลาดพันธบัตรในภูมิภาคขาดการพัฒนา และมีส่วนทำให้ภาคธนาคารมีขนาดใหญ่เกินไป ความได้เปรียบจากขนาดของธนาคารและตลาดพันธบัตรที่หายไป (Missing market) ทำให้ธนาคารสามารถประพัตินคั่งผู้ผูกขาดการเป็นตัวกลางทางการเงิน อันมีผลให้อัตราดอกเบี้ยไม่สามารถสะท้อนต้นทุนค่าเสียโอกาสในการลงทุน ทำให้ระดับการลงทุนในบางกิจกรรมมากหรือน้อยเกินไป

งานศึกษาที่ชี้ให้เห็นจุดอ่อนของระบบการเงินที่พึ่งพิงธนาคารเป็นฐานและเสนอให้กลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเปลี่ยนแปลงสถาปัตยกรรมจากระบบการเงินที่พึ่งพิงธนาคารเป็นฐาน (Bank-Based Financial System) สู่ระบบการเงินที่พึ่งตลาดเป็นฐาน (Market-Based Financial System) และมุ่งพัฒนาตลาดพันธบัตรภายในภูมิภาค อาทิ Herring and Chatusripitak (2000)

อย่างไรก็ตาม วิวาทะในประเด็นเรื่องความสามารถในการจัดสรรทรัพยากรของสถาปัตยกรรมการเงินทั้งสองแบบในช่วงหลังปี 2540 จนถึงปัจจุบันยังไม่สามารถหาข้อยุติได้

ในวิวาทะเริ่มแรก Boot and Thakor (1997) เสนอแบบจำลองเพื่ออธิบายพัฒนาการของตลาดการเงินในกลุ่มประเทศเกิดใหม่ (Emerging

economics) โดยชี้ให้เห็นว่า ตลาดการเงินมีแนวโน้มจะเริ่มต้นการพัฒนาจากระบบการเงินที่พึ่งธนาคารเป็นฐาน ผู้ระบบการเงินที่พึ่งตลาดเป็นฐาน โดยการเพิ่มเครื่องมือทางการเงินใหม่ ๆ มีแนวโน้มจะทำให้การเปลี่ยนผ่านจากระบบเศรษฐกิจที่มีระบบการเงินที่พึ่งธนาคารเป็นฐาน ผู้ระบบการเงินที่พึ่งตลาดเป็นฐาน รวดเร็วขึ้น แต่ไม่ได้ชี้ว่าสถาปัตยกรรมการเงินรูปแบบใดมีประสิทธิภาพในการจัดสรรทรัพยากรมากน้อยกว่ากัน

ในแบบจำลองรุ่นต่อมาเช่น Chakraborty and Ray (2002) เสนอแบบจำลองให้นักลงทุนเผชิญทางเลือกระหว่างเลือกลงทุนในระบบการเงินที่พึ่งธนาคารเป็นฐาน หรือ เลือกลงทุนในระบบการเงินที่พึ่งตลาดเป็นฐาน โดยจำลองปัญหาข้อมูลข่าวสารไม่สมมาตรระหว่างผู้ให้กู้ (Information-inferior lender) และผู้กู้ยืม (Information-superior borrower) ข้อสรุปจากแบบจำลองไม่สามารถชี้ชัดว่า ระบบการเงินที่พึ่งธนาคารเป็นฐาน หรือ ระบบการเงินที่พึ่งตลาดเป็นฐาน ทำให้อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่สูงกว่าแต่ในระยะสั้น ระบบการเงินที่พึ่งธนาคารเป็นฐานสามารถทำให้การลงทุนต่อประชากร (Investment per capita) เพิ่มขึ้นสูงกว่า และการกระจายรายได้ของระบบเศรษฐกิจดีกว่า ระบบการเงินที่พึ่งตลาดเป็นฐาน

เพราะฉะนั้น ความต้องการจัดตั้งตลาดพันธบัตรเอเชียเพื่อสนับสนุน ระบบการเงินที่พึ่งตลาดเป็นฐานและลดบทบาทระบบการเงินที่พึ่งธนาคารเป็นฐาน มิใช่หลักประกันว่าจะทำให้เกิดการจัดสรรทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นหรือ

ทำให้อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นเสมอไป และประเด็นเรื่องการจัดสรรทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพของระบบการเงินที่พึ่งตลาดเป็นฐานที่เหนือกว่าระบบการเงินที่พึ่งธนาคารเป็นฐาน ก็ยังคงสภาพเป็นวิวาทะในสาขาเศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศต่อไป

- แก้ปัญหา Maturity และ Currency

Mismatch

ในช่วงหลังวิกฤติการณ์การเงิน งานศึกษาเพื่ออธิบายสาเหตุของวิกฤติการณ์บางชิ้น อาทิ McKinnon and Pill (1998) และ Radelet and Sachs (1998) เสนอสมมุติฐานว่า วิกฤติการณ์เอเชีย 2540 มีเหตุส่วนหนึ่งจาก ความไม่สัมพันธ์กันระหว่างการกู้ยืมและการลงทุน หลายโครงการกู้ยืมระยะสั้น เพื่อนำเงินมาสนับสนุนโครงการที่คืนทุนระยะยาว (Maturity Mismatch) ขณะที่หลายโครงการกู้ยืมเป็นเงินตราสกุลต่างชาติ (ดอลลาร์อเมริกัน) และต้องชำระคืนเป็นเงินบาท (Currency Mismatch) ซึ่งลักษณะการกู้ยืมเพื่อการลงทุนดังกล่าวต่างประสบปัญหาเมื่อเกิดการเคลื่อนย้ายทุนออกจากภูมิภาคเอเชีย และ/หรือ เกิดความผันผวนในอัตราแลกเปลี่ยน

จากสมมุติฐานว่าด้วย Maturity และ Currency Mismatch Phuvanatanarabala (2003) เห็นว่า การจัดตั้งตลาดพันธบัตรเอเชียเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาคurrency เสถียรภาพในเอเชีย เนื่องจากธรรมชาติของพันธบัตรเป็นแหล่งเงินทุนที่มีเสถียรภาพ และ ระยะเวลาในการไถ่ถอนก็สามารถคาดการณ์ได้ง่าย

สาระสำคัญและพัฒนาการของข้อเสนอตลาดพันธบัตรเอเชีย

Shinawatra (2002) เสนอแนวคิดการจัดตั้งตลาดพันธบัตรเอเชียครั้งแรก² ในที่ประชุมความร่วมมือเอเชีย (Asian Cooperation Dialogue: ACD) ครั้งที่ 1 ในเดือน มิถุนายน 2545 หลังจากนั้น ข้อเสนอการจัดตั้งตลาดพันธบัตรเอเชียก็กลายสภาพเป็นวาระพิจารณาสำคัญในกรอบความร่วมมือต่าง ๆ ในภูมิภาคเอเชีย อันได้แก่

กรอบความร่วมมือเอเชีย (Asia Cooperation Dialogue: ACD) มีการจัดตั้งคณะทำงานความร่วมมือทางการเงิน กรอบการประชุมรัฐมนตรีคลังเอเปค (APEC Finance Ministers Meeting: APEC FMM) ศึกษาด้านการค้าประกันตราสารหนี้ และการจัดอันดับความน่าเชื่อถือของพันธบัตร กรอบการประชุมผู้บริหารธนาคารกลางภูมิภาคเอเชีย ตะวันออกและแปซิฟิก (Executives' Meeting of East Asia-Pacific Central Banks: EMEAP) จัดตั้งกองทุนพันธบัตรเอเชีย (Asian Bond Fund) เพื่อเพิ่มความต้องการซื้อพันธบัตร กรอบการประชุมความร่วมมืออาเซียน จีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ (ASEAN plus Three) ศึกษาความสัมพันธ์ และความร่วมมือด้านการเงิน และ กรอบการประชุมความร่วมมือเอเชีย-ยุโรป (Asia-Europe Meeting: ASEM) ศึกษาความสัมพันธ์และผลสานความร่วมมือระหว่าง พันธบัตรยูโร (Euro Bond) และ พันธบัตรเอเชีย (Asia Bond)

ข้อเสนอการจัดตั้งตลาดพันธบัตรเอเชียในขั้นแรกเสนอให้ ภาครัฐบาลในภูมิภาคเอเชีย สะละเงินทุนสำรองระหว่างประเทศจำนวน 1 เปอร์เซนต์ (คาดว่าจะได้เงินทั้งสิ้น 1 หมื่น 1 พันล้านเหรียญดอลลาร์อเมริกัน) เพื่อจัดตั้งกองทุนพันธบัตรเอเชีย ใช้ในการซื้อพันธบัตรที่ออกโดย รัฐบาล และ วิสาหกิจภูมิภาคเอเชีย (ดูตารางที่ 1)

การจัดตั้งกองทุนการเงินเอเชีย มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสร้างแหล่งเงินทุนเพิ่มความต้องการซื้อพันธบัตร (Demand Side Facilitator) โดยในระยะต้น พันธบัตรเอเชียส่วนใหญ่เป็นพันธบัตรรัฐบาลที่จะออกในรูปสกุลเงินดอลลาร์อเมริกัน อย่างไรก็ตาม พัฒนาการของข้อเสนอตลาดพันธบัตรเอเชียรุ่นต่อมา อาทิ Chaiprawat (2003) เสนอให้เพิ่มความต้องการซื้อพันธบัตรเพิ่มเติม โดยจัดตั้ง Asia Bond Cooperation เพื่อจัดซื้อพันธบัตรที่ออกโดยรัฐบาลและวิสาหกิจเอกชน และกำหนดการออกพันธบัตรเป็นสกุลเงินเอเชียหลายสกุล (Multi-currency Bond) โดยข้อเสนอจัดตั้ง Asia Bond Cooperation เบื้องแรกเสนอให้จัดซื้อพันธบัตรที่ออกเป็น เงินเยน (ญี่ปุ่น) เงินวอน (เกาหลี) และเงินบาท (ไทย) ในน้ำหนักของสกุลเงินในพันธบัตรคือ 50%, 30% และ 20 % ตามลำดับ

ข้อเสนอการจัดตั้งตลาดพันธบัตรเอเชียมีพัฒนาการเรื่อยมาจน การประชุมกลุ่มความร่วมมือเอเชียครั้งที่ 2 ในระหว่างวันที่ 21-22 มิถุนายน

²อย่างไรก็ตาม แนวความคิดเรื่องการพัฒนาตลาดพันธบัตรในภูมิภาคเอเชีย ก่อน Shinawatra (2002) ก็ปรากฏบ้างแล้ว อาทิ Della and Khatkhate (1996), Herring and Chatusripitak (2000)

ตารางที่ 1 ระดับทุนสำรองระหว่างประเทศในเอเชีย

หน่วย : พันล้านดอลลาร์อเมริกัน

ประเทศ	2543	2544
สิงคโปร์	80.4	75.4
มาเลเซีย	29.9	30.8
ไทย	32.7	33
ฟิลิปปินส์	16.9	14.6
อินโดนีเซีย	13.4	13.4
จีน	165.6	212.2
ฮ่องกง	107.6	111.2
ไต้หวัน	106.7	112.2
เกาหลีใต้	96.2	102.8
ญี่ปุ่น	361.6	402
รวม	1,011	1,118

ที่มา : ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2545)

2546 มีการลงนามของกลุ่มประเทศเอเชีย³ ในปฏิญญาเชียงใหม่ว่าด้วยการพัฒนาตลาดพันธบัตรเอเชีย สารสำคัญของปฏิญญาเชียงใหม่เรียกร้องให้ประเทศสมาชิกกลุ่มความร่วมมือเอเชีย

“รับรู้ถึงประโยชน์และความร่วมมือด้านการคลังในระดับภูมิภาคว่าด้วยการพัฒนาตลาดพันธบัตรเอเชียเพื่อจัดตั้งระบบการเงินการคลังที่มั่นคงในภูมิภาค” (ปฏิญญาเชียงใหม่ ข้อ 4)

“เห็นความสำคัญของตลาดพันธบัตรที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งทำหน้าที่เป็นสื่อกลางระหว่างระดับเงินออมที่สูงและความต้องการเงินลงทุน

ระยะยาวในภูมิภาคเอเชีย” (ปฏิญญาเชียงใหม่ ข้อ 11)

เห็นได้ว่าพัฒนาการของข้อเสนอการจัดตั้งตลาดพันธบัตรเอเชีย มีจุดเริ่มจากกลุ่มความร่วมมือเอเชีย (ACD) และมีพัฒนาการเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน มีการลงนามในปฏิญญาเชียงใหม่ว่าด้วยการพัฒนาตลาดพันธบัตรเอเชีย และมีการจัดตั้งกลุ่มศึกษาประเด็นความร่วมมือภายในภูมิภาคเพิ่มเติมทั้งในประเด็นเรื่องระบบกฎหมาย ระบบบัญชีการประเมินและจัดอันดับความน่าเชื่อถือ

³กลุ่มประเทศร่วมที่ลงนามประกอบด้วย ไทย ญี่ปุ่น บาห์เรน อินโดนีเซีย บังกลาเทศ กัมพูชา เวียดนาม จีน อินเดีย ปากีสถาน สิงคโปร์ มาเลเซีย เกาหลีใต้ ฟิลิปปินส์ บรูไน กาตาร์ ลาว และพม่า รวม 18 ประเทศ

ตลาดพันธบัตรเอเชีย : สถานะความรู้

วรรณกรรมเรื่องตลาดพันธบัตรเอเชียสามารถจำแนกเป็น 2 กลุ่ม

กลุ่มแรกเป็นงานศึกษาว่าด้วยสาเหตุการจัดตั้ง สำคัญ ความสำคัญ และความจำเป็นพื้นฐานในการจัดตั้งตลาดพันธบัตรเอเชีย

กลุ่มที่สอง เป็นงานศึกษาที่ตั้งข้อสังเกตชี้ให้เห็นเงื่อนไขจำเป็นพื้นฐาน และอุปสรรคในการจัดตั้งตลาดพันธบัตรเอเชีย

บทความส่วนนี้จะสำรวจเฉพาะสถานะความรู้จากสาระสำคัญของวรรณกรรมในกลุ่มที่สอง เนื่องจากเหตุผล 2 ประการ

ประการแรก สาระสำคัญของวรรณกรรมในกลุ่มแรก ถูกกล่าวถึงบ้างแล้วในส่วนต้นของบทความ ทำให้ไม่ควรกล่าวซ้ำอีกในส่วนนี้

ประการที่สอง ผู้สนใจรายละเอียดเพิ่มเติมของวรรณกรรมส่วนแรกที่เสนอความสำคัญและความจำเป็นพื้นฐานของตลาดพันธบัตรเอเชียสามารถติดตามจาก Web site สาธารณะ อาทิ

กระทรวงการต่างประเทศ (www.mfa.go.th)

ธนาคารเพื่อการพัฒนาเอเชีย (<http://asianbondonline.adb.org>)

หรือ www.thailandoutlook.com ซึ่งรวบรวมสุนทรพจน์ บทความ สรุปผลการสัมมนาอย่างเป็นระบบ แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าไม่ปรากฏงานศึกษาวรรณกรรมกลุ่มที่สอง ที่ตั้งข้อสังเกต ชี้ให้เห็นเงื่อนไขจำเป็นพื้นฐาน และอุปสรรคในการจัดตั้งตลาดพันธบัตรเอเชีย ถูกรวบรวมใน Web site ดังกล่าว

- ข้อสังเกต

ตลาดพันธบัตรเอเชียจัดตั้งโดยมุ่งหวังให้รัฐและเอกชนในเอเชียเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

กู้ยืมเงินระยะสั้นเพื่อรักษาเสถียรภาพการเงินในภูมิภาคเอเชีย แต่คำถามพื้นฐานคือ

เหตุใดประเทศกำลังพัฒนามิแนวโน้มที่กู้ยืมเงินในระยะสั้น

Broner, Lorenzoni and Schmukler (2004) สร้างแบบจำลองเพื่ออธิบายปรากฏการณ์การกู้ยืมเงินระยะสั้น ของภาครัฐในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา

แบบจำลองเสนอว่าประเทศกำลังพัฒนามิแนวโน้มเลือกกู้ยืมระยะสั้น (ซึ่งอาจนำไปสู่ปัญหา Maturity mismatch หรือไม่ก็ได้) เนื่องจาก Risk premium ที่ถูกจัดเก็บในอัตราสูงเมื่อกู้ยืมระยะยาวในตลาดระหว่างประเทศ โครงสร้างระยะเวลาการคืนหนี้ (Debt maturity) ของประเทศเป็นผลจากการกระจายความเสี่ยงระหว่างภาครัฐและผู้ถือพันธบัตร โดยภาครัฐในประเทศกำลังพัฒนาเผชิญภาวะได้อย่างเสียอย่าง (Trade-off) ระหว่าง ความปลอดภัยจากปัญหาสภาพคล่อง แต่ต้นทุนจาก Risk premium ที่สูงเมื่อกู้ยืมระยะยาว กับ ความเสี่ยงจากปัญหาสภาพคล่อง แต่ต้นทุนจาก Risk premium ที่ต่ำกว่า เมื่อกู้ยืมเงินระยะสั้น โดยงานศึกษาชี้ว่า แบบจำลองสามารถอธิบายพฤติกรรมการกู้ยืมระยะสั้นของรัฐบาลในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา อันเป็นผลทำให้ตลาดพันธบัตรไม่ได้รับการพัฒนา

- เงื่อนไขจำเป็นพื้นฐาน

เมื่อพิจารณาจากปริมาณเงินออม (Supply side) ของกลุ่มประเทศในเอเชีย ซึ่งมีเฉลี่ยอยู่ประมาณ 30% ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ สามารถเป็นฐานเงินออมที่เพียงพอในการออกพันธบัตรและเมื่อพิจารณาด้านความต้องการซื้อพันธบัตร (Demand side) ก็พบว่า ตลาด

เอเชียยังมีความต้องการหลักทรัพย์ที่มีคุณภาพสูงที่ให้ผลตอบแทนมั่นคงในระยะยาว สถาบันการเงินต่างๆ เช่น ธนาคารพาณิชย์ บริษัทประกันภัย ต่างมีความต้องการถือพันธบัตรเพื่อกระจายความเสี่ยงจากการลงทุน อย่างไรก็ตาม พันธบัตรเอเชียในปัจจุบันยังขาดผู้ออกตราสารที่มีคุณภาพ และนักลงทุนยังขาดความเชื่อมั่นในประเด็นเรื่องสภาพคล่องของพันธบัตร (Plummer and Click, 2002)

Rajan (2002) และ Rhee (2003) เสนอว่าการพัฒนาตลาดพันธบัตรเอเชียจำเป็นต้องมีเงื่อนไขที่จำเป็นอย่างน้อย 3 ประการ ซึ่งได้แก่ (1) พัฒนาตลาดพันธบัตรรัฐบาลที่มีสภาพคล่องสูงเพื่อสร้างอัตราดอกเบี้ยอ้างอิง (Benchmark yield curve) แก่พันธบัตรที่ออกโดยวิสาหกิจเอกชน (2) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสำหรับตลาดพันธบัตรในแง่ของกฎหมาย เพื่อสนับสนุนการค้า การส่งมอบพันธบัตร สร้างระบบป้องกันความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน การจัดตั้งสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือภายในภูมิภาค การพัฒนาการค้าพันธบัตรในตลาดรองและตลาดซื้อคืน เป็นต้น และ (3) สนับสนุนความร่วมมือของผู้มีส่วนร่วมในตลาดพันธบัตร ซึ่งได้แก่ ตัวกลางการซื้อขาย (Intermediaries) และผู้ซื้อ (End-users) รวมทั้งสนับสนุนการมีส่วนร่วมของภาคเอกชน

อะไรคือเงื่อนไขที่จำเป็นพื้นฐานในการจัดตั้งตลาดพันธบัตรเอเชีย

Herring and Chatusripitak (2000) เป็นงานแรกๆ ที่สนับสนุนประเด็นเรื่องความสำคัญของตลาดพันธบัตรในภูมิภาคเอเชีย อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า แม้เอเชียตะวันออกจะมีระดับเงินออมที่สูงเมื่อเทียบกับภูมิภาคอื่น แต่เนื่องจากการขาดการพัฒนาคุณภาพสาธารณูปโภคพื้นฐานทางการเงิน (Financial Infrastructure) ซึ่งเป็นเงื่อนไขพื้นฐานในการจัดตั้งตลาดพันธบัตรเอเชีย ทำให้เงินออมในเอเชียมุ่งไปลงทุนในตลาดพันธบัตรภูมิภาคอื่น เช่น ตลาดพันธบัตรใน สหรัฐอเมริกา อังกฤษ และยุโรป เนื่องจากตลาดดังกล่าวมีต้นทุนธุรกรรมต่ำกว่า และ ความเสี่ยงน้อยกว่า โดยเงื่อนไขพื้นฐานในการจัดตั้งตลาดพันธบัตรเอเชีย อาทิ

1. การจัดตั้งกรอบกฎหมายและการบังคับใช้กฎหมายสัญญาที่เกี่ยวข้องในธุรกรรมการเงิน

2. การพัฒนามาตรฐานระบบบัญชีและการเปิดเผยข้อมูล

3. การจัดตั้งสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือของพันธบัตร

ข้อมูลเชิงประจักษ์ชี้ว่า ดัชนีวัดคุณภาพเงื่อนไขพื้นฐานในกรณีเอเชียยังต่ำกว่ามาตรฐานมากเมื่อเทียบกับกรณี สหรัฐอเมริกา อังกฤษ และยุโรป (ดู ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 ดัชนีคุณภาพสาธารณสุขโลกพื้นฐานทางการเงิน

ประเทศ	การบังคับใช้ สัญญา	ประสิทธิภาพ ของระบบ กฎหมาย	การฉ้อราษฎร์ บังหลวง	ประสิทธิภาพ ของระบบ ราชการ	มาตรฐาน ระบบบัญชี และการเปิดเผยข้อมูล
ฮ่องกง	ไม่ประกาศ	10.0	8.52	4.14	73
อินโดนีเซีย	1.76	2.50	2.15	1.50	ไม่ประกาศ
เกาหลีใต้	2.19	6.00	5.30	4.18	68
มาเลเซีย	2.26	9.00	7.38	3.54	79
ฟิลิปปินส์	1.75	4.75	2.29	1.46	64
สิงคโปร์	3.22	10	8.22	5.11	79
จีน	ไม่ประกาศ	6.75	6.85	ไม่ประกาศ	58
ไทย	2.23	3.25	5.18	4.39	66
ค่าเฉลี่ย	2.24	6.53	5.82	3.47	69.6
ออสเตรเลีย	3.04	10.00	8.52	6.00	80
ญี่ปุ่น	3.16	10.00	8.52	5.89	71
อังกฤษ	3.43	10.00	9.10	6.00	85
สหรัฐอเมริกา	3.55	10.00	8.63	6.00	76
ค่าเฉลี่ย	3.30	10.00	8.69	5.97	78

ที่มา : Herring and Chatusripitalk (2000)

หมายเหตุ:

การบังคับใช้สัญญามีค่าดัชนีในช่วง 0-4 โดยค่ามากหมายถึงมีประสิทธิภาพ

ประสิทธิภาพของระบบกฎหมายมีค่าดัชนีในช่วง 0-10 โดยค่ามากหมายถึงมีประสิทธิภาพ

การฉ้อราษฎร์บังหลวงมีค่าดัชนีในช่วง 0-6 โดยค่ามากหมายถึงระดับการฉ้อราษฎร์บังหลวงที่น้อย

ประสิทธิภาพประสิทธิภาพของระบบราชการมีค่าดัชนีในช่วง 0-6 โดยค่ามากหมายถึงมีประสิทธิภาพ

มาตรฐานระบบบัญชีและการเปิดเผยข้อมูลมีค่าดัชนีในช่วง 0-100 โดยค่ามากหมายถึงมีมาตรฐานที่ดี

ยิ่งไปกว่านั้น การที่ภาครัฐบาลในภูมิภาคเอเชียตะวันออก ดำเนินนโยบายการคลังเกินดุล (Budget surplus) และสมดุล (Budget balance) เป็นเวลานานทำให้ภาครัฐบาลไม่มีความจำเป็นต้องพึ่งพิงการกู้ยืมจากตลาดพันธบัตร ในกรณีประเทศไทย ข้อเท็จจริงพบว่ารัฐบาลไทยไม่มีการออกพันธบัตรในช่วงปี 2533 ถึง 2541 (อนุวัณชลไพศาล, 2547ข)

- อุปสรรค

เหตุใดตลาดพันธบัตรเอเชียจึงไม่เติบโต

Eichengreen and Luengnaruemitchai (2004) เป็นงานศึกษาที่เพิ่มเติมจาก Herring and Chatusripitak (2000) โดยศึกษาปัจจัยกำหนดการเจริญเติบโตของตลาดพันธบัตรเอเชีย ผลการศึกษาพบว่า นอกจากปัจจัยทางสถาบันข้างต้นที่ด้อยคุณภาพ งานวิจัยยังชี้ให้เห็นว่าลักษณะธรรมชาติของขนาดประเทศที่เล็ก ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน และการผูกขาดของภาคธนาคาร ล้วนเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการเติบโตของพันธบัตรเอเชีย

Eichengreen and Luengnaruemitchai (2004) อธิบายสาเหตุหลักที่ตลาดพันธบัตรเอเชียในอดีตไม่สามารถพัฒนาให้เติบโต โดยมีเหตุอันเนื่องมาจาก ความสัมพันธ์เชิงเครือข่ายระหว่างภาคการธนาคารและกลุ่มธุรกิจของนักการเมือง การเติบโตใหญ่ของภาคธนาคารประกอบกับการขาดกลไกในการตรวจสอบและควบคุมกำกับมีผลทำให้ภาคธนาคารในกรณีเอเชีย “มีขนาดใหญ่และมีนัยสำคัญทางการเมืองเกินกว่าที่จะปล่อยให้ล้มได้” (Too big and politically important to fail) Eichengreen and Luengnaruemitchai (2004) ตั้งสมมติฐาน 5 ประการในการเสนอคำอธิบายเรื่อง

ตลาดพันธบัตรในภูมิภาคเอเชียที่ขาดการพัฒนา

ประการที่ 1 สมมติฐานว่าด้วยประวัติศาสตร์ภายในภูมิภาคเอเชีย เอเชียเป็นภูมิภาคที่ถูกภาคธนาคารผูกขาดการเป็นตัวกลางในการจัดสรรทรัพยากรการเงินมาตลอด มีผลให้ตลาดพันธบัตรในภูมิภาคไม่ได้รับการพัฒนา

ประการที่ 2 สมมติฐานว่าด้วยลักษณะโครงสร้างพื้นฐานของระบบเศรษฐกิจเอเชีย ประเทศส่วนใหญ่ในภูมิภาคเอเชียมีขนาดเล็กเกินกว่าที่จะทำให้การพัฒนาตลาดพันธบัตรมีขนาดใหญ่พอที่จะทำให้เกิดการประหยัดจากขนาด (Minimum Efficient Scale)

ประการที่ 3 สมมติฐานว่าด้วยระดับการพัฒนา (Developmental stage) ในภูมิภาค ประเทศในเอเชียบางประเทศมีระดับการพัฒนาตลาดเงินตลาดทุนที่ต่ำ โดยลักษณะอุปสรรคสำคัญคือ การขาดความสามารถในการบังคับใช้สัญญา และความไม่แน่นอนของกฎหมายในการคุ้มครองสิทธิแก่นักลงทุน

ประการที่ 4 สมมติฐานว่าด้วยโครงสร้างระบบการเงิน ประเทศส่วนใหญ่ในเอเชียมีโครงสร้างระบบการเงินที่ไม่เข้มแข็ง ขาดคุณภาพในการตรวจสอบและดูแลกำกับสถาบันการเงิน ขาดการจัดตั้งสถาบันจัดอันดับและความน่าเชื่อถือเพื่อให้ข้อมูลเรื่องการลงทุนที่ถูกต้อง

ประการที่ 5 สมมติฐานว่าด้วยแนวนโยบายเศรษฐกิจมหภาค ประเทศในเอเชียส่วนใหญ่ไม่ให้ความสำคัญกับแนวนโยบายเศรษฐกิจมหภาคเพื่อรักษาเสถียรภาพทางการเงินระหว่างประเทศ และเกิดความผันผวนในระดับอัตราแลกเปลี่ยนบ่อยครั้ง

ในส่วนท้ายของการศึกษา Eichengreen

and Luengnaruemitchai (2004) ทำการวิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity analysis) ของปัจจัยที่กำหนดการเจริญเติบโตของตลาดพันธบัตรเอเชีย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีความอ่อนไหวในอันดับต้น ๆ ได้แก่ ประสิทธิภาพของระบบกฎหมาย การกระจุกตัว (Concentration) ของภาคธนาคาร และแนวโน้มนโยบายการคลังของภาครัฐ

เมื่อพิจารณาข้อเท็จจริงในตลาดพันธบัตรของประเทศไทยพบว่า รัฐบาลไทยเริ่มออกพันธบัตร (Government bond) ในช่วงหลัง

วิกฤตการณ์การเงิน 2540 เพียง 1 ปี คือ ในปี 2541 มีการออกพันธบัตรรัฐบาลจำนวน 400 ล้านบาท รัฐบาลเริ่มออกตั๋วเงินคลัง (Treasury bill) ในปี 2542 จำนวน 77 ล้านบาท ด้านพันธบัตรที่ออกโดยวิสาหกิจของรัฐ ปริมาณพันธบัตรค่อนข้างคงที่มีปริมาณเปลี่ยนแปลงอยู่ในช่วง 46.7 ถึง 95.2 ล้านบาท โดยมีเพียงปี 2543 เพียงปีเดียวที่พันธบัตรออกโดยรัฐวิสาหกิจของรัฐ มีมูลค่าเพิ่มสูงเกินกว่าแนวโน้ม โดยเพิ่มสูงถึง 111.7 ล้านบาท (ดูตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 ตลาดพันธบัตรของไทยจำแนกตามชนิดพันธบัตรระหว่างปี 2539-2546

หน่วย : ล้านบาท

ปี ชนิดพันธบัตร	2539	2540	2541	2542	2543	2544	2545	2546
พันธบัตรรัฐบาล	-	-	400	333.7	94.1	149.2	471.5	107.5
ตั๋วเงินคลัง	-	-	-	77	240.9	441.4	519	369
พันธบัตรรัฐวิสาหกิจ	57.4	49.3	46.7	95.2	111.7	57.6	47.5	56.4

ที่มา : The Thai Bond Dealing Centre (2004)

เมื่อพิจารณาเฉพาะพันธบัตรที่ออกโดยวิสาหกิจเอกชน พบว่า ตลาดพันธบัตรของไทยมีการกระจุกตัวอยู่เพียงบางภาค คือ พันธบัตรภาคธนาคาร สถาบันการเงิน และอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งการกระจุกตัวของพันธบัตรในบางภาคอาจมีผลทำให้ตลาดพันธบัตรขาดการพัฒนาอย่างที่ควร

หาก Shinawatra (2002) เป็นจุดเริ่มของข้อเสนอการจัดตั้งตลาดพันธบัตรเอเชีย พัฒนาการของข้อเสนอการจัดตั้งตลาดพันธบัตรเอเชีย กินระยะเวลากว่า 2 ปี นับถึงปัจจุบัน

บทความนี้เริ่มต้นด้วยการตั้งคำถามพื้นฐานที่ว่า เหตุใดจึงมีความต้องการจัดตั้งตลาดพันธบัตรเอเชีย ผู้เขียนพบว่า ความต้องการจัดตั้งตลาดพันธบัตรเอเชียสามารถจำแนกออกเป็น 3 ประเด็น คือ หนึ่ง ใช้ตลาดพันธบัตรเอเชียเป็นแหล่งดูดซับเงินออมเพื่อสนับสนุนการลงทุนในภูมิภาคเอเชีย สอง ใช้ตลาดพันธบัตรเอเชียสนับสนุน Market-Based Financial System และลดบทบาท Bank-Based Financial System และ สาม ใช้ตลาดพันธบัตรเอเชียแก้ปัญหา Maturity และ Currency Mismatch

ตารางที่ 4 ตลาดพันธบัตรจำแนกภาควิสาหกิจเอกชน ปี 2540

ภาค	มูลค่า ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2540 (ล้านบาท)	ส่วนแบ่งจากทั้งหมด (เปอร์เซ็นต์)
ธนาคาร	33,510	25.3
สถาบันการเงิน	30,532	23.1
อสังหาริมทรัพย์	21,972	16.6
พลังงาน	11,406	8.6
บริษัทจำกัด	8,541	6.4
ก่อสร้าง	6,748	5.1
อื่นๆ	19,791	14.9
รวม	132,500	100.0

ที่มา : Werner (2004)

5. บทสรุป

“คนพวกนี้มันโง่ ตลาดไม่ทันผมหรอก ต้องเรียนอีกเยอะถึงตลาดเท่าผม”

ทักษิณ ชินวัตร

กรุงเทพฯ 8 กันยายน 2547,

อ้างใน มติชนสุดสัปดาห์ ฉบับที่ 1256, 10-16 กันยายน 2547 หน้า 10

ส่วนที่สอง บทความเสนอสาระสำคัญ และพัฒนาการของข้อเสนอการจัดตั้งตลาดพันธบัตร ซึ่งผู้สนใจในรายละเอียดเพิ่มเติมสามารถติดตามจาก Web site สาธารณะ อาทิ กระทรวงการต่างประเทศ (www.mfa.go.th) ธนาคารเพื่อการพัฒนาเอเชีย (<http://asianbond-online.adb.org>) หรือ www.thailandoutlook.com

ส่วนสุดท้าย บทความสำรวจสถานะความรู้ของงานศึกษาที่ตั้งข้อสังเกต ชี้ให้เห็นเงื่อนไขจำเป็นพื้นฐาน และอุปสรรคในการจัดตั้งตลาดพันธบัตรเอเชีย ผู้เขียนพบว่า มีงานศึกษาจำนวนหนึ่ง ที่ไม่ถูกรวบรวมใน Web site สา

ธารณะ แต่ได้ตั้งข้อสังเกตเกี่ยวกับข้อเสนอการจัดตั้งตลาดพันธบัตรเอเชียที่น่าสนใจ อาทิ

เหตุใดภาครัฐบาลในกลุ่มประเทศเกิดใหม่ (Emerging economics) มีแนวโน้มที่จะเลือกกู้ยืมระยะสั้นอันมีผลให้ตลาดพันธบัตรขาดการพัฒนา เงื่อนไขจำเป็นพื้นฐานและปัจจัยทางสถาบันรูปแบบใดที่เอื้ออำนวยให้เกิดการพัฒนาตลาดพันธบัตรในภูมิภาคเอเชีย ในปัจจุบัน คุณภาพของปัจจัยพื้นฐานดังกล่าวมีคุณภาพอย่างไร หรือแม้แต่คำถามที่ว่า เหตุใดตลาดพันธบัตรเอเชียจึงไม่เติบโต

พัฒนาการของตลาดพันธบัตรเอเชียในฐานะข้อเสนอการออกแบบสถาปัตยกรรมการเงินในภูมิภาคเอเชีย เป็นหัวข้อที่จะมีพัฒนาการในอนาคตอันใกล้ โดยมีประเด็นที่น่าสนใจเพิ่มเติม อาทิ ประเด็นเรื่องเงื่อนไขที่จำเป็นและเงื่อนไขที่เพียงพอในการพัฒนาตลาดพันธบัตรเอเชีย ความ

ร่วมมือเรื่องตลาดพันธบัตรเอเชียในกลุ่มความร่วมมือเอเชียระดับต่าง ๆ ประเด็นเรื่องสกุลเงินและน้ำหนักของสกุลเงินที่เหมาะสม (Optimum weight) ในพันธบัตรเอเชีย และท้ายสุด ตลาดพันธบัตรเอเชียจะมีบทบาทในการรักษาเสถียรภาพภายในภูมิภาคเอเชียได้อย่างไร

บรรณานุกรม

- รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์, “Financial System Architecture”, นิตยสารผู้จัดการ, สิงหาคม 2545.
- วีรพงษ์ รามางกูร, “พันธบัตรเอเชีย”, หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ, 25 พฤศจิกายน 2545.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, “เอเชียบอนด์: หมุนเวียนทรัพยากรจากเอเชียเพื่อเอเชีย” (ไม่ปรากฏแหล่งตีพิมพ์), 18 ตุลาคม 2545.
- อนุวัฒน์ ชลไพศาล, (2547ก) วิฤติการณ์การเงินเอเชีย 2540 กับการจัดระเบียบการเงินเอเชีย ตะวันออก, เอกสารวิชาการหมายเลข 702, โครงการเมธีวิจัยอาวุโสสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, มกราคม 2547.
- อนุวัฒน์ ชลไพศาล, (2547ข) “เหตุใดตลาดพันธบัตรเอเชียจึงไม่เติบโต ? และบทความที่ทำนายกหน้าอ่าน”, หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ, วันที่ 26 สิงหาคม 2547
- Bird, Graham and Rajan, Ramkishen, S. “The Evolving Asian Financial Architecture”, Essays in International Economics No. 226, February 2002.
- Boot, Arnoud and Anjan Thakor, “Financial System Architecture”, Review of Financial Studies 10, 1997, pp. 693-733.
- Broner, Fernando, A., Lorenzoni, Guido, and Schmukler, Sergio, L. “Why do Emerging Economies Borrow Short Term?”, World Bank Working Paper No. 3389, August 25, 2004
- Chaiprawat, Olan, “ABC of Asian Bond” Paper present at the Fiscal Policy Research Institute Conference, 2003.
- Chakraborty, Shankha and Ray, Tridip, “Bank-based Versus Market-based Financial System: A Growth-theoretic Analysis”, University of Oregon Economics Department Working Paper, 2003-6, 2003.
- Dalla Ismail and Khatkhat Deena, “The Emerging East Asian Bond Market”, Financial and Development, March 11, 1996: 11-13.
- Eichengreen, Barry and Pipat Luengnaruemitchai, “Why doesn’t Asia have Bigger Bond Market?”, National Bureau of Economic Research Working Paper 10576, June 2004.

- Glick, R. and Rose, A. "Contagion and Trade: Why are Currency Crises Regional?" *Journal of International Money and Finance* 18, 1999: 603-617.
- Jaovisidha, Suchart. "Asian Bond Market Development" Speech at the First ACD Working Group on Financial Cooperation, Thailand, May 12, 2003.
- Kaminisky, G. and Reinhart, C. "On Crises, Contagion, and Confusion" *Journal of International Economics*, (Forthcoming), 1999.
- Mckinnon, R. I. and Pill, H. "the Overborrowing Syndrome: Are East Asian Economies Different?" in R. Glick (ed.), *Managing Capital Flows and Exchange Rates: Perspectives from the Pacific Basin*. Cambridge; Cambridge University Press: 1998, 322-355
- Phuwanatnaranubala, Thirachai. "The Strengthening and Development of Regional Bond Market", Speech at the APEC Business Advisory Council Meeting, Tokyo, May 16, 2003.
- Plummer, Michael, G. and Click, Reid, W. "Bond Market Development and Integration in ASEAN" Paper presented to International Center for the Study of East Asian Development, (Draft), 2002.
- Radelet, S. and J. D. Sachs. "The East Asian Financial Crisis: Diagnosis, Remedies, prospects", *Brookings Papers on Economic Activity* 0 (1), 1998, 1-74.
- Rajan, Ramkishan, S. "Is There a Case for Asian Bond Fund? It Depends", mimeo, January 25, 2002.
- Rhee, Ghon, S. "the Structure and Characteristics of East Asian Bond Market", Paper prepare for presentation at the Second Annual Conference of the PECC Finance Forum, Hua Hin, Thailand, July 8-9 2003.
- Richard J. Herring and Chatusripitak, Nathporn. "The Case of the Missing Market: The Bond Market and Why it Matter for Financial Development", ADB Institute Working Paper 11, July, 2000.
- Shinawatra, Thaksin. Speech at the Asia Cooperation Dialogue (ACD), Inaugural Meeting, Cha-Am, Thailand, 18-19 June 2002.
- Shinawatra, Thaksin. Speech at the Asia Cooperation Dialogue (ACD), the Second Meeting, Chaing Mai, Thailand, 21-22 June, 2003
- Sonakul, Chatumongol MR., "Keynote Address on the Occasion of the Asian Development Bank Conference on Government Bond Market and Financial Sector Development in Developing Asian Economies", Manila, 28-30 March 2000.
- The Thai Bond Dealing Centre, *Thai Bond Market 2004*, The Thai Bond Dealing Centre, 2004.
- Werner, Richard, A. "Capital Market in Thailand: Issues and Opportunities", mimeo, 2004

รู้เท่าทันตราสินค้า

*บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ

การตลาดในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงและพัฒนาไปจากเดิมมากจากยุคแรก ๆ ที่เป็นยุคของผลิตภัณฑ์ (Product Era) ที่เน้นเรื่องคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และการผลิตสินค้าที่มีลักษณะเป็น “Mass Production” ในยุคต่อมาก็เปลี่ยนมาเป็นยุคของภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ (Image Era) จากนั้นก็มาเป็นยุคการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ใหม่ (Re-positioning Era) ซึ่งเป็นยุคที่เจ้าของผลิตภัณฑ์หรือบริการพยายามแข่งขันกันวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของตนเองใหม่ในตลาดเพื่อเอาชนะคู่แข่ง ต่อมาในช่วงศตวรรษที่ 20 Kotler (อ้างใน ชลิต ลิ้มปนะเวศ, 2546 : 192) กล่าวว่า เป็นยุคของตลาดเฉพาะ (Niche Market) ที่เน้นกลุ่มเป้าหมายเฉพาะซึ่งเป็นตลาดขนาดเล็กเฉพาะกลุ่ม แต่สามารถทำกำไรให้ธุรกิจได้ดี และต่อเนื่อง ไม่ต้องแข่งขันกับธุรกิจขนาดใหญ่ที่เน้นตลาดมวลชน (Mass Market) หลังจากสิ้นศตวรรษที่ 20 เป็นต้นมาขึ้นศตวรรษที่ 21 มาจนถึงปัจจุบัน กล่าวกันว่าเป็นยุคของการตลาดมุ่งเน้นความสัมพันธ์ (Relationship Market-

ing:RM) เป็นยุคที่ต้องสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ซึ่งเป็นเรื่องของการใช้เทคนิคและเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยเพื่อเอาชนะใจลูกค้า และพยายามรักษาลูกค้าไว้ให้นานที่สุด รักษาไว้ตลอดชีวิต (Lifetime Customer) ได้ยั้งดี

ในขณะเดียวกันนอกเหนือไปจากการตลาดและการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีหรือเหนือความคาดหวังของลูกค้าแล้ว อีกประการหนึ่งที่นักการตลาดในยุคปัจจุบันให้ความสำคัญมากกว่าในยุคที่ผ่านมา ได้แก่ เรื่องของ “ตราสินค้า” (Brand) ซึ่งถือได้ว่าเป็นหัวใจของการตลาดในยุคนี้ (Bond and Kirshenboum, 2000:207) นักการตลาดหลายท่านจึงกล่าวว่า การตลาดปัจจุบันได้เข้าสู่ยุคแห่งตราสินค้า ที่เรียกว่า “Brand Age” (วิทวัส ชัยปาณี, 2546 : 4) ด้วยเหตุว่าสิ่งแวดล้อมทางการตลาดเปลี่ยนไป สินค้าหลากหลายประเภทมากขึ้น ตราสินค้าก็เกิดขึ้นมากมาย นอกจากนี้การใช้สื่อต่างๆ เพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์นั้น หรือเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับสินค้าไปสู่ผู้

อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ : น.ส.ม. (นิเทศศาสตร์พัฒนาการ) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และนักศึกษาลัทธิศาสตรปริญญาตรีบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน รุ่นที่ 3 คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

บริโภคก็เพิ่มขึ้นอย่างมาก ในขณะที่สินค้ามีการแบ่งประเภทแยกย่อย (Market Segmentation) ลงไปเรื่อยๆ พฤติกรรมการบริโภคของลูกค้าจำนวนมากเปลี่ยนไป ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้นในการเลือกบริโภคสินค้าแต่ละชนิด ซึ่งมีตราสินค้ามากมายให้เลือก และตราสินค้า (Brand) ได้กลายเป็นฐานสำคัญในการเลือกบริโภคสินค้า กล่าวกันว่าตราสินค้าเป็นจุดรวมของเหตุผลและอารมณ์อันเป็นสาเหตุของการตัดสินใจซื้อสินค้ายี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่งมากกว่ายี่ห้ออื่น (Schmidt and Ludlow, 2002 : 1) ดังนั้นการสร้างตราสินค้า (Branding) จึงมีความสำคัญมากขึ้นในวงการตลาดทั่วโลก เพราะตราสินค้าที่สามารถสร้างความจดจำ และครองใจผู้บริโภคได้อย่างต่อเนื่องกันตลอดเวลาย่อมได้เปรียบกว่าตราสินค้าอื่นๆ ในสินค้าชนิดเดียวกัน และแน่นอนที่สุดย่อมส่งผลถึงการเติบโตของยอดขายสินค้าดังกล่าวด้วย

ฉะนั้น ตราสินค้า (Brand) และการสร้างตราสินค้า (Branding) จึงเป็นสิ่งที่นักการตลาดในทุกธุรกิจต้องให้ความสำคัญในลำดับต้นๆ ตราสินค้าที่ดีและแข็งแกร่งสามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้กับสินค้าหรือบริการ และธุรกิจนั้นๆ ได้อย่างมากมายมหาศาล ตัวอย่างเช่น กรณีของโคคา-โคล่า มีการคำนวณมูลค่าของตราสินค้าเป็นส่วนหนึ่งของมูลค่าทุนตามราคาตลาด (Market Capitalization) พบว่าร้อยละ 51 ของมูลค่าบริษัท หรือคิดเป็นเงินราว 72,500 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา เป็นมูลค่าของตราสินค้า (Brand) (D'Alessandro, 2001 แปลโดยนาถกมล บุญรอดพานิช, 2545: บทหน้า) หรือกรณีของสุราแม่โขง และตราห้อยอื่นๆ ที่อยู่ภายใต้การผลิตของโรงงานสุราบางยี่ขัน ซึ่งเมื่อปีพ.ศ.2542 มีการเปิดประมูลโรงงานดัง

กล่าวปรากฏว่ามีผู้ประมูลไปในราคาสูงถึง 8,251 ล้านบาท ซึ่งผู้เชี่ยวชาญวิเคราะห์ว่า หากหักมูลค่าโรงงานและเครื่องจักรออกไปแล้วพบว่ามูลค่าราว 5,000 ล้านบาทเป็นมูลค่าของตราห้อยแม่โขง และตราสินค้าสุราในสายการผลิตของโรงงานสุราบางยี่ขัน (วิทวัส รุ่งเรืองผล, 2544: 70) ด้วยเหตุนี้เองตราสินค้าจึงเป็นทรัพย์สินที่เจ้าของสินค้าหรือการค้าจะต้องทะนุถนอม และบำรุงรักษาตราสินค้า (Brand) นี้ ไว้ให้เป็นที่ยึดจำของลูกค้านานานเท่านาน (วิทวัส ชัยปาณี, 2546: 4)

ที่กล่าวมาข้างต้นเป็นส่วนของนักการตลาด นักธุรกิจ นักสร้างตราสินค้า นักโฆษณา ตลอดจนเจ้าของสินค้าต่างก็เข้าใจและเล็งเห็นคุณค่าของตราสินค้าในฐานะที่เป็นทรัพย์สินอันทรงมูลค่าขององค์กรและพยายามสร้างตราสินค้าให้เข้าไปครอบครองพื้นที่ในสมองและจิตใจของผู้บริโภคเพื่อส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการซื้อสินค้าตราห้อยของตน โดยเฉพาะหากผู้บริโภคเกิดความภักดีต่อตราสินค้า (Brand Loyalty) ได้ ก็ยิ่งเป็นการดี และบ่งบอกถึงความสำเร็จของการสร้างตราสินค้านั้นๆ ได้เป็นอย่างดี ดังนั้นเจ้าของสินค้าหรือนักการตลาดจึงต้องพยายามทำการสื่อสารตราสินค้าไปยังผู้บริโภคทุกคน ด้วยกลยุทธ์ (Strategy) ต่างๆ นานา ด้วยสื่อที่หลากหลาย (Media / Tool) ด้วยสาร (Message) ที่จับใจ และครองใจผู้บริโภค ฉะนั้นในส่วนของผู้บริโภคในฐานะผู้ใช้สินค้า และตราสินค้าจึงเสมือนเป็นผู้ถูกกระทำ ถูกโหมกระหน่ำด้วยข้อมูลข่าวสาร สัญลักษณ์ หรืออื่นๆ ที่เกี่ยวกับตราสินค้าทั้งหลายเพื่อเจาะซอนไขเข้าไปสู่สมอง และหัวใจ แล้วผู้บริโภคควรพิจารณา และทำอย่างไรจึงจะบริโภคตราสินค้าได้อย่างรู้เท่าทัน หรือเรียกว่ามี "Brand Literacy"

เพื่อให้ได้ไม่ถูกครอบงำด้วยบรรดาสาร (Message) ชนิดต่างๆ ของตราสินค้าที่รุกเร้าเข้ามาทุกช่วงของ โสตประสาทสัมผัสของผู้บริโภค จนกระทั่งอาจ ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจผิดพลาดในการซื้อหา สินค้าหรือบริการ เพราะหลงใหลไปกับอารมณ์ ของตราสินค้าที่น่าเสนอเข้ามาจนละเลยการ พิจารณาถึงคุณประโยชน์ใช้สอย หรือคุณค่าที่แท้ จริงของสินค้าและบริการมากไปกว่าการตอบ สนอง อารมณ์รักใคร่ หรืออารมณ์ชั่ววูบที่มีให้กับ ตราสินค้านั้น ๆ

ประเด็นเกี่ยวกับ“การรู้เท่าทันตราสินค้า” (Brand Literacy) จึงเป็นประเด็นหนึ่งที่น่าหยิบยก มาพิจารณาเพื่อช่วยพิทักษ์ปกป้องสิทธิของผู้ บริโภค และช่วยเตือนผู้บริโภคให้ทำความเข้าใจ ถึงตราสินค้า (Brand) ต่างๆ อย่างจริงจัง และเท่า ทัน เพื่อให้จะได้ไม่หลงไปกับมายาของคุณค่าที่เจ้า ของสินค้า หรือนักการตลาดหยิบยื่นให้แก่คนอีก ต่อไป อย่างไรก็ตามก่อนที่จะกล่าวถึงรายละเอียด ในประเด็นดังกล่าวข้างต้น ผู้เขียนจะขอกล่าวถึง ความหมาย และองค์ประกอบของตราสินค้า (Brand) รวมทั้งการสร้าง และเส้นทางเดินของ ตราสินค้าก่อน เพื่อเป็นที่เข้าใจกันในเบื้องต้นก่อน ที่จะมุ่งไปสู่ประเด็นการสร้าง “Brand Literacy” ต่อไป

ตราสินค้า (Brand) : ความหมายและองค์ประกอบ

ตราสินค้า (Brand) คืออะไร มีองค์ ประกอบอย่างไรบ้าง อาจมีคำตอบหลากหลาย แล้วแต่มุมมอง หรือทัศนคติของผู้ให้คำนิยาม แต่ที่ สำคัญที่สุด “ตราสินค้า” เป็นมากกว่าชื่อ กับตรา สัญลักษณ์ (Name and Logo) ซึ่งเป็นแค่ส่วนเดียว เล็กๆ ของตราสินค้า

คลชัย บุญชะรัตเวช CEO แห่งเคนสึงค์ แอนด์ รูบิคแคม หนึ่งในยักษ์ใหญ่ของบริษัท โฆษณา (2546 : 127-128) ให้ความหมายเกี่ยวกับ ตราสินค้า (Brand) ว่า “Brand คือ ประสบการณ์ ของผู้บริโภค (Consumer Experience) จากสิ่งที่ แบนรด์นำเสนอรวมไปถึงการสื่อสารอื่นๆ ทุก อย่างที่ออกจากBrand (Other Brand Communica- tion) คลชัยขยายความต่อไปว่า “Brand คือการ สะสมรวบรวมของการรับรู้ (A collection of Per- ceptions) เป็นผลของความเข้าใจและความรู้สึก รวมๆ เป็นสิ่งที่สะสมมาเรื่อยๆ เป็นการรับรู้ที่ยังอยู่ ในหัวสมองคน”

ศิริกุล เลากัยกุล รองกรรมการอำนวยการ สาขางานคอร์ปอเรต แบนรด์ มาร์เก็ตติ้ง บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด(มหาชน) (2545:25) กล่าว ว่า แบนรด์คือชื่อเสียงจากทุกสิ่งทุกอย่างที่เป็น ประสบการณ์รวมที่เกี่ยวกับสินค้า หรือบริษัท ส่วนเดวิด โอลสกีวี (1995 อ้างถึงในวิฑูรย์ ชัยปาณี 2546 : 6) กล่าวว่า “Brand คือสัญลักษณ์ที่ซับซ้อน เป็นการรวมรวมความรู้สึกที่มีต่อรูปร่างหน้า ตาของตราสินค้าต่อชื่อต่อบรรจุภัณฑ์ต่อราคาต่อ ความเป็นมา ชื่อเสียง วิถีทางโฆษณา Brand เป็น สิ่งที่กำหนดด้วยความรู้สึกของผู้บริโภคที่ใช้ Brand นั้น และมีประสบการณ์กับ Brand นั้น” ใน ขณะที่ Kotler (1984) ให้ความหมายเกี่ยวกับ Brand ว่าหมายถึง ชื่อสัญลักษณ์ โลโก้ ของอะไรอย่าง หนึ่งที่จะบอกว่าเป็นสินค้าหรือบริการอย่างหนึ่งๆ เป็น ของใคร และแตกต่างจากคู่แข่งอย่างไร ต่อมาในปี 1991 Kotler ได้ขยายความเพิ่มเติมว่าถ้าเป็น Brand ต้องสามารถจำแนกได้ 4 อย่างด้วยกันได้แก่ (1) Attribute รูปร่างหน้าตาภายนอกที่จะทำให้เกิด ความจดจำ (2) Benefit บอกคุณประโยชน์ (3)

Value ทำให้รู้สึกใช้แล้วภาคภูมิใจ ไว้ใจ และ(4) Personality มีบุคลิกภาพ เช่น ใช้แล้วเป็นวัยรุ่น ใช้แล้วเป็นคนทันสมัย เป็นต้น (วิทวัส ชัยปานิ. 2546 : 6-7) ทั้งนี้วิทวัส ชัยปานิ CEO แห่ง Creative Juice \G1 Creative Branding Agency (2546) สรุปว่า “Brand คือทุกอย่างที่สินค้ามีทั้งหมดรวมทั้งความรู้สึกอะไรบางอย่างที่ผู้บริโภคมีกับสินค้าหรือตรา นั้น และเป็นเรื่องเกี่ยวกับบุคลิกภาพ (Personality) ความน่าเชื่อถือ (Trust / Reliability) ความมั่นใจ (Confidence) สถานภาพ (Status) ของประสบการณ์ (Share Experience) และความสัมพันธ์ (Relationship)”

ดังนั้นอาจสรุปได้ว่า ตราสินค้า (Brand) หมายถึงสัญลักษณ์อันเป็นที่รวมความรู้สึกของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้าอย่างใดอย่างหนึ่ง ทั้งในแง่ของลักษณะทางกายภาพ ชื่อ บรรจุภัณฑ์ ราคา ความเป็นมา ชื่อเสียง วิธีการสื่อสารของสินค้านั้นทั้งหมด และหมายรวมไปถึงประสบการณ์ที่ผู้บริโภคมีต่อแนวทาง การดำเนินธุรกิจของเจ้าของสินค้านั้นด้วย กล่าวอย่างง่าย ตราสินค้า (Brand) ก็คือ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภค กับสินค้าอย่างใดอย่างหนึ่ง ในทุกแง่มุมของสินค้านั้นๆ รวมกัน และสร้างรอยประทับอยู่ในใจผู้บริโภคนั่นเอง

สำหรับองค์ประกอบของตราสินค้า (Brand) นั้นพิจารณาจากแนวคิดของ Kotler (1991

อ้างในวิทวัส ชัยปานิ, 2546 : 7) ประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 อย่างด้วยกัน คือ

1) Attribute คือรูปร่างหน้าตาภายนอกที่ทำให้เกิดการจดจำ

2) Benefit เป็นการบอกถึงคุณประโยชน์

3) Value สร้างคุณค่าให้รู้สึกที่ใช้แล้วภาคภูมิใจ ไว้ใจ

4) Personality มีบุคลิกภาพ เช่น ใช้แล้วแสดงถึงความเป็นวัยรุ่น ใช้แล้วทำให้ดูเป็นคนทันสมัย เป็นต้น

ส่วน Alex Goslar (2546 : 129) กล่าวถึงองค์ประกอบของ Brand ซึ่ง Goslar เรียกว่าเป็นหัวใจของ Brand อันประกอบด้วยคุณลักษณะ 4 ประการ คือ

1) หน้าที่ โดยส่วนใหญ่เป็นการอธิบายถึงตัวสินค้าในแต่ละแบรนด์ และในบางครั้งหน้าที่ก็สามารถสื่อด้วยอารมณ์ได้ดีอีกด้วย

2) ประสิทธิภาพ คือสิ่งที่อธิบายถึงข้อแตกต่างที่ไม่ใช่เพียงผิวเผิน แต่เป็นสิ่งที่จับต้องได้ และเปรียบเทียบได้

3) บุคลิกลักษณะ คือลักษณะของ Brand ที่จะสะท้อนตัวตนของผู้ใช้แบรนด์นั้น

4) คุณค่าที่แท้จริง เป็นคุณค่าที่แท้จริงที่สามารถสัมผัสและสามารถเพิ่มค่าได้ในระยะยาว

แผนภาพแสดงองค์ประกอบของแบรนด์
(ที่มา : Alex Goslar , Brand Age . ปีที่ 4, ฉบับที่ 11, พฤศจิกายน 2546 : 129)

หน้าที่ * มันคืออะไร * มันทำอะไร * มันทำเพื่ออะไร	บุคลิกลักษณะ * เกี่ยวข้องกับเราไหม? * เราชอบมันไหม?
ประสิทธิภาพ * มันแตกต่างกันอย่างไร * มันคืออะไร	คุณค่าที่แท้จริง * จุดยืนของมันคืออะไร * เราเชื่อใจไหม * เรานับถือมันไหม

การสร้างตราสินค้า (Branding)

อาจกล่าวได้ว่าไม่มีสูตรสำเร็จเพียงสูตรเดียว ที่เป็นสากล (Universal) สำหรับการสร้างตราสินค้า (Brand) ด้วยเหตุว่า ตราสินค้าหรือแบรนด์ๆ หนึ่งนั้น อาจมีความหมายที่แตกต่างกันได้หลายล้านความหมาย (Goslar , 2546 : 128) สำหรับคนแต่ละคนแบรนด์ก็มีความหมายแตกต่างกัน และในขณะเดียวกันก็มีความเกี่ยวข้องบางอย่างที่ทำให้แบรนด์นั้นได้รับการรู้จัก และเป็นที่ยอมรับเหมือนกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบันที่สภาพแวดล้อมของการตลาดเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมมาก การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคทางการตลาดมีความหลากหลายและแบ่งย่อยได้มากขึ้นจากเดิมที่เน้นเฉพาะการแบ่งกลุ่มตามตัวแปรทางประชากรศาสตร์ (Demographic) อาทิ เพศ อายุ การศึกษารายได้ เป็นต้น ได้เปลี่ยนมาสู่การแบ่งย่อยที่หลากหลายมากขึ้น เช่น การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคโดยอาศัยวิถีการดำเนินชีวิต (lifestyle) การแบ่งกลุ่มโดยอาศัยหลักจิตวิทยาภายใน 3 ประการได้แก่ เป้าหมาย แรงจูงใจ และค่านิยมของชีวิต (Goal, Motivation and Value) เป็นต้นหรือ แม้แต่การใช้ปัจจัยดั้งเดิมดังเช่นปัจจัยทางประชากรศาสตร์ดั้งเดิม ในการแบ่งกลุ่มผู้บริโภคก็อาจยังใช้อยู่บ้างแต่เปลี่ยนมุมมองใหม่ หรือมีการแยกย่อยในการแบ่งละเอียดขึ้น เช่น ก่อนหน้านี้นักการตลาดเคยแบ่งกลุ่มผู้บริโภคเป็นวัยเด็กและวัยรุ่น แต่ในขณะนี้มีการแบ่งย่อยที่ละเอียดขึ้น เกิดกลุ่มผู้บริโภคที่อยู่ระหว่างวัยเด็ก กับวัยรุ่นซึ่งเรียกว่าวัย “Tween”

กล่าวคือ เป็นผู้ที่มียุระหว่าง 9-14 ปี ที่ถือว่าพ้นจากวัยเด็กมาแล้ว แต่ก็ยังไม่ถึงกับเป็นวัยรุ่น เป็นต้น ดังนั้น การสร้างตราสินค้า (Branding) สำหรับสินค้าแต่ละประเภท และสำหรับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายที่แตกต่างกัน ก็อาจต้องใช้วิธีการและกลยุทธ์ที่แตกต่างกันออกไป ตามความเหมาะสมและการเกิดประสิทธิภาพประสิทธิผลที่ดีที่สุด อย่างไรก็ตามจากการรวบรวมแนวคิด และแนวปฏิบัติของบรรดานักการตลาด นักสร้างตราสินค้า และนักสื่อการตลาดทั้งหลาย พอจะสรุปหลักการสร้างตราสินค้าได้ดังนี้

บันได 3 ขั้น ของการสร้างตราสินค้า (Brand)

แนวคิดดังกล่าวสรุปจากการนำเสนอของณรงค์ จิวางกูร นักการตลาดชื่อดังของเมืองไทย ผู้ก่อตั้งบริษัทตัวแทนการสร้างตราสินค้าภายใต้ชื่อว่า Narong & Goslar ทั้งนี้ณรงค์ (2546 : 234) เสนอแนวคิดในการสร้าง Brand 3 ขั้นตอนได้แก่

(1) การหาจุดที่แตกต่างของเราให้พบว่าเราคือใคร เราเก่งกว่าหรือมีประสบการณ์มากกว่าคนอื่นอย่างไร

(2) การวางตำแหน่งของสินค้า (Brand Positioning) กล่าวคือ อธิบายว่าเราให้ค้ำประกันสัญญาอะไรกับลูกค้า

(3) การสร้างความหมายของตราสินค้า (Brand Idea) กล่าวคือ การตอบคำถามว่า ต้องการให้ผู้บริโภคจดจำอะไรจาก Brand ของเรา

ต้องหาจุดโดดเด่นให้พบ

Point of Differentiation

เราคืออะไร

Point of Positioning

อธิบายว่าคำมั่นสัญญาของเราคืออะไร

Brand Idea

อยากให้ผู้บริโภคจำแบรนด์ของเราอย่างไร

Blueprint of Brand Building Concept

(ที่มา : ณรงค์ จิวาญกุล. “Brand Building Dynamic” สร้างแบรนด์, 2546 : 234)

สำหรับ Brand Idea นั้นอาจกล่าวได้ว่าเป็นกลยุทธ์การสร้างสรรค์ที่จะนำเสนอไปสู่ลูกค้าหรือผู้บริโภค ทั้งนี้ Brand Idea ที่ดีต้องประกอบด้วย 3 มุมมองด้วยกัน คือ (1) สะท้อนจุดยืนแก่นแท้และความเป็นตัวตน (2) โดนใจผู้บริโภค และ (3) แหวกจารีตเดิมๆ ของตลาด (Disrupt Market Convention) ซึ่งทั้ง 3 มุมดังกล่าวต้องสอดคล้องไปด้วยกัน และมีความสัมพันธ์ไปกับผู้บริโภคด้วย (คลชัย บุญยะรัตเวช, 2546 : 115)

กระบวนการสร้างตราสินค้า (Brand) 4 มิติ

วิฑูรย์ชัยปาณี แห่งบริษัท Creative Juice \ GI จำกัด (2546 : 46-55) นำเสนอกระบวนการสร้างตราสินค้า 4 มิติ (4 D - Branding Process) ซึ่งประกอบด้วย

(1) Discovery - การค้นพบความจริงใน 4 มิติ

เป็นการค้นหาความต้องการอย่างแท้จริงที่อยู่ภายในจิตใจของลูกค้าและ มองสิ่งรอบตัวให้

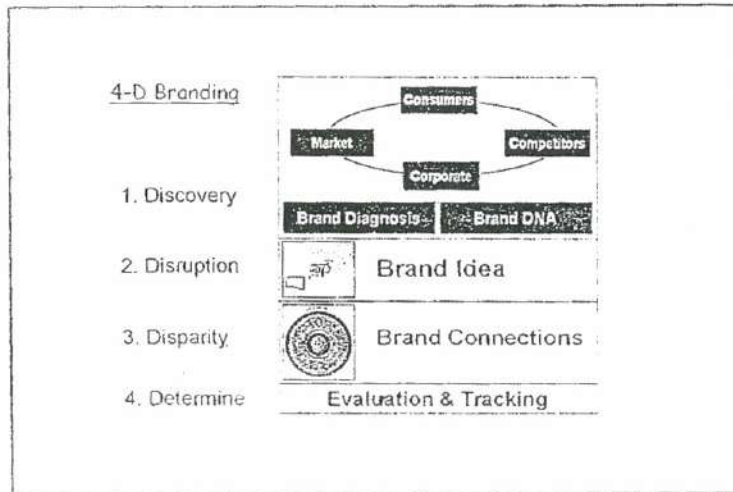
ครบทุกมิติ ได้แก่ มิติด้านตลาด (Market) มิติด้านลูกค้า (Customer) มิติด้านองค์กร (Corporate) และมิติด้านตราสินค้าทั้งของตนเองและของคู่แข่ง (Competitions)

(2) Disruption - การค้นหา Brand Idea ที่โดดเด่น

เป็นการแตกแยก Brand Idea ของตนเองออกมา (Disrupt) โดยมีการเปลี่ยนแปลง ไม่อยู่ในกฎเกณฑ์ และออกจากวิธีธรรมเนียมปฏิบัติเดิมๆ

(3) Disparity - การกระจายข่าวสารของ Brand ไปยังลูกค้าเป้าหมายเป็นขั้นตอนที่นำเสนอ Brand Idea กระจายไปสู่ผู้บริโภคซึ่งจะต้องอาศัยสื่อในรูปแบบต่างๆ ที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ ไม่พึ่งพาเฉพาะสื่อมวลชนเท่านั้น

(4) Determine - การวัดผลถึงสารที่เราสื่อถึง Brand ในใจลูกค้า เป็นขั้นตอนสุดท้าย ซึ่งมีความสำคัญ ต้องทำการวัดผล ซึ่งไม่ใช่วัดแค่การรับรู้ (Awareness) แต่ต้องเป็นการหา Mind Share หรือ Brand Share



ที่มา : วิทวัส ชัยปานิ “Brand Building Through Consumer Insight” ,2546 : 52.

แนวทางการสร้างตราสินค้า (Branding) ที่ยกมากล่าวข้างต้นนั้น เป็นเพียงส่วนหนึ่งจากหลายแนวคิด นอกเหนือจากที่กล่าวยังมีทั้งนักวิชาการ และนักวิชาชีพ ได้นำเสนอแนวคิด และการสร้างตราสินค้า ในรูปแบบต่างๆ อีกมากมาย ซึ่งจะไม่ขอยกมากล่าวในที่นี้ ในส่วนนี้ขอเสนอเป็นแนวทางพอสังเขปเท่านั้น

รู้เท่าทัน...ตราสินค้า (Brand Literacy)

หากเราพิจารณาตั้งแต่ความหมายของตราสินค้า (Brand) จะเห็นได้ว่าไม่จะเป็นการนิยาม หรือการให้คำจำกัดความของนักการตลาด นักโฆษณา หรือ นักสร้างตราสินค้าก็ตามจะเน้นประเด็นสำคัญของความรู้สึกของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องผูกพันหรือสัมพันธ์กับตราหือ สัญลักษณ์ คุณลักษณะ และคุณค่าของสินค้า กล่าวได้ว่าไม่มีตราสินค้าใดๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกของผู้บริโภคผิดกันแต่ความรู้สึกที่ผู้บริโภคแต่ละรายมีต่อตราสินค้าแต่ละตรานั้นย่อมมีระดับต้นลึก

หนาบางแตกต่างกันออกไป ผู้บริโภคชายใดเกิดความรู้สึกต่อตราสินค้าใดตราสินค้าหนึ่งในระดับที่ลึกมากๆ นั้นย่อมหมายความว่า ผู้บริโภคชายนั้นจะเกิดความจงรักภักดีต่อตราสินค้า (Brand Loyalty) นั้นค่อนข้างแน่นอนและชัดเจน

ดังนั้นเมื่อความรู้สึกต่อตราสินค้าต่อผู้บริโภคเป็นตัวแปรสำคัญ แนวทาง วิธีการ หรือกระบวนการสร้างตราสินค้า จึงต้องพยายามหาวิถีทางเข้าไปครอบครองความรู้สึกในใจผู้บริโภคไว้ให้เหนือกว่าตราสินค้าของคู่แข่งในทุกวิถีทาง โดยอาศัยกระบวนการสื่อสารที่ทรงประสิทธิภาพในรูปแบบต่างๆ ด้วยเหตุนี้เองเจ้าของสินค้า นักธุรกิจ และนักการตลาดจึงมีเป้าหมายสำคัญในการสร้างตราสินค้า คือ การผลัก หรือจับตราสินค้าของตนเข้าไปครองใจผู้บริโภคด้วยวิธีการต่างๆ นานา ไม่ว่าจะเป็นเทคนิคการใช้สื่อ การใช้ข้อมูลข่าวสาร การใช้สัญลักษณ์ การใช้สี ตลอดจนการใช้เครื่องมืออื่น ๆ สุดแท้แต่จะสร้างสรรค์หามาได้ และด้วยภาวะการแข่งขันทางธุรกิจในปัจจุบันภาย

ได้การแผ่ขยายอิทธิพลของระบบทุนนิยมที่เชื่อมต่อไปทั่วโลก การสร้างตราสินค้า (Branding) ของนักธุรกิจ หรือนักการตลาดบ่อยครั้งที่มักจะละเลยการให้ข้อมูลข่าวสารที่แท้จริง ที่ชัดเจนเกี่ยวกับคุณค่าที่แท้จริงของสินค้า เพราะมุ่งเน้นการสร้างคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Value) มากกว่าคุณค่าเชิงอรรถประโยชน์จริงๆ หรือมักจะเน้นการสร้างอารมณ์ (Emotional) ให้เกิดกับคุณลักษณะ หรือเกิดกับตราสินค้ามากกว่าเหตุผลด้านประโยชน์ใช้สอย ดังที่คลชัย บุญยรัตเวช (2546:105-106) กล่าวถึงศาสตร์ของการสร้าง Brand ที่ประสบความสำเร็จว่าคือ การเคลื่อนย้ายจากประโยชน์ใช้สอย (Functional) ไปสู่อารมณ์ (Emotional) ให้มากขึ้น หรือการย้ายจากความคิด (Think) ไปสู่ความรู้สึก (Feel) ให้มากขึ้นนั่นเอง ตัวอย่างเช่นการสร้างตราสินค้า “PEPSI” ที่บอกว่าเป็น “ทางเลือกของคนรุ่นใหม่” หรือกรณีของบุหรี่ “MARLBORO” ที่เน้นถึงความเป็นคาบอชอเมริกัน หรือกรณีของรองเท้า NIKE ที่บอกว่าเป็นรองเท้าของคนที่มีแรงปรารถนาที่จะทะยานไปข้างหน้าตามสโลแกนที่ว่า “Just Do It” ซึ่งต่างก็ไม่ได้กล่าวถึงคุณสมบัติหรือคุณลักษณะของตัวสินค้าเลยอันแสดงถึงการใช้ความเป็นเหตุผลทางด้านอารมณ์ (Emotional) มากกว่าการใช้เหตุผลด้านประโยชน์ใช้สอย (Functional) ทั้งนี้จะเห็นว่า PEPSI ก็ต้องละเลย หรือไม่พูดกับผู้บริโภคเลยในด้านคุณค่าทางโภชนาการทั้ง ๆ ที่ PEPSI เป็นเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของคาเฟอีน และน้ำตาล ซึ่งหากดื่มเข้าไปมาก ๆ เป็นประจำย่อมส่งผลเสียต่อสุขภาพ ซึ่งมีงานวิจัยด้านสาธารณสุขพบว่าเด็กที่ดื่มน้ำอัดลม เช่น PEPSI, COKE เป็นประจำทุกวัน และวันละหลาย ๆ ขวด อาจส่งผลให้เป็นโรคฟัน

ผุ และเหงือกอักเสบก่อนวัยอันสมควร บางรายกลายเป็นโรคอ้วนด้วย เพราะปริมาณน้ำตาลสะสมไว้มาก หรือกรณีบุหรี่ MARLBORO ก็เช่นกันพยายามใช้อารมณ์เป็นสิ่งที่จูงใจสร้างความรู้สึกถึง “ความเป็นลูกผู้ชายแบบคาบอชอเมริกัน” หากได้สูบบุหรี่ MARLBORO เข้าไป ทั้ง ๆ ที่ในความเป็นจริงแล้วก็คงเป็นไปไม่ได้ รวมทั้งการสูบบุหรี่ก็ส่งผลให้เสี่ยงต่อการเป็นโรคมะเร็งในปอด หรือหลอดลมอีกด้วย

คงไม่ผิดนักหากจะกล่าวว่า การสร้างตราสินค้า (Branding) ในปัจจุบันก็ไม่แตกต่างไปกับการใช้มายาคติ (Myth) ผ่านการเล่าเรื่องของคนสมัยโบราณเพื่อครอบงำความรู้สึก ความเชื่อของผู้คนในสังคม เพื่อผลประโยชน์ในการปกครอง หรือการสร้างศรัทธาในศาสนาหลายศาสนา หรือถัดมาในยุคนาซี Hitler ก็ได้ใช้การโฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda) ผ่านสื่อโทรทัศน์ ภาพยนตร์ และวิทยุกระจายเสียงเพื่อถ่ายทอดลัทธิเผด็จการนาซีเพื่อครอบงำความรู้สึกความเชื่อของชาวเยอรมัน สิ่งนี้นักบวชในศาสนาใช้กับสิ่งที่ Hitler ใช้ในการเผยแพร่ลัทธินาซีก็ดูเหมือนกันจะเน้นไปที่อารมณ์ (Emotional) มากกว่าประโยชน์ใช้สอย (Functional) ถ้าเป็นเช่นนั้นแล้วกระบวนการสร้างและสื่อสารตราสินค้าจะแตกต่างกันแล้ว นักการตลาด นักธุรกิจ หรือนักสื่อสารการตลาดต่างก็อาศัยช่วงว่างทางอารมณ์ของผู้บริโภค และนำตราสินค้าของตนเข้าไปครอบครองพื้นที่ในจิตใจหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค กระบวนการสื่อสารตราสินค้าในยุคปัจจุบันจึงไม่ต่างไปจากการเล่านิทานปรัมปราในยุคโบราณเพื่อต้องการเผยแพร่ศาสนาหรือความเชื่อ ไม่ต่างไปจากการโฆษณาชวนเชื่อเพื่อเผยแพร่

อุดมการณ์แห่งลัทธินาซีของ Hitler มากนัก

อย่างไรก็ตาม ในโลกของธุรกิจคงเป็น การยากที่จะมีนักธุรกิจหรือนักการตลาดรายใดที่ จะกระตุ้นให้ผู้บริโภคได้เข้าใจและเล็งเห็นคุณ ประโยชน์ที่แท้จริงของสินค้า เพราะเป้าหมาย ของธุรกิจคือ การสร้างกำไร และการเอาชนะคู่แข่ง ขันทางการค้า ส่วนกำไรของธุรกิจนั้นก็ไม่ได้มา จากใครอื่นที่ไหนก็มาจากบรรดาผู้บริโภคทั้ง หลายนั่นเอง ด้วยเหตุนี้นักธุรกิจ หรือนักการตลาด ต่างก็ต้องหาวิธีการที่จะทำให้อุณหภูมิเกิดการซื้อสินค้าของตนให้มากที่สุดการสร้างตราสิน ค้าเพื่อยึดครองใจผู้บริโภค ก็หวังไว้ว่าจุดหมาย ปลายทางแล้วผู้บริโภคต้องซื้อสินค้าตราหือของ ตนนั่นเอง ดังนั้นยังทำให้ผู้บริโภคเกิด ประสพการณ์ร่วม เกิดความรู้สึกร่วมในตราสินค้า ของตนได้มากเท่าไรก็ยังดีต่อการเกิดพฤติกรรม การซื้ออีกเท่านั้น ทำให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าด้วย อารมณ์ได้มากกว่าเหตุผลก็ยังสร้างผลประโยชน์ ให้กับเจ้าของสินค้าได้มากยิ่งขึ้น

สุดท้ายผู้บริโภคต้องทำอะไรจึงจะรู้ เท่าทันตราสินค้า ซึ่งก็คงหนีไม่พ้นว่าผู้บริโภค ต้องพึ่งตนเองและพึ่งพากลุ่มผู้บริโภคด้วยกันเอง ด้วยการทำความเข้าใจกับธรรมชาติของเจ้าของ ธุรกิจ และนักการตลาด รวมทั้งนักสร้างตราสินค้า ทั้งหมด ทั้งนี้ได้กล่าวถึงแนวคิดในการสร้าง ตราสินค้าของนักการตลาดและนักการสื่อสารทั้ง หลายแล้วว่าต่างก็เน้นไปที่การยึดครองความรู้สึก ของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้าของตนโดยอาศัย การปลูกเร้า การโน้มน้าวอารมณ์ความรู้สึกให้ คล้อยตาม และฝังแน่นต่อตราสินค้าของตน หาก ผู้บริโภคได้ประจักษ์แล้วในที่มาและวัตถุประสงค์ ของตราสินค้านี้ดังกล่าวนั้นแล้วข้างต้น ผู้บริโภคเอง

ก็ต้องศึกษาและใช้เหตุผลพิจารณาในการซื้อสินค้า แต่ละครั้งด้วยความรอบคอบ ไม่ใช่ใช้อารมณ์ร่วม หรืออารมณ์คล้อยตามกระแสในการตัดสินใจซื้อ การสูบบุหรี่ MARLBORO ทุกวันก็คงไม่ทำให้ผู้ บริโภครายนั้นเป็นลูกผู้ชายอย่างคาบอยอเมริกัน ได้ ยิ่งถ้าสูบบุหรี่ทุกวันจนมีอาการป่วยของโรคมะเร็ง เขาผู้นั้นก็จะกลายเป็น “คาบอยชียา” มากกว่า จะเป็นลูกผู้ชาย หรือการดื่ม PEPSI “ทางเลือกของ คนรุ่นใหม่” ทุกวันเป็นจำนวนมากตั้งแต่วัยเด็ก จนทำให้ฟันผุ หรือกลายเป็นโรคอ้วน และเสี่ยงต่อ การเป็นเบาหวานตั้งแต่วัยรุ่นหรือวัยทำงาน หาก เป็นเช่นนี้ก็ไม่ว่าจะเป็นคนรุ่นใหม่ไปเพื่ออะไร แล้ว คนรุ่นใหม่แบบนี้จะเป็นความหวังของประเทศ ชาติและสังคมได้มากน้อยแค่ไหนกัน

ดังนั้น การรู้เท่าทันตราสินค้า (Brand Literacy) ผู้บริโภคจำเป็นต้องทำความเข้าใจกับ ตราสินค้าและตัวสินค้าให้ถ่องแท้ ศึกษาถึงคุณ ประโยชน์ใช้สอย อาศัยเหตุผลในการตัดสินใจซื้อ มากกว่าการใช้อารมณ์ ในเมื่อตราสินค้าพยายาม อย่างยิ่งขยวที่จะมุ่งไปสู่เขตแดนทางอารมณ์ของผู้ บริโภค ผู้บริโภคจึงต้องสร้างความฉลาดทาง อารมณ์ (E.Q.) ของตนเองให้มากขึ้นเพื่อเป็นภูมิคุ้ม กันการตัดสินใจเลือกบริโภคตราสินค้าและสินค้า ชนิดที่ปลอดจากภาวะการครอบงำ หรือการ ตกเป็นทาสของตราสินค้า (Brand) ใดๆอย่างไ้ เหตุผล ดังที่พระธรรมปิฎก (2546:5) ได้กล่าวถึง การปฏิบัติที่ถูกต้องในการเสพหรือบริโภคอย่าง ง่ายๆว่า “ต้องกินเป็น ใช้เป็น บริโภคเป็น” ซึ่งหมาย ความถึง การบริโภคตราสินค้านั้นต้องบริโภคให้ พอดี บริโภคด้วยปัญญา ไม่ก่อให้เกิดทุกข์แก่ ตนเอง ครอบครวั ผู้คนรอบข้าง และสังคม เช่น บางคนยอมเป็นหนี้เป็นสินเพื่อให้ได้บริโภค

ตราสินค้าชื่อดัง (Brand Name) เพียงเพราะแค่ต้องการความมีหน้ามีตาในสังคม หรือต้องการทัดเทียมกับเพื่อนเท่านั้น ดังนั้น การรับรู้และการสร้างรอยประทับใจต่อตราสินค้าในใจตนเองนั้น ผู้บริโภค

ต้องพยายามสร้างความสมดุลระหว่าง เหตุผลกับอารมณ์ประดุจดังหยินกับหยางในเต๋า

เพื่อนำไปสู่การเกิดปัญญาในการรู้เท่าทันตราสินค้า เพราะฉะนั้นการรู้เท่าทันตราสินค้า (Brand Literacy) จึงเป็นทางเลือกหนึ่งของผู้บริโภคที่จะก้าวข้ามจากการเป็นผู้บริโภคนิยม หรือผู้บริโภคตามกระแสไปสู่การบริโภคอย่างรู้เท่าทัน และเต็มไปด้วยคุณประโยชน์ต่อชีวิต ครอบครัว และสังคมของผู้บริโภคนั่นเอง

บรรณานุกรม

- กอสสาร์, อเล็กซ์. (2546, พฤศจิกายน). จริงหรือไม่ที่ความเหมือนยิ่งใหญ่อะไรก็ความแตกต่าง. **แบรนด์เอจ**, 4, 11, หน้า 128-129.
- ณรงค์ จีวังกูร. (2545). 10 ขั้นตอนการสร้างแบรนด์ [Brand building]. กรุงเทพฯ : แบรนด์เอจ.
- คลชัย บุญะรัตเวช. (2545). แบนด์วอยซ์ [Brand voice]. กรุงเทพฯ : b Tipping Point Press.
- คาเลซซาน โคร, เดวิด เอฟ. และ โอเวนส์, ไมเคิล. (2545). **สงครามตราสินค้า : 10 กฎทองของการสร้างตราสินค้าชื่อดัง**, แปลเรียบเรียงโดย นาดกมล บุญรอดพาณิชย์. กรุงเทพฯ : เอ.อาร์ บิซิเนส เพรส.
- บอนด์, โจนาธาน และเคอร์เซนบวม, ริชาร์ด. (2543). **แบบนี้ไม่มีพลาต : บทเรียนการโฆษณาที่ตรงเป้าหมายและไม่ถูกปฏิเสธ [Under the radar : talking to today's cynical consumer]**, แปลและเรียบเรียงโดย นิทัศน์ วิเทศ. กรุงเทพฯ : เอ.อาร์ บิซิเนส เพรส.
- พระธรรมปิฎก (ประยุตต์ ปยุตฺโต). (2546). วิถีคิดตามหลักพุทธธรรม. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ : ศยาม.
- วิทวัส ชัยภาณี และคนอื่นๆ. (2546). **สร้างแบรนด์**. กรุงเทพฯ : ทิปปิง พอยท์.
- วิทวัส รุ่งเรืองผล. (2544). **สมอลบัสเวิร์ก [Small but work]**. กรุงเทพฯ : เมกเกอร์เรีย.
- ศิริกุล เลากัยกุล. (2546). **สร้างแบรนด์**. กรุงเทพฯ : อมรินทร์.
- Schmidt, Klaus and Ludlow, Chris. (2002). **Inclusive branding : the why and how of holistic approach to brands**. Hampshire : Palgrave Macmillan.

การเตรียมพร้อมด้านการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย

เพื่อรับมือกับข้อตกลง FTA: ประเด็นศึกษาของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

* ผ่องใส เพ็ชรรักษ์

การจัดตั้งเขตการค้าเสรี (Free Trade Area) หรือ FTA นั้นได้เข้ามามีบทบาททางการค้าระหว่างประเทศของไทยในปัจจุบันเป็นอย่างมาก ทั้งนี้ FTA คือการรวมกลุ่มเศรษฐกิจ เป็นการตกลงทวิภาคีของสองประเทศ หรือระหว่างกลุ่มประเทศกับประเทศใดประเทศหนึ่ง หรือระหว่างกลุ่มประเทศกับกลุ่มประเทศ ซึ่งการที่จะทำความตกลง FTA ก็เพราะแต่ละประเทศต่างก็แสวงหาแนวทางที่จะส่งเสริมพัฒนาการค้าซึ่งกันและกัน ปัจจุบันรัฐบาลไทยมีนโยบายให้การจัดทำ FTA เป็นยุทธศาสตร์เชิงรุกด้านการค้าระหว่างประเทศของไทย เพื่อสร้างพันธมิตรและขยายโอกาสทางการค้าและการลงทุน อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทยเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่รอผลการเจรจา FTA ระหว่างไทยกับสหรัฐอเมริกา หากไทยไม่เร่งเจรจจะทำให้เสียโอกาสในการแข่งขัน แต่เนื่องจากการเจรจากับสหรัฐอเมริกามีเรื่องมาตรฐานด้านแรงงานและสิ่งแวดล้อมเข้ามาเกี่ยวข้อง ไทยจึงมีความจำเป็นต้องเตรียมการเรื่องแรงงานและสิ่งแวดล้อมให้เป็นไปตามเงื่อนไข

ของสหรัฐอเมริกาแต่เนิ่นๆ เพื่อพร้อมจะเข้าสู่ FTA กับสหรัฐอเมริกาให้เร็วที่สุด

นอกจากนี้การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจมีเป้าหมายเพื่อลดภาษีศุลกากรระหว่างคู่เจรจา หรือลดเลิกภาษีและอุปสรรคที่ไม่ใช่ภาษีเป็นสำคัญ ซึ่งในปัจจุบัน FTA มีประมาณ 300 ฉบับ นั้นหมายถึงการจับคู่เจรจาประเทศคู่ค้าในแต่ละประเทศอาจจะมีมากกว่าหนึ่งฉบับก็ได้ ดังนั้นการเจรจาค่าเสรีมีความสำคัญมากในโลกปัจจุบัน ประเทศคู่ค้าที่เห็นประโยชน์ก็จะเจรจาดกลงกัน การเจรจากับประเทศคู่ค้าตั้งแต่สองประเทศขึ้นไป ประเทศที่ไม่ได้เป็นคู่เจรจาไม่ต้องนำไปปฏิบัติใช้ ในอนาคตการค้าเสรีจะมีการเอารัดเอาเปรียบกันมากขึ้น ประเทศที่มีอำนาจต่อรองน้อย เช่นประเทศไทย ถ้ายังไม่เห็นความสำคัญของเรื่องนี้ ก็จะเสียโอกาสและสูญหายไปจากตลาดการค้าเสรี การเจรจาการค้าเสรีก่อให้เกิดผลดีต่อประเทศคู่เจรjadังนี้

1. การกำหนดอัตราภาษีลดลง
2. การมีประเทศผู้ร่วมค้าทางเศรษฐกิจ

*อาจารย์ประจำและหัวหน้าภาควิชาการจัดการอุตสาหกรรม คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต : M.B.A. (การจัดการ) มหาวิทยาลัยฟาร์อีสต์เทิร์น ฟิลิปปินส์

3. เกิดการแข่งขันทางการค้า โดยเน้นคุณภาพสินค้าและแรงงาน

4. การพัฒนาทางด้านบริการ เช่น การขนส่ง เป็นต้น

5. การพัฒนาทางด้านคุณภาพสินค้า

6. ดึงดูดนักลงทุนให้เข้ามาลงทุนในประเทศ

7. ผู้บริโภคในประเทศคู่ค้าได้ประโยชน์
ทั้งนี้การจัดการทางด้านแรงงานของอุตสาหกรรมไทยเราก็จัดได้ว่าเป็นตัวแปรอันหนึ่งที่มีความสำคัญอันก่อให้เกิดอุปสรรคทางการค้ากับนานาประเทศที่ไทยเราได้ทำข้อตกลง FTA โดยเฉพาะภายหลังการเปิดเขตการค้าเสรีประเทศ

ไทยจะเป็นแหล่งผลิตสินค้า และมีการลงทุนภายในประเทศเพิ่มสูงขึ้นเพื่อดำเนินการผลิตสินค้าส่งไปจำหน่ายยังประเทศคู่ค้าที่มี FTA กับไทย โดยเฉพาะสหรัฐอเมริกา ซึ่งปัจจุบันเป็นตลาดส่งออกหลักแห่งหนึ่งของไทย โดยคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 20 ของการส่งออกของไทย สินค้าส่งออกภาคอุตสาหกรรมของไทย 5 อันดับแรก คือ

1. คอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน
2. เสื้อผ้า
3. อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป
4. โทรทัศน์และชิ้นส่วน
5. วงจรไฟฟ้า

ตารางที่ 1 ผู้ผลิตส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย 2,672 ราย

ขนาดโรงงาน	จำนวนคนงาน(คน)	จำนวนผู้ผลิต(ราย)
เล็ก	ไม่เกิน 50	1,830
กลาง	51 – 200	641
ใหญ่	มากกว่า 200	201

ที่มา : <http://www.depthai.go.th/go/content/download/attach?contentId=2378&name=FactSheetเครื่องนุ่งห่ม-เมย.48...doc>

หากพิจารณาจากตารางที่ 1 พบว่าประเทศไทยในขณะนี้ มีผู้ผลิตส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มรวมทั้งสิ้น 2,672 ราย เป็นแรงงาน 843,200 คน (สำนักบริการส่งออก กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ)

เสริมการส่งออก, 2548) ซึ่งตลาดนำเข้าสหรัฐอเมริกาเป็นตลาดที่ไทยส่งออกสูงสุด (แสดงในตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 ตลาดส่งออกที่สำคัญของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย

ประเทศที่นำเข้าสินค้า จากไทย	มูลค่า : ล้านUSD		
	2546	2547	2548(มก.-เมย.)
1. สหรัฐอเมริกา	1,601.03	1,759.89	510.44
2. ญี่ปุ่น	199.30	223.44	81.88
3. สหราชอาณาจักร	206.25	248.63	69.91
4. ฝรั่งเศส	112.50	172.75	46.91
5. เยอรมนี	115.91	121.68	41.96
6. แคนาดา	80.56	78.65	24.68
7. เนเธอร์แลนด์	59.40	74.77	21.47
8. เบลเยียม	88.56	63.88	18.65
9. สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์	48.50	52.39	13.96
10. สเปน	37.11	44.43	12.30
รวม 10 ประเทศ	2,549.12	2,840.50	842.17
อื่น	469.96	556.56	166.76
มูลค่ารวม	3,019.08	3,397.06	1,008.92

ที่มา : <http://www.depthai.go.th/go/content/download/attach?contentId=2378&name=FactSheetเครื่องนุ่งห่ม-เมย.48...doc>

เป้าหมายการส่งออกปี 2548 ของไทย คาดว่าจะมีมูลค่าประมาณ 3,975 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยเพิ่มขึ้นจากปี 2547 ร้อยละ 17.00 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.39 ของมูลค่าการส่งออกรวมทั้งประเทศ (สำนักบริการส่งออก กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2548) การส่งออกสินค้าเครื่องนุ่งห่มในปี 2548 เป็นปีแรกที่ยกเลิกโควตาสิ่งทอตามพันธกรณีความตกลงสิ่งทอขององค์การการค้าโลก (WTO) ซึ่งตลาดหลักของเครื่องนุ่งห่มเป็นตลาดโควตาเดิม คือ สหรัฐอเมริกา และ

สหภาพยุโรป หากส่วนแบ่งตลาดในสหรัฐอเมริกาของไทยลดลง จะมีผลกระทบต่อแรงงานไทยอย่างมากแน่นอน ปัจจุบันจีนได้เข้าสู่เวทีค้าโลก และได้เปรียบทางการแข่งขัน เนื่องจากต้นทุนค่าแรงต่ำมาก แม้ว่าประสิทธิภาพในการผลิต และคุณภาพของสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูป จะสู้ประเทศไทยไม่ได้แต่ในอนาคต จีนคงดำเนินการพัฒนาคุณภาพและปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตให้ทัดเทียมไทยได้

ดังนั้นรัฐบาลกำลังแก้ไขปัญหาโดยอยู่ระหว่างการเจรจาทำข้อตกลงการค้าเสรี(FTA) เพื่อความได้เปรียบทางการส่งออก เมื่อแข่งขันกับประเทศอื่นๆ โดยผลจากการลดภาษีศุลกากร ซึ่งทำให้ลดต้นทุนสินค้าลงด้วย และสภาอุตสาหกรรมไทยคาดการณ์ว่า หลังจากเปิดตลาดภายใต้ข้อตกลงการค้าเสรีหมวดอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานมากก็จะได้ผลดีไปด้วย หนึ่งในอุตสาหกรรมเหล่านั้นก็คืออุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ซึ่งตรงกับรายงานภาวะอุตสาหกรรมไตรมาสที่ 3 ปี2547 ของสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ที่คาดว่า หลังจากประเทศไทยได้เปิดเขตการค้าเสรีระหว่างประเทศ จะช่วยให้ขยายการส่งออกได้มากขึ้น เนื่องจากไม่มีข้อจำกัดทางด้านภาษี รวมทั้งยุทธศาสตร์อุตสาหกรรมแห่งชาติที่อยู่ระหว่างดำเนินการ ซึ่งจะส่งผลให้อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มมีศักยภาพที่เข้มแข็งและส่งออกได้ดีขึ้น (รายงานภาวะอุตสาหกรรมไตรมาสที่ 3 ปี 2547 (กรกฎาคม - กันยายน 2547), 2547 : หน้า 101)

จากการวิเคราะห์สถานการณ์อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทยพบว่าไทยมีจุดแข็ง (Strength) คือ คุณภาพของสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปมีมาตรฐานสูงเป็นที่ยอมรับของสหรัฐอเมริกา อย่างไรก็ตามไทยก็มีจุดอ่อน (Weakness) ในด้านค่าจ้างแรงงานที่สูงกว่าหลายๆ ประเทศที่เป็นคู่แข่งสำหรับโอกาส (Opportunity) ที่อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทยจะเพิ่มส่วนแบ่งตลาดในสหรัฐอเมริกา มีความเป็นไปได้สูง หลังจากไทยเปิดเขตการค้าเสรีกับสหรัฐอเมริกาสำเร็จ ในขณะเดียวกันไทยยังมีอุปสรรค (Threat) เนื่องจากสหรัฐอเมริกา

มีข้อกำหนดมาตรฐานแรงงานและสิ่งแวดล้อมที่ประเทศคู่ค้าต้องปฏิบัติตาม

ระหว่างที่รัฐบาลไทยยังอยู่ในขั้นตอนการจัดทำข้อตกลงเขตการค้าเสรีกับสหรัฐอเมริกา รัฐบาลไทย จะต้องตระหนักว่าสหรัฐอเมริกาอยู่ภายใต้กฎหมาย Trade Promotion Authority Act ที่มีข้อกำหนดในกฎหมายของสหรัฐอเมริกาไว้อย่างชัดเจนว่า หากสหรัฐอเมริกาจะดำเนินการทำข้อตกลงเขตการค้าเสรีกับประเทศใดก็ตาม ต้องนำเรื่องของมาตรฐานด้านแรงงานและสิ่งแวดล้อมเข้าไปเจรจากับคู่เจรจาด้วย เนื่องจากการพิจารณาของสภาองเกรส (Congress) ไม่ยอมรับในข้อเจรจา หรือข้อตกลงใด ๆ ที่สหรัฐไปทำข้อตกลงการค้าเสรีกับประเทศคู่ค้า โดยไม่มีหัวข้อเรื่องมาตรฐานด้านแรงงานและสิ่งแวดล้อมเข้ามาบรรจุในข้อตกลง ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากองค์กรแรงงานของสหรัฐอเมริกามีบทบาทให้รัฐบาลของสหรัฐอเมริกามีข้อกำหนด เรื่องการคุ้มครองแรงงานในเรื่องสิทธิผู้ใช้แรงงานและความปลอดภัยของผู้ใช้แรงงาน (การค้าเสรีกับการเตรียมพร้อมของสถานประกอบการด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย, 2548 : หน้า 2) โดยประเทศคู่เจรจาต้องปฏิบัติตามเกณฑ์มาตรฐานขององค์กรแรงงานระหว่างประเทศ (International Labor Organization) ที่กำหนดไว้ กล่าวคือ การที่สหรัฐอเมริกานำเรื่องมาตรฐานแรงงานเข้ามาเกี่ยวข้อง เพราะค่าแรงของตนแพงมากกว่าประเทศอื่นมาก ถ้าสามารถบังคับให้ประเทศคู่ค้าปฏิบัติตามมาตรฐานแรงงานจะทำให้ประเทศคู่ค้าต้องลงทุนในส่วนนี้ และทำให้ได้ปรับปรุงพัฒนามาตรฐานแรงงานด้วย หลายองค์กรในประเทศไทยได้เสนอให้ทางรัฐบาลไทยเจรจาแยกในเรื่อง

มาตรฐานแรงงานเพราะการที่จะให้ไทยมีมาตรฐานใกล้เคียงกับสหรัฐอเมริกาคงต้องใช้เวลานานในการพัฒนา ปัจจุบันผู้ให้คำสั่งซื้อจากสหรัฐอเมริกาที่ขยับเตรียมรับข้อกำหนดมาตรฐานแรงงานและสิ่งแวดล้อม จากเดิมที่ผู้ให้คำสั่งซื้อจะให้ตัวแทนของตนมาตรวจเยี่ยมโรงงานโดยเน้นไปที่การตรวจคุณภาพสินค้าและกระบวนการการผลิต แต่ในขณะนี้การตรวจเยี่ยมจากตัวแทนในอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ได้ขยายไปถึงด้านสิทธิมนุษยชน สุขภาพ ความปลอดภัย สิ่งแวดล้อม การใช้แรงงาน สวัสดิการแรงงาน และเสรีภาพในการสมาคม และการร่วมเจรจาต่อรอง ดังนั้นในอนาคตผู้ส่งออกไทยก็ต้องเตรียมตัวให้พร้อมสำหรับมาตรฐานแรงงานและสิ่งแวดล้อมเพื่อไม่ให้ข้อกำหนดดังกล่าวเป็นอุปสรรคในการส่งออก

ดร.ชัยยุทธ ชวลิตนิธิกุล รองอธิบดีกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ได้ให้ข้อคิดในเรื่องข้อกำหนดที่สหรัฐอเมริกาคำหนดว่าประเทศคู่เจรจาข้อตกลงการค้าเสรีต้องมีการบังคับใช้กฎหมายแรงงานของประเทศตนเองอย่างมีประสิทธิภาพโดยมิได้บังคับให้ประเทศคู่ค้าปฏิบัติตามกฎหมายของสหรัฐอเมริกา แต่บังคับประเทศคู่ค้าปฏิบัติตามกฎหมายของตนเองอย่างเคร่งครัด และเชื่อว่ากฎหมายด้านความปลอดภัยในการทำงานของไทยมีรายละเอียดครอบคลุมเรื่องความปลอดภัยในการทำงานทุกเรื่องอยู่แล้ว (การค้าเสรีกับการเตรียมพร้อมของสถานประกอบการด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย, 2548 : หน้า 3) กฎหมายจะต้องดำเนินการบังคับใช้ให้เกิดประสิทธิภาพกับสถานประกอบการ ก็คือกฎหมายความปลอดภัยในการทำงานและกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน

พ.ศ.2541 พระราชบัญญัติแรงงานสัมพันธ์ พ.ศ.2518

ส่วนมาตรฐานสากลที่ผู้ประกอบการจะต้องจัดทำเพื่อให้สถานประกอบการเข้าสู่ระบบมาตรฐานหลายๆด้าน เช่น

- ISO 9000 เป็นระบบบริหารคุณภาพ
- ISO 14000 เป็นระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม
- ISO 18000 เป็นระบบการจัดการอาชีวอนามัยและปลอดภัย

รวมถึงมาตรฐานความรับผิดชอบทางสังคม 8000 (SA 8000(Social Accountability 8000)) เป็นระบบมาตรฐานสากลให้ความสำคัญกับสิทธิขั้นพื้นฐานของแรงงานที่ได้ใช้กับธุรกิจทุกอุตสาหกรรม ซึ่ง SA 8000 มีข้อกำหนดสอดคล้องกับมาตรฐานแรงงานไทย (มรท.8001-2546) โดยมาตรฐานแรงงานไทยเป็นระบบมาตรฐานความรับผิดชอบทางสังคมธุรกิจไทยต่อแรงงาน เพื่อให้มีบรรทัดฐานการปฏิบัติต่อแรงงาน ที่แสดงถึงความรับผิดชอบทางสังคม อันนำไปสู่การส่งเสริมโอกาสการแข่งขันของธุรกิจไทย และยกระดับคุณภาพชีวิตแรงงาน กระทรวงแรงงาน โดยกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงานร่วมกับองค์กรนายจ้าง องค์กรลูกจ้าง องค์กรพัฒนาเอกชน หน่วยงานราชการต่างๆ และสถาบันการศึกษา จึงได้สร้างมาตรฐานความรับผิดชอบทางสังคมของธุรกิจไทยขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. ให้สถานประกอบกิจการใช้เป็นแนวทางปฏิบัติต่อแรงงานด้วยความสมัครใจ โดยนำสาระแห่งมาตรฐานนี้ไปกำหนดเป็นนโยบาย และมีการจัดการให้เป็นไปตามนโยบาย

2. ใช้เป็นเกณฑ์พิจารณาให้การรับรองสถานประกอบการกิจการที่นำมาตราฐานนี้ไปปฏิบัติ

(มาตรฐานแรงงานไทย ความรับผิดชอบทางสังคมของธุรกิจไทย : ข้อกำหนด, ม.ป.ป. : หน้า 1)

มรท. 8001-2546 ไม่ใช่กฎหมายจึงไม่มีลักษณะบังคับการจัดทำมรท. มาตรฐานความรับผิดชอบทางสังคมของธุรกิจไทย จัดทำขึ้นตามกรอบของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย บทบัญญัติของกฎหมายแรงงานที่ว่าด้วยการคุ้มครองแรงงาน สวัสดิการแรงงาน แรงงานสัมพันธ์และความปลอดภัย อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน ตลอดจนอนุสัญญาองค์การแรงงานระหว่างประเทศ และองค์การสหประชาชาติ, SA 8000 และ ISO 9001-2000 ทั้งนี้ เนื้อหาจะครอบคลุมไปถึงข้อกำหนดด้านแรงงานที่ประกาศใช้โดยองค์การต่างๆ ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ

พิจารณาจากข้อคิดดังกล่าวจะเห็นได้ว่าสถานประกอบการขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก ก็สามารถจัดทำมาตรฐานโดยยึดปฏิบัติตามกฎหมายของไทย ตามมาตรฐานแรงงานไทยและขอรับรอง มรท. 8001-2546 ได้ ซึ่งในขณะนี้สถานประกอบการที่ได้รับการรับรอง มรท. 8001-2546 แล้ว เช่น บริษัท ยูเนี่ยนไฟรเซ็น โปรดัคส์ จำกัด เป็นต้น เมื่อศึกษา มรท. ฉบับที่เป็นภาษาอังกฤษเนื้อหาสาระสำคัญจะใกล้เคียงกับ SA 8000 ซึ่งผลที่ได้รับเหมือนกันก็คือช่วยลดอุปสรรคทางการค้าได้

มาตรฐานแรงงานไทย (THAI LABOUR STANDARD) หรือ มรท. 8001-2546

(TLS 8001-2003) เกี่ยวกับ ข้อกำหนดทั่วไป ระบบการจัดการ การใช้แรงงานบังคับ ค่าตอบแทนการทำงาน ชั่วโมงการทำงาน การเลือกปฏิบัติ วินัยและการลงโทษ การใช้แรงงานเด็ก การใช้แรงงานหญิง เสรีภาพในการสมาคมและการร่วมเจรจาต่อรอง สวัสดิการ ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

แนวทางการจัดการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน (SHE : Safety Health and Environment) ได้แก่ :

- สถานประกอบการต้องกำหนดมาตรการด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานให้ครอบคลุมประเภทงานหรือลักษณะงานที่มีแนวโน้มอาจก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพและความปลอดภัยของลูกจ้างและผู้เกี่ยวข้อง และมีการควบคุมป้องกันให้อยู่ในระดับที่ปลอดภัยในทุกสภาวะการทำงาน
- สถานประกอบการต้องจัดให้มีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัย เพื่อป้องกันอันตรายและลดความเสี่ยงภัยให้เป็นไปตามบทบัญญัติของกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

สถานประกอบการต้องจัดให้ลูกจ้างทุกคน

- ได้รับรู้ถึงอันตรายอันอาจเกิดขึ้นจากกระบวนการทำงานหรือจากสภาพแวดล้อมในการทำงาน
- ได้รับรู้และเข้าใจถึงระเบียบกฎเกณฑ์และแนวปฏิบัติด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงานของสถานประกอบการ
- ได้รับการฝึกอบรมและมีการจัดเก็บบันทึกตามแนวปฏิบัติในข้อกำหนดทั่วไป ด้าน

ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ในงานที่กำลังปฏิบัติอยู่ รวมถึงผู้ที่ทำงานใหม่และผู้ที่เปลี่ยนหน้าที่การปฏิบัติงาน

- ได้สวมใส่อุปกรณ์คุ้มครองความปลอดภัยส่วนบุคคลตามสภาพงานที่มีความเสี่ยง

(มาตรฐานแรงงานไทย ความรับผิดชอบทางสังคมของธุรกิจไทย : ข้อกำหนด, ม.ป.ป. : หน้า 8)

จะพบว่าแนวทางการจัดการความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน (SHE : Safety Health and Environment) สามารถจัดการเกิดอุบัติเหตุ (Accident) ที่ก่อให้เกิดการบาดเจ็บหรือความสูญเสีย (Injury/Damages) สอดคล้องกับทฤษฎีโดมิโน (Domino Theory) ของ H.W. Heinrich ที่กล่าวไว้ว่า การบาดเจ็บเสียหายต่างๆ เป็นผลที่สืบเนื่องโดยตรงมาจากอุบัติเหตุ และอุบัติเหตุเป็นผลมาจากการกระทำที่ไม่ปลอดภัยและสภาพการณ์ที่ไม่ปลอดภัยเปรียบได้เหมือนตัวโดมิโนที่เรียงกันอยู่ 5 ตัวใกล้กัน เมื่อตัวที่หนึ่งล้มย่อมมีผลทำให้ตัวโดมิโนที่อยู่ถัดไปล้มตามกันไปด้วย โดมิโนทั้งห้าตัวได้แก่

1. สภาพแวดล้อมหรือภูมิหลังของบุคคล(Social Environment or Background)
2. ความบกพร่องผิดปกติของบุคคล(Defects of Person)
3. การกระทำหรือสภาพการณ์ที่ไม่ปลอดภัย(Unsafe Acts/Unsafe Conditions)
4. อุบัติเหตุ(Accident)
5. การบาดเจ็บหรือเสียหาย(Injury/Damages)

การป้องกันอุบัติเหตุตามทฤษฎีโดมิโน

หรือลูกโซ่อุบัติเหตุ ก็คือ การตัดลูกโซ่อุบัติเหตุ โดยกำจัดโดมิโนตัวที่สาม(การกระทำหรือสภาพการณ์ที่ไม่ปลอดภัย) อุบัติเหตุก็ไม่เกิดขึ้น เพราะการที่จะแก้ไขป้องกันที่โดมิโนตัวที่หนึ่ง(สภาพแวดล้อมของสังคมหรือภูมิหลังของบุคคล) หรือตัวที่สอง(ความบกพร่องผิดปกติของบุคคล) เป็นเรื่องที่แก้ไขได้ยากกว่า เนื่องจากเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นและปลูกฝังเป็นคุณสมบัติส่วนบุคคลแล้ว ดังนั้นการกำจัดโดมิโนตัวที่สาม(การกระทำหรือสภาพการณ์ที่ไม่ปลอดภัย(Unsafe Acts/Unsafe Conditions)) จะสอดคล้องกับข้อกำหนดในเรื่องความปลอดภัยอาชีวอนามัย และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ของมาตรฐานแรงงานไทย หรือ มรท. 8001-2546

ดังนั้นหากไทยจะแข่งขันในตลาดโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแข่งขันกับจีนซึ่งมีค่าแรงงานที่ถูกกว่าเรา ในเรื่องการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูป ไม่ใช่เรื่องยาก และไม่ใช่เรื่องง่ายเช่นกัน แต่เป็นสิ่งที่ต้องทำอย่างจริงจังและต่อเนื่องโดยความร่วมมือของทุกๆ ฝ่าย โดยรัฐบาลไทยมียุทธศาสตร์เพิ่มจุดแข็งให้แก่อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม ด้วยการสร้างแบรนด์ (Brand) เน้นการออกแบบและแฟชั่น ซึ่งมีงานเปิดตัวภายใต้ชื่อบางกอกเมืองแฟชั่น การเพิ่มศักยภาพของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มจะทำให้ไทยสามารถเข้าสู่กลุ่มเสื้อผ้าสำเร็จรูปราคาสูง ด้วยการออกแบบและคุณภาพ ซึ่งในปัจจุบันจีนจะได้เปรียบไทยในกลุ่มเสื้อผ้าสำเร็จรูปราคาถูก นอกจากจะแข่งขันกับผู้ส่งออกด้วยกันเรายังต้องต่อสู้ในการเจรจาต่อรองกับผู้ซื้อรายใหญ่ เช่น สหรัฐอเมริกา อีกด้วย เพราะเมื่อเรากำหนดข้อตกลงการค้าเสรี(FTA) แล้ว อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยจะได้รับผลดีก็ตาม แต่เรา

ต้องตระหนักเสมอว่าสหรัฐอเมริกาอยู่ภายใต้กฎหมาย Trade Promotion Authority Act ที่มีข้อกำหนดเรื่องของมาตรฐานด้านแรงงานและสิ่งแวดล้อมเข้าไปเจรจากับคู่เจรจาด้วย จะเห็นว่าผู้ซื้อจะนำเรื่องการคุ้มครองแรงงานและความปลอดภัยของผู้ใช้แรงงานมาเป็นตัวต่อรองทางด้านราคา แทนการจำกัดโควต้าแต่เดิม ซึ่งจะเป็นอุปสรรคการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปในอนาคต เมื่อศึกษามาตรฐานแรงงานไทย หรือ มรท. 8001-2546 แล้วในเรื่องที่น่าจะเป็นปัญหาสำคัญที่สุดในปัจจุบันคือ ความปลอดภัยในการทำงาน ซึ่งแนวทางในการดำเนินการด้านการส่งเสริมความปลอดภัยในการทำงานพอสรุปได้ดังนี้

1. มีอุปกรณ์ป้องกันอันตรายส่วนบุคคลให้พอเพียง
2. ฝึกอบรมการทำงานอย่างถูกต้องด้วยความปลอดภัยในการทำงาน
3. สร้างจิตสำนึกในการทำงานอย่างปลอดภัย
4. ฝึกอบรมการจัดทำมาตรฐานแรงงานที่เป็นเงื่อนไขทางการค้าให้แก่ผู้บริหาร และผู้รับผิดชอบงานมาตรฐานแรงงาน รวมทั้งกลุ่มลูกจ้างและผู้ที่เกี่ยวข้อง
5. จัดที่ปรึกษาาร่วมจัดทำมาตรฐานแรงงาน ที่เป็นเงื่อนไขทางการค้าอย่างเป็นระบบครบวงจร ตั้งแต่เริ่มต้นจนกระทั่งประสบความสำเร็จพร้อมรับการตรวจประเมิน ตลอดจนการธำรงรักษาระบบและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
6. ให้ข้อมูลสารสนเทศมาตรฐานแรงงาน เกี่ยวกับสถานการณ์มาตรฐานแรงงานในเวทีการค้าโลกข้อกำหนดและแนวปฏิบัติ

7. ศึกษาข้อกำหนดของกฎหมายและมาตรฐานที่ต้องปฏิบัติ

8. วิเคราะห์ประเมินเปรียบเทียบกับสถานการณ์จริง

9. เตรียมการปฏิบัติให้สอดคล้องกับข้อกำหนด

9.1 ผู้บริหารประกาศนโยบาย

9.2 แต่งตั้งผู้แทนฝ่ายบริหาร ผู้แทนลูกจ้าง คณะกรรมการ

10. ทำแผนปฏิบัติการ ระบุกิจกรรมระยะเวลา ผู้รับผิดชอบ

10.1 ดำเนินการตามแผนปฏิบัติการ

10.2 ติดตามผลการตรวจประเมินภายใน

10.1.2 ทบทวนของฝ่ายบริหาร

10.2.2 ปรับปรุงแก้ไข

11. ตรวจสอบความพร้อมก่อนการรับรอง

ทั้งนี้การที่แรงงานมีคุณภาพชีวิตที่ดี (Quality of Worklife) มีความปลอดภัยในการทำงาน ลดการสูญเสียชีวิตและทรัพย์สินก่อให้เกิดขวัญกำลังใจแก่แรงงานในการที่จะสร้างผลผลิตอย่างเต็มศักยภาพ ซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มผลผลิตแก่องค์กร (Productivity) และสร้างผลกำไรสูงสุด (Profit Maximization) ให้แก่สถานประกอบการ และที่สำคัญคือสร้างภาพลักษณ์ที่ดีเป็นการแสดงถึงความรับผิดชอบทางสังคมขององค์กรคุณภาพ จะช่วยลดอุปสรรคและข้อกีดกันทางการค้าได้ในที่สุดนั่นเอง

บรรณานุกรม

- กลุ่มศึกษาข้อตกลงเขตการค้าเสรีภาคประชาชน (FTA WATCH). (ม.ป.ป.). ข้อตกลงเขตการค้าเสรี กับ ผลกระทบต่อประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 29 กรกฎาคม 2548, จาก http://www.ftawatch.org/autopage1/show_page.php?t=2&s_id=16&d_id=16
- การค้าเสรีกับการเตรียมพร้อมของสถานประกอบการด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย. (2548, 10 พฤษภาคม). การสัมมนาวิชาการ งานสัปดาห์ความปลอดภัยในการทำงานแห่งชาติ ครั้งที่ 16 วันที่ 9-11 พฤษภาคม 2548 ณ ฮอลล์ 9 อิมแพ็ค เมืองทองธานี. กรุงเทพฯ : กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน.
- การจัดทำมาตรฐานแรงงานไทย (มรท. 8001 - 2546). (2547, ตุลาคม - พฤศจิกายน). วารสารแรงงานสัมพันธ์ ฉบับพัฒนามาตรฐานแรงงาน , 47, 1, หน้า 8-18.
- ข้อควรรู้เรื่องมาตรฐานแรงงานไทย. (ม.ป.ป.) สืบค้นเมื่อ 3 สิงหาคม 2548, จาก http://203.154.167.14/Cmslite/upload/file/15_2_1.pdf
- จักรชัย โฉมทองดี. (ม.ป.ป.). แนวโน้มผลกระทบของ FTA ไทย-สหรัฐฯ ต่อการค้า การบริการ และการลงทุน. สืบค้นเมื่อ 29 กรกฎาคม 2548, จาก http://www.ftawatch.org/autopage1/show_page.php?t=8&s_id=25&d_id=2
- เฉลิมชัย ชัยกิตติกรณ์ และคนอื่นๆ. (2533). การบริหารงานความปลอดภัย. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ประสบการณ์การจัดทำมาตรฐานแรงงานไทย (มรท. 8001 - 2546). (2547, ตุลาคม - พฤศจิกายน). วารสารแรงงานสัมพันธ์ ฉบับพัฒนามาตรฐานแรงงาน, 47, 1, หน้า 19-26.
- ปรองเทวี ชวานนท์. (2548, 8 กุมภาพันธ์). เปิดเสรีสิ่งทอปีหน้า. สืบค้นเมื่อ 2 สิงหาคม 2548, จาก <http://www.dephtai.go.th/go/content/download/attach?contentId=585&name=เปิดเสรีสิ่งทอปี.doc>
- มาตรฐานแรงงานไทย ความรับผิดชอบทางสังคมของธุรกิจไทย : ข้อกำหนด. (ม.ป.ป.) กรุงเทพฯ : กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงาน.
- รายงานภาวะอุตสาหกรรมไตรมาสที่ 3 ปี 2547 (กรกฎาคม - กันยายน 2547). (2547). กรุงเทพฯ : สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม.
- วิฑูรย์ สิมะโชติ และวิรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. (2542). วิศวกรรมและการบริหารความปลอดภัยในโรงงาน. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพฯ : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- สำนักบริการส่งออก กรมส่งเสริมการส่งออก. (2548, 10 มิถุนายน). Fact Sheet สินค้าเครื่องนุ่งห่ม เดือนเมษายน 2548. สืบค้นเมื่อ 2 สิงหาคม 2548, จาก <http://www.dephtai.go.th/go/content/download/attach?contentId=2378&name=FactSheetเครื่องนุ่งห่ม-เมย. 48...doc>
- เหลียวหลิงแล่นายยุทธศาสตร์ตามแผนแม่บทด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย. (2548, 9 พฤษภาคม). การสัมมนาวิชาการ งานสัปดาห์ความปลอดภัยในการทำงานแห่งชาติ ครั้งที่ 16 วันที่ 9-11 พฤษภาคม 2548 ณ ฮอลล์ 9 อิมแพ็ค เมืองทองธานี. กรุงเทพฯ : กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน.
- Goetsch, David L. (2002). Occupational safety and health : for technologists engineers and managers. (4 th ed.) Upper Saddle River [N.J.] : Prentice-Hall.

เทคโนโลยีสื่อสารสัญญาณวิทยุแถบกว้าง ย่านความถี่สูงยิ่งยวด

* กิตติศักดิ์ ลำดี

แนวโน้มทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสารไร้สายในปัจจุบันที่อยู่ในยุคที่ 3 (3rd Generation, 3G) และกำลังผลักดันไปสู่ยุคที่ 4 (4th Generation, 4G) ในอนาคต ซึ่งโครงข่ายทั้งหมดเป็นแบบ IP (All IP Networks) โดยข้อมูลที่รับ - ส่งกันจะเป็นแบบแพ็กเก็ตเป็นหลักและเทคโนโลยีระบบสื่อสารไร้สายต่างๆ ที่มีอยู่ในปัจจุบันและที่จะเกิดขึ้นในอนาคตจะต้องได้รับการผนวกเข้าด้วยกัน (Integration) เพื่อให้ระบบต่างๆ สามารถทำงานร่วมกันได้ ได้แก่ Wide Area Networks (WANs), Wireless Local Area Networks (WLANs), Wireless Personal Area and Body Area Networks (WPANs and WBANs) รวมทั้งโครงข่าย Ad hoc ที่เชื่อมต่ออุปกรณ์สื่อสารไร้สายต่างๆ เข้าด้วยกัน

เมื่อเทคโนโลยีระบบไร้สายได้ผนวกเข้าด้วยกันแล้ว การให้บริการต่าง ๆ ก็จะมีลักษณะแบบยูบิควิตัส (Ubiquitous) และไดเวอร์ซิตี (Diversity) คือผู้ใช้บริการสามารถใช้งานได้ทุกหนทุกแห่งหรือเวลาใดก็ตาม โดยไม่ขึ้นกับระบบหรืออุปกรณ์โครงข่าย มีความยืดหยุ่นตามความต้องการ

การของแต่ละผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน และสามารถรองรับความต้องการใช้งานอย่างหลากหลายในเวลาเดียวกันได้ ดังนั้นจึงมีความจำเป็นจะต้องมีการคิดค้นเทคโนโลยีระบบสื่อสารไร้สายใหม่ขึ้นมา เพื่อแก้ปัญหาในด้านต่าง ๆ เช่น การจัดการสเปกตรัม (Spectrum Management) และวิศวกรรมด้านระบบวิทยุ (Radio System Engineering)

หนึ่งในเทคโนโลยีการสื่อสารไร้สายระยะใกล้ (Short-Range Wireless Technology) ที่ได้ถูกคิดค้น คือ เทคโนโลยีสื่อสารสัญญาณวิทยุแถบกว้างย่านความถี่สูงยิ่งยวด (Ultra-Wideband Radio Technology : UWB-RT) ซึ่งได้รับการพัฒนาขึ้นเป็นครั้งแรกที่ประเทศสหรัฐอเมริกา ในช่วงสิบปีที่ผ่านมา และได้มีการออกรายงานฉบับแรกโดยหน่วยงานอิสระของรัฐบาลสหรัฐอเมริกา ที่รับผิดชอบด้านโทรคมนาคม (Federal Communications Commissions : FCC) ต่อมาก็มีการพัฒนาอย่างแพร่หลายทั้งในทวีปยุโรปและเอเชีย UWB-RT ใช้หลักการที่ว่าต้องการที่จะจัดสรรทรัพยากร

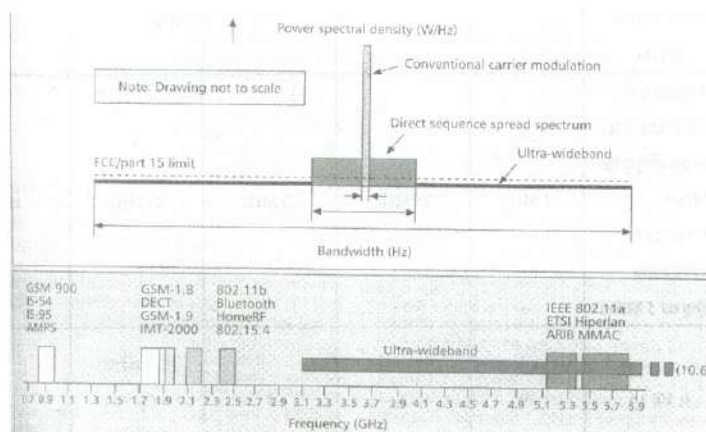
* อาจารย์ประจำสาขาวิศวกรรมโทรคมนาคม คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ : วศ.ม. (ไฟฟ้าสื่อสาร) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สเปกตรัม (ความถี่) ที่มีอยู่อย่างจำกัด โดยมีการแบ่งปันการใช้กันอย่างเหมาะสมร่วมกับระบบที่ใช้สเปกตรัมที่มีอยู่เดิม มากกว่าที่จะไปหาสเปกตรัมที่ยังไม่มีการใช้งาน แต่ก็มีความเป็นไปได้ที่จะใช้สเปกตรัมย่านใหม่ได้

FCC ได้นิยามอุปกรณ์ UWB ไว้ว่า อุปกรณ์ใด ๆ ที่ส่งสัญญาณที่มีแถบความถี่อย่างน้อย 500 MHz ตลอดเวลาที่มีการรับ-ส่งสัญญาณ หรืออุปกรณ์ใด ๆ ที่ส่งสัญญาณมีอัตราส่วนของ

$2(f_H - f_L)/(f_H + f_L)$ มีค่ามากกว่า 0.2 โดย f_H คือความถี่บน (upper frequency) ส่วน f_L คือความถี่ล่าง (lower frequency) และที่จุด -10 dB จากจุดความถี่ศูนย์กลาง ($f_C = (f_H + f_L)/2$) โดยรูปที่ 1 แสดงแถบความถี่ของ UWB-RT (ย่านความถี่ 3.1 - 10.6 GHz) เปรียบเทียบกับระบบสื่อสารไร้สายแบบอื่น ๆ

เปรียบเทียบคุณสมบัติ UWB-HDR



รูปที่ 1 แถบความถี่ของ UWB-RT เปรียบเทียบกับระบบสื่อสารไร้สายแบบอื่น ๆ

กับมาตรฐาน WLANs/ WPANs แบบต่าง ๆ

เทคโนโลยีการสื่อสารไร้สาย รูปแบบ WLANs/WPANs (Wireless Local Area Networks/ Wireless Personal Area Networks) ที่ใช้กันอยู่ในปัจจุบันและที่กำลังจะเกิดขึ้นในอนาคตมีอยู่หลายมาตรฐาน ได้แก่ มาตรฐาน Bluetooth, IEEE 802.11 (a, b, g), IEEE 802.15.4 (Zig Bee), IEEE 802.15.3 และมาตรฐานใหม่ที่ใช้เทคโนโลยีการสื่อสารไร้สายระยะใกล้แบบ UWB-HDR (Ultra Wideband High Data Rate) โดยคุณสมบัติที่สำคัญต่างๆ ได้แสดงในตารางที่ 1 UWB-HDR ยัง

อยู่ระหว่างการร่างมาตรฐานขึ้นมา เมื่อเปรียบเทียบคุณสมบัติกับมาตรฐานอื่นแล้ว อัตราการส่งข้อมูลของ UWB-HDR สามารถทำได้ถึง 110-200 Mb/s ซึ่งถือว่าสูงขึ้นมากเมื่อเทียบกับมาตรฐาน WLANs/WPANs อื่น ๆ ขณะที่แถบความถี่ช่องสัญญาณเท่ากับ 500 MHz - 7.5 GHz ซึ่งใช้แถบความถี่กว้างกว่ามาตรฐานอื่นอย่างมากเช่นเดียวกัน อย่างไรก็ตาม UWB-HDR สามารถใช้สื่อสารไร้สายได้ภายในระยะทางประมาณ 10 เมตร เท่านั้น

แอปพลิเคชันต่าง ๆ ที่นำเทคโนโลยี

คุณสมบัติ	IEEE 802.15.4	Bluetooth	IEEE 802.11b	IEEE 802.11g	IEEE 802.11a	IEEE 802.15.3	UWB-HDR
อัตราการส่งข้อมูล มากที่สุด (Max. Data Rate)	250 kb/s; 40 kb/s; 20 kb/s	1 Mb/s	11 Mb/s	54 Mb/s	24 Mb/s Option 54 Mb/s	11 Mb/s (QPSK) - 55 Mb/s (64QAM)	110 Mb/s (10M) 200 Mb/s (4M)
ระยะทางไกลที่สุด (Max Distance)	30 m	10 m	100 m	100 m	50 m	10 m	10 m
การจัดสรรแถบ ความถี่ (Frequency Allocation)	868-868.6 MHz (ISM EU) 902-928 MHz; (ISM US) 2400- 2483.5 MHz (ISM)	2.4 GHz (ISM)	2.4 GHz (ISM)	2.4 GHz (ISM)	5 GHz UNII (5.15-5.35+ 5.725-5.825 GHz)	2.4 GHz (ISM) 2.4-2.4835 GHz	3.1-10.6 GHz
แถบความถี่ของ ช่องสัญญาณ (Channel Bandwidth)	0.3 MHz; 0.6 MHz (ระหว่าง ของช่องสัญญาณ 2 MHz); 2 MHz (ระหว่าง ช่องสัญญาณ 5 MHz)	1 MHz	25 MHz	25 MHz	20 MHz	15 MHz	น้อยที่สุด 500 MHz มากที่สุด 7.5 GHz
จำนวนช่อง สัญญาณความถี่ วิทยุ (Number of RF Channels)	1; 10; 16	79	3	3	12 (อเมริกา) 8 (ยุโรป) 4 (ญี่ปุ่น)	5	(1 ~15)
รูปแบบการมอดูเลต (Modulation Type)	BPSK; OQPSK	GFSK	11 Mbaud QPSK (CCK Coding)	OFDM 64 +CCK (Legacy)	COFDM BPSK; QPSK; 16 QAM	DQPSK 16/32/64 QAM	BPSK; QPSK
การกระจาย (Spreading)	DS-SS	DS-FH	CCK	OFDM	OFDM	-	(Multiband)

CCK Complementary Code Keying

DS-SS Direct Sequence Spread Spectrum

DS-FH Direct Sequence Frequency Hopping

OFDM Orthogonal Frequency Division Multiplexing

COFDM Coded OFDM

ISM Industrial, Scientific; Medical

UNII Unlicensed National Information Infrastructure

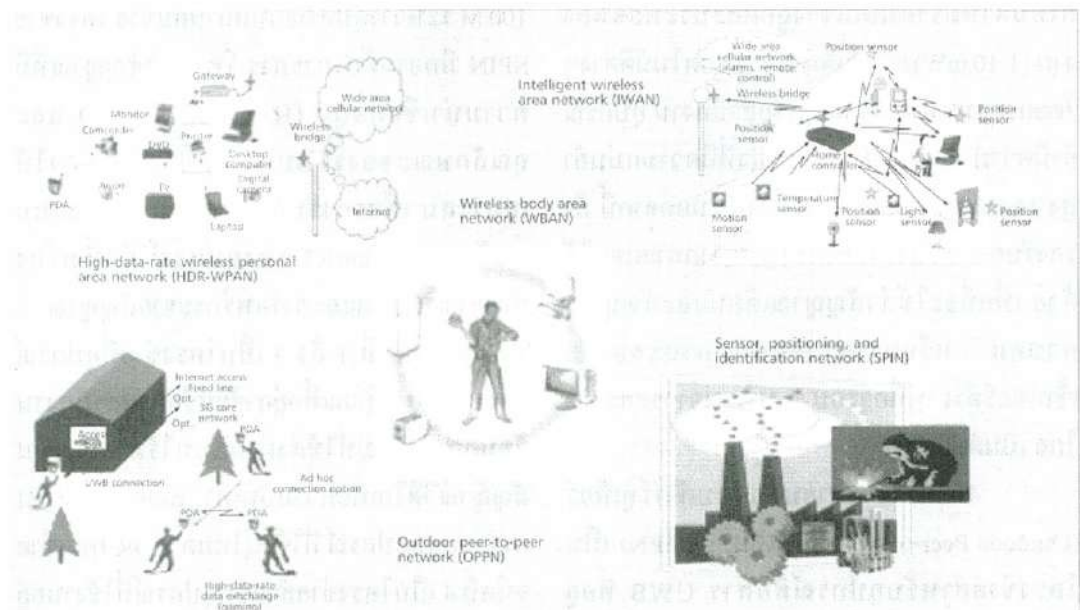
ตารางที่ 1 เปรียบเทียบคุณสมบัติ UWB-HDR กับมาตรฐาน WLANs/WPANs แบบต่าง ๆ

UWB มาประยุกต์ใช้

เทคโนโลยี Ultra-Wideband (UWB) คือ เทคโนโลยีสื่อสารไร้สายระยะใกล้ที่ใช้แถบความถี่ในช่วง 3.1-10.6 GHz และมีอัตราการส่งข้อมูลมากที่สุดเท่ากับ 110 Mb/s ภายในระยะ 10 m และ 200 Mb/s ภายในระยะ 4 m จะเห็นได้ว่า UWB สามารถให้อัตราการส่งข้อมูลสูงกว่าเทคโนโลยีสื่อสารไร้สายที่มีอยู่ในปัจจุบันเป็นอย่างมาก ในการใช้งานจริงเราสามารถนำ UWB มาประยุกต์ใช้งานได้ 2 โหมด (Mode) เมื่อเราแบ่งตามอัตราการส่งข้อมูล คือ โหมดอัตราการส่งข้อมูลสูง (High Data Rate :HDR) หมายถึง มีอัตราการส่งข้อมูลเกินกว่า 100 Mb/s ในระยะใกล้ อีกโหมคือ โหมดอัตราการส่งข้อมูลต่ำและใช้ในการค้นหาตำแหน่ง (Low Data Rate And Location Tracking : LDR/ LT) หมายถึง มีอัตราการส่งข้อมูลลดลงเมื่อเทียบกับ HDR เพื่อเพิ่มระยะการสื่อสารไร้สาย และสามารถใช้ออกตำแหน่งของอุปกรณ์ได้อย่างแม่นยำ

ำ เพื่อให้ผู้อ่านได้เห็นภาพว่า ในอนาคตเราสามารถนำเทคโนโลยี UWB มาประยุกต์ใช้งานเป็นแอปพลิเคชันต่าง ๆ ได้อย่างไรบ้าง ดังนั้นเราจึงแบ่งแอปพลิเคชันที่ใช้งานในอุตสาหกรรมและในการบริการ เป็นดังรูปที่ 2 ซึ่งแบ่งเป็นหัวข้อได้ดังต่อไปนี้

1. โครงข่ายส่วนบุคคลไร้สายความเร็วสูง (High-Data-Rate-Wireless Personal Area Network : HDR-WPAN) คือ โครงข่ายที่มีความหนาแน่นของอุปกรณ์สื่อสารไร้สายปานกลาง (5-10 ชิ้นต่อห้อง) มีอัตราการส่งข้อมูลที่มีความเร็ว 100-150 Mb/s ภายในระยะ 1 ถึง 10 m โทโพลยีหลักที่ใช้ในการสื่อสารเป็นแบบเพียร์ทูเพียร์ (Peer-To-Peer) และใช้ Relay/ Bridge ในการเชื่อมโยงกับโครงข่ายภายนอก ซึ่งจะเป็นแบบไร้สาย หรือใช้สายเคเบิลก็ได้
2. การเชื่อมโยงอินเทอร์เน็ตไร้สาย (Wire-



รูปที่ 2 แอปพลิเคชันต่าง ๆ ที่นำ UWB มาประยุกต์ใช้

less Ethernet Interface Link : WEIL) เป็นการขยายแนวคิดเพิ่มเติมจากการส่งสัญญาณที่มีอัตราการส่งข้อมูลสูง (HDR) ให้สูงขึ้นไปอีก (1 Gb/s, 2.5 Gb/s) ซึ่งการเชื่อมโยงไร้สายแบบนี้จะสามารถทำได้ภายในระยะที่สั้นมากหรือภายในรัศมี 1-2 m WEIL เกิดขึ้นได้ มาจากความต้องการของบริษัทผู้ผลิตเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ต้องการให้การเชื่อมโยงโครงข่ายอินเทอร์เน็ตที่ใช้สายเคเบิล เปลี่ยนไปใช้แบบไร้สายแทน และจากบริษัทผู้ผลิตเครื่องใช้อิเล็กทรอนิกส์ต้องการให้การส่งสัญญาณวิดีโอแบบไร้สายระหว่างเครื่องคอมพิวเตอร์กับฉาก LCD มีคุณภาพสูง (Wireless Digital Video Interface)

3. โครงข่ายไร้สายอัจฉริยะ (Intelligent Wireless Area Network : IWAN) คือ โครงข่ายที่มีความหนาแน่นของอุปกรณ์สื่อสารไร้สายสูง ที่อยู่เป็นพื้นที่ภายในหรือพื้นที่สำนักงานทั่วไปภายในระยะ 30 m ซึ่งอุปกรณ์ที่ใช้ในโครงข่ายนี้ได้กำหนดให้มีราคาค่อนข้างถูกและประหยัดพลังงาน (1-10 mW) เช่น อุปกรณ์ไฟฟ้าอัตโนมัติต่างๆ โดยกระจายอยู่รอบๆ บ้านหรือสำนักงาน อุปกรณ์ยังมีความสามารถบอกตำแหน่งที่มีความแม่นยำสูง (Accurate Location Tracking) นอกจากนี้ ยังรองรับการเชื่อมโยงสื่อสารไร้สายจากภายนอกได้ด้วย เพื่อที่จะใช้ส่งสัญญาณเตือนและสัญญาณควบคุม หรือการตรวจสอบสถานะของตัวเซ็นเซอร์ต่าง ๆ ที่อยู่รอบ ๆ บริเวณจากระยะทางไกล เป็นต้น

4. โครงข่ายภายนอกแบบเพียร์ทูเพียร์ (Outdoor Peer-to-Peer Network : OPPN) เป็นโครงข่ายสำหรับอุปกรณ์สื่อสาร UWB ที่อยู่ในบริเวณภายนอก ซึ่งเป็นไปตามความต้องการของ

ตลาดการให้บริการที่จะเกิดขึ้นมาใหม่ สำหรับเครื่อง PDA ที่จะส่งข้อมูลหรือแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน และอย่างร้านให้บริการข้อมูลดิจิทัลความเร็วสูง สำหรับดาวน์โหลดข้อความหนังสือพิมพ์, รูปภาพ, ให้บริการเช่าม้วนเทป วีดีโอ, วีซีดี, ดีวีดี แบบอัตโนมัติ เป็นต้น

5. โครงข่ายเซ็นเซอร์ การหาตำแหน่งและการพิสูจน์อุปกรณ์ (Sensor, Positioning, and Identification Network: SPIN) เป็นโครงข่ายของอุปกรณ์สื่อสารไร้สาย อย่างเช่น เซ็นเซอร์ ที่มีความหนาแน่นสูง (หลายร้อยชิ้นต่ออาคาร 1 ชั้น) ที่อยู่ในโรงงานอุตสาหกรรม หรือโรงเก็บสินค้า มีอัตราการส่งข้อมูลที่มีความเร็วต่ำ (อยู่ประมาณช่วงหลายสิบลบ Kb/s) และสามารถส่งสัญญาณข้อมูลเกี่ยวกับตำแหน่งของตัวอุปกรณ์เพื่อใช้หาตำแหน่งได้ด้วย (มีความแม่นยำในการบอกตำแหน่งผิดพลาดไม่เกิน 1 m) โทโปโลยีของโครงข่ายเป็นแบบ master-slave ระยะในการส่งสัญญาณไม่เกิน 100 M ระหว่างอุปกรณ์กับสถานีแม่ข่าย โครงข่าย SPIN มีความต้องการการเชื่อมโยงสัญญาณที่มีความน่าเชื่อถือสูง (High Reliability) และคุณลักษณะของระบบที่ปรับเปลี่ยนตัวเองให้เหมาะสม เพื่อรองรับกับการเปลี่ยนแปลงแบบพลวัต (Dynamic) ของอุปกรณ์ อีกทั้งเรื่องสัญญาณรบกวนและการแพร่กระจายสัญญาณ โครงข่ายชนิดที่ 1 ถึง 3 เป็นโครงข่ายที่อุปกรณ์ UWB อยู่ในบริเวณที่อยู่อาศัยหรือตามสำนักงาน ข้อมูลส่วนใหญ่ที่ใช้ส่งผ่านแบบไร้สาย จะเป็นสัญญาณวิดีโอเพื่อความบันเทิง, สัญญาณที่ใช้ในการควบคุมอุปกรณ์ที่ใช้ในโหมด HDR โครงข่ายชนิดที่ 4 เป็นโครงข่ายสำหรับอุปกรณ์ที่ใช้งานอยู่ในบริเวณภายนอกมีลักษณะแบบเพียร์ทูเพียร์ และ

โครงข่ายชนิดที่ 5 เป็นโครงข่ายที่อยู่ใน
อุตสาหกรรมและการพาณิชย์ ในการพัฒนาและ
วิจัยที่จะมีต่อไปในอนาคตคือเรื่องการที่จะให้

โครงข่ายต่าง ๆ นี้รวมทั้งโครงข่ายสื่อสารไร้สาย
ที่มีอยู่ในปัจจุบัน สามารถนำมาทำงานร่วมกันได้
(Heterogeneous Networking)

บรรณานุกรม

Porcino, Domenico and Hirt, Walter. (2003, July). Ultra-Wideband Radio Technology : Potential
and Challenges Ahead. **IEEE Communication Management**, 41, pp.66-74.

ENGLISH GLOBALIZATION AND A STRATEGY FOR THE ACADEMIC DEVELOPMENT OF TERTIARY INSTITUTIONS**

*Asst.Prof.Dr. Vinit Phinit-Akson

We live today in a global society or as Thais call it, “loke rai prom daen” or “yuk lokapiwat.” What this implies for all tertiary institutions is that any academic institution that ignores English, or does not give full importance to the teaching, study, and use of the English language, does so at its own peril!

It is in this global context that the English language has assumed great importance in many areas today, but, particularly so in the academic area especially at the tertiary or university level.

Looking at this topic from the other direction or angle, it is equally true to say that any policy or strategy for the development of tertiary institutions but which ignores the importance of the English language, that strategy would also be doomed to failure.

Before going to the importance of the English language to the development of a tertiary institution, I would like to share my ideas on a general strategy for the development of tertiary institutions in general first.

*Asst.Prof.Dr. Vinit Phinit-Akson is a graduate of the University of Pittsburgh, Pennsylvania, USA [Ph.D. General Linguistics; MA General Linguistics; TESOL Certificate]. He also holds a B.Ec. From the Australian National University, Canberra, AUSTRALIA. Dr. Vinit is a lecturer at Rajapark College.

**This “paper” was given at a Seminar on “A Strategy for the Academic Development of Tertiary Institutions”, 23 December, Rajapark College.

STRATEGY FOR THE ACADEMIC DEVELOPMENT OF TERTIARY INSTITUTIONS

Firstly, which strategy to follow depends on what we have in mind as the outcome of our strategy - that is - what are our goals - or, to put it plainly, "What do we want the tertiary institution to become in the near future?"

It is my belief that the goal for any tertiary institution in Asia should be that of becoming a first class institution [สถาบัน], a leader in tertiary education, looked up to not only by other tertiary institutions in its immediate area [Thailand], but also by other institutions in the wider sphere such as the Asia-Pacific region.

Secondly, I believe that any strategy for the development of any tertiary institution must include at least two main areas of development: administrative development and academic development. The two go hand-in-hand and, at times, are hard to separate.

Thirdly, in today's global economy, in order to become a forward looking and an effective academic institution, the tertiary institution must emphasize development not only in the area of information technology [IT], but also in the area of the teaching, study and use of English as a foreign language [EFL]. The reason why these two areas are very important to academic development is because both IT and the English language play major roles in today's global society and economy. If a tertiary institution is to grow and assume a place in international education, it must give great importance to these two areas.

The reasons why information technology [IT] has grown and developed so fast in the past ten years or so is apparent. Information technology [IT] has served as a growth engine. The rapid acquisition and spread of knowledge in other areas have been made possible and even enhanced by the advance in and the rapid growth of the development of information technology. But there is another growth engine which is equally important, if not more important. This is the rapid expansion and great importance

of the English language in our modern and global society, resulting in English assuming a greater and wider role in our everyday lives.

WHY THE ENGLISH LANGUAGE IS SO IMPORTANT TO THE DEVELOPMENT OF A TERTIARY INSTITUTION?

The English language that is so widely used around the world is not only an academic language but also a global or universal language. Not only is English widely used in academic research in many areas but many of the reports on such research are also written about and discussed about in English.

Moreover, much of the international trade and diplomacy throughout the world has been and still is conducted via the English language as media.

The globalization that is part and parcel of the world economy as we know it today is, to a large extent, made possible because of the English language.

English plays a dominant role both as a first language [L1] and also as a second or foreign language [L2] for hundreds of millions of people around the world. Here in Thailand, especially, English plays a major role as possibly the most important foreign language [L2] [see Table 1].

World-wide, it has been estimated that there are over 350 million speakers or users of English as a first language [L1] and another 300 million or so speakers or users of English as a foreign or second language [L2].

Moreover, in the not too distant future, the number of speakers /users of English as a foreign/second language [L2] will catch up with and may well outnumber the number of L1 speakers and users of English. Several factors are behind this rapid growth:

- the need to acquire English as a foreign language [L2] by ever increasing numbers of students going to further their studies abroad in English speaking countries such as the USA, Canada, the UK, Australia and New Zealand. Even students going to further their studies

- in India, Singapore, Malaysia, and Hong Kong also need proficiency at a good level in the English language.

- the increasing numbers of asylum seekers or “economic refugees”, who, by the hundreds of thousands each year, seek out new English speaking “havens” overseas.

- English is the native language of two major influential nations, namely, the United States and the United Kingdom.

- English is used around the world in both writing and speech; it has been estimated that three-fifths of the world’s mail and postal service is written in the English language. It should also be noted that world-wide usage of the internet [e-mail, etc] is also conducted mainly in the English language.

WHY IS ENGLISH SO UNIVERSALLY ACCEPTED?

Here again, there are several linguistic reasons. However, the more important reasons are:

- firstly, its writing system is alphabetical in contrast to some other “international” languages such as Chinese. Consequently, English can be easily typed and printed more easily. This in

turn, makes it easier for English to be used in textbooks and the reporting of research and publishing of newsprint.

- secondly, English words are relatively short.
- thirdly, the English language is, in comparison to other languages such as Spanish, French, Italian, etc. relatively free from a complicated inflectional system. Those like myself who have studied Latin, a highly inflected language, readily appreciate this last factor.

THE ENGLISH LANGUAGE SITUATION IN THAILAND

As you know, there are no second languages in Thailand, at least officially. Moreover, the national language policy has tended to place great emphasis on the study of the national language, namely Thai.

However, with the economic boom of the 1980s, demands for the study of modern foreign languages have expanded both steadily and rapidly. Consequently, there has been a greater need for professional people to be more adept, not only in their own national language, Thai, but also in a foreign language, particularly English.

Because of such needs, English has become not only a tool for trade and modern technology, but also an essential part of professional advancement.

A working knowledge of English is necessary for advancement in the professions. My estimate [based on several sources] of the number of Thai users and speakers of English, mainly as a foreign language [L2], is between 700,000 and a million.

SUMMARY AND RECOMMENDATIONS

An important part of educational/academic development of any tertiary institution, lies in the resources at hand.

Any tertiary institution that wants to assume its place in the international arena must be willing to pool its resources into the areas which can contribute to its development. Consequently, there must be encouragement and support in the following areas.

- encouragement and support [by this I mean both administrative, academic and financial support] for the teaching staff to pursue and take an active part in academic activities such as the writing/publication of English language texts and academic articles in English, the encouragement and support of staff to attend and later contribute to international [English language] seminars and workshops overseas. Such support should be at both the under-graduate and graduate levels.

- the development of one of the tertiary institution's important resources: that of the library including the use of the internet as a research tool. Both can contribute a great deal to research work and academic development and support for both teachers and students. A first class institution must have a first class information and library source.

- there should be a "student self-access resource center." The use of English language "CD-ROMS" can contribute to student English language practice and proficiency. [Moreover, the use of CD-ROMS are also likely to help attract new students.]

This is also important to a "student centered or learner centered study environment". In a learning environment like Thailand where students do not have the advantage of "immersion in English" which countries such as Singapore, Hong Kong, India, etc, enjoy, the need for and availability of such "student self-access centers" are even more pressing, particularly in a "learner-centered" study environment.

- expansion of the student intake and of well-qualified teaching staff. The two, of course, go hand-in-hand.

- there should be a special library committee to assist in the development of the library. In particular, there should also be a "new acquisitions officer" whose function is mainly to ensure that the institution's library/resources are up-to-date.

By working in conjunction with each department [particularly the English Department since 80 per cent of all academic publication are in English], the "new acquisitions officer" can help ensure that the library resources are up-to-date and serve the academic/research needs of both the teaching staff and students [both graduate and under-graduate levels].

- again, if the institution is to be able to effectively communicate with overseas institutions on a regular basis and become internationally recognized, the establishment of an "international relations unit" or as Thais call it, "vitesampant," is quite an essential part of the institution's academic development.

Although I have stressed the two growth areas of I.T. and English [and Foreign Relations], this is not to say that other areas such as research, and other disciplines are unimportant. Far from it. Moreover, in today's globalization, there is an increasing need for joint ventures between universities around the world to co-operate and work together in the various disciplines.

In the end, it all boils down to one thing really: the financial backing which the institution would be willing to provide for such academic development projects.

However, I believe that the advantages and benefits that the tertiary institution would receive by supporting and implementing such academic projects and activities would be tremendous and would far outweigh the costs.

Appendix Notes: Table 1

Table 1. The Geographical and Numerical Distribution of L1 and L2 Speakers or Users of English. .

Looking at Table 1, you will see that I have separated speakers or users of the English language [both as L1 and also as L2] into 5 broad categories:

A, B, C, D, and E.

Category A groups together the countries which are the traditional bases of English where it is the primary language.

It is in Category A where the largest number of L1 speakers and users of English reside [322.0 million]. Note also that in Category A, there is a substantial number of L2 speakers and users of English [almost 40 million].

In Category B, the Asian region is grouped together with the largest number of L2 speakers and users of English [114.5 million], according to my estimates based on several sources. Note that this figure does not include China. Note also that the number of L1 speakers of English in this region is relatively small at 1.5 million and that the number of L2 speakers in this Asian region at 114.5 m. far outnumbers the L1 figure.

In category C, we have the African region with a smaller but still considerable number of L2 speakers and users of English at 73.8 million.

Category D consists of the Oceanic region which includes some small islands in the Pacific such as Guam, American Samoa, Papua New Guinea, etc. But, note that even in such remote places, L2 speakers and users of English [some in the form of Pidgin English] outnumber L1 speakers of English by five to one.

Category E (the residuals).

We therefore arrive at the figures stated at the beginning of this paper, that is, a grand total of 650 million or so speakers or users of English divided into two large groups of 350 million L1 English speakers and 300 million L2 English speakers, making a grand total of 650 million speakers and users of English [both American English and British English].

In other words, currently in global terms, L2 speakers and users of English make up over 85 per cent of the number of L1 speakers and users of English.

Hence the statement that "It is very likely that in the not too distant future, the number of L2 speakers and users of English may well outnumber that of L1 speakers and users of English" is quite a realistic one, particularly keeping in mind that one of the largest users of English as a second language is India.

It is in this development and expansion of English as a foreign or second language that provides the future development of the English language.

Table 1. Geographical and Numerical Distribution of L1 and
L2 Speakers and Users of English. [1]

A. MAJOR ENGLISH

SPEAKING REGIONS [2]	L1	L2	Total English Speakers
Australia	15.3 m.	2.1 m	17.4 m
Canada	19.7 m	6.0 m	25.7 m
New Zealand	3.4 m	0.2 m	3.6 m
United Kingdom	56.9 m	1.1 m	58.0 m
United States	226.7 m	30.0 m	256.7 m
SUB-TOTAL	322.0 m	39.4 m	361.4 m

B. ASIAN REGION ENGLISH SPEAKERS [3]

1.5 m	114.5 m	116.0 m
-------	---------	---------

C. AFRICAN REGION ENGLISH SPEAKERS

5.1 m	73.8 m	78.9 m
-------	--------	--------

D. OCEANIC REGION ENGLISH SPEAKERS

0.1 m	0.5 m	0.6 m
-------	-------	-------

E. OTHER ENGLISH SPEAKERS [RESIDUAL]

21.3 m	71.8 m	93.1 m
--------	--------	--------

GRAND TOTAL OF	350.0 m	300.0 m	650.0 m
----------------	---------	---------	---------

ENGLISH SPEAKERS

- [1] Estimates of [L1] and [L2] English speakers are based on various sources. The exact numbers are likely to be larger.
- [2] Countries where the majority of English native speakers [L1 speakers] reside. These are the traditional bases of English where it is the primary language.
- [3] The figures do not include China.

Bibliography

- Vinit Phinit-Akson. (1999). **British English vs. American English : Some Implications for the Thai Users** [Paper presented at the Regional Language Centre (REL), SEAMEO Annual Conference, 1999. Singapore]. Bangkok : Chulalongkorn University.
- _____. (2000, January - April). Communicative Language Teaching vs. Audio Lingual Language Teaching : A Comparison of Two Popular Approaches in Language Teaching. **Suddhiparitat, Dhurakit Pundit University Journal**, 14, 42. pp.69-74.
- _____. (2001, January-April). Communicative Language Testing and Cloze Testing : Some Pertinent Facts and Observations. **Suddhiparitat, Dhurakit Pundit University Journal**, 15, 45, pp.43-47.

Bangkok Melayu Makings of a Thai Muslim Culture

*Assoc.Prof. Dr. Umaiya Haji Umar

There are many small Malay communities embedded within and around the Bangkok Metropolis, referred to as Bangkok Malay Communities or aptly Bangkok -Melayu. This paper will attempt to trace the makings of a new culture, referred to as Thai Muslim culture by the author, as the community assimilates into the mainstream Thai society. This observation was made during her nine-month study conducted under ASIAN Fellows Program in 2002 / 2003 and published in Umaiya, 2003 entitled “ The Assimilation of Bangkok-Melayu Communities in the Bangkok Metropolis and Surrounding Areas”. The paper will touch into the mainstream Bangkok - Melayu community, in addition to the six communities reported in the study.

In Thailand, Malays or Thai Muslims are known to be residing in the four Southern provinces namely Satun, Yala, Narathiwat and Pattani where they form the majority. In Bangkok, the Bangkok-Melayu is a minority community living in a majority Thai Buddhist society.

This paper will focus on the evolution of culture of the Bangkok-Melayu resulting from the Malay motherland, long contact with the dominant Thai Buddhist society, urbanization, impact of globalization such as the global Islamic fundamentalism.

The objective of this paper is to share knowledge and to contribute to the understanding of indigenous knowledge on Bangkok-Melayu.

The approach adapted in this paper is to use the findings on the cultural evolution undergoing within the Bangkok-Melayu communities on identity, customary practices, on the environmental influences such as religion, Thai Government policies, regional and global developments; as indicator to study on the emergence of the Thai Muslim culture.

*Head Department of Asian and European Languages, Faculty of Languages and Linguistics, University of Malaya, Kuala Lumpur, Malaysia : Ph.D. (Languages and Linguistics) University of Malaya Malaysia.

Bangkok-Melayu

Origins and location of settlements of the Bangkok-Melayu was reported in Umaiya (2003) entitled "The assimilation of Bangkok-Melayu communities in the Bangkok metropolis and surrounding areas". Reference is made to accounts from different in a variety of sources, such as written in Thai language by Thai Buddhists -Chulchakkrapong (1997), Hiranto (1978) in Thai language by Muslims in Thailand, Jitnoud (1988), Saleh (1997, 2001), Chalayondesha (1996), Chernpakdee (2001), Damrileet (2002); in English by foreign writers - hall (1968), Wheatley (1961, 1964); in English by Malaysian writers Siti (1970), Zain (2003); and in Malay language - Hikayat Marong Mahawangsa (1968). Several of the accounts are from respondents during fieldwork.

The "Coming of Melayu to Bangkok" started with the invasion by Prince Sarusi, the son of Rama I in 1786 followed with several other raids. The last group of Melayu migrating to Bangkok was during the reign of King Rama V Residents in Sai Kong Din informed that they came to Bangkok voluntarily instead of living under British rule in Malaya.

Melayu Identity

The author observed cultural attitudes and practices that are said to be indicative of attachment to a particular sense of Melayu identity.

Islam

The general observation of the author is nearly all Bangkok- Melayu normally undergoes Islamic religious upbringing. Religious education is readily available at mosques and Islamic schools. The degree of conformance to the "Five pillars of Islam", iman (believe in one God), daily prayers, fasting, zakat (tax) and performing haj (pilgrimage) is relatively high.

This trend is fast changing trend to be a fundamental Muslim, arising from Muslim scholars being educated in abroad, namely Egypt and Saudi Arabia. Previously, the medium of Islamic instruction was Bahasa Melayu or Jawi including for reciting the Quran and studying Hadith (written in Bahasa Melayu and referred to as "Kitab") which was popular among religious teachers. From the end of the 19th century, Peninsula Malaysia is similarly affected with the returning Malay students from the Middle East, Hashim Musa (2004).

More details on Muslims in Thailand and also specifically the Bangkok-Melayu can be referred in Jitmoud (1979, 1988). Boonpibal (1987). Chalayondesha (1996), the Thai Fine Art Department publications in 1999 documented on Islamic practices in Southern Thailand and Saleh (2001).

Ethnocentrism and Rejection of Thai - Buddhists Values

The basic meaning of ethnocentrism is judging people from other cultures according to one's own culture, Haviland (1975). The author tried to identify specific discourses that suggest a negative application of the ethnocentric discourse: i.e. when respondents indicated a negative assessment of other cultures based on Bangkok-Melayu / Islamic values.

The great majority of Bangkok-Melayu will seek to marry within their own community, if that is not possible than a Muslim is required: matchmaking is common and this can help to expand the pool of potential partners. Whilst arranged marriages are fast disappearing, arranged meetings are becoming popular, such as during weddings and religious festivals. Interestingly, the author came across Bangkok-Melayu seeking potential in-laws in Malaysia. The endogamous preference may be a result of the fear of losing members to the dominant Thai - Buddhist society. This is also similarly affected by interaction, such as at workplace and University, resulting intermarriage with non-Muslims.

There are two common derogatory Thai-Buddhist proverbs that arouse strong feelings to the Bangkok-Melayu.

- a. "Khaek Melay kin muu mai pen, kin maa tom khem" meaning "Melayu people don't know how to eat pork but drink dog soup".
- b. "Khek thang lai keat maa samrap khat moo khaw hai pen man, khon boraan hen waa khaek tha kin muu cha khat moo yak jaung tang satsana mai kin muu" meaning "They (Melayu) are born to shine pots; our ancestors said that if they eat pork, it will be difficult for them to shine pots; therefore, they created a religion that forbids them to eat pork".

Taken from Sarochamas (1997:41), who refers to objections raised in the Islam Prayoot newspaper in relation to the above derogatory remarks, presented as a proverb, in the Thai Buddhist newspaper Siam Sapphakit. This example, that reflects a wider Thai-Buddhist ethnocentrism, creates anger amongst Thai-Muslims, and Bangkok-Melayu who are the Muslim majority in Thailand. Socially, such attitudes tend to make Bangkok-Melayu and Muslims as a whole turn inwards so their group.

A derogatory term that Bangkok-Melayu can use to describe Buddhists is See Yang, See Yaeh or Siang. When used in this context the term Siang serves to identify the Thai-Buddhists as unclean and therefore socialising with, eating with, attending a Thai-Buddhist function - for example, a funeral - or visiting a wat are all seen as undesirable and potentially polluting activities. The word kaffir is used as a similar alternative to describe non-Muslims as a whole. At sites where Malay dialect is not used, the Thai word Khon Thai or Khon Phut is adopted when referring to kaffir. At present, the term Khon Thai, Khon Phut or kaffir are widely used amongst the Bangkok-Melayu, where as the usage of the term See Yang, See Yaeh or Siang which portray the Malay element is indeed diminishing simultaneously with the Malay dialect.

The Pattani and the Bangkok-Melayu are conscious of being labeled as 'other' by Thai government policy, the use of the term khaek in the chronicles showed that it was an official attitude, and many / most Pattani and Bangkok-Melayu will have been exposed to such slurs in public by individual Thai-Buddhists or even representatives of the government such as policemen or civil servants. The predominance of this form of prejudicial discourse in Thai-Buddhist society has been documented by Sarochamas (1997) who noted examples in the Thai-Buddhist funerals because of religious reasons.

Coming into the realm of religious practice, are the attitudes towards government restrictions on wearing the hijab. When the hijab started becoming more popular in the 1980's the intolerance of the government aroused strong feelings amongst both the Pattani and the Bangkok-Melayu. This can be seen as an example of how religious matters seem to matter more to the Bangkok-Melayu than other secular-aspects of their cultural practices.

The greater presence of Muslims in important roles in political, administrative and social positions has improved the attitudes of Bangkok-Melayu towards the government; an example of this is the present Agriculture Minister who is a Pattani Melalyu.

Use of Bahasa Melayu (Jawi dialect)

The use of Bahasa Melayu can be traced back to the language brought by the immigrants some 200 hundred years and around seven generations ago. Until some 50 years ago, Maleyu language is used within Bangkok-Melayu community. With urbanization, formal education in Thai language, mass media together with interaction with Thai Buddhists there has been tremendous reduction in the use of Melayu language.

Only Bangkok-Melayu community in Khlong Bang Pho made it a point to retain Melayu language. Khutbah, Friday prayer sermons are still read in Melayu dialect spoken by old people (above 60 years) is rather unique, the pronunciation ends with an 'lang' sound, e.g. 'jaliang' for 'jalan' and 'making' for 'maken'. According to Professor Emeritus Dato Du. Asmah Haji Omar, this is similar to that spoken in Padang Terap, Kedah.

However, other Bangkok-Melayu community where there is a community with clear Bangkok-Melayu majority, for example, Khaeng Krathumrai Khet Nongcok, Melayu language is lost. Similarly, Bangkok-Melayu enclaves within the majority Thai Buddhist society in the inner Bangkok city no longer use the Melayu language. This can be attributed to urbanisation taking place earliest and the effect of Thai Government policy on use of Thai language for education in 1930's, Saleh (1997) and Tadmor (1992).

Use of Melayu Names and Kinship Terms

Kinship terms such as Mak, Pak, Ngah are still in use by the Bangkok-Melayu. Factors that affect the use of Malay kinship terms are the combination of the exposure use of Thai language in schools, mass media and the use of Malay dialect in everyday life. (Umaiya 2003). The author found that in the more urbanised sites people uses Malay kinship terms mixed with Thai, whereas in the more isolated villages the genealogical terminology is generally completely Malay.

It is normal for Bangkok-Melayu to have a Muslim name (considered as Melayu name) that is given at birth. The trend is towards adopting Thai practice of using of nicknames, sometimes by shortening the Muslim name e.g. Mah for Fatimah, Yah for Mariyah, Wood for Dawood, Mat for Muhammad, in addition to the formal Thai names.

Neighbourhood

Most Bangkok-Melayu prefers to live in a neighbourhood with a Muslim community near a mosque notwithstanding their origin, Bangkok-Melayu, Persians, Indians or Khmer. It was explained to the author that they can easily get involved in Islamic teaching and activities, thus have warmer, friendlier relations with their community.

Urbanisation has eroded community living and can be measured by the reduction in agricultural land, the increase in roads, factories and houses, and so on. The general effect is the weakening of the

Bangkok-Melayu familial bonds as well as cultural practices. This is one significant aspect of urbanisation: a new housing estate, established in a sparsely populated former rural community, can radically change the balance of ethnic groups in an area.

As property rises there is a strong tendency to sell agriculture land. Normally, a small piece of land with the family house is retained for own housing. Future generations then build homes within the compound, thus creating a slum like environment. Over long periods, this results in Bangkok-Melayu eventually living in embedded clusters within a majority of Thai Buddhist society. However, it is observed by the author that the third generation tend to sell the property. This is mainly due to the higher property prices and to secure homes for siblings, who in many cases are forced to live elsewhere and seeks to a share of the property.

Customary Practices

The Bangkok-Melayu customary practices is derived from Pattani culture prior to migration (also incorporating what is today Kedah, Perlis and Kelantan). The author observed they have developed their own particular practices. There remain traces of Pattani culture in remote areas only.

In study on Thai customs and beliefs of Thai Buddhists Manilerd (1988) described on common customary practices. The author noted some customary practices of Bangkok-Melayu are similar to that practiced by Thai Buddhists. It is likely that these are customary practices existed during pre-Islamic Pattani and were continued after converting to Islam. When the author interviewed Jitmoud, a renowned Muslim academician and author (see Jitmoud 1978, 1988), attempts to draw the line between Islamic practices and non-Islamic practices in relation to customary practices of Bangkok-Melayu. This seems to be towards dissociating un-Islamic practices from the Muslim society i.e. Muslim practices are based only on Islamic practices.

Tham bun lang kiaw khaw (Harvest festival)

Harvest festival is a traditional celebration that Bangkok-Melayu has discontinued. The practice is declared un-Islamic. There were respondents in remote areas “unwittingly” practicing is by having small feast on the day of the festival. Guests are invited for a meal without elaborating on purpose. When asked by the author, they preferred not to give any response on the matter, except to smile.

Attire

It is observed that Bangkok-Melayu normally dresses in a Thai or western style dress. The older generation still prefer to wear sarong patik (similar to batik) and hijab in the case of women; for men they prefer to wear sarong pelikat imported from Muslim countries, especially Malaysia and Indonesia. Traditional Islamic attire is also preferred when carrying out prayers and for attending Islamic functions.

As for the younger generation, wearing of sarong patik is rather rare (some do not even know how to wear) but the wearing of hijab is ever increasing, especially when attending Muslim functions. The trend towards wearing the hijab is a direct result of the Iranian revolution, Sarochamas (1997) affecting Muslim worldwide. In the city it is quite rare to find men wearing sarong with kopiah (headgear) except when performing prayers participating in religious activities.

Food

The food eaten by Bangkok-Melayu comprises of a mix of traditional Pattani dishes, adaptation of Muslim food in the Middle East and to a large extent dishes eaten by Thais in Bangkok such as Thai Buddhist and Chinese cooking. The distinctive food identifiable to Bangkok-Melayu are satay and khaw tom mat ("ketupat pisang" - became a borrowed food to Thai Buddhists) and generally to Muslims are martabak (chicken or beef cooked in thin flour roll fried in oil on hot plate), khaw-mook (briyani - chicken, beef or mutton) and soup haang (Ox-tail soup cooked with skin).

There are a few traditional Bangkok-Melayu dishes practiced within the community. The dishes budu bilih and budu lon is still a favourite especially in the villages. Food associated with superstition, and therefore there is a conflict with the new Islamist teaching are danong dada, and khaw niaw leung gai yang (pulut kuning and roast chicken). These are usually prepared as additional dishes during for the departed tok nenck (great grand parents i.e. past generations) and served during certain ceremonies, such as weddings (as offerings - May bad omen not befall upon the couple and a smooth ceremony).

However, khaw niaw leung gai yang is also served during purely Islamic functions such as tamat Koran (marking completion of Koran recital) and male circumcision.

Rites of pasage rituals

There are Malay practices declared un-Islamic or not practiced in the lifetime Prophet Mohammad s.a.w., but practiced by some Bangkok-Melayu in private or on a small scale. The laak khaaw ceremony (offering raw rice through a medium to cleanse sins of the recently departed person) is strongly rejected by the Islamic fundamentalist. Whilst this is attributed to Hinduism, the author is informed that the practice is documented in Kitabs (old Malay language religious books). In Malaysia, this had been declared as un-Islamic for a long time.

Another practice is tham bun faak thong (“geleng perut” or pregnancy safety ceremony). This is performed in the seventh month of pregnancy. The ceremony is performed through reciting of versus from Koran and the midwife actually repositions the unborn baby to ease delivery. It is declared un-Islamic. The practice is still continued in remote areas. Similarly, the cradled ceremony for newborn babies, khuen pley (“nalk buaian” in Melayu language) has been decalred un-Islamic.

The tham bun khon taay or death feast, (“kenduri kematian”) - some view this as improper tradition as it is not practised during lifetime of the Prophet, however, the majority of the Bangkok-Melayu still practice it.

For weddings, it is normal to use the Thai or Arabic language instead of the traditional Melayu language to solemnise marriage all in accordance with Islamic practices. In Khlong Bang Po, the author observed that Melayu (Jawi) language is still used. There has been some controversy on the khan mak (“hantaran - procession carrying gifts to be exchanged during the marriage ceremony) as it is viewed as customary practice.

Entertainment

The author referred to Duanchan (1983) and extensively documented music, sports and games of the Thai-Muslims in suthern Thailand. Except for a few groups performing the Klong ramana, ligac riap and silat art of self defence - but demonstrated as entertainment), other forms of entertainment disappeared. These three Malay entertainment categories are still seen in the Bangkok-Melayu community of Khet Nong Cok where there is an effort to revitalise Malsly culture (including games) in an effort supported by the Thai government. Thus perhaps these will start to grow in response to this encouragement from the government (to other minority groups also), whose objective is to develop cultural diversity for purposes of tourism.

The older generation remembers playing Malay traditional games, *maak lum* (“congkak”) and *luuk khang* (“gasing taning” - top). The games have been included in the cultural revitalisation project is being undertaken.

Today lullabies are only sung by elder women when they baby-sit for their family or friends. The author was given some examples of traditional lullabies: they used a mixture of Thai and Bahasa Melayu (Jawi) words and told stories about pilgrims going on the Haj, about Nabi Mohammed or other stories related to Islam.

The author observed that modern Malaysian Islamic music is very popular with Bangkok-Melayu in Bangkok. The traditional *Nashid* (Arabic Islamic music sang in Malay language) is still being performed in Melayu language with a trend towards using Arabic language.

The loss of these traditional forms of entertainment can be attributed to assimilation into the mainstream Thai society that is also globalising, preferring for example football and modern music.

Thai Government Policy

Two Thai government policies that significantly affected the Bangkok-Melayu were the introduction of compulsory Thai surnames during the reign of King Rama VI (1910-1925) and compulsory education in 1921 and enforced after 1932. The use of Muslim or Melayu names is becoming less (Tadmor 1992, Saleh 1997).

As children are educated in Thai, there was a reduction in the use of Melayu language to the point of becoming almost extinct today. This then resulted in the medium of Islamic education to be changed to Thai language instead of Melayu language. A significant development is the shift of focus to securing Islamic education directly from the Middle East countries especially Egypt, Jordan and Saudi Arabia instead via the Melayu language. As these Middle East educated Islamic scholars return they bring with them Islamic revivalist movement (Hashim 2004).

Matters relating to Muslims minorities in Thailand had been extensively researched by Sanitwong Na Ayuthatya (1988), Maluleem (1995, 1996, 1998, 2002), Suthasat (1976), Saleh (1997, 2001) and many others.

The approval of the government of Islamic Bank and a scheme to certify and label *halal* food is welcomed by all Bangkok-Melayu and Muslims, and is seen as an example of the government being positive and this improves their attitude towards the government. In addition, this scheme is

aimed at establishing Thailand as an exporter of halal food to Muslim countries - for this to work Thailand has to be recognised by other Muslim countries as having a strong enough Muslim community to provide reassurance that proper Islamic procedures will be followed. This is likely to strengthen the position of the Muslim community, however it should be noted that Thai-Buddhists own the companies producing the halal food.

The existence of a newspaper for Muslims since 1914 in Thailand has also been important for Pattani and the Bangkok-Melayu, ensuring that they have a public voice. The government has allowed these newspapers and magazines to be published as long as they do not threaten the nation's harmony and unity, nor engage in slander. A Muslim radio station has long been in existence and there are Muslim programmes on television; in 2002, during the Ramadan (Fasting) month, the author was invited to speak on the Muslim television about education opportunities in Malaysia.

The role of the King is particularly important in Thailand, and some changes as regards Muslims have met with great approval from both the Pattani and the Bangkok-Melayu. One such change has been that the King, or his representative, officiating the Maulid Nabi festivities ever since 1964. Another more recent change is that during the appointment ceremony for light ranking government officials the King has decided that Muslims do not have to participate in particular aspects of the ceremony that are Buddhist religious practices.

The bedrock of the distinctive identity as a Bangkok-Melayu is fast changing from a Melayu to towards being fundamentally a Thai Muslim. This is influenced mainly by the stronger desire to be a Muslim, strict adherence to the Quran and Hadith, as a result of the worldwide Islamic revivalist movement.

There has been a gradual loss of purpose to continue the use of Malay language and thus culture as the Thai language and Arabic (mainly as the learning medium to Islam) gained prominence. Malay customary practices considered un-Islamic has also been discontinued.

The economic and environment changes associate with urbanization are crucial to the understanding the accelerated loss of the Bangkok-Melayu identity and culture in the recent past. The Bangkok-Melayu successfully retained their identity and culture for generations until the onset of the recent economic development. This is most apparent when comparing Bangkok-Melayu who always lived in the centre of Bangkok are still mostly Muslims, and the Islamic religious factor can be pointed to as an essential to their continuing existence as a group distinct from the mainstream Thai Buddhist.

Bibliography

* All translations from Thai and Malay are the author's own, unless otherwise indicated.

Boonpibal, Duranee. **Comparative study of Thai Muslim Culture between Pattani, Yala, Narathiwat, and Satul, affecting the Government's Administration.** Songkhla. Unpublished PhD thesis, Srinakharinvirot University, 1987.

Chalayondesha, Prayoosak. **Muslim in Thailand.** Bangkok: Sultan Sulaiman Descent Group, Islam Central Library Project, 1996.

Chernpakdee, Sorayut (ed.). **Tonson Mosque Muslim Community in the Three Periods.** Bangkok: Jiratkanphim, 2001.

Chulchakkrachong. Chaochiwit. **Siam before Democracy.** Bangkok: Priver Book Co.Ltd., 1998.

Damrilert, Ruangsak. **History of Ban Khrua - Community resistance against the Construction of the CD Express road.** Bangkok: Arunkanphim, 2002.

Dewan Bahasa dan Pustaka (DBP). **Hikayat Marong Mahawangsa.** Kuala Lumpur Dewan Bahasa dan Pustaka, 1968.

Duanchan, Phibuun. **Music, Sport and Games of the Thai-Muslims in Southern Thailand.** Bangkok: National Cultural Committee Office, Education Ministry, 1983.

Fine Art Department (FAD-P). **Culture: Historical Identity and Artefacts of Narathivat Province.** Bangkok: Fine Art Department, 1999.

Fine Art Department (FAD-P). **Culture: Historical Identity and Artefacts of Satul Province.** Bangkok: Fine Art Department, 1999.

Fine Art Department (FAD-P). **Culture: Historical Identity and Artefacts of Yala Province.** Bangkok: Fine Art Department, 1999.

Hall, D.G.E. **A history of Southern Asia.** London: Macmillan Press Let., 1968.

Hashim Hj Musa. **Encountering the Globalizing West.** Kuala Lumpur: University of Malaya Press, 2004.

Haviland, W. **Cultural Anthropology.** New York: Holt, Rinehart & Winston Inc, 1975.

Hiranto, U. **Muslims in Thailand.** Bangkok: Odean Store, 1978.

Jitnoud, S. **Islamic Culture.** Bangkok: Sangarujiraamphon Fund, 1979.

_____. **Ethnic Group: Thai Muslim.** Bangkok: Sangarujiraamphon Fund, 1988.

Maluleem, Amardhat & Trichot. **Thai and Muslim Worlds - a study of Thai Muslims only.** Bangkok: Asia Studies Institution, Chulalongkorn University Press, 1996.

Maluleem, I. **Analysis of Conflict between the Thai Government and Muslims in the country: Case Study of Muslims in the Four Southern Provinces.** Bangkok: Islamic Academy, 1995.

- _____. "Muslim Society Amid the Tides of Conflicts and Changes": **Journal of Social Sciences and Humanities**, Vol. 4, No. 1 (Jan. - Apr., 1998), pp. 81-98.
- Maluleem, J. "Maluleem Politics" **Halal News Magazine**. Vol. 4, pp. 51-56.
- _____. **Muslim in Thailand**. Unpublished paper, Thammasat University, 2002.
- Manilerd, C. (ed.). **Thai Customs and Beliefs**. Bangkok: The Office of the National Culture Commission (ONCC). Bangkok: Ministry of Education, 1988.
- Ruenganron, P. **Artefacts of Thai-Muslims in South Thailand**. Bangkok: Charoenvitkanphim, 1984.
- Saleh, R. **The Interaction Among Religious Adherents as Found in Pattani, Yala, and Narathiwat Provinces (Three Southern Border Provinces)**. Bangkok: Research Fund Office (SOKOWO), 1997.
- _____. **The Interaction Between Faiths in Pattani, Yala and Narathiwat**. Bangkok: Research Fund Office (SOKOWO), 2001.
- Sanitwong Na Ayuthaya, K. (ed.). **The Crack in Thai Society? Integration and National Security Problems**. Bangkok: National Security and International Institute, Faculty of Political Science, Chulalongkorn University, 1988.
- Sarochamas, P. **The Role of Muslim Newspapers in Thailand**. Bangkok: Islamic Academy, 1997.
- Siti H.S. **Hikayat Marong Mahawangsa**. Kuala Lumpur: University of Malaya Press, 1970.
- Tadmor, Uri. **The Malay Villagers of Nonthaburi Cultural Notes**. Penerbit Universiti Kebangsaan Malaysia, 1992.
- Umaiyyah Haji Umar. **The Assimilation of Bangkok-Melayu Communities in the Bangkok Metropolis and Surrounding Areas**. Kuala Lumpur: Allwrite Sdn. Bhd., 2003.
- Wheatley, P. **Desultory remarks on the ancient history of the Malay Peninsula**, in J. Bastin & R. Rollvink (eds.), **Malaysian and Indonesian Studies. Essays Presented to Sir Richard Winstead on his Eighty-fifth birthday**. Oxford : Clarendon Press.
- Yodmani, S. **Thailand into the 2000's Bangkok**. The National Identity Office, Office of the Prime Minister, 2000.
- Zain, S. **Sejarah Melayu. A History of the Malay Peninsula**. Retrieved 02/03/2003: <http://www.sabrizain.demon.co.uk/malaya/>

Is Economic Development the Inevitable or Necessary Precursor to, and Initiator of, Democratization? Illustrate the Response with Reference to the Literature on Asia.

*Chulanee Tantikulananta

Until the financial reverses of 1997 states of Southeast Asia had the most remarkable record of economic achievement, widely regarded as an economic miracle, consistently outperforming the world rate of growth. Naturally questions of the relationship between economic development and democratic governments have arisen. Only one-third of the countries of the region were undergoing any type of democracy. Before this all countries had been ruled continuously by authoritarian or semi authoritarian governments. It wasn't until the late 1980s that Korea, Taiwan, the Philippines and Thailand began to receive any type of democracy. Indeed the relationship between government and economic development has remained among the most vexing in East Asian recent decades. This essay will examine the relationship between economic development and democratisation with a particular focus on establishing its directions of association. Certainly economic development is very highly correlated with liberal democracy, and this has been the case in Western society. The essay will proceed in five major sections: (1) the delineation of appropriate variables for study; (2) first grouping of Asian countries for case study; (3) a second grouping; (4) a third grouping; (5) and further discussion and analysis.

Asian countries have been heavily involved in economic development system, chiefly through export. The leaders of the countries have realised that there must be economic success, improved access to jobs housing and healthcare if there is to be any type of national integration. Economic performance has been the source of political legitimacy and all factors in the situation have supported the strategy of economic growth. These variables have made any type of investigation more difficult

*Lecturer in the faculty of Arts and Sciences at Dhurakijpundit University: MA. Macquarie University and MIS. The University of Sydney, Australia.

because economic development does not necessarily depend upon democratisation. Perhaps the most useful way to proceed then is to group the Asian countries.

Group one consists of Taiwan, South Korea, Thailand and Japan. These are the most democratic countries and though relatively homogenous in racial and ethnic terms.* The second group consists of Singapore, Malaysia and Indonesia. In contrast these countries have been exposed to volatile racial and ethnic tension this and the path to democracy has been very difficult. They have been ruled by governments that have necessarily provided clear direction. The third group is the Philippines and China.

Group one countries have taken an authoritarian route to economic development, while at the same time proceeding with democracy, with Japan being perhaps the best example. In South Korea powerful chaebols actually gave needed economic leadership, heavily supported by massive foreign borrowings, allowing some sort of capital autonomy in relation to the political elites. In part the countries in this group all adopted import substituting strategies in order to acquire investment capital in the early 1960s and 1970s. In Thailand direct foreign investment played a major role. In the early stages the governments were keen to achieve some sort of stability so that overseas companies would invest their money.

In Taiwan economic development favoured the emergence of many small companies and with economic success in the 1980s came the call for democracy. In such a highly educated society paternalistic authoritarian government was thought to be no longer suitable. The transformation to democracy occurred at a very personal level, using the many Taiwanese entrepreneurs. The government was still able to exercise economic governments through the rich network of connections. There were also large industrial conglomerates that could actually circumvent government microeconomic policy. Clearly in Taiwan increasing economic liberalisation brought about the beginning of the Asian style of democracy, responding to calls from large corporate groups.

In South Korea the process was similar except the economic groupings were larger. South Korea was the first of the Asian countries to move towards political openness and the ground for this was prepared by the chaebols. Progress toward democracy was slowed by the performance-based legitimacy of the authoritarian government. In South Korea there is still to emerge a viable party system. Thus bureaucratic authority must be improved first.

In Thailand the route to democracy consisted of a heavy compromise between the state in the capitalist and the growing middle class. The bureaucratic elite was distant from political influence

because of civil service traditions established under the absolute monarchy. In all these countries Japan perhaps provided the best developmental and democratic model.

It combined political authority realism with economic liberalism, guided by the ubiquitous Japanese Ministry of International Trade and Industry.

In all the countries of this group democracy was brought about by the growing sophistication of the economy. Important variables were how the economic power was distributed among the particular entrepreneurial units, and the functioning characteristics of the bureaucracy. Always the beginning was the movement of power away from the government, because of growing economic success. In Japan for example there were a number of key economic bureaucracies which were able to devise and implement policy, and this soft authoritarian approach did influence Taiwan and South Korea. Japan's economic maturity allowed a combination of democracy and high-growth.

The countries of group two, in contrast, have clung to the very authoritarian economic development model. Like the other countries they have also adopted economic nationalism and import substituting strategies, often launching state led programs of heavy industrialisation such as occurred in Malaysia. In Indonesia a strong central government actually encouraged overseas investments and contacts because investors knew that contracts would be enforced. Singapore took a very traditional route towards the emergence of democracy beginning with more collaboration between economic structures and the government, using information as the medium of exchange. Nevertheless Singapore, like Malaysia, saw comparatively little political change. The authoritarian economic development model was never really fully abandoned, even in Singapore, despite the present increased degree of transparency in that country. Indonesia has had a very rocky road, and after the displacement of President Suharto the country has not handled the emergence of democracy very well. As a case study this country illustrates that economic development and democracy can be quite separate.

The Philippines has often experienced different types of economic failure and this has caused frequent changes of regime, sometimes involving a shift from an authoritarian one to a more democratic one. To some extent, like Indonesia, the Philippines has never then really made any transition to a liberal democracy even though the presidential system artificially supports democracy. That is doubtful whether a well-developed party system will ever emerge.

The present developments in China are of great interest. China's economy is growing and the country has achieved membership of the world trade organisation. The country offers a well educated but cheap labour force. Economically the country is very attractive. Thus ironically, in

China, although a Communist country of course, is presently moving to strengthen capitalism, and to remove the economic inefficiencies of a large state owned and controlled organisations. There have been some developments in China which could be called the democratic. However this has more to do with Chinese controlled capitalism. Certainly Beijing has been very selective about exactly what types of liberal and capitalist developments have been allowed. Nevertheless there have been improvements in what might be called democratic freedoms.

This is quite clear that among each Asian group there had been varied developmental patterns and structures producing variations in the specific half to democratisation. East Asian leaders have been anxious to counter the spread of communism, and to therefore provide economically for as many sectors of the population as possible. The critical variable is how these societies have achieved some sort of stability. Without this stability there can never be any growth in democracy.

In nearly all cases the emergence of economic units which can function independently of the government has been critical. Often technocrats and bureaucrats have been given an independent authority over economic policy. The concentration of economic power in large firms is also been very important. Indeed increasingly political scientists are recognising the importance of institutions in the emergence of any democratic process. As the economy became more complicated in these Asian countries the need for economic liberalisation in terms of security of property rights for example became important. Sometimes of course the path was slowed by large family-owned companies. Nevertheless slowly individual actors gained access to developmental capital, and bureaucratic autonomy began to emerge. These types of development become the forerunner of political institutions of democracy. The emergence of the elite agencies of economic governments accelerated the process particularly in countries such as Korea and Taiwan where elite universities supplied the requisite labour. In contrast to the emergence of these economic and independently functioning units has been the seeming lack of development of true political parties. This last link in the chain has been critical, as has been the strength of the state in providing an overall framework of stability. True political parties can never emerge until the bureaucracy has sufficient power steering the economy, as happened in South Korea and Taiwan.

Traditional Western political analysis suggests that democracy can only emerge when there are sufficient entrepreneurs, professionals, and middle-class generally - a somewhat Marxist view. These processes can be seen at work in the Asian countries. However democratic development must

be interpreted as being distinctly Asian particularly since many of the Asian countries have been opposed to Western-style growth in politics. All Asian countries, at the beginning through authoritarian regimes, promoted early stage economic development. Countries were kept on track because social conflict was avoided nevertheless power was spread disproportionately. The industrialisation process itself directly created diverse groups that finally sought representation and even participation. Ultimately further economic developments increases the likelihood that corruption will no longer be tolerated and property rights become important. Gradually power is siphoned away from the authoritarian government, as happened in South Korea. Interestingly China illustrates this process, with the economically powerful coastal provinces beginning to ignore dictates from Beijing. Rural elections are now permitted in some provinces.

Thus, in all the Asian countries, an authoritarian state will finally be pressed for democratisation even if it is performing well economically, as indeed it must be. Asian values directly favoured democracy because of the independent entrepreneurial spirit. In general Asian populations have accepted the goal of catching up to and surpassing the West. Corruption has been tolerated but this is now being reduced.

Always in the emergence of Asian style democracy has been the need to manage the bureaucratic and economic elites. Authoritarian regimes, successful at early stages of economic development, now looked to economic elite participation is necessary for further economic development. The liberalisation of capital markets make dominant state control less effective. The changing relationship between the political leadership and economic capital is a major push for democracy because the various elite interests demand anticipation and representation.

Interestingly the authoritarian need to manage the various ethnic groupings in the Asian countries actually works for democracy. At the same time it has slowed down the development democracy because the elites are apprehensive of potential racial and ethnic conflicts once full-fledged democracy is adopted. There are quite a large number of variables operating here. Ironically, in Taiwan for example, the existence of the cleavage between the indigenous Taiwanese and the Chinese oriented population actually strengthens the emergence of genuine political parties.

It must of course be realised that finally democracy can only be a political process and that economic development only produces a type of transition. There must be a suitable network of appropriate institutions. Moreover, there must be a crucial link between the citizens in the government,

and this link must be developed into true political parties. This is only happening to a limited extent in some Asian countries.

Thus far then it appears that the emergence of democracy is a final stage of economic development. Economic development only provides possibilities for democracy and does not dictate the direction in which political participation might proceed. Every country has its own social complexity and stratification. Certainly though the more affluent country the more secure is the operation of democracy, and the more likely that an efficient free market will emerge property rights and freedom of association for example. What is interesting in the Asian case is how the emergence of democracy will affect the traditional government decision-making influence over the economic institutions and units, and the role of institutions within those societies.

Opposed to this general idea role economic development and democratisation via some sort of staged progression is the failure of some postcolonial democracies. Transferring such an example into the Asian context it might be suggested that Asian democratic development will necessarily be limited in countries where there is a highly strategic distribution of wealth and income, and hence an unbridgeable gap between the ruling elite and the masses. Nevertheless in extreme examples, there are still being the emergence of some type of democracy.

One important factor which is increasingly at work in the democratic Asian process is the emergence of globalisation. There is now growing access to information and increasing freedom and movement of international capital. This automatically promote democracy because overseas investors want adequate economic integration. The recent Asian currency crisis indicates to Asian governments that they must adopt to some extent Western-style financial structures and economic institutions. There must be appropriate societal and economic adjustments to the economic liberalisation and transparency which is necessary.

In conclusion this essay has outlined some of the connections between Asian economic development and the emergence of Asian style democracy. The present time is very much a turning point - Asian countries are being affected by world economic globalisation developments. This has also brought with it increased demands for social participation. Asian governments will be very keen to try to establish a gain high economic growth. They will be just as keen to moderate social conflict and political instability, in this alone will put the brake on democratic development. It is certainly quite clear though that the emergence of liberal democratic ideas has not hampered Asian economic

development in the past. The more difficult journey though now lies ahead. The global realities will dictate that Asia must conform increasingly to international economic standards of transparency, and corporate governance. Some countries such as China and Indonesia democracy might take the form of increasing liberal capitalism. Whatever happens the example of the Asian countries will always provide a fertile field for political and economic study.

Bibliography

- Blondel, Jean and Marsh, Jan. (1999). **Conclusion**. In Ian Marsh, Jean Blondel, and Takashi Inoguchi (Eds). Democracy, governance, and economic performance : East and Southeast Asia. (pp.333-356). New York, NY : United Nations University Press.
- Blondel, Jean, Inoguchi, Takashi and Marsh, Ian. (1999). **Economic development v. political democracy**. In Ian Marsh, Jean Blondel, and Takashi Inoguchi (Eds). Democracy, governance, and economic performance : East and Southeast Asia. (pp. 1-17). New York, NY : United Nations University Press.
- Davis, M.C. (1998). The price of rights : constitutionalism and East Asian economic development . **Human Rights Quarterly**, 20, 2, pp.303-337.
- Jayasuriya, K. (1995). **The political economy of democratisation**. In Daniel A. Bell, D. Brown, K. Jayasuriya and D. M. Jones. (Eds.). Towards illiberal democracy in Pacific Asia. (pp.172-192). New York, NY : St. Martin's Press.
- Jones, D.M. (1998). **The politics of economic governance**. In Richard Maidment, David Goldblatt, and Jeremy Mitchell. (Eds). Governance in the Asia-Pacific. (pp. 172-192). London ; New York : Routledge in association with the Open University.
- Laothamatas, A. (1997). **Development and democratisation**. In A. Laothamatas. (Ed.). Democratisation in Southeast and East Asia. (pp. 1-17). New York, NY : StMartin's Press.
- Marsh, Ian. (1999). **Economic governance and economic performance**. In Ian Marsh, Jean Blondel, and Takashi Inoguchi (Eds.). Democracy, governance, and economic performance : East and Southeast Asia. (pp. 47-75). New York, NY : United Nations University Press.
- Park, Y.C. (2002). Does East Asia need a new development paradigm? Brookings Trade Forum, 211-226, Retrieved May 26, 2003, from http://0-muse.jhu.edu.opac.library.usyd.edu.au/journals/brookings_trade_forum/v200
- Ravich, Samantha Fay. (2000). **Marketization and democracy : East Asian experiences**. Cambridge ; New York : Cambridge University Press.
- Root, H.L. (2002). What democracy can do for East Asia. Journal of Democracy, 13, 1, 113-126, Retrieved May 26, 2003, from http://0-muse.jhu.edu.opac.library.usyd.edu.au/journals/journal_of_democracy

เหลี่ยมหลังการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ในระบอบประชาธิปไตย

* วีรพา ฐานะปรัชญ์

ประเทศไทยภายหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครองจากระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชย์เป็นระบอบประชาธิปไตยเมื่อวันที่ 24 มิถุนายน พ.ศ.2475 คณะราษฎรได้อำงเหตุผลที่สำคัญประการหนึ่ง คือ การให้ราษฎรได้มีสิทธิเสมอภาคกัน การเลือกตั้งเป็นกิจกรรมทางการเมืองที่สำคัญอันหนึ่งของประชาชนที่แสดงให้เห็นถึงการมีสิทธิเสมอภาคกันในการออกเสียงเพื่อเลือกตัวแทนของตนเข้าไปบริหารประเทศ เพื่อจัดการใช้อำนาจ

หรืออิทธิพลของคนบางกลุ่มในการปกครองประเทศ จากการศึกษาเอกสารและข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรพบว่า การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรตั้งแต่อดีตหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ.2475 มีมาแล้ว 21 ครั้ง (ครั้งล่าสุดเมื่อวันที่ 6 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2548) มีสถิติการมาใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร (ส.ส.) ของประชาชนในแต่ละครั้งดังนี้

ตารางที่ 1 จำนวนผู้มีสิทธิเลือกตั้งและร้อยละของผู้ใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทั่วประเทศ และจำแนกในเขตกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด

ครั้งที่	วันที่	ทั่วประเทศ		กรุงเทพฯ		ต่างจังหวัด	
		ผู้มีสิทธิ(คน)	%ผู้ใช้สิทธิ	ผู้มีสิทธิ(คน)	%ผู้ใช้สิทธิ	ผู้มีสิทธิ(คน)	%ผู้ใช้สิทธิ
1	15 พย 2476	4,278,231	41.45				
2	7 พย 2480	6,123,239	40.22				
3	12 พย 2481	6,310,172	35.03				
4	6 มค 2489	6,431,827	32.52				
5	29 มค 2491	7,176,464	29.51				

*อาจารย์ประจำศูนย์วิจัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ : สถิติศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ครั้งที่	วันที่	ทั่วประเทศ		กรุงเทพฯ		ต่างจังหวัด	
		ผู้มีสิทธิ(คน)	%ผู้ใช้สิทธิ	ผู้มีสิทธิ(คน)	%ผู้ใช้สิทธิ	ผู้มีสิทธิ(คน)	%ผู้ใช้สิทธิ
6	26 กพ 2495	7,602,591	32.37				
7	26 กพ 2500	9,859,039	57.50				
8	15 ธค 2500	9,911,118	44.10				
9	10 กพ 2512	14,820,180	49.16				
10	26 มก 2518	18,343,486	51.64	1,913,971	33.65	16,429,515	53.74
11	4 เมย 2519	20,623,430	43.99	2,053,022	29.05	18,570,408	45.64
12	22 เมย 2522	22,581,780	43.90				
13	18 เมย 2526	24,224,470	50.76				
14	27 กค 2529	26,224,305	61.28	2,877,979	38.13	23,346,326	64.14
15	24 กค 2531	26,658,637	63.56	3,092,855	37.50	23,565,782	66.98
16	22 มีค 2535	32,432,087	59.28	3,342,248	42.56	29,089,839	61.20
17	13 กย 2535	31,855,156	62.03	3,331,376	47.40	28,523,780	63.26
18	2 กค 2538	37,817,983	62.04	3,619,927	49.82	34,198,056	63.33
19	17 พย 2539	38,564,593	63.19	3,629,305	48.97	34,935,288	64.67
20	6 มค 2544	42,759,001	69.94	3,901,157	66.66	38,857,844	70.27
21	6 กพ 2548	44,572,101	72.55	4,126,922	72.37	40,445,179	72.57

การเลือกตั้งทั่วไปเกิดขึ้นครั้งแรกในวันที่ 15 พฤศจิกายน พ.ศ.2476 มีผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง 4,278,231 คน และผู้ไปใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง 1,773,532 คน คิดเป็นร้อยละ 41.45 ซึ่งมีสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรได้รับเลือกตั้ง 78 คน ในการเลือกตั้งครั้งนี้ นายพันเอก พระยาพหลพลพยุหเสนา ดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรีจากการเลือกตั้งเป็นคนแรก แต่เป็นนายกรัฐมนตรีเป็นคนที่ 2 ต่อเนื่องมาตั้งแต่วันที่ 28 มิถุนายน พ.ศ.2476 หลังการยึดอำนาจการปกครองจากมหาอำมาตย์โท พระยามโนปกรณนิติธาดา ซึ่งดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรีเป็นคนแรก หลังการเปลี่ยนแปลงการปกครองเป็นระบอบประชาธิปไตย

จากตารางที่ 1 จะเห็นได้ว่าการเลือกตั้งครั้งแรกนับว่าการไปใช้สิทธิเลือกตั้งอยู่ในเกณฑ์ที่ดี เพราะมีสัดส่วนผู้มาใช้สิทธิถึงร้อยละ 41.45 เมื่อเปรียบเทียบการเลือกตั้งครั้งที่ 5 ที่มีสัดส่วนของการมาใช้สิทธิร้อยละ 29.51 และจะเห็นได้ว่าสัดส่วนของการใช้สิทธิเลือกตั้งนับตั้งแต่การเลือกตั้งครั้งที่ 1 จนถึงปัจจุบัน มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ แต่สัดส่วนผู้มาใช้สิทธิเลือกตั้งก็ไม่สูงเท่าใดนัก จนกระทั่งถึงครั้งล่าสุดที่มีสัดส่วนผู้มาใช้สิทธิเลือกตั้งสูงถึงร้อยละ 72.55

เมื่อพูดถึงการให้ความสำคัญของการใช้สิทธิเลือกตั้งจากสัดส่วนผู้มาใช้สิทธิเลือกตั้งจำแนกในเขตกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด สัดส่วนของผู้ใช้สิทธิเลือกตั้งในเขตกรุงเทพฯ ต่ำกว่าสัดส่วนของ

การใช้สิทธิในต่างจังหวัดในการเลือกตั้งทุกครั้ง ซึ่งสัดส่วนผู้มาใช้สิทธิเลือกตั้งในต่างจังหวัดจะสูงกว่าสัดส่วนผู้มาใช้สิทธิเลือกตั้งในเขตกรุงเทพฯ ประมาณร้อยละ 10-20 อย่างไรก็ตาม ในการเลือกตั้งแต่ละครั้งมักจะมีข่าวการเลือกตั้งอย่างไม่บริสุทธิ์และยุติธรรมของผู้สมัครรับเลือกตั้ง และการซื้อสิทธิขายเสียงของประชาชน

การเลือกตั้งครั้งที่ 1 ถึงครั้งที่ 4 ผู้สมัครรับเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรเป็นผู้สมัครอิสระไม่สังกัดพรรคใด ต่อมาในปี พ.ศ.2489 (ภายหลังการเลือกตั้งครั้งที่ 4) ได้มีการเริ่มต้นรวมกลุ่มนักการเมืองในสภาผู้แทนราษฎรที่มีความคิดเห็นทางการเมืองในแนวเดียวกัน เรียกว่า “พรรคการเมือง” โดยมีพรรคการเมืองที่สำคัญ ได้แก่ 1) พรรคสหชีพ มีนายเดือน บุนนาค เป็นหัวหน้า

พรรค 2) พรรคแนวรัฐธรรมนูญ มีพลเรือตรีถวัลย์ ธำรงนาวาสวัสดิ์ เป็นหัวหน้าพรรค 3) พรรคประชาธิปไตย มีพันตรีควง อภัยวงศ์ เป็นหัวหน้าพรรค 4) พรรคกสิกร มีพันเอกช่วง เชวงศักดิ์ เป็นหัวหน้าพรรค 5) พรรคธรรมาธิปไตย มีหลวงวิจิตรวาทการ เป็นหัวหน้าพรรค 6) พรรคก้าวหน้า มีม.ร.ว.คึกฤทธิ์ ปราโมช เป็นหัวหน้าพรรค 7) พรรคประชาชน มีนายเลียง ไชยกาล เป็นหัวหน้าพรรค

สถิติการได้รับเลือกตั้งของสมาชิกพรรคการเมืองต่างๆ ซึ่งจะแสดงรายละเอียดเฉพาะพรรคการเมืองที่สำคัญที่เคยได้รับเลือกตั้งจำนวนสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทั่วประเทศและ/หรือในเขตกรุงเทพฯ มากที่สุด ดังนี้

ตารางที่ 2 จำนวนสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของพรรคการเมืองต่างๆ ที่ได้รับเลือกตั้งในการเลือกตั้งครั้งที่ 1 ถึงครั้งที่ 21 ทั่วประเทศ และจำแนกในเขตกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด

ครั้งที่	เขต	สส.(คน)	ทรท	ปรป	ขท	กสค	ควม	สมธธ	สาปชท	สทภูมิ	เสรีม้ง	ปชท	พธ	อื่นๆ
1	ปท	78												
2	ปท	91												
3	ปท	91												
4	ปท	96												
5	ปท	99		54										45
6	ปท	123												
7	ปท	160		30							86			44
	กทม	9		2							7			0
	คจว	151		28							79			44
8	ปท	160		39						44	4			73
	กทม	9		8						0	0			1
	คจว	151		31						44	4			72
9	ปท	219		57					76					86
	กทม	15		15					0					0
	คจว	204		42					76					86

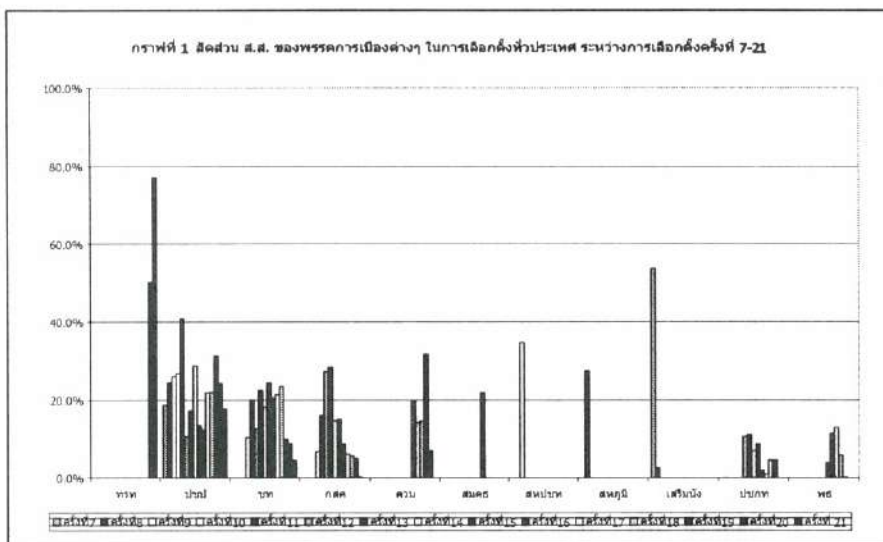
[illegible]

จากตารางที่ 2 จะเห็นได้ว่าพรรคการเมืองที่สมาชิกได้รับเลือกตั้งมากที่สุดในการเลือกตั้งทั่วประเทศแต่ละครั้งที่ผ่านมา ได้แก่ พรรคประชาธิปัตย์ ในการเลือกตั้งครั้งที่ 5, 10, 11, 14, 17 พรรคเสรีมนังคศิลา ในการเลือกตั้งครั้งที่ 7 พรรคสหภูมิ ในการเลือกตั้งครั้งที่ 8 พรรคสหประชาไทย ในการเลือกตั้งครั้งที่ 9 พรรคกิจสังคม ในการเลือกตั้งครั้งที่ 12, 13 พรรคชาติไทยในการเลือกตั้งครั้งที่ 15, 18 พรรคสามัคคีธรรม ในการเลือกตั้งครั้งที่ 16 พรรคความหวังใหม่ ในการเลือกตั้งครั้งที่ 19 และพรรคไทยรักไทย ในการเลือกตั้งครั้งที่ 20, 21 (หมายเหตุ การเลือกตั้งครั้งที่ 1, 2, 3, 4, และ 6 ไม่ปรากฏผลการเลือกตั้งจำแนกรายพรรค)

และพรรคการเมืองที่สมาชิกได้รับเลือกตั้งในเขตกรุงเทพฯ มากที่สุด ได้แก่ พรรคเสรีมนังคศิลา ในการเลือกตั้งครั้งที่ 7 พรรคประชาธิปัตย์

ในการเลือกตั้งครั้งที่ 8, 9, 10, 11, 14, 19 พรรคประชากรไทย ในการเลือกตั้งครั้งที่ 12, 13, 14, 15 พรรคพลังธรรม ในการเลือกตั้งครั้งที่ 16, 17, 18 พรรคไทยรักไทย ในการเลือกตั้งครั้งที่ 20, 21 (หมายเหตุ การเลือกตั้งครั้งที่ 1 ถึง 6 ไม่ปรากฏผลการเลือกตั้งจำแนกในเขตกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด)

จากผลการเลือกตั้งดังกล่าว จะเห็นได้ว่าการเลือกตั้งในเขตกรุงเทพฯ นั้น ความเป็นพรรคการเมืองค่อนข้างจะมีผลต่อการเลือกตั้ง ซึ่งจะเห็นได้จากพรรคการเมืองใดที่สมาชิกได้รับเลือกตั้งมากที่สุดในครั้งหนึ่ง มักจะมีสมาชิกได้รับเลือกตั้งมากที่สุดต่อเนื่องในครั้งต่อมา และจะเห็นได้ว่าพรรคการเมืองใดที่สมาชิกได้รับเลือกตั้งมากที่สุดในเขตกรุงเทพฯ มิได้เป็นพรรคการเมืองเดียวกันกับพรรคการเมืองที่สมาชิกได้รับเลือกตั้งมากที่สุดในต่างจังหวัดในการเลือกตั้งครั้งนั้นๆ



จากกราฟที่ 1 เมื่อคู่สัดส่วนสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของพรรคการเมืองต่างๆ ที่ได้รับเลือกตั้งทั่วประเทศในการเลือกตั้งแต่ละครั้ง พบว่า พรรคไทยรักไทยเป็นพรรคการเมืองที่มีสัดส่วนของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรสูงที่สุดในการเลือกตั้งที่ผ่านมา ซึ่งเป็นสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 77.3 ในการเลือกตั้งครั้งที่ 21 (ครั้งล่าสุดเมื่อวันที่ 6 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2548)

จากกราฟที่ 3 เมื่อมาดูสัดส่วนสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของพรรคการเมืองต่างๆ ที่ได้รับเลือกตั้งในต่างจังหวัดในการเลือกตั้งแต่ละครั้งพบว่า พรรคไทยรักไทยเป็นพรรคการเมืองที่มีสัดส่วนของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรสูงที่สุดในการเลือกตั้งที่ผ่านมา ซึ่งเป็นสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 76.3

ในการเลือกตั้งครั้งที่ 21 (ครั้งล่าสุดเมื่อวันที่ 6 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2548)

จากข้อมูลในตารางที่ 2 และกราฟที่ 1-3 จะสามารถวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ ที่แสดงถึงความสำเร็จในการเลือกตั้งของพรรคการเมืองได้ดังนี้

ปัจจัยที่แสดงถึงความสำเร็จในการเลือกตั้งของพรรคการเมือง	พรรคการเมืองที่ประสบความสำเร็จ		
	ทั่วประเทศ	กรุงเทพฯ	ต่างจังหวัด
1. การมี ส.ส. ต่อเนื่องมาเป็นระยะเวลายาวนานที่สุด	ปชป	ปชป	ปชป
2. สัดส่วนของ ส.ส. สูงที่สุดในการเลือกตั้งทุกครั้งที่ผ่านมา	ทรท	ปชป	ทรท
3. จำนวนครั้งมากที่สุดที่มีสัดส่วนของ ส.ส. สูงที่สุดในการเลือกตั้งแต่ละครั้ง	ปชป	ปชป	ปชป, ชท
4. ค่าเฉลี่ยสูงที่สุดของสัดส่วนของ ส.ส. ในการเลือกตั้งทุกครั้งที่ผ่านมา	ทรท	ทรท	ทรท

การปฏิวัติ/รัฐประหารอาจเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อจำนวนสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรที่ได้รับเลือกตั้ง ซึ่งในอดีตมีการจัดการเลือกตั้งในช่วงเวลาภายหลังและใกล้เคียงการทำปฏิวัติ/รัฐประหารดังนี้

เมื่อวันที่ 8 พฤศจิกายน พ.ศ.2490 มีการทำรัฐประหารโดยคณะรัฐประหาร โดยให้นายควง อภัยวงศ์ หัวหน้าพรรคประชาธิปัตย์ เป็นนายกรัฐมนตรี ต่อมาภายหลังการทำรัฐประหารดังกล่าว ได้จัดให้มีการเลือกตั้งขึ้นในวันที่ 29 มกราคม พ.ศ.2491 โดยสมาชิกพรรคประชาธิปัตย์ได้รับเลือกตั้งเป็นสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรมากที่สุด และมีคะแนนเสียงข้างมาก นายควง อภัยวงศ์จึงได้รับเลือกตั้งเป็นนายกรัฐมนตรีอีกสมัยหนึ่ง

ต่อมาวันที่ 16 กันยายน พ.ศ.2500 จอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ หัวหน้าคณะทหาร ได้ยึดอำนาจการปกครองประเทศจากรัฐบาลจอมพลแปลก พิบูลสงคราม และภายหลังการทำรัฐ

ประหารได้มีการจัดการเลือกตั้งขึ้นในวันที่ 15 ธันวาคม พ.ศ.2500 (การเลือกตั้งครั้งที่ 8) การเลือกตั้งครั้งนี้สมาชิกพรรคประชาธิปัตย์ได้รับเลือกตั้งมากที่สุด 39 คน รองลงมาคือ พรรคเสรีรวม 6 คน และสมาชิกพรรคเสรีมนังคศิลาซึ่งมีจอมพลแปลก เป็นหัวหน้าพรรค ได้รับเลือกตั้ง 4 คน ในการเลือกตั้งครั้งก่อนหน้านี้นี้ (การเลือกตั้งครั้งที่ 7) พรรคเสรีมนังคศิลาเป็นพรรคที่มีสมาชิกพรรคได้รับเลือกตั้งมากที่สุด 86 คน

จากการเลือกตั้งในอดีตที่ผ่านมา นายกรัฐมนตรีที่ดำรงตำแหน่งระยะเวลานานที่สุด คือ จอมพลถนอม กิตติขจร ซึ่งดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรี 5 สมัย ระยะเวลา 10 ปี 8 เดือน รองลงมาคือ พลเอกเปรม ติณสูลานนท์ ดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรี 3 สมัย ระยะเวลา 8 ปี 3 เดือน และถัดมาคือ จอมพลแปลก พิบูลสงคราม ดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรี 8 สมัย ระยะเวลา 7 ปี

ส่วนนายกรัฐมนตรีที่ดำรงตำแหน่งระยะ
เวลาสั้นที่สุดคือ นายทวี บุญยเกษตร อยู่ในตำแหน่ง
รักษาการเพียงแค่ 17 วัน เพื่อรอการกลับมาดำรง
ตำแหน่งนายกรัฐมนตรีของ ม.ร.ว.เสนีย์ ปราโมช
รองลงมาคือ พลเอกสุจินดา คราประยูร ดำรง

ตำแหน่ง 1 เดือน 18 วัน เนื่องจากเกิดเหตุการณ์
“พฤษภาทมิฬ” และถัดมาคือ นายพจน์ สารสิน
ดำรงตำแหน่ง 3 เดือน 6 วัน เพื่อจัดการให้มีการ
เลือกตั้งที่บริสุทธิ์และยุติธรรม

บรรณานุกรม

- การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2539. (2539). กรุงเทพฯ : กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย.
- การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร 22 มีนาคม 2535. (ม.ป.ป.). กรุงเทพฯ : คณะกรรมการติดตามและสอดส่องดูแลการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร.
- ข้อมูล สถิติ และผลการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร 2 กรกฎาคม 2538. (ม.ป.ป.). กรุงเทพฯ : กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย.
- ข้อมูล สถิติ และผลการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร 17 พฤศจิกายน 2539. (ม.ป.ป.). กรุงเทพฯ : กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย.
- จำลอง สาลีสังข์, จ่านงค์ เทพสวัสดิ์ และปราโมทย์ สันตยากร. (2519). พรรคการเมืองไทยและผลการเลือกตั้ง 2519 พร้อมด้วยรายชื้อส.ส. ทุกภาค ทุกพรรค ทุกจังหวัด พรรคคอมมิวนิสต์แห่งประเทศไทย. กรุงเทพฯ : สหประชาพานิช.
- ผลการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ.2531. (2531). กรุงเทพฯ : กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย.
- ผลการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ.2535. (2535). กรุงเทพฯ : กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย.
- ผลการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ.2535 เล่ม 4 สถิติเกี่ยวกับการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร. (2535). กรุงเทพฯ : กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย.
- ผลการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ยุคปฏิรูปการเมืองใหม่ : 6 มกราคม 2544. (2544). กรุงเทพฯ : หอสมุดรัฐสภา สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.
- มนุชญ์ วัฒนโกเมร. (2529). ข้อมูลพื้นฐานพรรคการเมืองปัจจุบันและพรรคการเมืองกับการเลือกตั้ง ปี 2522-2529. กรุงเทพฯ : สมาคมสังคมศาสตร์แห่งประเทศไทย.
- รายงานการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร เมื่อวันที่ 13 กันยายน 2535. (2537). กรุงเทพฯ : คณะกรรมการองค์การกลางการเลือกตั้ง.
- รายงานการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร เมื่อวันที่ 2 กรกฎาคม 2538. (2538). กรุงเทพฯ : คณะกรรมการองค์การกลางการเลือกตั้ง.



SUDDHIPARITAD

DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY JOURNAL

Vol. 19 No. 59 September-December 2005 ISSN 0857-2670

- Asst. Prof. Dr. Saowaros Yaisawarng et al.
- Asst. Prof. Dr. Sittichai Tansrisakul
- Siriporn Lordngern
- Asst. Prof. Siriporn Pongsrirojana
- Anuwat Cholpaisal
- Boonyoo Khopornprasert
- Pongsai Petcharak
- Kittisak Lumdee
- Asst. Prof. Dr. Vinit Phinit-Akson
- Assoc. Prof. Dr. Umaiya Haji Umar
- Chulanee Tantikulananta
- Weerapa Thanaprach

- Thai Orchid Business : Is it Worth to Invest?
- Management of Hydrotherapy in Spa Services.
- Green Tea...Popular Beverage.
- Conflict Management that Leads to Successful Performance and Mutually Desirable Results.
- Asian Bond Market : A Survey.
- Brand Literacy.
- Preparation for Occupational Health and Safety Management to Cope with FTA Agreement : Issue Study on Garment Manufacturing.
- Ultra-Wide Band Radio Technology.
- English-Globalization and a Strategy for the Academic Development of Tertiary Institutions.
- Bangkok - Melayu - Makings of a Thai Muslim Culture.
- Is Economic Development the Inevitable or Necessary Precursor to, and Initiator of, Democratization? Illustrate the Response with Reference to the Literature on Asia.
- Statistics of Parliament Elections in Democratic Government.