



สิทธิปริทัศน์

วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ปีที่ ๒๐ ฉบับที่ ๖๑ พฤษภาคม - สิงหาคม ๒๕๕๙ ISSN 0857-2670

- การบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์อย่างประสบผลสำเร็จ
- ตัวแบบการจัดการที่สำคัญสำหรับองค์การธุรกิจและอุตสาหกรรม
- เทคนิคการเขียนทางเศรษฐศาสตร์
- ตัวชี้วัดคุณภาพชีวิตของประชากรตามแนวชายแดน
- ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย
- การมีส่วนร่วมของประชาชนในองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย
- แบรินด์ดิงและรีแบรินด์ดิง : จากประสบการณ์นักสร้างแบรนด์
- เครื่องอบแห้งประสิทธิภาพสูงแบบความร้อนร่วม
- การพัฒนาระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมในภาคเอกชน
- ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของเยาวชนไทย
- ข้อถกเถียงทางปรัชญาว่าด้วยความรู้ก่อนประสบการณ์
- ฐานความคิดเรื่องชุมชนนิยม : ทางเลือกแห่งการแสวงหาคูณค่าของชีวิตและสังคม

- ดร.จิระพร เรืองจิระชูพร
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุติระ ระเบียบ
- สมัย ไกรทินธาคม
- พันตำรวจตรีหญิงลดาวัลย์ ขาติไทย
- วรณพันธ์ คงสม
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุริยัน สุวรรณราช
- บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ติกะ บุนนาค และคณะ
- อาทร จิตสุนทรชัยกุล
- อัครวิน แสงพิกุล
- เอกวิน ขุนบุญจันทร์
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์วันวร จະณู

สุ ท ธิ ป ริ ท ์ ศ น ์

ปีที่ 20 ฉบับที่ 61 พฤษภาคม - สิงหาคม 2549 ISSN 0857-2670 ราคา 40 บาท

● เจ้าของ

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

● บรรณาธิการ : ผู้พิมพ์ ผู้โฆษณา

รองศาสตราจารย์ ดร.สรชัย พิศาลบุตร

● กองบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกศสุดา รัชฎาวิชิตกุล
อาจารย์ชมชื่น มัลลารมย์
อาจารย์ณัฐสิทธิ์ พุทธิวิสารทภาคย์
อาจารย์ปรียาภรณ์ เผือกผ่อง
อาจารย์ประทักษ์ วงษ์ประเสริฐ

● วัตถุประสงค์

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

● ออกแบบรูปเล่ม-จัดหน้า

นางสาวนันทกา เขมาภิรักษ์
นางปัทมาภรณ์ วรรณสอน

● กำหนดออก

ราย 4 เดือน

● จัดจำหน่าย

ศูนย์หนังสือ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
โทร. 02-954-7300 ต่อ 125

● พิมพ์ที่

โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
โทร. 02-954-7300 ต่อ 540

● คณะที่ปรึกษา

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

สารบัญ

CONTENTS

1. การบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์อย่างประสบผลสำเร็จ
Successful Result-Based Management
ดร.จีระพร เรืองจิระชูพร Dr.Cheraporn Ruangcherachuporn..... 9
2. ตัวแบบการจัดการที่สำคัญสำหรับองค์กรธุรกิจและอุตสาหกรรม
Key Management Models for Industrial and Business Firms.
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุตีระ ระบอบ Asst. Prof. Dr.Chutira Rabob..... 21
3. เทคนิคการเขียนทางเศรษฐศาสตร์
Techniques for Economics Writing
สมัย โกรทินธาคม Samai Krotintakom..... 29
4. ตัวชี้วัดคุณภาพชีวิตของประชากรตามแนวชายแดน
The Quality of Life Indicators of the Population at the Border of Thailand.
พันตำรวจตรีหญิงลดาวัลย์ ชาติไทย Pol. Maj. Ladawan Chatthai..... 39
5. ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย
The Corporate Social Responsibility of the Business Organizations in Thailand
วรุณพันธ์ คงสม Warunpun Kongsom..... 48
6. การมีส่วนร่วมของประชาชนในองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย
Public Participation Approaches to Administrative Organization of Tambol in Middle Areas of Thailand.
ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุรียัน สุวรรณราช Asst. Prof. Suriyan Suvunrach..... 58

สารบัญ

CONTENTS

7. แบรินค้ดจ้งและรีแบรินค้ดจ้ง : จากประสบการณ้ก้สร้จ้แบรินค้ด
Branding & Re-Branding : Experiences from Professional Brand Creatives.
บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ Boonyoo Khopornprasert..... 68
8. เครื่องอบแห้งประสิทธิภาพสูงแบบความร้อนร่วม
High Efficiency Co-Generation Drying System.
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ติกะ บุนนาค และคณะ
Asst. Prof. Dr.Tika Bunnag et al..... 75
9. การพัฒนาระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมในภาคเอกชน
Improving Environmental Management Policy in Private Sector
อาทร จิตสุนทรชัยกุล Arthorn Jitsoonthornchaikul..... 85
10. ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของเยาวชนไทย
Knowledge, Attitude and Ecotourism Behavior of Thai Youths.
อัศวิน แสงพิกุล Aswin Sangpikul..... 92
11. ข้อถกเถียงทางปรัชญาว่าด้วยความรู้ก่อนประสบการณ์
Philosophical Discussion on Prior Knowledge
เอกวิน ขุนบุญจันทร์ Aekwin Koonboonchan..... 101
12. ฐานความคิดเรื่องชุมชนนิยม : ทางเลือกแห่งการแสวงหาคูณค่าของชีวิตและสังคม
Philosophical Concept of Communalism : Choices of Life and Social Virtue.
ผู้ช่วยศาสตราจารย์วันวรร จະณู Asst. Prof. Wanvorn Janu..... 110

ลงทะเบียน 29 ส.ค. 2549

ออกบริการ - 1 ก.ค. 2549

สาระสังเขปบทความ

1. การบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์อย่างประสบผลสำเร็จ / ดร.จิระพร เรืองจิระชูพร

การบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์เป็นรูปแบบการบริหารจัดการสมัยใหม่ โดยเฉพาะในภาครัฐนับเป็นการจัดการสาธารณะแบบใหม่ (New Management : NPM) มีการเปลี่ยนแนวทางการจัดการจากเดิมที่ใช้งบประมาณเป็นตัวตั้งและดำเนินงานตามงบประมาณที่กำหนดมา เป็นการจัดการที่เน้นผลลัพธ์เป็นตัวตั้ง และดำเนินงานเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ตามที่กำหนดไว้ ซึ่งผลลัพธ์ที่กำหนดคนนั้นจะมีความเชื่อมโยงกับกลยุทธ์ขององค์กร และในส่วนองค์กรภาครัฐจะมีความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์หลักของประเทศด้วย ในการบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์จะมีการกำหนดตัวชี้วัดที่สำคัญในการติดตามและประเมินผล ช่วยให้ผู้บริหารทราบถึงความคืบหน้าและผลกระทบของโครงการ โปรแกรมและนโยบายต่างๆ ว่าเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้หรือไม่เพียงไร

2. ตัวแบบการจัดการที่สำคัญสำหรับองค์กรธุรกิจและอุตสาหกรรม /

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุตินะ ระบอบ

การแข่งขันทางธุรกิจทำให้องค์กรต้องมีการจัดการที่ดีและสอดคล้องกับเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น กลยุทธ์ที่ทำให้การจัดการองค์กรที่ประสบผลสำเร็จนั้นมักเกิดขึ้นจากการตัดสินใจของผู้บริหารในการเลือกตัวแบบการจัดการที่เหมาะสมและสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงาน โดยเฉพาะจากตัวแบบการจัดการที่สำคัญซึ่งได้รับการยอมรับจากผู้บริหารบริษัทชั้นนำของโลก

3. เทคนิคการเขียนทางเศรษฐศาสตร์ / สมัย โกรทินธาคม

แนะนำชีวประวัติและผลงานของ McCloskey โดยย่อ และเกร็ดการเขียนทางเศรษฐศาสตร์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่กำลังสนใจเกี่ยวกับการเขียนรายงาน การทำวิทยานิพนธ์ ตลอดจนงานวิจัยต่างๆ

สาระสังเขปบทความ

4. ตัวชี้วัดคุณภาพชีวิตของประชากรตามแนวชายแดน /

พันตำรวจตรีหญิงสดาวลัย ชาดีไทย

การสร้างและพัฒนาตัวชี้วัดคุณภาพชีวิต โดยให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาตัวชี้วัด และศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของชุดตัวชี้วัดคุณภาพชีวิต ตามความหลากหลายของภูมินิเวศ และระบบคิดของประชาชนที่อยู่ตามแนวชายแดนไทย ทั้ง 4 ด้าน ข้อค้นพบที่ได้สามารถปรับเปลี่ยนทัศนะเกี่ยวกับ “คุณภาพชีวิต” ที่แตกต่างกันตามความหลากหลายทางภูมิประเทศ ภาษา ศาสนา วัฒนธรรม จึงมีประโยชน์ในการกำหนดนโยบายในเรื่องเกี่ยวกับการพัฒนาสังคม และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ นอกจากนี้ “ตัวชี้วัด” ยังเป็นเครื่องมือในการพัฒนาการบริหารจัดการชุมชนของชุมชนของตนเองได้ หากประชาชนให้ความสำคัญกับข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับชุมชน จะสามารถนำมาวิเคราะห์ใช้ประโยชน์ด้านการพัฒนาชุมชนได้มากขึ้น

5. ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย / วรุณพันธ์ คงสม

ปัจจุบันผลสำเร็จทางธุรกิจนั้นไม่ได้ประเมินผลประกอบการเพียงความสำเร็จทางการเงินเท่านั้น ความสามารถทำได้ตามความคาดหวังของสังคมที่มีต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในประเทศไทยยังเป็นสิ่งที่ใหม่ ผู้บริโภครวมทั้งองค์กรธุรกิจส่วนใหญ่ยังมีการรับรู้ในเรื่องนี้ค่อนข้างน้อย ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องสำรวจระดับความรู้ ความเข้าใจ พฤติกรรม และทัศนคติ ของผู้บริโภคที่มีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาให้กับองค์กรธุรกิจ ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นำไปใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงาน วางแผน พัฒนาธุรกิจให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด

6. การมีส่วนร่วมของประชาชนในองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย / ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุริยัน สุวรรณราช

การมีส่วนร่วมของประชาชนในองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย จำนวน 15 อบต. ใน 15 จังหวัดนั้น ในแต่ละ อบต. ได้เปิดโอกาสให้ประชาชนได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการบริหาร อบต. อย่างไร และอยู่ในระดับใด เหมือนกันหรือแตกต่างกันกับการประเมินผลของสถาบันพระปกเกล้าที่ได้เป็น อบต. ด้นแบบหรือไม่และอย่างไร

สาระสังเขปบทความ

7. แบรินด์ดิ้งและรีแบรินด์ดิ้ง : จากประสบการณ์นักสร้างแบรินด์ /

บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ

การสร้างแบรินด์ (Branding) เป็นภารกิจสำคัญยิ่งประการหนึ่ง ซึ่งแต่ละองค์กรธุรกิจต่างพยายามแสวงหาแนวทาง วิธีการ หรือกลยุทธ์ในการสร้างแบรินด์ของตนเพื่อให้แบรินด์มีชื่อเสียง มีความน่าเชื่อถือ ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภค นำไปสู่การขายตัวของยอดขายและกำไร ในขณะเดียวกัน “แบรินด์ตายแล้วเกิดใหม่ได้” หรือมีอาการรื้อร่ำปางตาย ก็สามารถฟื้นฟูหรือชุบชีวิตใหม่ได้ ซึ่งเรียกกันว่า “Re-brand” แต่ไม่ว่าเวลาจะผ่านไปกี่ยุคก็สมัยก็ตามแก่นของการสร้างแบรินด์ที่สำคัญที่สุดก็คือ “การเข้าถึง การเข้าใจ และสังคมวัฒนธรรมของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย”

8. เครื่องอบแห้งประสิทธิภาพสูงแบบความร้อนร่วม /

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ติกะ บุญนาค และคณะ

การพัฒนาตู้อบแห้งที่สามารถใช้พลังงานให้เกิดประโยชน์สูงสุดเพื่อไปใช้ในเชิงพาณิชย์

9. Improving Environmental Management Policy in Private Sector. /

Arthon Jitsoonthornchikul

นำระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม (EMS.) ไปใช้ในการดำเนินการธุรกิจเอกชน โดยภาครัฐกำหนดนโยบายไว้ 3 ทางคือ การที่เอกชนเลือกวิธีการดำเนินงานจัดการสิ่งแวดล้อมในธุรกิจของตน รัฐกำหนดให้ภาคเอกชนต้องนำระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมไปใช้กับธุรกิจ รัฐบาลและเอกชนร่วมกันพัฒนาระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมในธุรกิจเอกชน

สาระสังเขปบทความ

10. Knowledge, Attitude and Ecotourism Behavior of Thai Youths. /

Aswin Sangpikul

ท่องเที่ยวเชิงนิเวศของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งข้อค้นพบจากงานวิจัยสามารถนำไปเป็นแนวทางเพื่อการพัฒนาและส่งเสริมให้เยาวชนไทยมีความสนใจและมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้มากขึ้น

11. ข้อถกเถียงทางปรัชญาว่าด้วยความรู้ก่อนประสบการณ์ / เอกวิณ ขุนบุญจันทร์

อภิปรายประเด็นความแตกต่างระหว่างความรู้ก่อนประสบการณ์และความรู้หลังประสบการณ์ แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างข้อความวิเคราะห์ข้อความสังเคราะห์กับความรู้ข้างต้น อีกทั้งแสดงให้เห็นว่าความรู้ก่อนประสบการณ์ไม่มีอยู่

12. ฐานความคิดเรื่องชุมชนนิยม : ทางเลือกแห่งการแสวงหาคคุณค่าของชีวิตและสังคม /

ผู้ช่วยศาสตราจารย์วันวร จະนุ

ปัจจุบันความสนใจในแนวคิดเรื่องชุมชนมีมากขึ้นหรือที่เรียกว่าชุมชนนิยม น่าสนใจว่าแนวคิดแบบชุมชนนิยมมีฐานความคิดในลักษณะอย่างไร และแนวคิดชุมชนนิยมนั้นมีความสำคัญต่อชุมชนหรือสังคมอย่างไร พบว่าชุมชนนิยมมีฐานความคิดมาจากการยอมรับในสิทธิและเสรีภาพของปัจเจกบุคคล และยอมรับในหลักการอนาธิปไตย พร้อมๆ กับแสวงหาคคุณค่าทางสังคมแบบช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ซึ่งแตกต่างจากระบบสังคมเศรษฐกิจแบบทุนนิยม

บทบรรณาธิการ

สุทธิปริทัศน์ ฉบับประจำเดือนพฤษภาคม-สิงหาคม 2549 มีบทความวิชาการที่หลากหลายและน่าสนใจเกือบทุกเรื่อง อาทิ เรื่องการบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์อย่างประสบผลสำเร็จ ของ ดร.จีระพร เรื่องจิระชูพร เรื่องตัวแบบการจัดการที่สำคัญสำหรับองค์การธุรกิจและอุตสาหกรรม ของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุตีระระบอบ เรื่องเทคนิคการเขียนทางเศรษฐศาสตร์ ของอาจารย์สมัย โกรทินธาคม เรื่องตัวชี้วัดคุณภาพชีวิตของประชากรตามแนวชายแดน ของพันตำรวจตรีหญิงลดาวัลย์ ชชาติไทย และเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย ของอาจารย์วรุณพันธ์ คงสม

กรณีที่สมาชิกหรือผู้อ่านท่านใดต้องการจะส่งบทความวิชาการมาเพื่อเผยแพร่กรุณาติดต่อได้ที่ E-mail Address : b_sorachai@yahoo.com หรือขอรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ โทร. 0-2954-7300 ต่อ 323 พบกันครั้งต่อไปในสุทธิปริทัศน์ ฉบับประจำเดือนกันยายน-ธันวาคม 2549

บรรณาธิการ

การบริหารที่มุ่งผลสัมฤทธิ์อย่างประสบผลสำเร็จ

*ดร.จิระพร เรืองจิระชูพร

ปัจจุบันโลกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมากขึ้นทุกขณะ การบริหารงานของภาครัฐและภาคเอกชน รวมทั้งโครงสร้างอำนาจทางสังคมก็เกิดการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากเช่นกัน องค์การต่างๆทั้งภาครัฐและภาคเอกชนกำลังถูกท้าทายจากปัจจัยของระบบเศรษฐกิจและสังคมโลกที่ผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก เช่น การแข่งขันจากต่างประเทศ ข้อมูลข่าวสารและเทคโนโลยีที่ก้าวหน้า การแปลงสภาพเป็นองค์กรเอกชน การเข้าซื้อและควบรวมกิจการ การเปลี่ยนแปลงของที่ทำงานและแรงงาน และการค้าเสรีระหว่างประเทศ คู่สัญญา เป็นต้น ในส่วนของภาครัฐก็ได้มีการพยายามปรับเปลี่ยนการดำเนินงาน เพื่อให้มีลักษณะเป็นองค์กรธรรมาภิบาล มีการดำเนินงานที่โปร่งใสตรวจสอบได้ ซึ่งเป็นหัวใจในการพัฒนาระบบสังคมเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน (Kusek and Rist, 2004; Bubrick, 1992)

รัฐบาลและองค์กรของรัฐในประเทศต่างๆทั่วโลก ต่างก็ตระหนักถึงความต้องการทั้งจากภายในและภายนอกประเทศที่กดดันให้เกิดการพัฒนา

และปฏิรูปการบริหารราชการ โดยแรงกดดันดังกล่าวมาจากส่วนต่างๆที่มีส่วนเกี่ยวข้องและมีส่วนได้เสียจากการดำเนินงานขององค์กร ได้แก่ องค์กรระหว่างประเทศที่ให้เงินสนับสนุน รัฐสภา องค์กรเอกชน NGO กลุ่มประชาชน พลเรือน และสื่อมวลชน เป็นต้น และไม่ว่าแรงกดดันและการเรียกร้องจะเป็นไปเพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือ ความโปร่งใส เพิ่มประสิทธิผลในโปรแกรมด้านการพัฒนาเอง หรือเป็นไปเพื่อแลกกับการสนับสนุนจากต่างชาติ หรือเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ตามที่สัญญาไว้ของนักการเมืองก็ตาม รัฐบาลและองค์กรของรัฐก็ต้องเพิ่มการตอบสนองกับผู้ที่มีส่วนได้เสียทั้งจากภายในและภายนอกประเทศ โดยต้องแสดงให้เห็นผลงานที่เป็นรูปธรรม และปัจจุบันผลจากการดำเนินงานของรัฐบาลในประเทศหนึ่งๆก็ได้กลายเป็นปรากฏการณ์ที่มีผลกระทบต่อกันระหว่างประเทศต่างๆ ทั่วโลก

ดังนั้นการบริหารจัดการจึงต้องมุ่งเน้นให้เกิดผลงานตามที่กำหนดเป้าหมายไว้ และการบริหารจัดการแบบ การบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์ (results based management) จึงนับเป็นเครื่องมือที่มีอาณูภาพในการจัดการ โดยเฉพาะการจัดการสาธารณะแบบใหม่ (New Public Management: NPM) ที่ได้เปลี่ยนจากเน้นการควบคุมที่ปัจจัยนำเข้าและระบบเป็นหลัก มาเป็นการเน้นที่ผลการปฏิบัติการให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ (Verhoest et al., 2004) ดังนั้นการบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์จะช่วยให้ผู้กำหนดนโยบาย และผู้ตัดสินใจทราบถึงความคืบหน้าและผลกระทบของโครงการ โปรแกรม และนโยบายต่างๆ ว่าเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้หรือไม่เพียงไร ซึ่งต่างไปจากการจัดการแบบเดิมๆ ที่มุ่งเน้นที่การควบคุมปัจจัยนำเข้า (inputs) ได้งบประมาณ หรือทรัพยากรต่างๆ ที่ใช้ไป และขบวนการ ขั้นตอนต่างๆ ในการดำเนินงานให้เป็นไปอย่างถูกต้อง ส่วนการบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์จะมุ่งให้ความสำคัญที่ผลลัพธ์ (outcomes) และผลกระทบ (impact) ที่เกิดจากโครงการ โปรแกรม และนโยบายนั้นๆ

บทความนี้จะนำเสนอประเด็นเกี่ยวกับการบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์เป็น 3 ส่วน ในส่วนแรกเป็นการทำความเข้าใจเบื้องต้นเกี่ยวกับการบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์ โดยกล่าวถึง ความเป็นมา ความหมาย ประโยชน์ และหลักการเกี่ยวกับการบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์ ในส่วนที่สองเป็นการอธิบายขั้นตอนต่างๆ ในการบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์ และส่วนที่สามเป็นการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรครวมทั้งข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไขเพื่อให้การบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์เกิดผลสำเร็จ

การบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์เป็นการเปลี่ยนรูปแบบแนวคิดการจัดการจากเดิมที่ใช้งบประมาณเป็นตัวตั้งและดำเนินงานตามงบประมาณที่กำหนดมาเป็นการจัดการที่เน้นผลลัพธ์เป็นตัวตั้ง และดำเนินงานเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ตามที่กำหนดไว้ แนวคิดในการบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์นี้ได้เป็นกรอบในการบริหารงานของภาครัฐในประเทศต่างๆ โดยช่วงปีทศวรรษที่ 80 ได้เริ่มมีการใช้อย่างแพร่หลายและจริงจังในประเทศอังกฤษ และในปีทศวรรษที่ 90 ได้มีการนำมาใช้ในประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศในกลุ่ม OECD ซึ่งแนวคิดการบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์นี้นับเป็นแนวคิดด้านการจัดการภาครัฐสมัยใหม่ และนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการกำหนดทิศทางและสร้างการพัฒนาในปัจจุบัน (Asian Development Bank, 2005) การบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์ ความจริงแล้วไม่ได้เป็นแนวคิดใหม่ มีลักษณะใกล้เคียงกับแนวคิดการบริหารตามเป้าหมาย (MBO) ซึ่งนักวิชาการที่เป็นที่รู้จักกันดีเกี่ยวกับเรื่องนี้ก็คือ Peter Drucker (1994) ในหนังสือชื่อ The practice of management นอกจากนี้ นักวิชาการอาจเรียกแนวทางการบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์ในชื่ออื่นๆ ซึ่งมีหลักการใกล้เคียงกัน เช่น การตอบแทนตามผลงาน (Pay for Performance) การบริหารผลงานที่เน้นผลลัพธ์ (outcomes based performance management) หรือ การบริหารที่มุ่งเน้นผลงาน (Performance based management) เป็นต้น (Heinrich, 2002) โดยการบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์ได้มีการพัฒนารูปแบบการนำไปปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม มีการเชื่อมโยงกับเป้าหมาย วัตถุประสงค์ พันธกิจ และวิสัยทัศน์อย่างชัดเจนมากขึ้น

สำหรับคำจำกัดความเกี่ยวกับ การบริหาร มุ่งผลสัมฤทธิ์ ได้มีการให้ความหมายจากนักวิชาการ และหน่วยงานต่างๆ โดยสรุปได้ว่า เป็นการบริหาร โดยมุ่งเน้นที่ผลลัพธ์ หรือ ความสัมฤทธิ์ผลเป็นหลัก โดยใช้ระบบการประเมินผลงานที่มีตัวชี้วัดเป็นตัว สะท้อนผลงานที่เป็นรูปธรรม เป็นการเปรียบเทียบ ผลผลิตและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจริงกับเป้าหมายที่ กำหนด ซึ่งผลการประเมินนี้ใช้แสดงผลต่อสาธารณะ และนำมาใช้ปรับปรุงกระบวนการทำงานให้ดียิ่ง ขึ้น เกิดประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และความคุ้มค่า รวมถึงมีความสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของ องค์กร รับผิดชอบต่อประชาชนผู้รับบริการ และ ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อเศรษฐกิจและสังคมของ ประเทศ (ทิพาวดี, 2539; เมธิณี, 2547; สำนัก งานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน, 2546; สำนัก งานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม, 2544) Canadian International Development Agency (2000) ได้อธิบายลักษณะของการบริหารมุ่ง ผลสัมฤทธิ์ว่า เป็นการจัดการแบบทีมและใช้วิธีการ มีส่วนร่วม โดยมุ่งเน้นให้ความพยายามขององค์กร หรือโครงการเกิดเป็นผลสัมฤทธิ์ตามที่คาดหวัง และ ได้อธิบายความหมายของการบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์ใน 6 ลักษณะคือ 1) การกำหนดตัวผลสัมฤทธิ์ที่คาด หวังตามความเป็นจริงจากการวิเคราะห์ที่เหมาะสม 2) การกำหนดผู้รับผลประโยชน์ที่ชัดเจนของ โปรแกรม และออกแบบโปรแกรมให้ตรงกับความต้องการของผู้รับผลประโยชน์เหล่านั้น 3) การ ติดตามความคืบหน้าของผลสัมฤทธิ์ที่เกิดขึ้น โดยใช้ตัวชี้วัดที่เหมาะสม 4) การค้นหาและจัดการกับ ความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น 5) การเพิ่มพูนความรู้จาก บทเรียนที่พบและรวบรวมไว้เป็นข้อมูลในการ ตัดสินใจ และ 6) การรายงานผลต่างๆที่ได้รับและ

ทรัพยากรต่างๆ ที่ใช้ไป เพื่อให้เข้าใจลักษณะการ บริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์ได้ดีขึ้น จะได้กล่าวถึงส่วนที่ เกี่ยวข้องกับการบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์ 2 ส่วน คือ ผลสัมฤทธิ์ (results) และสายโซ่ผลสัมฤทธิ์ (results chain)

ผลสัมฤทธิ์ (results) ตามความหมายของ ผลสัมฤทธิ์ในการบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์นี้ก็คือ ผลของ การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากการดำเนินการ สามารถอธิบายได้และวัดได้ ผลสัมฤทธิ์เกิดจาก ปัจจัยซึ่งมีความสัมพันธ์ที่เป็นเหตุและผลกัน ตัว ผลสัมฤทธิ์ที่ดีควรมี 5 ลักษณะ (โดยมีตัวย่อว่า SMART) ได้แก่ 1. มีความเฉพาะเจาะจง (Specific) ควรระบุให้ชัดเจนถึงลักษณะของ ผลสัมฤทธิ์ที่ต้องการ หรือลักษณะของการเปลี่ยนแปลงที่ต้องการให้เกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมายและ พื้นที่เป้าหมายในการดำเนินโครงการ 2. สามารถ วัดได้ (Measurable) ผลสัมฤทธิ์ที่เกิดขึ้นต้องวัด ได้โดยตัวชี้วัดที่เหมาะสม 3.สามารถสำเร็จได้ (Achievable) ผลสัมฤทธิ์ต้องเป็นสิ่งที่สามารถทำให้ สำเร็จได้จริง 4. มีความเกี่ยวเนื่องกัน (Relevant) ผลสัมฤทธิ์ที่เกิดขึ้นนั้นต้องสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ หรือความต้องการของผู้รับผลประโยชน์ที่กำหนดไว้ ในโครงการ 5. ทันเวลา (Timely) หมายความว่า ผลสัมฤทธิ์ที่กำหนดขึ้นนั้นต้องสามารถเสร็จได้ตาม กรอบเวลาที่กำหนดและในส่วนของสายโซ่ ผลสัมฤทธิ์ (results chain) มีความสำคัญในขบวนการบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์ เป็นขบวนการเชื่อมต่อ ตั้งแต่ ปัจจัยนำเข้า (inputs) ถึงผลกระทบ (impacts) ของโครงการต่างๆ ทุกโครงการจะมีสาย โซ่ผลสัมฤทธิ์ของปัจจัยนำเข้า (inputs) จนถึง ผลกระทบ (impacts) ซึ่งสัมพันธ์อย่างเป็นเหตุเป็น ผลกัน โดยปัจจัยนำเข้าและกิจกรรมการดำเนินการ

เป็นเรื่องเกี่ยวกับการดำเนินงานของโครงการซึ่งส่งผลให้เกิดผล 3 ประการ ได้แก่ 1) ผลผลิต (outputs) 2) ผลลัพธ์ (outcomes) และ 3) ผลกระทบ (impacts) สำหรับผลผลิต (outputs) เป็นผลจากการดำเนินการ (operational results) ที่เกิดขึ้นทันทีเมื่อกิจกรรมสิ้นสุดลง ส่วนผลลัพธ์และผลกระทบ ซึ่งเป็นผลที่เกิดต่อมาจากผลการดำเนินงานนั้น เรียกว่า ผลพัฒนา (developmental results) ถือเป็นผลต่อเนื่องระยะปานกลางและระยะยาว (Hurlock, 2000; Canadian International Development Agency, 2000) ดังนั้นองค์ประกอบของสายโซ่ผลสัมฤทธิ์ ประกอบด้วย

- ปัจจัยนำเข้า (inputs) หมายถึงทรัพยากรที่นำมาทำให้เกิดผลสัมฤทธิ์ ได้แก่ ทรัพยากรบุคคล วัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือต่างๆ วัตถุดิบ และการเงิน เป็นต้น ความเข้าใจเกี่ยวกับปัจจัยนำเข้าที่จำเป็นว่าควรมีคุณสมบัติอย่างไร และมีจำนวนเท่าไร เพื่อช่วยในการกำหนดงบประมาณและการจัดสรรทรัพยากรอย่างเหมาะสม สำหรับคุณสมบัติของทรัพยากรมนุษย์ พิจารณาในด้านความสามารถ ทักษะ ความชำนาญ ส่วนพวกวัสดุอุปกรณ์ มักพิจารณาตามคุณสมบัติเฉพาะ (specifications) ของสิ่งนั้น

- กิจกรรม (activities) เป็นขั้นตอนขบวนการดำเนินงานเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้น เป็นขั้นตอนของการปฏิบัติตามนโยบาย หรือแผนโครงการ โดยเปลี่ยนปัจจัยนำเข้าให้เป็นผลผลิต ซึ่งในขั้นตอนการดำเนินงานจะให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วม การรับผิดชอบ และความโปร่งใส

- ผลผลิต (outputs) เป็นผลที่เกิดขึ้นโดยตรงเมื่อเสร็จสิ้นกิจกรรม (activities) ซึ่งผลผลิต

ที่ได้ส่วนใหญ่สามารถควบคุมได้จากกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นผลผลิตที่เกิดขึ้นจะสอดคล้องกับลักษณะกลุ่มกิจกรรมที่ทำ ผลผลิตที่ออกมาต้องสามารถวัดเป็นจำนวนหรือปริมาณ และควรพิจารณาด้านคุณภาพควบคู่ไปด้วย ผลผลิตที่ออกมาจะสามารถบ่งบอกถึงศักยภาพของบุคลากรที่ทำให้กิจกรรมให้เกิดการเปลี่ยนจากปัจจัยนำเข้าเป็นผลผลิต

- ผลลัพธ์ (outcomes) เป็นผลที่เกิดตามมาจากผลผลิตรวมที่ได้ มักพิจารณาผลลัพธ์ในรูปของการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ครอบครัว ชุมชน หรือองค์การที่คาดหมายให้เป็นผู้รับผลประโยชน์จากนโยบาย หรือโครงการตามที่กำหนดไว้ ซึ่งผลลัพธ์เป็นผลที่ต้องการให้เกิดขึ้น สามารถวัดได้ และเปรียบเทียบกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในโครงการหรือนโยบายว่า เป็นไปตามวัตถุประสงค์โครงการหรือนโยบายมากน้อยเพียงไร

- ผลกระทบ (impacts) เป็นผลในระยะยาวที่จะได้รับจากนโยบายหรือโครงการ ซึ่งผลกระทบที่ต้องการ ก็คือ การเปลี่ยนแปลงของกลุ่มเป้าหมายไปในทิศทางที่เดียวกับเป้าหมายสูงสุด หรือเป็นไปตามวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้

การบริหารงานปัจจุบันต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมอย่างรวดเร็ว และการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น การจะนำพาองค์กรไปให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขัน และการที่จะก้าวไปสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืนนั้น ผู้บริหารต้องมีวิสัยทัศน์และร่วมกำหนดวิสัยทัศน์ในองค์กร รวมทั้งต้องมีเครื่องมือที่คอยบอกผลการปฏิบัติงานว่าเป็นไปตามวัตถุประสงค์และวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้เพียงไรและอย่างไร ดังนั้นการวัดผลและการรายงานผลการปฏิบัติงานในแต่ละช่วง ตามการบริหารมุ่ง

ผลสัมฤทธิ์ จะเป็นเครื่องช่วยบอกให้ทราบความก้าวหน้าของการดำเนินงานว่า เป็นไปในทิศทางที่ถูกต้องหรือไม่ และใกล้บรรลุวิสัยทัศน์ขององค์กรเพียงใด หากผลการปฏิบัติงานไม่เป็นไปตามเป้าหมาย หรือต่ำกว่าเป้าหมาย ผู้บริหารจะสามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ได้ทันก่อนที่จะเกิดความเสียหายไปมาก และเพื่อให้ผลสัมฤทธิ์ขององค์กรบรรลุตามวิสัยทัศน์ที่วางไว้ต่อไป จึงเห็นได้ว่าการบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์เป็นแนวทางการบริหารจัดการที่สอดคล้องกับสถานะปัจจุบัน มีประโยชน์ต่อขบวนการบริหารจัดการในยุคใหม่นี้ ซึ่งสามารถพิจารณาประโยชน์ของการบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์ต่อขบวนการบริหารจัดการใน 3 ส่วน ได้แก่ 1) การวางแผน และการตัดสินใจ 2) การดำเนินงาน และ 3) การควบคุม

ในด้านการวางแผนและการตัดสินใจนั้น ข้อมูลจากผลการปฏิบัติงานที่มีการวัดประเมินอย่างเป็นระบบของการบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์ จะเป็นข้อมูลที่สำคัญที่ใช้ในการตัดสินใจเกี่ยวกับการกำหนดนโยบาย/แผนกลยุทธ์ และเป้าหมายในการดำเนินงาน

สำหรับด้านการดำเนินงานนั้น เนื่องจากการบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์ได้มีการกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จ ทำให้บุคลากรทราบว่าตนควรต้องทำอะไรเพื่อให้ได้ผลงานตามที่คาดหวังขององค์กร ซึ่งตัวชี้วัดเหล่านี้จะเป็นตัวกระตุ้นให้บุคลากรปรับปรุงการทำงานของตน ดังนั้นผู้บริหารสามารถใช้ข้อมูลเหล่านี้กับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความเข้าใจในเป้าหมายร่วมกัน และปรับปรุงงานในส่วนของตน ให้ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ร่วมที่กำหนดไว้ขององค์กร

และด้านการควบคุม การบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์ช่วยให้ผู้บริหารของส่วนราชการทราบว่าองค์กรกำลังปฏิบัติงานได้ดีเพียงไร งานที่ปฏิบัติอยู่มุ่งตรงไปสู่เป้าประสงค์ที่กำหนดไว้หรือไม่ ประชาชนผู้รับบริการ หรือผู้มีส่วนได้เสียเกี่ยวข้องกับองค์กรมีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานขององค์กรเพียงไร การปฏิบัติงานภายในองค์กรอยู่ในความควบคุมหรือไม่ และควรปรับปรุงการปฏิบัติงานที่ใดบ้าง

หลักการพื้นฐานในการบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์ สิ่งท้าทายในการบริหารจัดการภาครัฐปัจจุบันก็คือ การเปลี่ยนแปลงของโลกที่กระทบต่อสิ่งแวดล้อมในการบริหารงานของภาครัฐ และผู้ที่มีส่วนได้เสียกับการบริหารงานของภาครัฐทั้งภายในองค์กรและภายนอกองค์กรต่างไม่ได้สนใจแต่เพียงกิจกรรมหรือสิ่งเกิดขึ้นจากกิจกรรม แต่กลับให้ความสำคัญกับผลลัพธ์จริงที่เกิดขึ้นมากกว่า โดยสนใจว่านโยบายและโครงการต่างๆ ได้บังเกิดผลตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่ ดำเนินงานมาถูกต้องแล้วหรือยัง มีปัญหาและอุปสรรคประการใด และจะแก้ไขให้ทันเหตุการณ์ได้อย่างไร มีการวัดความก้าวหน้าอย่างไร และจะสรุปได้หรือไม่ว่าสำเร็จหรือล้มเหลว ซึ่งคำถามเหล่านี้เป็นสิ่งที่ทุกส่วนของภาครัฐต้องให้ความสำคัญและตอบคำถามให้ได้ (Kusek and Rist, 2004)

การบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์เป็นเครื่องมือที่มีอาณูภาพสำหรับการจัดการภาครัฐ มีความแตกต่างกับการบริหารแบบเดิมที่มักเน้นการปฏิบัติและอาศัยกฎระเบียบเป็นเครื่องมือในการดำเนินงานเพื่อให้เกิดความถูกต้อง สุจริตและเป็นธรรม คือเดิมมักจะให้ความสำคัญในการติดตามการปฏิบัติงาน

(activities) การใช้ทรัพยากรที่จำเป็น (inputs) รวมทั้งผลผลิตที่เกิดขึ้น (outputs) ให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้ ส่วนการบริหารที่เน้นผลสัมฤทธิ์ให้ความสำคัญของผลลัพธ์ (results) และผลกระทบ (impacts) ที่เกิดต่อการดำเนินการดำเนินงานโครงการแล้ว ซึ่งเป็นผลของการพัฒนาที่เกิดขึ้นในระยะยาว (Hurlock, 2000)

หลักการพื้นฐานของนโยบายและการปฏิบัติที่สำคัญในการบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์มี 6 ประการ (Canadian International Development Agency, 2000) ได้แก่

1. การมีส่วนร่วม (participation) การมีส่วนร่วมในการบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์จะเสริมให้การดำเนินงานเป็นผลสำเร็จ เนื่องจากผลสัมฤทธิ์ที่จะเกิดขึ้นนั้น ควรมาจากความคาดหวังร่วมกันและเป็นเรื่องที่ยอมรับร่วมกันของผู้ที่มีส่วนได้เสียทุกส่วน มีขบวนการสร้างประชาธิปไตย ซึ่งผลสัมฤทธิ์ที่มาจากความเห็นด้วยร่วมกัน ย่อมทำให้เกิดความรู้สึกร่วมกัน ความเป็นเจ้าของและมีความรับผิดชอบต่อผลสัมฤทธิ์อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้การมีส่วนร่วมยังเป็นแนวทางที่ช่วยเพิ่มคุณภาพ ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และเกิดการพัฒนาย่างยั่งยืน

2. การรับผิดชอบ (accountability) การมีส่วนร่วมเป็นปัจจัยสำคัญของการเกิดความรับผิดชอบร่วมกันในการปฏิบัติตามโครงการ ผู้มีส่วนได้เสียจะยอมรับผิดชอบ หากการตัดสินใจและอำนาจหน้าที่มีความชัดเจนและเป็นที่ยอมรับร่วมกัน

3. ความโปร่งใส (transparency) ปัจจุบันรายงานผลการปฏิบัติงานต่างๆ จำเป็นต้องมีความโปร่งใส ดังนั้นการทำงานต้องมีการกำหนดผลสัมฤทธิ์ที่คาดหวังและมีตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้องที่ชัดเจน เพื่อให้ผลสัมฤทธิ์สามารถวัดได้ ตรวจสอบ

ได้ มีความโปร่งใส

สำหรับ 3 ข้อแรกเป็นหลักการพื้นฐานเกี่ยวกับนโยบายในการบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์ ส่วนใน 3 ข้อสุดท้ายจะเป็นหลักการพื้นฐานเกี่ยวกับการปฏิบัติ

4. ความเรียบง่าย (simplicity) แนวทางในการปฏิบัติตามการบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์ควรมีลักษณะที่ง่ายในการทำ ความเข้าใจและนำไปปฏิบัติ ระบบการเก็บรวบรวมข้อมูลและการวัดผลงานที่ซับซ้อนเกินไปเป็นอุปสรรคที่สำคัญในการปฏิบัติ การวัดผลสัมฤทธิ์ควรเริ่มที่ตัวผลสัมฤทธิ์และดัชนีชี้วัดจำนวนน้อยก่อน เพื่อสามารถติดตามประเมินผลได้ดีกว่า

5. การเรียนรู้จากการปฏิบัติ (learning by doing) การทำซ้ำๆ ทำให้เกิดประสบการณ์และการเรียนรู้ ประสบการณ์จากการปฏิบัติมีมาจากการลองผิดลองถูก ซึ่งเป็นแบบฝึกหัดที่จำเป็นสำหรับการพัฒนาความสามารถ รวมทั้งปรับปรุงวิธีการและเครื่องมือในการปฏิบัติ

6. การนำไปใช้อย่างกว้างขวาง (broad application) โครงการใหม่ทุกโครงการขององค์การหนึ่งๆ ควรมีการกำหนดกรอบผลการปฏิบัติงานและการกำหนดผลสัมฤทธิ์ของโครงการให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ขององค์การ นอกจากนี้โครงการต่างๆ ที่กำลังดำเนินงานอยู่ขององค์การ ก็ควรทำการปรับใช้หลักการการบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์เช่นเดียวกัน

ขั้นตอนในการบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์อย่างได้ผล ผู้เชี่ยวชาญในด้านนี้ได้ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับขั้นตอนในติดตามและประเมินผลสำหรับการบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์แตกต่างกันไปบ้างในบางขั้นตอน แต่ส่วนใหญ่เห็นตรงกันในขั้นตอนที่มีความสำคัญ ควรมีดังนี้

- กำหนดผลลัพธ์ และเป้าหมายในภาพรวมที่ต้องการ
- กำหนดเป้าประสงค์ที่เฉพาะเจาะจงและกำหนดวันที่จะแล้วเสร็จ
- เลือกตัวชี้วัดผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญเพื่อการติดตามประเมินผล

- เก็บรวบรวมข้อมูลพื้นฐานตามสภาวะการดำเนินงานที่เป็นอยู่จริง

- เก็บรวบรวมข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ เพื่อที่จะประเมินเป้าหมายว่าสำเร็จหรือไม่

- วิเคราะห์และรายงานเกี่ยวกับผลสัมฤทธิ์ ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับขั้นตอนดังกล่าวนี้ ส่วนใหญ่ไม่ค่อยได้คำนึงถึงความซับซ้อนและความแตกต่างกันของแต่ละประเทศ รัฐบาล หรือหน่วยงาน ที่มีความแตกต่างกันในปัจจุบัน ด้านองค์การ การเมือง และวัฒนธรรม (Kusek and Rist, 2004)

นอกจากนี้ Kusek and Rist (2004) ได้เสนอขั้นตอนในการสร้างระบบติดตามและประเมินผลสำหรับการบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์ไว้ 10 ขั้นตอนได้แก่

1. ประเมินความพร้อม ก่อนเริ่มดำเนินงานจริง ควรมีการประเมินความพร้อมขององค์การว่า พนักงานมีความสามารถและความเต็มใจที่จะยอมรับและนำระบบนี้ไปปฏิบัติมากน้อยเพียงไร โดยพิจารณาจากการตั้งคำถาม ดังต่อไปนี้ 1) อะไรเป็นแรงกดดันที่ทำให้ต้องใช้ระบบ และเพราะเหตุใด 2) ใครเป็นผู้ให้การสนับสนุนการใช้ระบบนี้ 3) อะไรเป็นแรงจูงใจให้ผู้ที่เป็นตัวหลักมีความทุ่มเทให้กับงาน 4) หน่วยงานใดจะเป็นเจ้าภาพในการดำเนินงาน ใครได้ประโยชน์อะไร และข้อมูลที่ต้องการมีมากน้อยแค่ไหน 5) ระบบจะช่วยให้การจัดสรร

ทรัพยากรและการบรรลุเป้าหมายของโครงการ หรือนโยบายได้มากน้อยเพียงไร 6) องค์การ ผู้ที่เป็นตัวหลัก และผู้ปฏิบัติจะมีปฏิริยาอย่างไรกับข้อมูลด้านลบที่อาจเกิดขึ้น 7) ข้อมูลที่มีอยู่แล้วสำหรับการนำมาใช้ในระบบนี้อยู่ที่ใดบ้าง 8) ระบบนี้มีการเชื่อมโยงกันอย่างไรระหว่าง โครงการ โปรแกรม นโยบายหน่วยงาน และเป้าหมายของประเทศ

2. ตกลงร่วมกันเกี่ยวกับตัวผลการดำเนินงานที่สำคัญที่จะทำการติดตามและประเมินผล จากหลักการของการบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์ที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นว่าระบบนี้ต้องมีความโปร่งใส และการมีส่วนร่วม ดังนั้นควรต้องมีการปรึกษาหารือร่วมกันระหว่างผู้ที่มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์การ และร่วมกันกำหนดตัวผลการดำเนินงาน (ที่สอดคล้องกับเป้าหมาย) ตัวชี้วัด และเป้าประสงค์ต่างๆ ซึ่งในขั้นตอนนี้มีการสร้างขบวนการมีส่วนร่วมและการปรึกษาหารือกันระหว่างผู้ที่มีส่วนได้เสียที่สำคัญ

3. กำหนดตัวชี้วัดที่สำคัญในการติดตามและประเมินผล โดยพิจารณาจากองค์ประกอบของสายโซ่ผลสัมฤทธิ์ ได้แก่ ปัจจัยนำเข้า กิจกรรม ผลผลิต ผลลัพธ์ และผลกระทบ ซึ่งตัวชี้วัดควรต้องสามารถให้ข้อมูลป้อนกลับจากองค์ประกอบของสายโซ่ผลสัมฤทธิ์ที่เกี่ยวข้องเนื่องกัน รวมทั้งวัดผลสัมฤทธิ์จากการดำเนินงานด้วย

4. สร้างฐานข้อมูลขั้นต้นเกี่ยวกับระดับผลการปฏิบัติงาน โดยใช้ข้อมูลตัวชี้วัดเพื่อประเมินจากสถานะที่เป็นอยู่ และแนวโน้มจากผลการดำเนินงานที่ผ่านมาในช่วงต่างๆ และสร้างฐานข้อมูลเกี่ยวกับระดับผลการปฏิบัติงานขณะปัจจุบันเทียบกับเป้าหมายที่ต้องการไปให้ถึงในอนาคต ฐานข้อมูลขั้นต้นนี้เป็นจุดเริ่มต้น และเป็นข้อมูลที่สำคัญสำหรับผู้

ตัดสินใจในการติดตามประเมินผล เพื่อไปให้ถึงเป้าหมาย และใช้เป็นตัวเปรียบเทียบกับโครงการอื่นๆ ที่จะทำต่อไป

5. วางแผนเพื่อการปรับปรุง เมื่อได้ข้อมูลจากฐานข้อมูลขั้นต้นแล้ว ก็ทำการกำหนดเป้าหมายของการดำเนินงานในช่วงเวลาที่ระบุไว้อย่างชัดเจน และเลือกตัวผลงานเป้าหมายที่สำคัญที่ต้องทำให้สำเร็จในระยะสั้นก่อนที่จะบรรลุเป้าหมายในขั้นต่อไป ซึ่งปัจจัยที่นำมาพิจารณาในการปรับปรุงและเลือกเป้าหมายที่เจาะจงในขั้นตอนนี้ ได้แก่ ตัวฐานข้อมูลขั้นต้น งบประมาณ และทรัพยากรที่คาดว่าจะได้รับ รวมทั้งขบวนการทางการเมือง เป็นต้น

6. ติดตามผลสัมฤทธิ์ จากที่ได้สร้างฐานข้อมูลเพื่อเป็นกรอบในการประเมินผลการปฏิบัติงานและกำหนดเป้าประสงค์ระยะสั้นแล้ว ก็ทำการติดตามผลทั้ง 2 ระดับ คือ ผลจากการดำเนินการ (ประกอบด้วย inputs, activities, และ outputs) และผลการพัฒนา (ประกอบด้วย outcomes และ impacts) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลที่จำเป็นอย่างเป็นระบบจะช่วยให้เกิดการตัดสินใจที่ดีขึ้น ซึ่งข้อมูลที่เก็บมาจากตัวชี้วัดต่างานั้น จะเป็นหลักฐานที่แสดงถึงผลการปฏิบัติงานและการเปลี่ยนแปลงบางอย่างที่จำเป็นสำหรับการดำเนินโครงการนั้นๆ

7. วิเคราะห์และประเมินผล สำหรับใน 6 ขั้นตอนแรกเป็นการติดตามการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในโครงการต่างๆ แต่ข้อมูลดังกล่าวไม่ได้บอกถึงสาเหตุและลักษณะของการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น รวมทั้งไม่ได้ระบุถึงจุดแข็ง จุดอ่อนต่างๆ ของโครงการ ดังนั้นการวิเคราะห์ถึงสาเหตุและรายละเอียดของการเปลี่ยนแปลง ซึ่งเป็นข้อมูลการประเมินผล (evaluation information) จึงมีความ

สำคัญและจำเป็นสำหรับระบบการบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์ โดยมันจะเป็นข้อมูลที่เป็นบทเรียนที่สมบูรณ์ขึ้นสำหรับการตัดสินใจ

8. รายงานผล เป็นรายงานผลจากการติดตามและวิเคราะห์ประเมินผล ข้อมูลที่รายงานเป็นเครื่องมือสำคัญของการบริหาร ช่วยในการตัดสินใจให้กับผู้รับผิดชอบ เพื่อพิจารณาปรับปรุงเปลี่ยนแปลงในส่วนที่จำเป็นได้ทันเหตุการณ์ เพื่อให้โครงการสามารถบรรลุได้ตามเป้าหมาย

9. นำข้อมูลไปใช้ จากการจัดทำรายงานอย่างเหมาะสม ประโยชน์หลักของข้อมูลคือช่วยสะท้อนผลการปฏิบัติงานและทำให้ทราบจุดที่จะต้องปรับปรุง ดังนั้นข้อมูลที่ได้อาจต้องกระจายให้ผู้ที่เกี่ยวข้องทราบในเวลาที่เหมาะสม และนอกจากนี้การจัดทำรายงานข้อมูลยังช่วยในเรื่องของการงบประมาณ กระตุ้นให้พนักงานปรับปรุงการทำงานให้ดีขึ้น ใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนกลยุทธ์ระยะยาว รวมทั้งใช้เป็นข้อมูลที่สื่อสารให้กับสาธารณะได้เกิดความไว้วางใจในการดำเนินงานของโครงการด้วย

10. ทำให้ระบบการติดตามประเมินผลมีความยั่งยืนในองค์กร ในขั้นตอนสุดท้ายนี้จะให้ความสำคัญในการทำให้ระบบการบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์มีความยั่งยืนในองค์กร ซึ่งระบบจะยั่งยืนได้นั้นขึ้นกับองค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่ 1) ความต้องการหรือความจำเป็น หากการนำระบบมาใช้เกิดจากความต้องการเฉพาะกิจ ไม่มีการวางแผน ก็ไม่มีความยั่งยืน แต่หากมาจากความจำเป็นที่มาจากโครงสร้างองค์กรที่ต้องมีการรายงานผลการปฏิบัติงานตามกฎระเบียบ เป็นข้อกำหนดระหว่างประเทศด้านการพัฒนา ก็จำเป็นต้องมีระบบนี้ มันก็จะมีความยั่งยืน 2) บทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ

ที่ชัดเจน ผู้ที่เกี่ยวข้องรับผิดชอบในการดำเนินงาน ต้องมีการกำหนดบทบาทความรับผิดชอบที่ชัดเจน เช่น ใครเป็นผู้ที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ และรายงานผล นอกจากนี้ต้องสร้างโครงข่ายการติดต่อสื่อสารและการประสานงานกับส่วนงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งข้อมูลที่ใช้ต้องมาจากทุกระดับในองค์กร 3) **ความเป็นที่เชื่อถือและไว้วางใจเกี่ยวกับข้อมูล** เนื่องจากผลของข้อมูลอาจนำมาซึ่งทั้งข้อดีและข้อร้าย ข้อมูลเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานต้องโปร่งใส และผู้มีส่วนได้เสียทุกส่วนต้องได้รับข้อมูลเช่นเดียวกัน นอกจากนี้ข้อมูลที่ให้ ต้องสามารถตรวจสอบได้โดยอิสระ 4) **การอธิบายได้ของข้อมูล** ทุกส่วนของหน่วยงาน รัฐบาล ต้องสามารถอธิบายได้กับผู้ที่มีส่วนได้เสีย โดยองค์กรอิสระต่างๆจะมีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นให้เกิดความโปร่งใสและความน่าเชื่อถือ 5) **ความสามารถ** ในการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลต้องอาศัยความสามารถทั้งทางด้านเทคนิค และทักษะการบริหารในการกำหนดกลยุทธ์ เป้าหมาย นอกจากนี้การพัฒนางานองค์กรและเพิ่มขีดความสามารถของบุคลากร นับเป็นสิ่งจำเป็นที่ทำให้เกิดความยั่งยืนของระบบ 6) **คำตอบแทน** คำตอบแทนมีความสำคัญต่อระบบการติดตามประเมินผล โดยผลงานที่ประสบความสำเร็จควรได้รับการยกย่องและให้รางวัล ปัญหาที่เกิดขึ้นต้องได้รับการแก้ไข ผู้ส่งข่าวสารให้ข้อมูลต้องไม่ถูกลงโทษ การเรียนรู้ขององค์กรควรเป็นค่านิยมที่ให้ความสำคัญ การทุจริตและระบบที่ไม่ถูกต้องจะไม่สามารถเข้ามามีผลต่อข้อมูลและการวิเคราะห์

ปัญหาและข้อเสนอแนะสำหรับการบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์อย่างได้ผล ในระบบการบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์นั้น ผลสัมฤทธิ์ของโครงการ โปรแกรม

ในหน่วยงานต้องสอดคล้องกับเป้าหมายในแผนกลยุทธ์ของหน่วยงาน และเชื่อมโยงกับเป้าหมายและนโยบายหลักของประเทศ แต่ในทางปฏิบัติหน่วยงานต่างๆยังมีความเข้าใจหรือให้ความสำคัญเกี่ยวกับการวางแผนกลยุทธ์ในระดับที่น้อย นอกจากนั้นการติดตามและประเมินผลสัมฤทธิ์ ซึ่งเป็นข้อมูลป้อนกลับที่สำคัญในการตัดสินใจและปรับปรุงการดำเนินงาน ยังไม่ค่อยได้มีการดำเนินงานในขั้นตอนนี้ แม้ในการบริหารงานภาครัฐของสหรัฐอเมริกาในเขตเทศบาล ยังพบว่า การบริหารงานของเทศบาลที่มีประชากรมากกว่า 25,000 คน ได้มีการใช้แผนกลยุทธ์เพียง 44% และมีการประเมินผลงานตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์อยู่เพียง 22% (Poister and Streib, 2005) ซึ่งจะเห็นว่าแม้ในประเทศที่พัฒนาแล้วยังมีการใช้ระบบประเมินผลงานตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์อยู่น้อย ซึ่งทำให้เกิดปัญหาในการกำหนดผลสัมฤทธิ์ที่เหมาะสม และการกำหนดตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้องกัน สาเหตุส่วนใหญ่ของปัญหาคือนำระบบการบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์ไปใช้และไม่ประสบความสำเร็จนั้น มักจะเป็นประเด็นเกี่ยวกับการจัดการการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากการนำระบบการบริหารแบบใหม่มาใช้ ซึ่งส่วนที่มีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในการบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์ ได้แก่ ระบบการติดตามและประเมินผลให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กรที่ต่างไปจากเดิม โดยแต่เดิมก็เพียงปฏิบัติตามกฎระเบียบหรือแนวทางปฏิบัติที่เคยทำมา ซึ่งการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในระบบใหม่นี้ทำให้เกิดปัญหาขึ้นใน 2 ระดับ คือ ระดับการยอมรับ (adoption) และระดับการปฏิบัติ (implementation) (Julnes and Holzer, 2001) Bubrick (1992) ให้ความเห็นว่า ในการบริหารมุ่ง

ผลสัมฤทธิ์นั้น เรื่องทั่วไปที่องค์กรส่วนใหญ่มักจะพลาด ได้แก่ การที่ไม่ได้ตระหนักว่าผลสัมฤทธิ์ที่แท้จริงควรเป็นอะไร โดยมักมองปัญหาที่จุดเดียวให้ความสำคัญกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเกินไปไม่ได้วิเคราะห์เชื่อมโยงอย่างเป็นระบบ ตัวอย่างเช่น องค์กรส่วนใหญ่จะเน้นแต่เรื่องเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยคิดว่าจะช่วยแก้ปัญหาส่วนใหญ่และนำไปสู่การเป็นผู้นำในการแข่งขันได้ ซึ่งความเป็นจริงแล้ว ไม่มีองค์กรใดที่สามารถไปสู่ความได้เปรียบอย่างยั่งยืนจากการมุ่งเน้นที่กลยุทธ์เพียงด้านเดียว และสิ่งสำคัญที่มักพลาดเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงก็คือ การไม่เข้าใจว่าอะไรเป็นสิ่งสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลง ซึ่งก็คือ คน การเปลี่ยนแปลงเป็นเรื่องเกี่ยวกับคน คนจะยอมรับและทำตามการเปลี่ยนแปลงมากขึ้นเมื่อเกิดความชัดเจนและเกิดความจำเป็นในการเปลี่ยนแปลงมากขึ้น และการปฏิบัติงานจะเกิดประสิทธิผลมากขึ้นหากการวัดผลงานมีความสอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กรและผลงานจริงที่ปฏิบัติ รวมทั้งมีการให้รางวัลตอบแทนที่สอดคล้องกับผลงานและความคาดหวังของพนักงาน (Bubrick, 1992; Heinrich, 2002; Brewer et al., 2005)

ในส่วนของเครื่องมือในการติดตามประเมินผลนั้น เครื่องมือที่เหมาะสมและสอดคล้องกับการบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์ก็คือ การวัดประเมินผลแบบสมดุล (balanced scorecard) แม้แนวคิดนี้จะได้มีการเริ่มนำมาใช้เกือบ 10 ปีแล้วก็ตาม แต่องค์กรที่ประสบความสำเร็จในการใช้ balanced scorecard ยังมีน้อย โดยพบว่าองค์กรขนาดใหญ่ มักมีการยอมรับและนำระบบ balanced scorecard มาใช้มากกว่าองค์กรขนาดเล็ก จากการศึกษาของ Lawson et al. (2003) เสนอว่า ในองค์กรต่างๆ

ไม่ว่าจะเป็นแบบใดก็สามารถเพิ่มโอกาสความสำเร็จในการใช้ balanced scorecard โดยการเริ่มจากโครงการนำร่องก่อน และขยายไปใช้ให้ครบทุกส่วนขององค์กร เนื่องจากส่วนงานต่างๆ ในองค์กรต้องทำงานเชื่อมต่อกันอย่างเป็นระบบ ดังนั้นการสร้างตัวชี้วัดในมุมมองด้านต่างๆ (ได้แก่ มุมมองด้านการเงิน ด้านระบบการทำงานภายในองค์กร ด้านลูกค้า และด้านการเรียนรู้ของบุคลากร) ที่สามารถสะท้อนถึงผลสัมฤทธิ์ที่ยั่งยืนในระยะยาวนั้นต้องมีความเชื่อมโยงเป็นเหตุเป็นผลกัน และสอดคล้องกันกับเป้าหมายขององค์กร

โดยในเรื่องนี้ Brewer et al. (2005) เสนอว่า การสร้างระบบ balanced scorecard อย่างยั่งยืนนั้นมี 2 เรื่องที่สำคัญ คือ 1) ระบบการสร้างตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานในองค์กรต้องมีความเชื่อมโยงกันจากเป้าหมายสู่การปฏิบัติทั่วทั้งองค์กร และ 2) การตั้งเป้าหมายและการให้รางวัลตอบแทนต้องคำนึงถึงองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ส่วน ได้แก่ การมีส่วนร่วมทั่วทั้งองค์กร โดยพนักงานทุกระดับมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมายและตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงาน เพื่อทำให้พนักงานเกิดแรงจูงใจและมีคามันต้องงานเพิ่มขึ้น ส่วนที่สองก็คือเป้าหมายที่กำหนดขึ้นมาควรมีความท้าทาย มีความยากแต่ก็เป็นไปได้ และส่วนสุดท้ายเป็นเรื่องของการให้ค่าตอบแทน ต้องมีความเท่าเทียมกันและสะท้อนถึงผลการปฏิบัติงานของพนักงาน และที่สำคัญก็คือ ผลงานที่ได้รับค่าตอบแทนนั้นต้องเป็นผลงานที่พนักงานสามารถควบคุมได้

นอกจากนี้ควรมีการประเมินความพร้อมและสร้างให้เกิดความพร้อมก่อนการเปลี่ยนแปลงในการนำระบบการบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์มาใช้ได้แก่ การประเมินระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ

ประโยชน์ของข้อมูลการประเมินผลงาน ระดับการให้ความร่วมมือในการประเมินผลงาน และสถานะในองค์การเกี่ยวกับ วัฒนธรรมองค์การ ทรัพยากร และความเชี่ยวชาญ นอกจากนี้ควรต้องระบุให้ได้ว่ากลุ่มผลประโยชน์ภายในและภายนอกองค์การเป็นกลุ่มใด และพยายามเข้าหากลุ่มเหล่านั้น เพื่อสิ่งให้เข้ามามีส่วนร่วมและเกิดการยอมรับ โดยเฉพาะการเข้าไปมีส่วนร่วมในกลุ่มบุคลากรสัมพันธ์ (employee relation) ซึ่งเป็นกลุ่มสำคัญในองค์การ เพื่อให้เกิดการยอมรับในการนำระบบใหม่นี้มาใช้ แม้ว่าจะยังไม่สามารถเปลี่ยนแปลงทั้งระบบได้ในระยะอันใกล้ แต่จะช่วยให้มีการปรับวัฒนธรรมใน

องค์การเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นต่อไป โดยพยายามให้เกิดค่านิยมและวัฒนธรรมในการปรับปรุงผลงานในองค์การ (Julnes and Holzer, 2001)

ดังนั้นองค์การปัจจุบันโดยเฉพาะในภาครัฐซึ่งโดยทั่วไปจะมีการปรับตัวได้ช้าเนื่องจากโครงสร้างองค์การแบบราชการ ควรให้ความสนใจในการปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริหารจัดการสมัยใหม่เพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของปัจจัยแวดล้อมภายนอก รวมทั้งเตรียมความพร้อมขององค์การสำหรับการบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์ เพื่อความสำเร็จในการพัฒนาองค์การและประเทศให้ก้าวหน้าต่อไป ■■

บรรณานุกรม

- ทิพาดี เมฆสุวรรณ. (2539). การบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์. กรุงเทพฯ : คณะกรรมการปฏิรูประบบราชการ.
- เมธิณี จิตติขานนท์. (2547, 1 ตุลาคม). การบริหารงานโดยมุ่งผลสัมฤทธิ์. สืบค้นเมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2548, จาก <http://www.dopa.go.th/iad/subject/RBM.doc>
- สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. (2545, 12 กรกฎาคม). การบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์. สืบค้นเมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2548, จาก http://www.rbm.ocsc.go.th/frontend/system/system_mean.asp.
- สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. (ม.ป.ป.) การบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์ของ สมอ. สืบค้นเมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2548, จาก <http://www.tisi.go.th/thai/rbm.html>.
- Asian Development Bank. (n.d.). Results based management : introduction to results based management. Retrieved January 18, 2005, from <http://www.adb.org/projects/rbm/about.asp>.
- Brewer, Peter C., Davis, Stan, and Albright, Tom. (2005, January-February). Building a successful balanced scorecard program. *Cost Management*, 19, 1, pp. 28-37.
- Bubrick, George J. (1992). Results-based management : a success formula for the 90s. *Business Mexico*, 2, 3, pp. 46-47.

- Canadian International Development Agency. (2000). Training workshop introduction to results-based management. Retrieved October 22, 2004, from [http://www.acdicida.gc.ca/INET/IMAGES.NSF/vLUIImages/Performancereview6/\\$file/Training.pdf](http://www.acdicida.gc.ca/INET/IMAGES.NSF/vLUIImages/Performancereview6/$file/Training.pdf).
- Drucker, Peter F. (1994). The Practice of management. Oxford : Butterworth-Heinemann.
- Heinrich, Carolyn J. (2002). Outcomes-based performance management in the public sector, Public. **Public Administration Review**, 62, 6, pp. 712-725.
- Hurlock, Debb. (2000, December). Results based management. Retrieved March 23, 2005, from <http://www.ucgf.ca/English/Downloads/RBMrevised2003.doc>.
- Julnes, Patria deLancer, and Holzer, Marc. (2001, November-December). Promoting the utilization of performance measures in public organization : an empirical study of factors affecting adoption and implementation. **Public Administration Review**, 61, 6, pp.693-708.
- Kusek, Jody Zall, and Rist, Ray C. (2004). Ten steps to a results-based monitoring and evaluation system. Washington D.C. : The World Bank.
- Lawson, Raef, Stratton, William, and Hatch, Toby. (2003, November). Winning ways : implementation strategies for balanced scorecard success. **CMA Management**, 77, 7, pp.22-24.
- Poister, Theodore H., and Streib Grogory. (2005). Element of strategic planning and management in municipal government : status after two decades. **Public Administration Review**, 65, 1, pp.45-56.
- Verhoest, Koen et al. (2004, Fall). Controlling autonomous public abencies as an indicator of New Public Management. **Management International**, 9, 1, pp.25-35.

ตัวแบบการจัดการที่สำคัญสำหรับองค์การธุรกิจ และอุตสาหกรรม

*ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุตีระ ระบอบ

ในโลกของการแข่งขันทางธุรกิจ ผู้บริหารองค์การไม่อาจหลีกเลี่ยงการเผชิญหน้ากับปัญหาที่จะต้องตัดสินใจอยู่ตลอดเวลา และได้ใช้เวลาส่วนหนึ่งของการทำงานเพื่อพิจารณาว่าการบริหารองค์การปัจจุบันนั้นมีความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมหรือไม่ หรือมีตัวแบบใหม่ อะไรบ้างที่สามารถนำมาใช้เพื่อให้องค์การก้าวไปสู่จุดหมายปลายทางที่ต้องการได้ คำว่า ตัวแบบ (Model) เป็นสิ่งที่สะท้อนความคิด ความรู้ความเข้าใจ และนำมาประยุกต์ใช้เป็นเครื่องมือช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถเพิ่มพูนศักยภาพในงานประจำ หรือเป็นแนวทางแก้ไขปัญหาการทำงานที่ได้รับการพิสูจน์แล้วว่าได้ผล แต่กระนั้นก็ตามมิได้หมายความว่าเมื่อนำตัวแบบเหล่านี้มาใช้แล้วจะประสบความสำเร็จเสมอไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมเฉพาะที่องค์กรกำลังประสบอยู่ ซึ่งผู้บริหารจะต้องตัดสินใจว่าตัวแบบหรือกลุ่มของตัวแบบใด (taxonomy of models) เหมาะสมมากที่สุด ในสถานการณ์ขณะนั้น หรือสอดคล้องกับข้อจำกัดที่องค์กรมีอยู่

บทความนี้มีนํ้าการเสนอตัวแบบการจัดการที่สำคัญ และถูกนำมาใช้กันอย่างแพร่หลาย เนื้อหาบางส่วนสรุปจากหนังสือ ชื่อ Key Management Model (2003) เป็นผลงานของกลุ่มนักวิชาการชาวเนเธอร์แลนด์ ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านเศรษฐศาสตร์ จิตวิทยาองค์กร วิศวการอุตสาหกรรม ผู้บริหารและที่ปรึกษาทางองค์การธุรกิจ ได้รวบรวมตัวแบบการจัดการที่ได้รับความนิยม เรียกว่า "Top 60" จากการศึกษาค้นคว้าวิจัยเป็นระยะเวลานาน มีการสัมภาษณ์ผู้บริหารองค์การชั้นนำทั่วโลก จำนวน 70 แห่ง รวมทั้งจากสถาบันการศึกษาและฝึกอบรมที่มีชื่อเสียง เช่น สถาบัน INSEAD เพื่อนำเสนอว่า ตัวแบบการจัดการที่สำคัญในโลกนี้มีอะไรบ้าง ที่ใช้อยู่และสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในองค์การจนประสบความสำเร็จ โดยในที่นี้จะนำเสนอเพียงบางตัวแบบที่รู้จักหรือคุ้นเคยเป็นอย่างดี

The gods of management : Charles Handy (1978-1995) ใช้เทพเจ้าของกรีก 4 องค์ แสดงตัวแบบการจัดการ และการจัดโครงสร้าง

*ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำภาควิชาการจัดการอุตสาหกรรม คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ มธบ. (การจัดการ) มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ วท.ม. (การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ) สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง, ศศ.ค. (อาชีวศึกษา) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

องค์การ เทพเจ้าแต่ละองค์เป็นตัวแทนสะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมองค์การมีพื้นฐานอยู่บนสมมติฐานที่สำคัญ ได้แก่ อำนาจ อิทธิพล แรงจูงใจ และการเรียนรู้ เทพเจ้าองค์แรกคือ Zeus แทนการจัดโครงสร้างองค์การที่เน้นคุณลักษณะผู้นำที่เข้มแข็ง มีอำนาจและอิทธิพลอยู่เหนือกลุ่ม บทบาทของสมาชิกแต่ละคนขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์กับผู้นำ เช่น องค์การอิสระ กลุ่มการเมือง หน่วยงานบริการมืออาชีพ รวมทั้งองค์การอาชญากรรมทั่วไป เทพเจ้า Apollo แทนการจัดโครงสร้างองค์การที่ชัดเจนและมั่นคง สมาชิกในองค์การตระหนักถึงบทบาทความรับผิดชอบตามสายการบังคับบัญชาและปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับที่กำหนด เช่น องค์การราชการ สถาบันการเงินหรือธนาคารที่ตั้งมานาน เทพเจ้า Athena แทนองค์การที่ยึดพลังความคิดสร้างสรรค์เป็นสำคัญ สมาชิกจะได้รับรางวัลตามความสามารถที่แสดงออกมาในลักษณะที่งาน เช่น หน่วยงานที่ปรึกษา หน่วยงานโฆษณา บริษัทที่ปรึกษาวิจัย และหน่วยงานที่ใช้เทคโนโลยีทันสมัย เทพเจ้า Dionysus แทนองค์การที่มีโครงสร้างหลวมๆ สนองเป้าหมายของสมาชิกแต่ละคน เช่น สถาบันการศึกษา กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการแพทย์ สำนักงานทนายความ องค์การที่ไม่มีประสิทธิภาพมักเกิดจากการขาดความชัดเจนในความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์การและสมาชิก ส่งผลต่อความสิ้นเปลืองทรัพยากร ระยะเวลาสูญเปล่า งานสิ้นมือ บุคลากรมากเกินไป ผู้บริหารสามารถนำตัวแบบนี้ประยุกต์ใช้ให้เหมาะกับวัฒนธรรมองค์การ โดยไม่ประสพกับสิ่งที่เรียกว่า "ทางตัน" ในการบริหารงาน

The Neurotic Organization : Manfred Kets de Vries and Miller (1984) กูรูหรือผู้รู้ทางด้านจิตวิทยา เศรษฐศาสตร์และการจัดการ ก็นึก

ตัวแบบนี้ขึ้นเพื่อควบคุมสิ่งที่ยุ่ยากซับซ้อนและเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริหาร โดยแสดงให้เห็นว่า บุคลิกผู้บริหารจะแพร่เชื้อไปสู่วัฒนธรรมองค์การได้อย่างไร เป็นการจัดรูปแบบองค์การที่ผิดปกติคล้ายเครือข่ายระบบประสาทของมนุษย์ จำนวน 5 รูปแบบ ได้แก่ การผิดปกติทางจิต (paranoid) การถูกบังคับ (compulsory) รุนแรง ฉับพลัน (dramatic) ท้อแท้สิ้นหวัง (depressive) และความผิดปกติด้านบุคลิกภาพ (schizoid) สาเหตุสำคัญมาจากการผสมผสานบุคลิกเฉพาะตัวและประสบการณ์ร่วมของผู้บริหาร ก่อให้เกิดมุมมองสภาพแวดล้อมที่จำกัดและบิดเบือนจากความเป็นจริง ซึ่งเป็นอันตรายและส่งผลกระทบต่อโครงสร้างระบบ กลไกทำงาน กลยุทธ์ การตัดสินใจและความสามารถที่จะเปลี่ยนแปลง ข้อสมมติฐานของตัวแบบนี้คือ องค์การจะได้รับอิทธิพลจากบุคลิกลักษณะของผู้บริหารโดยตรง ปกติองค์การจะได้อยู่แล้วหากแต่ถูกรอบงำโดยพฤติกรรมส่วนเกินของผู้บริหาร ที่มีกวีวิธีการบริหารหลายรูปแบบ มีการให้ความสำคัญแก่ผู้บริหารมากเกินไป ทำให้เกิดข้อผิดพลาดขึ้นจากสิ่งที่ได้กระทำลงไป ดังคำกล่าวที่ว่า ชัยชนะของ Alexander the Great ในทวีปเอเชียที่มีการสู้รบนานถึง 4 ปีนั้น มิได้สู้รบแต่เพียงลำพัง หากแต่มีประชาชนจำนวนมากเข้าร่วมรบด้วย

ในแต่ละปีมีผู้บริหารระดับสูงจากทั่วโลก จำนวน 20 คน ร่วมสัมมนาเชิงปฏิบัติการในหัวข้อภาวะผู้นำ ที่สถาบันบริหารธุรกิจแห่งยุโรป (European Institute of Business Administration: INSEAD) ประเทศเนเธอร์แลนด์ เป็นเวลา 3 สัปดาห์ เพื่อปลดปล่อยตัวเองจากการเป็นทาสทางความคิดหรือจิตใจ "mental prison" ผลของการปรับปรุงภาวะทางจิตก่อให้เกิดทางเลือกใหม่ ผู้

บริหารจะถูกชี้ให้เห็นว่า เป็นผู้ที่ถูกการเปลี่ยนแปลงและกักขังตนเองอยู่ในกรอบแนวคิดที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมผิดปกติในการบริหารงาน โดยพยายามหลีกเลี่ยงความขัดแย้งมุ่งสนใจรายละเอียดเรื่องเล็กๆน้อยๆ มากกว่าการมองในภาพรวม

ตัวแบบนี้มีกรอบแนวคิด 2 ประการ ที่เรียกว่า "Triangle of mental life" เป็นตัวแบบที่ช่วยให้เกิดความเข้าใจและเสริมสร้างจิตสำนึกแห่งตน มีองค์ประกอบ 3 ประการ คือ พฤติกรรม อารมณ์ และการรับรู้ โดยทำงานด้วยสติปัญญา (head) และจิตใจ (heart) ควบคู่กัน และกรอบแนวคิดที่เรียกว่า The five Cs of the individual change process เป็นตัวแบบการเปลี่ยนแปลงเริ่มต้นด้วยการเอาใจใส่ (concern) ปัญหาประจำวันและความสับสนทางอารมณ์ในแง่ลบ นำไปสู่การเผชิญหน้า (confront) ระหว่างกลุ่ม ในรูปคำถามข้อสงสัย คำวิพากษ์วิจารณ์ หลังจากนั้น จิตจะเกิดความกระจ่าง (clarification) และเกิดการตกผลึกทางความคิด (crystallization) เริ่มรู้จักตนเอง อันนำไปสู่การเปลี่ยนแปลง (change) ในทางที่ดีขึ้น

Activity-based costing : ABC Model

ตัวแบบการคำนวณต้นทุนทางบัญชีที่ใช้กิจกรรมทางธุรกิจเป็นฐาน แต่เดิมธุรกิจมักจะคำนวณต้นทุนจากปริมาณสินค้าทำให้ประมาณการคลาดเคลื่อนจากความเป็นจริง แนวคิดของตัวแบบนี้เป็นในทางตรงกันข้าม สมมติฐานของตัวแบบนี้คือ สินค้าที่แตกต่างกันจะมีต้นทุนผันแปรไปตามกิจกรรมที่เกี่ยวข้องสินค้านั้น ทำให้สามารถกำหนดจุดคุ้มทุนจำแนกผลกำไรและขาดทุนได้ชัดเจน สามารถค้นหาแนวทางปรับปรุงสินค้าและเปรียบเทียบทางเลือกสำหรับการลงทุนความแม่นยำของตัวแบบนี้ขึ้นอยู่กับกำหนัดสิ่งนำเข้าสู่กระบวนการทาง

ธุรกิจที่ถูกต้อง การวิเคราะห์มี 5 ขั้นตอน ได้แก่ (1) นิยามต้นทุนหลัก กิจกรรมทางอ้อมและทรัพยากรการผลิต (2) กำหนดต้นทุนต่อหน่วยสำหรับกิจกรรมที่เกิดขึ้น (3) จำแนกต้นทุนที่เกิดจากทรัพยากรการผลิตแต่ละหน่วย (4) คำนวณต้นทุนรวมสินค้าทางอ้อมทั้งหมด (5) หาดต้นทุนรวมด้วยจำนวนต้นทุนทางอ้อมต่อต้นทุนหลักแต่ละหน่วย อนึ่ง ต้นทุนหลักประกอบด้วย สินค้า ลูกจ้างบริการ ที่ก่อให้เกิดต้นทุนทางบัญชี กิจกรรม คือ สิ่งที่ถูกใช้ไปในธุรกิจ เช่น การรับของ การขนส่ง การบรรจุหีบห่อ การขนถ่าย การขาย การซื้อ การส่งเสริมการขาย การออกไปส่งซื้อ เป็นต้น กิจกรรมทางอ้อม คือ สิ่งที่ไม่เกี่ยวข้องโดยตรงกับต้นทุนหลัก ทรัพยากรการผลิต หมายถึง เครื่องจักร เครื่องคอมพิวเตอร์ คนงานหรือสิ่งที่จัดสรรไปยังกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง

Business process redesign : BPR Model

ตัวแบบที่ถูกรื้อหรือผู้ทางธุรกิจคือ Hammer and Champy (1993) ให้คำนิยามว่า เป็นการทบทวนโครงสร้างพื้นฐานและการออกแบบกระบวนการจัดการใหม่ที่ฉีกปัดฉีก มุ่งสู่ความสำเร็จ ในการปรับปรุงประสิทธิภาพ ต้นทุน คุณภาพ การให้บริการและความรวดเร็ว มีจุดมุ่งหมายสำคัญเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับลูกค้าด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ หลักการของตัวแบบนี้คือ กำหนดกลยุทธ์ที่แน่นอนก่อนออกแบบองค์กรใหม่ ใช้ประโยชน์สูงสุดจากเทคโนโลยีสารสนเทศ จัดโครงสร้างองค์กรและการจัดการที่ดีเปรียบเทียบกับพื้นฐานทางธุรกิจ โดยอาศัยการมีส่วนร่วมของผู้บริหารและพนักงานทุกระดับ ขั้นตอนในการนำตัวแบบนี้มาใช้ คือ (1) เมื่อมีสิ่งที่บ่งบอกว่าเกิดความขัดแย้งมากมาย ในทุกส่วนขององค์กร การประชุมที่ไม่ปกติบ่อย

ครั้ง มีการสื่อสารไม่เป็นรูปแบบเกินความจำเป็น เช่น อีเมล ประกาศ บันทึกลง ซึ่งอาจใช้วิธี benchmarking ภายในองค์กรหรือหน่วยงาน (2) กำหนดความต้องการในการออกแบบองค์การ ได้แก่ การพิจารณาจุดมุ่งหมายขององค์การที่ชัดเจน ปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จ จะเพิ่มประสิทธิภาพสูงสุดขององค์การได้อย่างไร (3) ใช้วิธีอะไรในการวัดประสิทธิภาพขององค์การ จะปรับปรุงผลผลิตโดยวิธีใด (4) การนำโครงสร้างองค์การใหม่ไปปฏิบัติ การจัดระบบบริหารและระเบียบวิธีการทำงานใหม่ และการผสมผสานวิธีการทำงานขององค์การเข้ากับสภาพแวดล้อม

The Deming cycle : PDCA Model
 ตัวแบบองค์การที่มีการปรับปรุงและเรียนรู้อย่างต่อเนื่องในลักษณะเป็นกระบวนการทำซ้ำ ที่เป็นระบบใน 4 ขั้นตอน ได้แก่ วางแผน (Plan) การปฏิบัติ (Do) การตรวจสอบหรือศึกษา (Check or Study) และการปรับปรุง (Action) เรียกชื่อย่อว่า วงจร PDCA หรือ PDSA ตัวแบบนี้จะใช้เมื่อองค์การเผชิญกับการเปลี่ยนแปลง มีการวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันและผลกระทบที่เกิดขึ้น ทำนายผลติดตามมาและที่คาดหวัง ด้วยการจัดทำแผนการดำเนินงาน กำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบและการมีส่วนร่วม พร้อมกับคำถามว่า อะไรคือความสำเร็จที่แท้จริงขององค์การ จะเชื่อมโยงการดำเนินงานขององค์การไปสู่จุดมุ่งหวังได้อย่างไร ผู้ที่จะได้รับผลกระทบคือใคร การเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นเมื่อใด และที่ไหน มีระเบียบวิธีการปฏิบัติในแต่ละขั้นตอนอย่างไร จะวัดและประเมินผลจากการปรับปรุงได้อย่างไร หลังจากนั้นจึงนำมาจัดทำแผนย่อย ศึกษาผลที่เกิดขึ้นว่าเป็นไปตามที่ต้องการหรือไม่ มากน้อยเพียงใด และจัดทำมาตรฐานจากความแตกต่าง

ระหว่างผลที่เกิดขึ้นกับสิ่งที่คาดหวัง ตัวแบบนี้ถูกนำไปประยุกต์ใช้ในหลากหลายวิธี เช่น ขั้นตอนการวางแผนจำแนกย่อยเป็น กำหนดเป้าหมายและจุดมุ่งหมาย วิธีการสู่เป้าหมาย ดำเนินตามแผน และจำแนกแผนย่อยออกเป็นการฝึกอบรม การศึกษา และการปฏิบัติ

The European Foundation for Quality Management : EFQM Model ตัวแบบที่ช่วยให้องค์การจัดระบบการจัดการที่เหมาะสมเพื่อก้าวสู่เส้นทางแห่งความเป็นเลิศทางธุรกิจ เป็นวิธีอธิบายช่องว่างในประสิทธิภาพขององค์การและหาวิธีการปรับปรุง ตัวแบบนี้ไม่มีกรอบหรือกฎเกณฑ์ตายตัว จึงเรียกว่า แนวความคิดพื้นฐาน (fundamental concept) มีองค์ประกอบ ได้แก่ แสดงผลการทำงาน จุดมุ่งเน้นที่ลูกค้า ภาวะผู้นำและการมุ่งสู่เป้าหมาย การจัดการด้วยกระบวนการและข้อเท็จจริง การพัฒนาบุคลากรและการมีส่วนร่วม ปรับปรุงการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องและนวัตกรรม การพัฒนาความเป็นหุ้นส่วน และความรับผิดชอบต่อสังคม ตัวแบบนี้ตั้งอยู่บนพื้นฐานของหลักความเป็นเลิศในด้านประสิทธิภาพ ลูกค้า ประชาชนและสังคม โดยผ่านความเป็นหุ้นส่วน การใช้ทรัพยากรและกระบวนการ ขอบเขตการบริหารองค์การ ประกอบด้วยปัจจัยสำคัญ 5 ประการ ได้แก่ ภาวะผู้นำ (การมีวิสัยทัศน์ การกิจและคุณค่า) นโยบายและกลยุทธ์ (ความต้องการและความคาดหวังของผู้ถือหุ้นในปัจจุบันและอนาคต) ความเป็นหุ้นส่วนและทรัพยากร (หุ้นส่วนภายนอก การเงิน เครื่องมืออุปกรณ์ เทคโนโลยีสารสนเทศ) กระบวนการทำงาน (ความเป็นระบบ นวัตกรรม การเพิ่มคุณค่าแก่ลูกค้า การตอบสนองความคาดหวังของลูกค้า และความสัมพันธ์กับลูกค้า) ในด้านประสิทธิภาพ

ขององค์การวัดจากตัวบ่งชี้ที่เหมาะสม 4 ประการ ได้แก่ ลูกค้า ประชาชน สังคม และสถานภาพทางการเงิน ผลสำคัญที่ได้ประกอบด้วย ผลลัพธ์และตัวบ่งชี้ประสิทธิภาพ

Kaizen : ตัวแบบการจัดการของประเทศญี่ปุ่นเกิดจากแนวคิดในการปรับปรุงที่ยั่งยืนจากพนักงานตั้งแต่ระดับปฏิบัติการที่ต้องสร้างควมมีวินัยในตนเอง คำว่า Kaizen ประกอบด้วย Kai แปลว่า การเปลี่ยนแปลง และ zen แปลว่า เริ่มดีขึ้น สำหรับคำสำคัญคือ คุณภาพ ความพยายาม ความตั้งใจที่จะเปลี่ยนแปลง และการติดต่อสื่อสาร ตัวแบบนี้มุ่งสนับสนุนให้เกิดการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องภายในองค์กร หลักการพื้นฐานมี 5 ประการ ได้แก่ การทำงานเป็นทีม ระเบียบในตนเอง การปรับปรุงจริยธรรม วงจรคุณภาพ และข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุง ซึ่งหลักการดังกล่าวนำไปสู่ขั้นตอนสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ ประการแรก การกำจัดของเสียหรือสิ่งที่ไม่จำเป็น (elimination of muda) ได้แก่ การกำจัดหรือลดของเสียให้หมดไปในสายการผลิตอันเนื่องมาจากการผลิตเกินความจำเป็น การมีสินค้าคงคลังส่วนเกิน การปฏิเสธสินค้าจากลูกค้า การเคลื่อนย้าย การผลิตและสายการประกอบ การรอคอย การขนส่ง เป็นต้น ประการที่สอง หลัก five-S framework หรือการเป็นแม่บ้านที่ดี (good housekeeping) ประกอบด้วย Seiri (เรียบร้อย) Seiton (ความเป็นระเบียบ) Seiso (ความสะอาด) Seiketsu (การจัดทำมาตรฐาน) และ Shitsuke (การทำตามกฎเกณฑ์) ประการสุดท้ายคือ ความเป็นมาตรฐาน (standardization) สำหรับทุกคนในองค์กร เพื่อนำไปสู่แนวทางปฏิบัติร่วมกัน

The fifth discipline ในองค์กรแห่งการเรียนรู้ บุคคลจะขยายขีดความสามารถอย่างต่อเนื่อง

เพื่อให้บรรลุผลตามที่ต้องการ เป็นแนวความคิดในรูปแบบใหม่ โดยการรวมความปรารถนาและการเรียนรู้จากคนอื่นเข้าด้วยกัน เมื่อปี 1994 Peter Senge ได้เขียนหนังสือที่มีชื่อเสียงเล่มหนึ่ง ชื่อว่า The Fifth Discipline Fieldbook: Strategies and Tools for Building a Learning Organization อธิบายหลักหรือกฎเกณฑ์ 5 ประการ ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญทำให้ก้าวสู่การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ ได้แก่ การคิดอย่างเป็นระบบ (system thinking) การเป็นบุคคลที่รอบรู้ (personal mastery) มีรูปแบบความคิดของตน (mental models) มีวิสัยทัศน์ร่วมกัน (shared vision) และการเรียนรู้ร่วมกันในลักษณะทีมงาน (team learning) สำหรับกฎเกณฑ์แต่ละข้อจะมีมุมมอง (ธุรกิจ บุคคล การปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน) และระดับ (การปฏิบัติ หลักการ สำคัญ) ที่แตกต่างกัน หากแต่มีจุดหมายร่วมกันคือ การสร้างกฎเกณฑ์ที่เป็นสากลอันจะนำไปสู่การปฏิบัติแท้จริง อย่างไรก็ตาม ตัวแบบดังกล่าวถูกมองว่าเป็นลักษณะนามธรรมและใช้เวลานานที่จะก้าวไปสู่จุดมุ่งหมายที่ต้องการ

The Value Chain : VC Model

Michael Porter (1985) กล่าวว่า การพิจารณาความได้เปรียบจากการแข่งขันนั้น เมื่อมองในภาพรวมแล้วพบว่ากิจกรรมทางธุรกิจมีลักษณะเป็นห่วงโซ่คุณค่ามุ่งสู่ลูกค้า มี 5 กิจกรรมหลัก และ 4 กิจกรรมรอง กิจกรรมหลัก มีดังนี้ (1) โลจิสติกส์ขาเข้า (Inbound Logistics) ได้แก่ การรับ จัดเก็บ ทำรายการ การจัดกลุ่ม ควบคุมวัตถุดิบ คลังสินค้า จัดการวัสดุคงคลัง ขนส่ง จัดตารางการผลิต และจัดการผู้จำหน่ายวัตถุดิบ (2) การผลิต (Operations) ได้แก่ เครื่องจักร บรรจุหีบห่อ การประกอบ บำรุงรักษา ทดสอบ การผลิต (3)

โลจิสติกส์ขาออก (Outbound Logistics) ได้แก่ การส่งสินค้า คลังสินค้า จัดตารางขนส่ง จัดจำหน่าย การตลาดและการขาย รวมทั้งการโฆษณาส่งเสริมการขาย การขาย กำหนดราคา เลือกช่องทางจำหน่าย จัดการค่าปลีก และ (4) การบริการ (Services) ได้แก่ การดูแลสินค้าหลังการขาย เช่น การรับประกันคุณภาพ การเพิ่มคุณค่า ผักอบรม การบริการ สำหรับกิจกรรมรอง มีดังนี้ (1) การจัดซื้อ (Purchasing) ได้แก่ จัดซื้อ จัดหาวัตถุดิบ เปรียบเทียบราคา (2) พัฒนาทางด้านเทคโนโลยี (Technology Development) ได้แก่ การวิจัยและพัฒนา ปรับปรุงการผลิตหรือสินค้า ออกแบบสินค้า พัฒนารูปแบบใหม่ (3) การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management) รวมถึงการเลือกสรร ให้การศึกษา เงินชดเชย ผักอบรม และ (4) โครงสร้างขององค์กร (The Firm's Infrastructure) ได้แก่ การจัดการทั่วไป การวางแผน การเงิน การบัญชี กิจกรรมสาธารณะและการจัดการคุณภาพ

Just-in-time : JIT Model ตัวแบบทันเวลามีจุดเริ่มต้นจากปรัชญาการผลิตของญี่ปุ่นที่ว่า สินค้าคงคลังถูกมองว่าเป็นสิ่งที่ไม่ดี ทำให้การวางแผนไม่มีประสิทธิภาพ ขาดความยืดหยุ่น เครื่องจักรทำงานผิดพลาด คุณภาพลดลง และต้นทุนธุรกิจสูง จุดมุ่งหมายก็คือตอบสนองความต้องการลูกค้าที่รวดเร็ว ในขณะที่มีสินค้าคงคลังน้อยที่สุด ในยุคที่รูปแบบสินค้ามีการเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว การผลิตซับซ้อน ต้นทุนต่อหน่วยสูง ตัวแบบนี้มาประยุกต์ใช้ในกรณีที่ธุรกิจต้องการลดสินค้าคงคลังสำหรับการผลิตจำนวนมาก เป็นแบบกลุ่มหรือรุ่นขนาดเล็ก เพื่อควบคุมคุณภาพการผลิต ลดความซับซ้อนในการผลิต โครงสร้างและการกระจาย

อำนาจเป็นแบบแนวราบ และลดของเสียให้น้อยลง เทคนิคที่ใช้ เช่น ตัวชี้วัดโลจิสติกส์ ตัวแบบจำลองระบบทันเวลา วิเคราะห์การไหลของงาน วิเคราะห์เส้นทางไหลของวัตถุดิบและข้อมูลสารสนเทศ วิเคราะห์ความยืดหยุ่นในการผลิต วิเคราะห์ลักษณะงาน และการควบคุมการผลิตระบบดึง ผลสำเร็จในการนำตัวแบบนี้มาใช้จะต้องตอบคำถามคือ ธุรกิจต้องการผลลัพธ์อะไรจากตัวแบบนี้ อะไรคือความสำคัญของการจัดการการผลิตด้วยระบบทันเวลา แน่ใจว่าผู้จำหน่ายวัตถุดิบจะไม่ถูกบังคับให้ใช้ระบบนี้จนกว่าจะได้ผลจริง การออกแบบสินค้ามีคุณภาพเหมาะสมกับระบบนี้หรือไม่หรือมีทางเลือกอื่นอีก ระบบการผลิตใหม่ใช้ได้ผลหรือไม่ มีการปรับปรุงระบบสารสนเทศสอดคล้องกับกิจกรรมหลักหรือไม่ และหาแนวทางปรับปรุงระบบผู้จำหน่ายและสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เป็นผลลัพธ์สุดท้ายของตัวแบบทันเวลา

The Boston Consulting Group Matrix

: BCG Model ตัวแบบที่ช่วยสร้างความมั่นใจในความสำเร็จของธุรกิจระยะยาว กลุ่มที่ปรึกษาแห่งเมืองบอสตัน เป็นผู้ริเริ่มแนวคิดให้ความสำคัญกับการวางแผนผลิตภัณฑ์ในตลาดมีลักษณะเป็นการมองภาพ 2 มิติ คือ ส่วนแบ่งทางการตลาด และการเติบโตของตลาด โดยจำแนกตำแหน่งของผลิตภัณฑ์เป็น 4 ส่วน ได้แก่ ดาว วัวเงิน เครื่องหมายคำถามหรือแมวป่า และสุนัข ผลิตภัณฑ์จะถูกจัดลำดับ (ขอบเขตการวิเคราะห์) และตัดสินใจ (การวัดหรือจัดความสำคัญ) ส่วนยากที่สุดของตัวแบบนี้คือ การกำหนดผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในแต่ละมิติ และปรับให้สอดคล้องกันบนพื้นฐานความคล้ายคลึงหรือความแตกต่างกัน และสัมพันธ์กันในระดับมากหรือน้อย ทำให้ได้กำหนดเกณฑ์ล่วงหน้า เช่น

มีส่วนแบ่งตลาดมีขนาดเล็กกว่า 1 ใน 3 ของคู่แข่ง

ดาว (Stars) เป็นตำแหน่งผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนแบ่งตลาดสูงสัมพันธ์กับตลาดที่กำลังเติบโตสามารถทำอะไร ธุรกิจควรให้ความสนใจมาก แต่ถ้าหากเป็นตลาดที่ไม่เติบโตต่อไป ผลิตภัณฑ์ก็จะตกอยู่ที่ตำแหน่งวัวเงิน (Cash Cows) แทน กล่าวคือ ยังคงทำกำไรอยู่ เพียงแต่ธุรกิจจะไม่ลงทุนเพิ่มแต่รักษาสถานภาพเดิมไว้เท่านั้น หากผลิตภัณฑ์มีส่วนแบ่งตลาดต่ำแต่ตลาดมีความเติบโต ก็จะอยู่ในตำแหน่งเครื่องหมายคำถาม (Question Marks) ธุรกิจต้องสร้างความเติบโตมากขึ้น อาศัยคำปรึกษาแนะนำที่ดีว่าจะลงทุนอย่างไรและที่ไหน สำหรับตำแหน่งสุนัข (Dogs) ผลิตภัณฑ์ไม่สามารถสร้างผลกำไรได้อีก แม้จะมีบ้างแต่ไม่น่าลงทุน ควรหาโอกาสจำหน่ายออกไป

The balanced scorecard : BSC Model
ตัวแบบที่นำเสนอโดย Kaplan and Norton (1993) ใช้ในการวัดประสิทธิภาพขององค์กรเพื่อปรับปรุงกลยุทธ์ทางธุรกิจ เป็นสิ่งที่ช่วยให้ผู้บริหารสนใจกับมุมมองของลูกค้า การผลิต นวัตกรรมองค์กร และความสามารถในการเรียนรู้ ตัวแบบนี้ช่วยให้สามารถมองภาพรวมจากการวัดความแตกต่างที่เป็นตัวเงินกับไม่ใช่ตัวเงินอันจะนำไปสู่ความสำเร็จในระยะยาวโดยการตั้งคำถามใน 4 ประเด็น ได้แก่ ประเด็นแรก มุมมองทางการเงิน คือ อะไรเป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้ถือหุ้นหรือเจ้าของ ประเด็นที่สอง มุมมองในด้านลูกค้า คือ ลูกค้ามีมุมมองธุรกิจของเราอย่างไร ประเด็นที่สาม มุมมองกระบวนการภายใน

องค์กร คือ มีแนวทางใดที่จะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้เกิดขึ้นได้ ประเด็นสุดท้าย มุมมองในด้านองค์กร คือ เราสามารถสร้างนวัตกรรมและพร้อมที่จะก้าวสู่นาคตหรือไม่ การใช้ตัวแบบนี้ขึ้นอยู่กับธรรมชาติขององค์กรและมุมมองของผู้บริหาร

Benchmarking ตัวแบบแสดงการเปรียบเทียบกระบวนการและประสิทธิภาพขององค์กรอย่างเป็นระบบ เพื่อสร้างมาตรฐานขึ้นใหม่หรือปรับปรุงวิธีการทำงาน มีหลักพื้นฐานการเปรียบเทียบ 4 ประการ ได้แก่ (1) ภายในองค์กรหรือระหว่างหน่วยงาน (2) การผลิตและประสิทธิภาพกับ คู่แข่งขันโดยตรง (3) ธุรกิจที่คล้ายคลึงกัน (4) องค์กรโดยทั่วไป การเปรียบเทียบในทุกรูปแบบจะเป็นแนวทางชี้ให้เห็นจุดอ่อน จุดแข็ง ที่สามารถปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น ได้ความคิดใหม่ มีขั้นตอนที่สำคัญ คือ (1) กำหนดขอบเขตที่ชัดเจน (2) เลือกองค์กรที่จะเปรียบเทียบ (3) กำหนดวิธีวัดหน่วย ตัวชี้วัด วิธีการเก็บข้อมูล (4) รวบรวมข้อมูล (5) วิเคราะห์ความแตกต่าง (6) นำเสนอและอภิปรายผลเพื่อกำหนดเป้าหมายใหม่ (7) ทำแผนดำเนินงานและระเบียบวิธีปฏิบัติงาน (8) ตรวจสอบความก้าวหน้าของแผนงาน มีคำถามจากการใช้ตัวแบบนี้ ได้แก่ สิ่งที่ทำอยู่นั้นดีแค่ไหน องค์กรเราดีกว่าคนอื่นหรือไม่ และจะทำให้ดีกว่านี้ได้ อย่างไร ข้อจำกัดของตัวแบบนี้คือ ความยุ่งยากเกี่ยวกับการใช้กฎเกณฑ์ที่กำหนดขึ้นล่วงหน้าและความเหมาะสมของเครื่องมือวิเคราะห์ และอาจก่อให้เกิดความท้อแท้ต่อผลลัพธ์ที่ได้ในบางครั้งเมื่อเปรียบเทียบกับองค์กรที่มีศักยภาพเหนือกว่า

Bibliography

- Hammer, Michael and Champy, James. (1993). **Reengineering the corporation : a manifesto for business revolution**. New York : Harper Business.
- Handy, Charles. (1978, 1991). **Gods of management : the changing work of organizations**. London : Business Books.
- Hardjono, T.W., Have, Steven Ten and Have, W.D. Ten. (1996). **The European Way to Excellence : How 35 European manufacturing, public and service organizations make use of quality managment**. Brussels : EFQM.
- Have, Steven Ten et al. (2003). **Key management models : the management tools and practices that will improve your business**. New York : Financial Times Prentice Hall.
- Henderson, Bruce D. (1979). **Henderson on corporate strategy**. Cambridge, Mass. : Abt Books.
- Imai, Masaaki. (1986). **Kaizen : the key to Japan's competitive success**. New York : McGraw-Haill.
- Kaplan, Robert S. and Cooper, Robin. (1998). **Cost & effect : using integrated cost systems to drive profitability and performance**. Boston, Mass. : Harvard Business School Press.
- Kets de Vries, Manfred F.R. and Miller, Danny. (1984). **The neurotic organization**. San Francisco : Jossey-Bass.
- Monden, Yasuhiro. (1998). **Toyota producation system : an integrated approach to just-in-time**. (3rd ed.). Norcross, Ga. : Engineering & Management Press.
- Normann, Yasuhiro. (1994). **Designing interactive strategy : from value chain to value constellation**. Chichester : John Wiley.
- Senge, Peter M. et al. (1994). **The Fifth discipline fieldbook : strategies and tools for building a learning organization**. New York : Doubleday ; Nicholas Brealey.
- Walton, Mary. (1986). **The deming management method**. London : Mercury Books.
- Watson, Gregory H. (1993). **Strategic benchmarking : how to rate your company's performance against the world's best**. New York : John Wiley.

เทคนิคการเขียนทางเศรษฐศาสตร์

*สมัย โกรทินธาคม

ผู้เขียนขอแนะนำนักเศรษฐศาสตร์ชาวอเมริกันชื่อ Donald McCloskey งานศึกษาของเขามีความหลากหลายและทำให้ผู้อ่านเข้าใจแก่นแท้ของวิชาเศรษฐศาสตร์มากยิ่งขึ้น เนื้อหาส่วนแรก ผู้เขียนแนะนำชีวประวัติและผลงานโดยย่อ ส่วนที่สอง ผู้เขียนได้สรุปคำแนะนำเกี่ยวกับเทคนิคการเขียนทางเศรษฐศาสตร์ ซึ่งหวังว่าจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่กำลังสนใจเกี่ยวกับการเขียนรายงาน การทำวิทยานิพนธ์ ตลอดจนงานวิจัยต่างๆ

ชีวประวัติและผลงาน Donald McCloskey เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์เศรษฐศาสตร์เชิงปริมาณ (Blaug, 1985, pp.159-160) เขาเชื่อว่า เราไม่สามารถทำความเข้าใจพัฒนาการทางเศรษฐกิจในปัจจุบันได้ ถ้าไม่หันไปศึกษาความเป็นมาในอดีต งานเขียนสำคัญๆ เช่น การทำงานของระบบอัตราแลกเปลี่ยนมาตรฐานทองคำ (Gold Standard) การศึกษาพฤติกรรมของเกษตรกรในอังกฤษเมื่อหลายร้อยปีก่อน ที่มีการปลูกพืชหลายชนิด แยกเป็นแปลงเล็กแปลงน้อย ในหลายพื้นที่ ดูเหมือนเป็นพฤติกรรมที่ไม่มีเหตุผล เดิมเชื่อกันว่า คงเป็นเพราะการแบ่งที่ดินเป็น

มรดกให้ลูกหลานที่อยู่กระจัดกระจายกันไปในแต่ละท้องที่ แต่ McCloskey ศึกษาแล้วเห็นว่า เกษตรกรมีเหตุผล เพราะต้องการกระจายความเสี่ยง เพื่อให้พื้นที่เพาะปลูกทั้งหมด ต้องเสียหายจากภัยธรรมชาติ การแบ่งพื้นที่เพาะปลูกให้กระจัดกระจายกันไป ย่อมเป็นหลักประกันความเสี่ยงได้อย่างดี (Landsburg, 1995, pp.16-17)

นักเศรษฐศาสตร์หลายคนเห็นด้วยกับ McCloskey ที่ว่า แบบจำลองทางเศรษฐกิจสมัยใหม่นั้น ละเลยปัจจัยทางประวัติศาสตร์และสถาบันทางสังคม ดังจะเห็นได้จากเมื่อหลายปีก่อนมีงานศึกษาของ Colander and Klamer (1987, pp.99-100) สัมภาษณ์นักศึกษาเศรษฐศาสตร์ระดับปริญญาเอกของมหาวิทยาลัยชั้นนำในสหรัฐอเมริกา 6 แห่ง พบว่า หนทางสู่ความสำเร็จในการเรียนเศรษฐศาสตร์ คือ ต้องมีความเชี่ยวชาญในวิชาคณิตศาสตร์ นักศึกษาส่วนใหญ่เห็นว่าไม่จำเป็นต้องร่ำเรียนเขียนและความรู้เกี่ยวกับระบบเศรษฐกิจกว้างขวางนัก มีเพียงร้อยละ 3 เท่านั้นที่เห็นเรื่องดังกล่าวมีความสำคัญ นอกจากนี้ยังเห็นว่าวิชาที่ไม่น่าสนใจ ได้แก่ วิวัฒนาการของแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์

เศรษฐศาสตร์และกฎหมาย เป็นต้น ผลการศึกษาชี้ว่า ต้องมีสิ่งผิดปกติเกิดขึ้นอย่างแน่นอน ความจริงการนำคณิตศาสตร์มาช่วยในการวิเคราะห์ในฐานะที่เป็นเครื่องมือ (Means) แต่ไม่ใช่เป้าหมาย (Ends) ของการแก้ปัญหาทางเศรษฐศาสตร์ ความรู้ในด้านประวัติศาสตร์ กฎหมาย ประเพณีและวัฒนธรรมซึ่งเกี่ยวข้องกับชีวิตผู้คนต่างหากที่มีความสำคัญ แต่ว่าสิ่งเหล่านั้นไม่ได้อยู่ในแบบจำลองทางเศรษฐศาสตร์

McCloskey เกิดปี 1925 จบการศึกษาปริญญาตรี โท และเอก จาก Harvard University จบปริญญาเอกในปี 1953 แต่เริ่มสอนที่ University of Chicago ตั้งแต่ปี 1951 จนกระทั่งลาออกในปี 1962 ไปสังกัด University of Iowa และเป็นศาสตราจารย์รับเชิญไปบรรยายในมหาวิทยาลัยหลายแห่ง เช่น Stanford University, London School of Economics, Australian National University ปัจจุบันนี้ เขาสังกัดที่ University of Illinois at Chicago และ Erasmus University

McCloskey มีประวัติการทำงานโดดเด่นมาตั้งแต่สอนที่มหาวิทยาลัยชิคาโก แต่งตำราเศรษฐศาสตร์จุลภาคระดับกลาง 1 เล่ม งานของเขาในตอนหลังเน้นการศึกษางานเขียน งานวิจัยของนักเศรษฐศาสตร์ (Economic Methodology) จนได้ข้อสรุปว่า นักเศรษฐศาสตร์ส่วนใหญ่นำเสนอในลักษณะเล่าเรื่อง เหมือนศาสตร์อื่นที่โน้มน้าวให้ผู้อ่านเห็นว่าการศึกษาเหล่านั้นน่าสนใจ หลายเรื่องสามารถอธิบายด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย แต่ถูกปกปิดด้วยภาษาเทคนิค รายละเอียดปรากฏในบทความเรื่อง The Rhetoric of Economics (ตอนหลังตีพิมพ์เป็นหนังสือ พิมพ์มาแล้ว 2 ครั้ง)

นักเศรษฐศาสตร์ที่มีชื่อเสียงในปัจจุบันหลายคนเคยเรียนกับเขา เช่น David Romer ผู้แต่งตำราเศรษฐศาสตร์มหภาคสำหรับนักศึกษาปริญญาโท, Russell Roberts ผู้แต่งนวนิยายเชิงเศรษฐศาสตร์เรื่อง The Choice: A Fable of Free Trade and Protectionism กับ The Invisible Heart: An Economic Romance โดย Roberts กล่าวถึงเขาใน The Choice ว่า "In graduate school at the University of Chicago I was fortunate to learn about trade issues in my microeconomic class from Don McCloskey. His diagram of the dead-weight loss from tariffs greatly influenced my teaching and thinking." (p.112)

อีกคนชื่อ Steven E. Landsburg ผู้เขียนหนังสือขายดีติดอันดับเรื่อง The Armchair Economist ซึ่งอธิบายเรื่องราวและวิธีคิดของนักเศรษฐศาสตร์ด้วยภาษาที่เข้าใจง่ายและน่าติดตาม เขาเขียนถึง McCloskey ในคำนำหนังสือเศรษฐศาสตร์จุลภาคของเขาว่า "Generations of Chicago Graduate students were infected by his enthusiasm for economics as a tool for understanding the world." ตัวอย่างคำถามที่ McCloskey ขวนไข้กับคิดนั้น ไม่ใช่เรื่องนามธรรมหรือต้องใช้เทคนิคการวิเคราะห์ด้วยคณิตศาสตร์ขั้นสูง แต่เป็นคำถามพื้นฐาน เช่น ถ้ารัฐบาลมีนโยบายไม่เก็บค่าเล่าเรียน จะทำให้มีผู้เข้าโรงเรียนรัฐบาลน้อยลงหรือไม่ (Landsburg, 1992, xv)

ปี 1988 บรรดาเพื่อนพ้อง และลูกศิษย์ของเขา ต่างตกตะลึงเมื่อทราบข่าวว่า McCloskey ซึ่งมีอายุครบ 53 ปีในตอนนั้น ตัดสินใจแปลงเพศ

เป็นผู้หญิง เปลี่ยนชื่อนำหน้าจาก Donald เป็น Deirdre ผู้สนใจโปรดอ่านบทสัมภาษณ์ของเขาเกี่ยวกับเรื่องนี้ในวารสาร Challenge (January-February 1997)

แม้วิถีชีวิตของเขาจะเปลี่ยนไป แต่เขายังผลิตงานวิชาการอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด เช่น The Vices of Economists- The Virtues of the Bourgeoisie เนื้อหาหลักเป็นการกล่าวโจมตีนักเศรษฐศาสตร์รางวัลโนเบล 3 คน เริ่มจากวิธีการทดสอบทางสถิติของนักเศรษฐศาสตร์นั้นน่าเป็นห่วงเนื่องจากบทความตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร American Economic Review เกี่ยวกับสวัสดิการของสังคม การกีดกันการค้าและการค้าเสรี ค่าจ้างขั้นต่ำ ซึ่งใช้วิธีการทดสอบนัยสำคัญและตีความไม่ถูกต้องมีถึง 70% ผู้ศึกษามีความสับสนเพราะเห็นว่า ข้อสรุปที่ได้จากการทดสอบมีความ "สำคัญ" ในเชิงการศึกษาแบบวิทยาศาสตร์ (Scientific Significance) มากกว่าที่จะถือเป็นเพียงความ "สำคัญ" ในทางสถิติ (Statistic Significance) เท่านั้น (McCloskey, 1996, pp.39-41)

เขาดังกล่าวหาเพื่อหาแพะรับบาปว่า ใครเป็นผู้ทำให้เกิดความสับสนเช่นนี้ ในที่สุดก็พบว่า ความยุ่งเหยิงในวิชาเศรษฐศาสตร์ เริ่มขึ้นในช่วงคริสต์ทศวรรษ 1940s และ 1950s จากการบุกเบิกของนักเศรษฐศาสตร์รางวัลโนเบล 3 คน ได้แก่ Jan Tinbergen, Paul Samuelson, Lawrence Klein คนแรกเป็นชาวดัตช์ สองคนหลังเป็นชาวอเมริกัน ซึ่งวิธีการศึกษาเศรษฐศาสตร์ในปัจจุบันได้คัดลอกมาจากคนเหล่านี้

ในที่นี้จะกล่าวถึงเฉพาะกรณีของ Klein (นักศึกษาปริญญาเอกคนแรกๆของ Samuelson) ข้อกล่าวหาของ McCloskey คือ เป็นความผิดของ

Klein ที่นำเอาเครื่องมือทางสถิติมาพัฒนาแล้วใช้วิเคราะห์และทดสอบทางเศรษฐศาสตร์จนเกิดเป็นวิชาใหม่คือเศรษฐมิติ โดยยอมรับหลักการทดสอบนัยสำคัญเป็นหลัก ทำให้เกิดความเข้าใจผิด สิ่งที่น่าประหลาดก็คือ เวลาที่นักสถิติทั่วทั้งวงการวิเคราะห์ของนักเศรษฐศาสตร์ แต่ไม่มีใครสนใจฟัง แม้แต่ Klein ก็เพิกเฉย อย่างไรก็ตาม เขาไม่ได้เสนอให้ยกเลิกการใช้เครื่องมือทางสถิติมาวิเคราะห์ปัญหาเศรษฐศาสตร์ เพียงแต่ต้องการให้ผู้ศึกษาระมัดระวังในการใช้เครื่องมือดังกล่าวและตีความให้ถูกต้อง

ผู้เขียนเคยเข้าฟังการบรรยายวิชาเศรษฐกิจไทย ร่วมกับนักศึกษาของมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง วิชานี้นักศึกษาต้องนำเสนอรายงาน ในวันนั้นมีการเสนอผลการศึกษาเบื้องต้นเกี่ยวกับ ปริมาณอุปทานของถั่วเหลืองในภาคอีสานนั้น จะมีมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับปัจจัยใดบ้าง โดยรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องมาวิเคราะห์ เท่าที่จำได้มีปัจจัยหลัก คือ ปริมาณการใส่ปุ๋ย และอุณหภูมิ ผลการวิเคราะห์ด้วยสมการถดถอย (Regression Analysis) พบว่า หนึ่ง ปริมาณถั่วเหลือง มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอุณหภูมิ แปลว่า ถ้าอากาศร้อน ปริมาณถั่วเหลืองที่ผลิตจะได้ผลมาก เขาจึงสรุปว่า ถั่วเหลือง ปลูกขึ้นได้ดีในบริเวณที่มีอากาศร้อน สอง ปริมาณถั่วเหลือง มีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับปริมาณการใส่ปุ๋ย เขาตีความว่า ถั่วเหลือง เป็นพืชที่ไม่ต้องการปุ๋ยมาก จึงสรุปว่า ถั่วเหลือง น่าจะปลูกขึ้นได้ดีในพื้นที่แห้งแล้งเช่น ภาคอีสาน เป็นต้น

หลังจากนักศึกษาผู้นั้นเสนอรายงานเสร็จ อาจารย์ซึ่งสอนวิชาเศรษฐกิจไทย ต้องตีวิชาเศรษฐมิติ (Econometrics) แดงให้อีกวิชา ตอนนั้นมีอยู่หลายคนตั้งใจจะใช้วิธีการศึกษาแบบเดียวกัน แต่

หลังจากเห็นผลงานที่เพื่อนนำเสนอ ก็เลิกล้มความตั้งใจไปหลายราย แม้ว่าตัวอย่างนี้เกิดขึ้นกับนักศึกษาระดับปริญญาตรี ขณะที่ McCloskey เป็นหัวหน้าสาขาเศรษฐศาสตร์ในภาพรวม แต่ก็ยืนยันในสิ่งที่เขากังวลและทำให้ได้รับบทเรียนว่า หนึ่ง นักศึกษารับเอาวิธีการและการตีความไปใช้ไม่ถูกต้องสอง การทดสอบทางสถิติ มักลงเอยด้วยการพิจารณาค่านัยสำคัญทางสถิติ ผู้ศึกษาต้องตีความอย่างรัดกุม

ล่าสุดเขาจาระในความลับของเศรษฐศาสตร์ในหนังสือ The Secret Sins of Economics เนื้อหาหลักเป็นการกล่าวโจมตีว่า ความลับของนักเศรษฐศาสตร์ในระยะหลัง มักเต็มไปด้วยแบบจำลองทางเศรษฐกิจด้วยคณิตศาสตร์ชั้นสูง (Formal) ซึ่งไม่ใช่เรื่องเสียหายอะไร การวิเคราะห์ด้วยตัวเลขสามารถสร้างคุณประโยชน์หลายประการ แต่สิ่งหนึ่งที่น่าขงก็คือ ข้อสรุปที่ได้มักเป็นเชิงคุณภาพ (Qualitative Theorem) ที่ตอบคำถาม "ทำไม" "หรือไม่" (Why/Whether) ซึ่งนับวันจะมีลักษณะเข้าใกล้กับหลักอธิบายเหตุผลทางคณิตศาสตร์ (McCloskey, 2002, pp.11-18)

ตัวอย่าง ข้อเสนอเรื่องการค้าเสรี ได้ข้อสรุปมาจากการซื้อขายแลกเปลี่ยนระหว่าง 2 ฝ่าย ถ้าเป็นความเต็มใจที่จะซื้อขายแลกเปลี่ยน ทั้งคู่จะได้ประโยชน์ ไม่เช่นนั้นคงไม่แลกเปลี่ยนระหว่างกัน ดังนั้นเมื่อคำนึงถึงระดับประเทศแล้ว ถ้าประชาชนสองประเทศ เต็มใจค้าขายแลกเปลี่ยน โดยไม่มีอุปสรรคทางการค้า ประชาชนในสองประเทศน่าจะได้รับประโยชน์เมื่อเทียบกับกรณีไม่มีการค้าระหว่างกัน แต่ประเด็นที่ไม่ชัดเจนก็คือ ประโยชน์ที่ว่ำนั้น "มากเพียงใด" (How Much) เศรษฐศาสตร์มีจุดแข็งในการอธิบายเหตุผลในเชิง

คุณภาพ ซึ่งปรากฏอยู่ในคำถาม "ทำไม" และ "หรือไม่" แต่มีจุดอ่อนในการหาคำตอบเชิงปริมาณว่า "มากเพียงใด" ความลับอย่างที่สอง คือการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งนำมาอธิบายซ้ำกับที่อธิบายในเล่มอื่นๆ ถึงแม้ว่าหลายคนอาจจะไม่เห็นด้วยทั้งหมดกับ McCloskey แต่ข้อวิจารณ์ของเขาก็น่ารับฟัง

ความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการเขียน

McCloskey (1985) เสนอบทความเรื่อง Economical Writing ลงตีพิมพ์ในวารสาร Economic Inquiry เมื่อหลายปีก่อน (พิมพ์เป็นหนังสือในตอนหลัง) เพื่อแนะนำเทคนิคการเขียนงานวิชาการด้านเศรษฐศาสตร์ มีหลักการหลายข้อ ผู้เขียนเห็นว่าเป็นประโยชน์สำหรับนักศึกษา และผู้ที่สนใจในแวดวงสังคมศาสตร์ ซึ่งน่าจะใช้เป็นแนวทางการเขียนในภาษาไทยได้ จึงนำหลักการเขียนบางส่วนมาถ่ายทอดโดยย่อ และยกตัวอย่างเพิ่มเติม ผู้อ่านอย่าได้คิดว่า ผู้เขียนเป็นผู้รู้และเชี่ยวชาญการเขียน เพราะผู้เขียนเพียงแต่นำหลักการที่ McCloskey สรุปไว้แล้วมาบางส่วนเพื่อบอกผู้อ่านดังนี้

ผู้อ่านงานของท่านคือใคร (Implied Reader)

ผู้อ่านงานวิชาการ ต้องเป็นบุคคลที่อยู่ในแวดวงเดียวกัน หรือใกล้เคียงกัน ถ้าท่านเขียนงานให้กับคนหลายกลุ่มอ่าน การใช้ถ้อยคำของท่านจะไม่มีประสิทธิภาพ เช่น ถ้าท่านต้องการศึกษาภาวะอุตสาหกรรมน้ำมันดิบ ซึ่งต้องเกี่ยวข้องกับทั้งผู้ซื้อผู้ขาย ไม่จำเป็นต้องอธิบายว่า น้ำมันดิบ มีสีดำและติดไฟ ดังนั้น ถ้าเขียนเพื่อหลายกลุ่ม การเขียนของท่านจะยากขึ้น เพราะกลัวกลุ่มนี้กลุ่มนั้นไม่เข้าใจ ต้องโยงคำอธิบายไปมา

การเขียนแสดงถึงวิธีการคิด (Writing is thinking) ถ้าท่านต้องการหาคำตอบในสิ่งใด แต่มีเวลาคลุกคลีกับมันน้อย ความคิดก็ไม่เกิด พอความคิดไม่เกิด การเขียน จะไม่ไปไหน ดังนั้น คิดอะไรได้จดไว้ก่อน อย่ากังวลเรื่องความสละสลวย วันหน้าค่อยมารื้อ แล้วปรับปรุงได้

หลักการเขียนความหลากหลาย (Elegant Variation) ไม่ควรใช้คำหลายคำ เพื่อสื่อความหมายอย่างเดียวกัน ดังนั้นต้องเลือกใช้คำใดคำหนึ่ง ยกตัวอย่างคำว่า ประชาชน ผู้บริโภค ผู้ใช้แรงงาน คนงาน อีกกลุ่มได้แก่ ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ นายจ้าง นายทุน เป็นต้น

McCloskey (1985, p.209) ยกตัวอย่างบทความเกี่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจ (Economic Development) เนื้อหาในสองหน้าเต็มไปด้วยคำว่า "industrialization" "growing structural differentiation" "economic social development" "development" "economic growth" "revolutionized means of production" ซึ่ง McCloskey เดาว่าผู้เขียนคำเหล่านี้อาจไม่รู้ด้วยซ้ำว่าหมายถึงอะไร

ตัวอย่างใน Flesch (1974, 25-26) "The Dow-Jones industrial average tumbled 13.14 points to finish battered and weary, at 825.86- the lowest of the day. This carried the blue-chip indicator down to its poorest close since last Dec. 23, when it finished at 823.11." Flesch เห็นว่า ผู้เขียนไม่ต้องการกล่าวถึงคำว่า "Dow-Jones industrial average" ซ้ำอีก จึงใช้คำใหม่ว่า "the blue-chip indicator" แต่ Flesch เสนอให้ใช้คำว่า "it" แทนก็ได้

ความชัดเจน (Clarity) คำว่า "Clarity" มีความหมายต่างจาก "Precision" งานของนักเศรษฐศาสตร์ส่วนใหญ่มักเข้าข่าย "Precision" การเขียนให้ชัดเจน ต้องระวังไม่ให้ผู้อ่านเข้าใจผิดด้วย McCloskey อ้าง Christopher Morley ที่ว่า "The rule of clearness is not to write so that the reader can understood, but so that he cannot possibly misunderstand." (p.191)

การพิจารณาว่าชัดเจนหรือไม่ชัดเจน ท่านเขียนแล้วลองอ่านดูว่า งงเองหรือไม่ ถ้างง ต้องลงมือแก้ไข เพราะคนอ่านเป็นลูกค้าของท่าน ถ้าโครงสร้างของประโยคไม่ชัดเจน การอ่านงานของท่านจะสะดุด (มีหลายคนบ่นว่าอ่านงานของนักวิชาการไม่ค่อยเข้าใจ อาจเป็นเพราะไม่ได้เป็นกลุ่มเป้าหมายของผู้เขียน) ผู้เขียนเสนอว่า ควรเรียนรู้จากคนอื่น แล้วนำมาปรับปรุงงานเขียนของท่าน โดยลองอ่านบทความ อาจจะ เป็นวิชาการหรือเรื่องจิปาะะ อ่านตรงไหนไม่เข้าใจ ชิดเส้นใต้ไว้ แล้วลองค้นหาสาเหตุว่า ทำไมท่านถึงไม่เข้าใจ เพราะอะไร คนเขียนต้องการสื่ออะไร แล้วถ้าจะแก้ไขให้ดีขึ้น ท่านจะเรียบเรียงประโยคใหม่หรือทั้งย่อหน้านั้น อย่างไร เมื่อท่านปฏิบัติอย่างนี้สม่ำเสมอ จะพบว่า การเขียนของท่านย่อมดีกว่าเดิมแน่นอน

หลายคนเคยท้วงติงผู้เขียนว่า เรื่องการเขียนนั้นสอนกันไม่ได้ ผู้เขียนก็ยอมรับว่าสอนไม่ได้ แต่ความรู้ในเรื่องนี้นั้นเกิดขึ้นได้ ถ้าเมื่อใดที่ท่านดูบทความคนอื่น เกี่ยวกับอะไรก็ได้แล้วแต่ เห็นประโยคยาวเยิ่นเย้อ เกิดความรู้สึกว่า อยากตัดคำนั้นต่อคำนี้อยู่รำไปแล้วละก็ แสดงว่า ภูมิความรู้ด้านการเขียนเริ่มเกิดขึ้นแล้ว ส่วนทักษะการเขียนยิ่งงอกเงยมากขึ้นเมื่อท่านได้ลงมือเขียนอย่างสม่ำเสมอ

การเป็นนักเขียน ลำคัญพอๆ กับการเป็นนักอ่าน การอ่านทำให้ได้แนวความคิด จงสะสมแนวความคิดเกี่ยวกับเรื่องที่ท่านต้องการเขียน โดยบันทึกไว้ ย่อมดีกว่าการจดจำ McCloskey เสนอให้จดไว้ในการ์ด นักสังคมวิทยาชื่อดังอย่าง C. Wright Mills เขียนบทความเรื่อง "On Intellectual Craftsmanship" โดยเริ่มมาจากการร่างแนวคิดไว้ในการ์ดหลายๆ ใบ และเก็บไว้ในแฟ้ม (p.196)

นักเศรษฐศาสตร์ท่านหนึ่งที่ผู้เขียนเคารพนับถือ เล่าให้ฟังว่า ท่านมักพกการ์ดคิดตัวเสมอ เมื่อพบเห็นตัวอย่างในเรื่องใดก็จดไว้ เมื่อยามอ่านหนังสือพิมพ์ เห็นตัวอย่างอะไร ที่เป็นประโยชน์ต่อการเขียน และนำไปยกตัวอย่างในชั้นเรียนได้ จะรีบจดไว้ก่อนเสมอ แล้วค่อยนำไปร้อยเรียงเพิ่มเติม ข้อคิดที่ได้จากการอ่าน ก็คือ บทความที่ท่านอ่านพบ อาจมีเนื้อหาต่างๆ ซึ่งมาจากหลายย่อหน้า มาจากหลายประโยค และมาจากหลายคำ การเขียนร่างแรกอย่ากังวลถึงความสละสลวย เขียนเป็นกลุ่มคำสั้นๆ ไว้ แล้วค่อยมาเรียบเรียงในวันหน้า ขอแค่เพียงเขียนร่างไว้ก่อนแต่เนิ่น ย่อมดีกว่ามาเร่งเขียนในตอนหลัง เรื่องการเขียนมันมีเวลาเหมาะสมของมัน และการเขียน คือ การเขียนซ้ำ (Writing is rewriting again and again. และจะกี่ again ก็ได้) สามารถปรับปรุงให้ดีขึ้นกว่าเดิมได้ ถ้าท่านมีเวลาพอ จนกว่าท่านจะพอใจ เพราะฉะนั้นการเขียนมีต้นทุนสูง (Opportunity Cost) ท่านต้องเสียสละเวลาทำอย่างอื่น เพื่อมาขัดเกลาประโยค และการใช้ถ้อยคำ เสียโอกาสใช้เวลาในตอนนี้อยู่กับครอบครัว หรือทำกิจกรรมอื่นๆ

ใช้ประโยค ประธาน กิริยา กรรม และส่วนขยายที่จำเป็น จงใช้ประโยค "ใคร ทำอะไร ที่ไหน อย่างไร" งานวิชาการส่วนใหญ่ก็ไม่ค่อยมี

ประธาน มีแต่กิริยา กรรมและส่วนขยาย ราวกับว่าถูกเขียนโดยใครคนหนึ่ง (ยกตัวอย่าง "ด้วยเหตุนี้งานวิจัยชิ้นนี้จึงเลือกศึกษาตัวแปร..." หรือ "ในรายงานการศึกษานี้จะทำการศึกษา")

บางครั้งการเขียนไม่ค่อยราบรื่นขณะเขียน ต้องปลีกวิวก อย่าดูโทรทัศน์ อย่ากินขนมขบเคี้ยว ถ้าเขียนไม่ออก ต้องเปลี่ยนอิริยาบถ เช่น เหลา ดินสอ (Ernest Hemingway เขียนหนังสือด้วยดินสอ 40 แท่ง ระหว่างเหลา ก็คิดไป แล้วลงมือเขียนเรื่อยๆ พอคิดไม่ออก ก็เหลาดินสอใหม่) และจงคิดเสียว่า กำลังอธิบายให้เพื่อนฟัง เพราะการเขียนก็เหมือนการพูด (writing is talking) เขียนเสร็จแล้วลองเปล่งเสียงอ่านทวนดังๆ เพื่อจะได้รู้ว่าเข้าท่าแล้วหรือยัง

หลีกเลี่ยงการเขียนเกริ่นนำบ่อย สรุบบ่อย (Boilerplate) เศรษฐศาสตร์ว่าด้วยการเขียน ก็คือการประหยัดถ้อยคำ หลีกเลี่ยงการเกริ่นนำบ่อย สรุบบ่อย หรือคอยกล่าวอยู่เรื่อยๆ เนื้อหาต่อไปจะเป็นอย่างไร เช่น "หรือกล่าวอีกนัยอย่างหนึ่ง" "ดังคำอธิบายข้างล่างต่อไปนี้" อาจมีบางคนแย้งว่า เพื่อเป็นการบอกทิศทาง (Road map) แก่ผู้อ่าน แต่ McCloskey เห็นว่า การใช้คำเหล่านั้นเป็นทิศทางสำหรับคนเขียนมากกว่า (p.203)

จงรักษาระดับให้สม่ำเสมอ บางครั้งท่านอาจเขียนเรื่องราวให้ผู้ที่ไม่เคยทราบมาก่อนได้อ่าน ฟังเสียงอารมณ์ที่แสดงความรู้สึกไม่พอใจคนอื่นเช่น "แนวคิด... ไม่มีเหตุผล" "ไม่มีหลักฐานชัดเจน มาสนับสนุนแนวนโยบายนี้" "เป็นข้อสันนิษฐานที่ไม่มีสาระ" เป็นต้น

แต่ละย่อหน้าควรมีประเด็น จะมี 2-3 ประเด็นก็ได้ แต่มีข้อแม้ว่าแต่ละย่อหน้าหรือแต่ละประโยคอย่ายาวหรือสั้นเกินไป ยาวเกินไป สั้นเกินไป

ไป จะรู้ได้อย่างไร

"สั้น" มักขึ้นย่อหน้าบ่อย ถ้าสามารถนำมาต่อได้ ก็นำมาต่อกัน งานเขียนขึ้นย่อหน้าบ่อยๆ คนเขียนอาจไม่รู้สึกละไร แต่คนอ่านมีความรู้สึกว่าการขัดจังหวะด้วยย่อหน้าบ่อยเกินไป และแต่ละย่อหน้าก็เป็นประเด็นเดียวกัน น่าจะรวมกันได้

"ยาว" รู้ได้ว่ายาว เมื่ออ่านประโยคหรือย่อหน้าใดแล้วต้องถอนหายใจ ยังมีหลายประเด็นในย่อหน้าเดียวกัน ผู้อ่านจะรู้สึกว่าการหาแก่นเกินไปและไม่แน่คิดตาม

แต่ละย่อหน้าต้องมีความสัมพันธ์กันในลักษณะ (AB) (BC) (CD) เช่น ก่อนกล่าวถึงย่อหน้า C อาจกล่าวถึงความเชื่อมโยงใน B สักหน่อย แล้วค่อยกล่าวเรื่อง C เป็นต้น ซึ่งจะนำอ่านกว่าลักษณะ (ABZYX) (MNOP) แล้วต่อด้วย (BIJCLC) (p.208)

ไม่ควรใช้ข้อความในเชิงอรรถเพื่อทดแทนเนื้อหา โปรดใช้ข้อความในเชิงอรรถเพื่อบอกแหล่งที่มาของข้อมูล หรือบอกให้ผู้อ่านศึกษาเพิ่มเติมได้จากแหล่งใด มากกว่าจะใช้สำหรับเพิ่มคำอธิบายเพื่อทดแทนถ้อยคำในเนื้อหา ดังนั้นข้อความใดที่อ้างอิงอยู่ในเชิงอรรถ หากสามารถนำไปแทรกในเนื้อหาได้ ก็ควรยกไปใส่ในเนื้อหา

สำหรับการอ้างอิงในยุคนี้ McCloskey เห็นว่า การอ้างอิงหนังสือทั้งเล่ม โดยไม่บอกเลขหน้า ถือเป็นเรื่องง่าย เพราะผู้อ่านจะรู้เลยว่าผู้เขียนอ้างอิงจากส่วนใด โดยเขากล่าวถึงปัญหานี้ว่า "Citing whole books and articles is anyway a disease in modern economics." (p.207)

การเขียนเนื้อหา พึงระวังอย่านำข้อความบางตอนของคนอื่นมาเขียนเหมือนกับว่าเป็นความรู้สึกนึกคิดของตัวเอง (Plagiarism) การนำข้อ

ความบางตอนของคนอื่นมาบางส่วน ต้องใส่ไว้ในเครื่องหมายอัญประกาศ เช่น จากการศึกษาของระบุว่า..." (ปี., หน้า.) ถึงแม้ข้อความที่ยกมาอาจจะถูกต้องหรือไม่ถูกต้อง ได้รับการยอมรับหรือไม่เป็นที่ยอมรับในวงวิชาการ ท่านไม่ต้องเคียดแค้น ไม่ต้องรับผิดชอบ เพราะข้อความนั้นไม่ใช่ผลการศึกษาของท่าน หรือไม่ใช่สำนวนของท่านเอง

ทำตาราง กราฟ แผนผัง ให้สามารถอธิบายตัวมันเองได้ การทำตารางให้มีรายละเอียดพอ จะช่วยท่านเนื้อที่และเวลาในการเขียนคำอธิบาย เพราะบางครั้งผู้อ่านสามารถทำความเข้าใจตัวเลขในตารางได้เร็วกว่าการอ่านคำอธิบายของผู้เขียน และผู้เขียนก็ไม่จำเป็นต้องอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวเลขในตารางทุกปีหรือทุกช่วงเวลา เพียงแต่ตั้งข้อสังเกตและชี้ให้เห็นแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของตัวเลขในตาราง สิ่งสำคัญอย่าลืมคำอธิบายสัญลักษณ์ต่างๆ เส้นกราฟ กราฟแท่ง และแผนภูมิ รวมทั้งระบุหน่วย ระยะเวลา แหล่งข้อมูล **หลีกเลี่ยงคำบางคำ ที่หลายคนชอบเขียน** McCloskey ยกตัวอย่างคำที่ไม่ควรเขียนหรือใช้บ่อยๆ (p.215) เช่น

"the former...the latter" "the above" "the preceding" เพราะทำให้ผู้อ่านต้องย้อนกลับไปดูเนื้อหาก่อนหน้านี้บ่อยๆ

"interestingly" ซึ่งอาจน่าสนใจสำหรับคนเขียน แต่คนอ่านอาจรู้สึกเฉยๆ ใครที่ใช้คำนี้ McCloskey ถือว่าเป็น "Cheap ways of introducing irrelevant opinion."

"respectively" คำนี้พบมากในรายงานที่เต็มไปด้วยข้อมูลสถิติ รวมทั้งกรณีของไทยด้วย เช่น "สัดส่วนการบริโภค การลงทุน รายจ่ายรัฐบาล เทียบกับรายได้คิดเป็น 85%, 10%, 5% ตามลำดับ"

McCloskey แนะนำให้เขียนใหม่ว่า "สัดส่วนการบริโภคเทียบกับรายได้ คิดเป็น 85%, การลงทุน 10% และรายจ่ายรัฐบาล 5%" โดยไม่ต้องมีคำว่า "ตามลำดับ" (ประเด็นนี้อาจมีหลายท่านไม่เห็นด้วย ซึ่งก็แล้วแต่ความเห็นของแต่ละท่าน) ผู้เขียนขอยกตัวอย่างเพิ่มเติม เช่น "ในอดีตที่ผ่านมา" "ในอันที่จะมีผลทำให้" "ทั้งนี้เนื่องมาจากสาเหตุ" ดูเหมือนว่าสละสลวยแล้ว แต่คำเหล่านี้จัดอยู่ในคำฟุ่มเฟือย (redundancy) เพราะเป็นคำซ้ำ หรือมีส่วนขยายเกินความจำเป็น

ผู้อ่านคงสงสัยอยู่บ้างว่า พวกฝรั่งมีปัญหาการใช้คำฟุ่มเฟือยหรือไม่ ประเด็นนี้ Richard Lederer ยืนยันว่า มีแน่นอน ต่อไปนี้เป็นขมขื่น คำฟุ่มเฟือย (Lederer, 1992, pp.72-76)

- ป้ายหน้าโรงเรียนเอกชนแห่งหนึ่งบอกว่า "Private Property: No Trespassing Without Permission." ห้ามเข้าโดยไม่ได้รับอนุญาต Lederer เป็นครูสอนโรงเรียนเอกชนแห่งนี้ เจอป้ายปักอยู่หน้าโรงเรียนตั้งแต่ไปสมัครงานครั้งแรกแล้ว พอได้เข้าไปทำงาน ก็ขอให้ผู้บริหารลดค่าลง ปรากฏว่าผู้บริหารไม่ยอม ก็เลยนำมาล้อเลียนว่า "ผู้ที่มาเยี่ยมโรงเรียนเราทุกวันนี้ จะต้องได้รับอนุญาตเสียก่อน ค่อยให้บุกรุกเข้ามา เป็นเวลากว่าสามสิบปีมาแล้ว"

- Lederer ฟังวิทยุ ได้ยินผู้ดำเนินรายการกล่าวเปิดรายการตอนเช้าว่า "at ten a.m. in the morning"

- รายงานการค้าระหว่างประเทศ "Foreign import, Foreign export" "ไม่จำเป็นต้องใส่คำว่า Foreign เพราะ import และ export สื่อความหมายถึงต่างประเทศอยู่แล้ว"

- ข่าวยพยากรณ์อากาศ รายงานอุณหภูมิว่า "Minus ten degree below the zero"

- ป้ายโฆษณาฆ่าแมลง บอกสรรพคุณยาวว่า "Kill bugs dead"

- สถานอัครราชทูตไทยในกรุงวอชิงตันโฆษณาว่า "นี่คือการแสดงของ 'Totally, totally! nude live girls'"

- โรงแรมขอมอบส่วนลดพิเศษให้กับ "A honeymoon for two"

- มีผู้ส่งของขวัญให้ Lederer ข้อความในการ์ดระบุว่า "free gift" บางชิ้นบอกว่า "complementary free gift"

- หลายคนชอบใช้คำว่า at this time, at this point บางคนเพิ่มเติมว่า "at this point in time" ซึ่งคำหลังนี้ Lederer ไม่เข้าใจว่า ทำไมไม่ใช้คำว่า "now" แทนที่จะต้องใช้ตัวอักษรถึง 17 ตัว

การแก้ไขให้ดีขึ้น เป็นขั้นตอนสุดท้ายที่ทุกท่านต้องทำอยู่แล้ว ไม่ว่าจะเป็น การแทรกคำ เปลี่ยนคำ แก่คำผิด ลบประโยคเดิม ตัดคำที่ไม่จำเป็น โดยตัดแล้วไม่เสียใจความ ถ้าประโยคเดิมสั้นอยู่แล้ว ก็ต้องขยาย หากสั้นเกินไปจะไม่ได้ใจความ ผู้เขียนเองก็เผลอเขียนคำที่ไม่จำเป็นไว้ในบทความเต็มไปหมด เช่น คำว่า การ,จะ,ได้, ซึ่ง, ก็, อัน, ที่ ตอนหลังต้องลบออกไป เพราะขณะเขียนก็กำหนดกฎเกณฑ์อะไรไม่ได้ คิดอะไรได้ใส่ไปก่อน แล้วต้องเดือรื้อมาแก้ไข มีหลายครั้งที่ตัดออกไปมากแล้ว ก็ยังมีหลงเหลืออยู่

คำแนะนำจากนักปราชญ์ นักเขียนผู้โด่งดังชื่อ George Orwell อ่านงานของ Mark Twain เห็นว่า Twain มีกฎการเขียนของเขาอยู่หลายข้อ แต่ Orwell รวมเป็น 6 ข้อด้วยกัน ดังนี้

- 1) หลีกเลี่ยงการอุปมาอุปมัย (Metaphor)
- 2) อย่าใช้คำยาว ถ้ามีคำสั้นอยู่แล้ว ให้ใช้คำที่สั้นกว่า
- 3) ตัดคำที่ไม่จำเป็น และจงตัดเสมอๆ

4) อย่าใช้ประโยค passive ถ้าหากใช้ active ได้

5) หลีกเลี่ยงการเขียนทับศัพท์เทคนิค (Jargon) ถ้ามีคำพุทธธรรมคำใช้แทนได้

6) หากไม่ทำตามทั้ง 5 ข้อ คุณภาพการเขียนจะด้อยลงไปถนัด ซึ่ง Orwell ถึงกับกล่าวว่า "Break any of these rules sooner than say anything outright barbarous."

ทั้งหมดเป็นหลักการโดยย่อจาก McCloskey ซึ่งเขาคิดหวังไม่ได้ว่า บรรณาธิการวารสารชั้นนำในสมัยนี้ ไม่ได้ทิ้งดิงคนเขียนให้ทำตามคำแนะนำของ Orwell เท่าที่ควร แต่ก็มีผู้วิจารณ์ เช่น Jack High เห็นว่า การเขียนตามหลักการที่เสนอมามีต้นทุนสูง คงไม่มีใครพิถีพิถันอย่าง McCloskey และขอให้ผู้เขียนชั่งประโยชน์และต้นทุนของการเขียนอย่างสมบูรณ์แบบให้คิด คนที่พิถีพิถันมาก เพราะได้รับคำตอบแทนคุ่มคำ คล้ายกับบอกว่า ความพิถีพิถันอาจไม่คุ้มค่าสำหรับทุกคน

McCloskey ไม่ได้ตอบได้อะไรมาก เพียงแต่บอกว่า งานของบรรณาธิการยุ่งยากขึ้นก็เพราะต้องประเมินและคัดเลือบทความที่เขียนมาอย่างลวกๆ บางครั้งก็ปล่อยให้ตีพิมพ์โดยไม่ให้ผู้เขียนปรับปรุงแก้ไข ทั้งที่หลายกรณีผู้เขียนสามารถแก้ไขโดยมีต้นทุนเพิ่มขึ้นไม่มากนัก ดังนั้น ตลาดการตีพิมพ์จึงมีปัญหาความล้มเหลว (Market Failure) เพราะบรรณาธิการไม่สามารถผลัดภาระต้นทุนในการแก้ไขไปยังผู้เขียน (Private Cost) ให้สูงมากเท่ากับต้นทุนในการแก้ไขโดยกองบรรณาธิการ McCloskey เชื่อว่า การเขียนอย่างพิถีพิถัน อย่างน้อยก็ให้ผลตอบแทนส่วนตัว (privately profitable) อยู่

แล้ว ซึ่งคงหมายถึงความสบายใจที่ไม่มีข้อผิดพลาดตกหล่น ตอนหลัง Thomas E. Borchering บรรณาธิการวารสาร Economic Inquiry ในขณะนั้น เห็นว่า High เข้าใจผิดที่คิดว่าผู้พิถีพิถันในการเขียน เพราะได้คำตอบแทนคุ่มคำ ทั้งที่จริงแล้วคำแนะนำเหล่านั้นเป็นประโยชน์อยู่ไม่น้อย แต่ Borchering ตัดใจช็อกกล่าวหาของ McCloskey ตรงที่ว่า ถ้าหากบรรณาธิการวารสารเศรษฐศาสตร์ทุกฉบับที่แข่งกันกันตีพิมพ์ในทุกวันนี้ ไม่ได้ทำตามคำแนะนำของ Orwell แล้ว จะอยู่รอดมาถึงปัจจุบันได้อย่างไร

ผู้เขียนเห็นว่า คำแนะนำเกี่ยวกับเทคนิคการเขียนของ McCloskey ไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะงานเขียนในแวดวงเศรษฐศาสตร์ แต่ผู้เขียนในสาขาอื่นๆ จะได้รับประโยชน์ไปด้วย ผู้เขียนเองพยายามทำตามคำแนะนำเหล่านี้มาตลอด แต่ยังไม่ประสบความสำเร็จ ฉะนั้นผู้อ่านจงอย่าได้ประหลาดใจ ถ้าพบว่าเนื้อหาบางส่วนในบทความนี้อาจขัดกับคำแนะนำของเขายู่หลายข้อก็ได้

ในท้ายที่สุดผู้เขียนยอมรับว่า ได้ประโยชน์จากการติดตามอ่านงานของเขา และต้องติดตามอ่านงานเขียนของนักภาษาศาสตร์ที่เขาชื่นชม และแนะนำให้อ่านงานของอีกหลายคนเช่น Jacques Barzun, Sir Ernest Gowers, Richard Lanham, Joseph M. Williams, William Strunk Jr. and E.B. White, Donald Hall ซึ่งหลายท่านอาจจะคุ้นเคยอยู่ก่อนแล้ว นอกจากนี้ผู้เขียนขอเพิ่มเติมอีก 3 คน ได้แก่ Theodore Bernstein, Rudolf Flesch, William Zinsser ขอเชิญชวนผู้ที่กำลังสนใจด้านการเขียน ฟังงานของท่านเหล่านี้มาพลิกอ่านโดยพลัน

Bibliography

- Blaug, Mark. (1985). *Great economists since Keynes : an introduction to the lives & works of one hundred modern economists*. Brighton, Sussex : Wheatsheaf Books.
- Borcherding, Thomas E. (1987, July). Managing Editor's Comment on High and McCloskey. *Economic Inquiry*, 25, pp. 723-725.
- Colander, David and Klammer, Arjo. (1987, Fall). The Making of an Economist. *Journal of Economic Perspectives*, 1, 2, pp. 95-111.
- Flesch, Rudolf Ranz. (1974). *How to say what you mean in plain English*. New York : Harper & Row.
- High, Jack C. (1987, July). The Costs of Economical Writing. *Economic Inquiry*, 25, pp. 543-545.
- Landsburg, Steven E. (1993). *The armchair economist : economics and everyday life*. New York : The Free Press.
- _____. (1992). *Price theory and applications*. (2nd ed.). Fort Worth : The Dryden Press.
- Lederer, Richard. (1991). *The miracle of language*. New York : Pockets Books.
- McCloskey, D. (1985, April). Economical Writing. *Economic Inquiry*, 23, pp.187-222.
- _____. (1987, July). Reply to Jack High. *Economic Inquiry*, 25, pp.547-548.
- _____. (1998). *The rhetoric of economics*. (2nd ed.). Madison, Wis. : University of Wisconsin Press.
- _____. (2002). *The secret sins of economics*. Chicago : Prickly Paradigm Press.
- _____. (1996). *The vices of economists, the virtues of the bourgeoisie*. Amsterdam : Amsterdam University Press.
- _____. (1987). *The writing of economics*. New York : Macmillan.
- Roberts, Russell D. (1994). *The choice : a fable of free trade and protectionism*. Englewood Cliffs : Prentice Hall.

ตัวชี้วัดคุณภาพชีวิตของประชากรตามแนวชายแดน

*พันตำรวจตรีหญิงลดาวัลย์ ชาติไทย

การวัดความเจริญก้าวหน้าของสังคมอาจจะเป็นสิ่งที่ค่อนข้างยากและเป็นเรื่องของอุดมคติค่อนข้างมาก เพราะในขณะที่เราพยายามจะวัดหรือชี้อะไรบางอย่างแก่สังคมนั้น สังคมก็มีความพลวัตเปลี่ยนแปลงไปอยู่ทุกเมื่อเชื่อวัน ได้มีความพยายามในการกำหนดกรอบสำหรับเครื่องชี้วัดคุณภาพชีวิต และสังคมให้เป็นสากล ปรากฏว่าตัวบ่งชี้ดังกล่าวยังไม่ครอบคลุมเนื้อหาทางสังคมอย่างทั่วถึง หรือรายละเอียดในมิติของตัวชี้วัดมีลักษณะซ้ำซ้อน หรือมีมิติการการวัดที่คล้ายกันหรือใกล้เคียงกัน ทั้งเครื่องมือชี้วัดคุณภาพชีวิตและสังคมแบบสากล หรือแบบไทยยังคงมีข้อวิจารณ์ว่าไม่ครอบคลุมมิติทางสังคมไทยอย่างทั่วถึง การศึกษาในครั้งนี้จึงต้องการสนับสนุนแนวความคิดของการสร้างตัวชี้วัดคุณภาพชีวิตโดยให้ประชาชนในชุมชนมีส่วนร่วมในการกำหนดด้วยตนเอง บนพื้นฐานของความแตกต่างกันของแต่ละชุมชนทั้งทางภูมิประเทศ ภาษาขนบธรรมเนียมวัฒนธรรม ของประชาชนที่อยู่ตามแนวชายแดนติดกับประเทศเพื่อนบ้านทั้ง 4 ประเทศ เป็นพื้นที่ที่มีการเข้าออกหรือร่วมอยู่อาศัยของคนหลายเชื้อชาติ

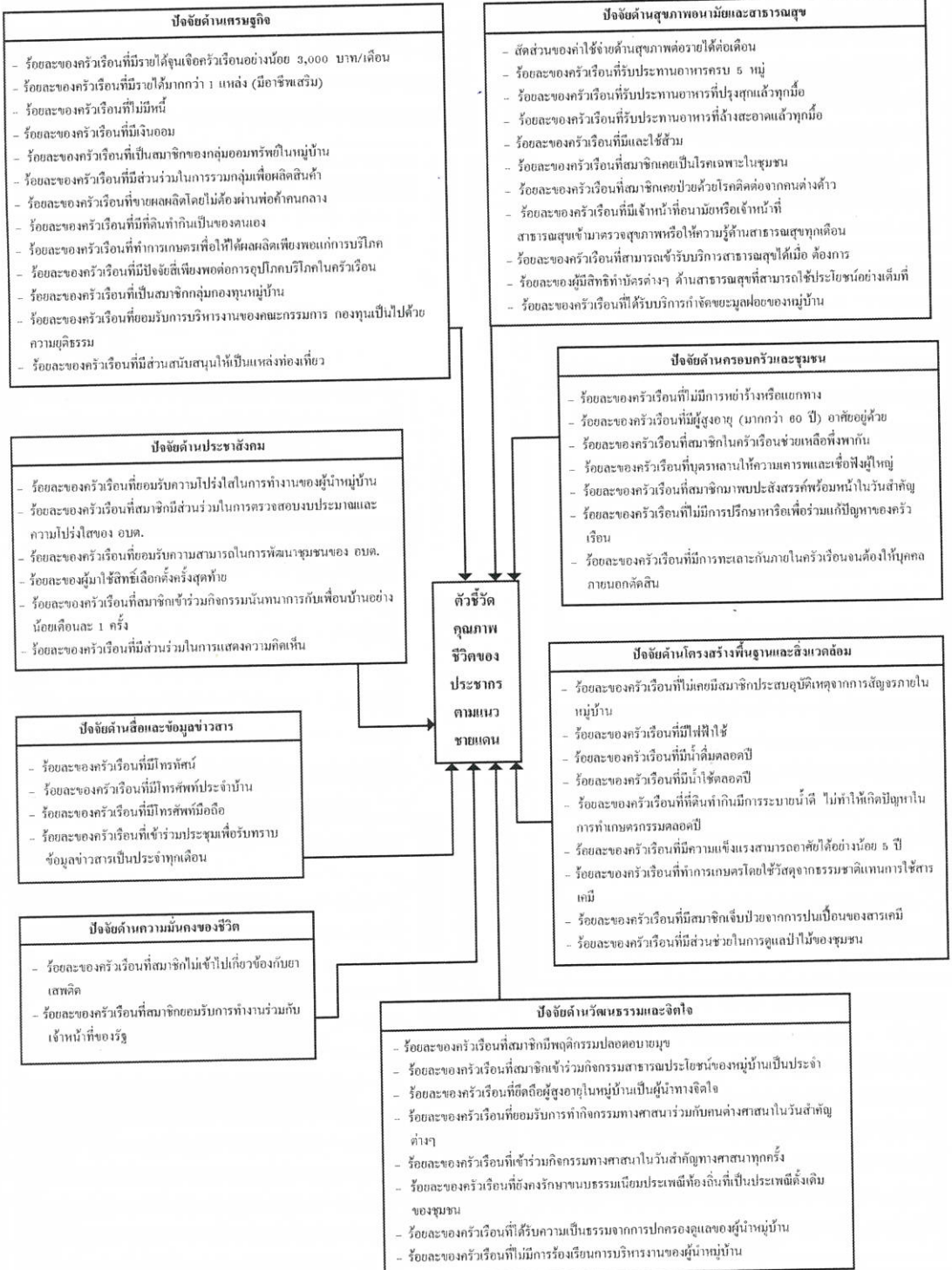
มีความหลากหลายทางภาษา วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี การจัดทำตัวชี้วัดมุ่งหวังให้ใช้กระบวนการจัดทำแบบมีส่วนร่วม และใช้ตัวชี้วัดเป็นเครื่องมือสร้างกระบวนการพัฒนาไปในตัว ตัวชี้วัดที่สร้างขึ้นนี้จะแตกต่างไปจากตัวชี้วัดที่รัฐบาลใช้อยู่ การจัดทำตัวชี้วัดระดับชุมชนนี้จะเปิดโอกาสให้เกิดการมีส่วนร่วมได้มากกว่าระดับชาติ สมาชิกของชุมชนมีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และกำหนดประเด็นที่เหมาะสมสำหรับนำมาใช้ติดตามผลลัพธ์ และกระบวนการพัฒนาได้ เพื่อศึกษาศักยภาพในการเรียนรู้ให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยทำการกำหนดประเด็นเนื้อหาการวิจัยเบื้องต้นไว้ 9 ด้าน คือ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสุขภาพอนามัย และสาธารณสุข ด้านการศึกษา ด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งแวดล้อม ด้านครอบครัวและชุมชน ด้านวัฒนธรรมและจิตใจ ด้านประชาสังคม ด้านสื่อและข้อมูลข่าวสาร และด้านความมั่นคงของชีวิต เข้าไปศึกษาในครัวเรือนที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านติดแนวชายแดนไทยด้าน ไทย-พม่า ไทย-ลาว ไทย-กัมพูชา และไทย-มาเลเซีย โดยในขั้นตอนแรกได้ดำเนินการ

สร้างตัวชี้วัดคุณภาพชีวิตโดยใช้เทคนิคการสนทนากลุ่ม (Focus Group) และการสัมภาษณ์ (Interview) เลือกหมู่บ้านที่อยู่ติดแนวชายแดนทั้ง 4 ด้านๆ ละ 2 หมู่บ้าน รวม 8 หมู่บ้าน เมื่อได้ตัวชี้วัดคุณภาพชีวิตมาเรียบร้อยแล้ว จึงนำมาสร้างเป็นแบบสอบถาม นำไปใช้สัมภาษณ์ครัวเรือนในหมู่บ้านที่ตกเป็นกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ชายแดน จำนวน 1,114 ครัวเรือน เพื่อนำมาวิเคราะห์จำแนก (Factor Analysis) กลุ่มตัวชี้วัดคุณภาพชีวิตที่ได้ และวิเคราะห์จำแนกประเภท (Discriminant Analysis)

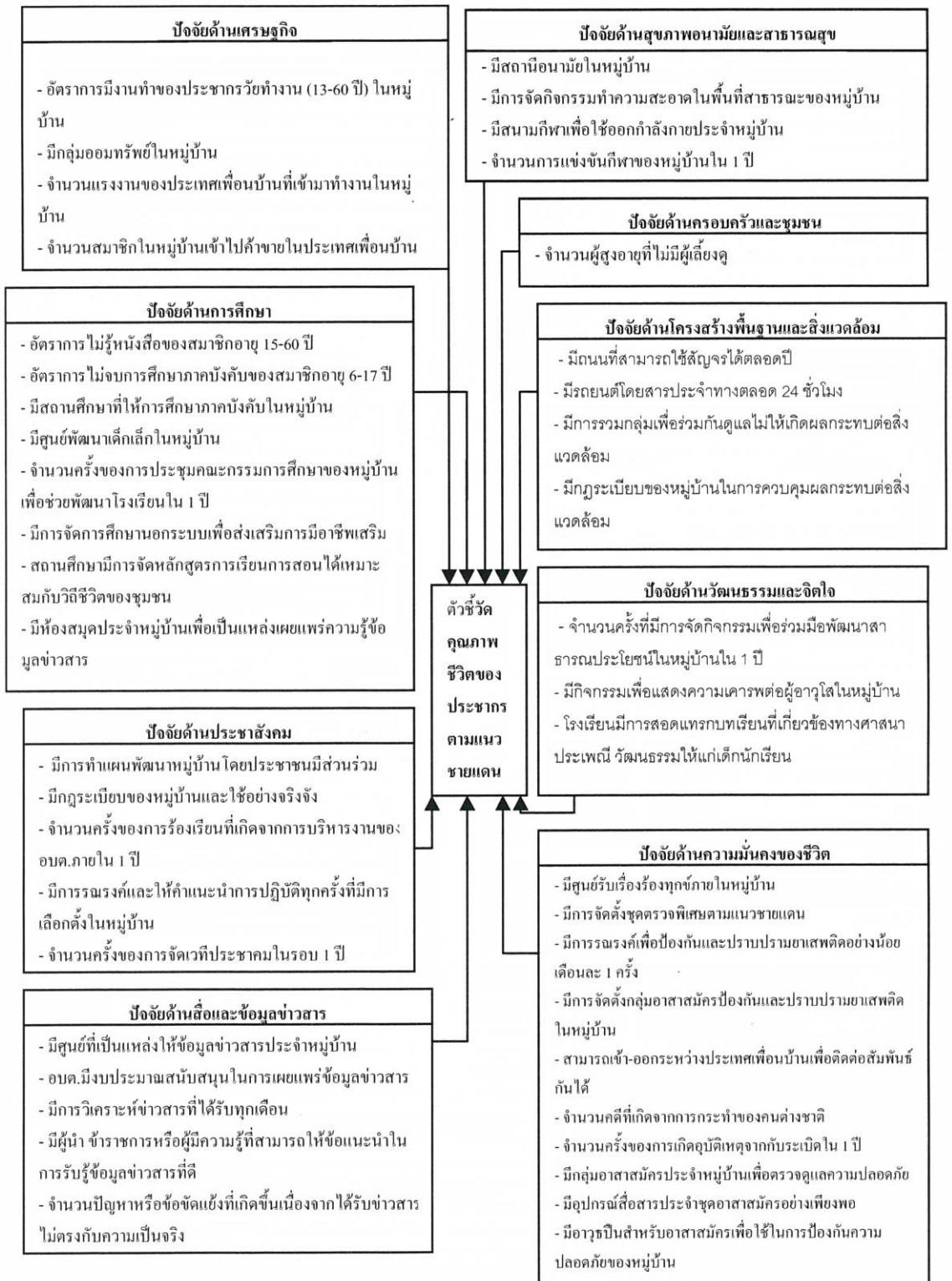
เพื่อค้นหากลุ่มตัวชี้วัดคุณภาพชีวิตที่มีความสำคัญในการบ่งบอกการมีคุณภาพชีวิตตามแนวชายแดนไทย

ผลการศึกษาได้ตัวแบบตัวชี้วัดคุณภาพชีวิตของประชากรตามแนวชายแดนทั้งหมด 104 ตัวชี้วัด ซึ่งเป็นตัวชี้วัดในระดับครัวเรือน จำนวน 60 ตัว และตัวชี้วัดระดับหมู่บ้าน จำนวน 44 ตัว เมื่อนำมาวิเคราะห์จำแนกกลุ่มตัวแปร ปรากฏว่าตัวชี้วัดคุณภาพชีวิตของประชากรตามแนวชายแดน จำแนกกลุ่มได้ทั้งสิ้น 42 ตัวชี้วัด ดังนี้

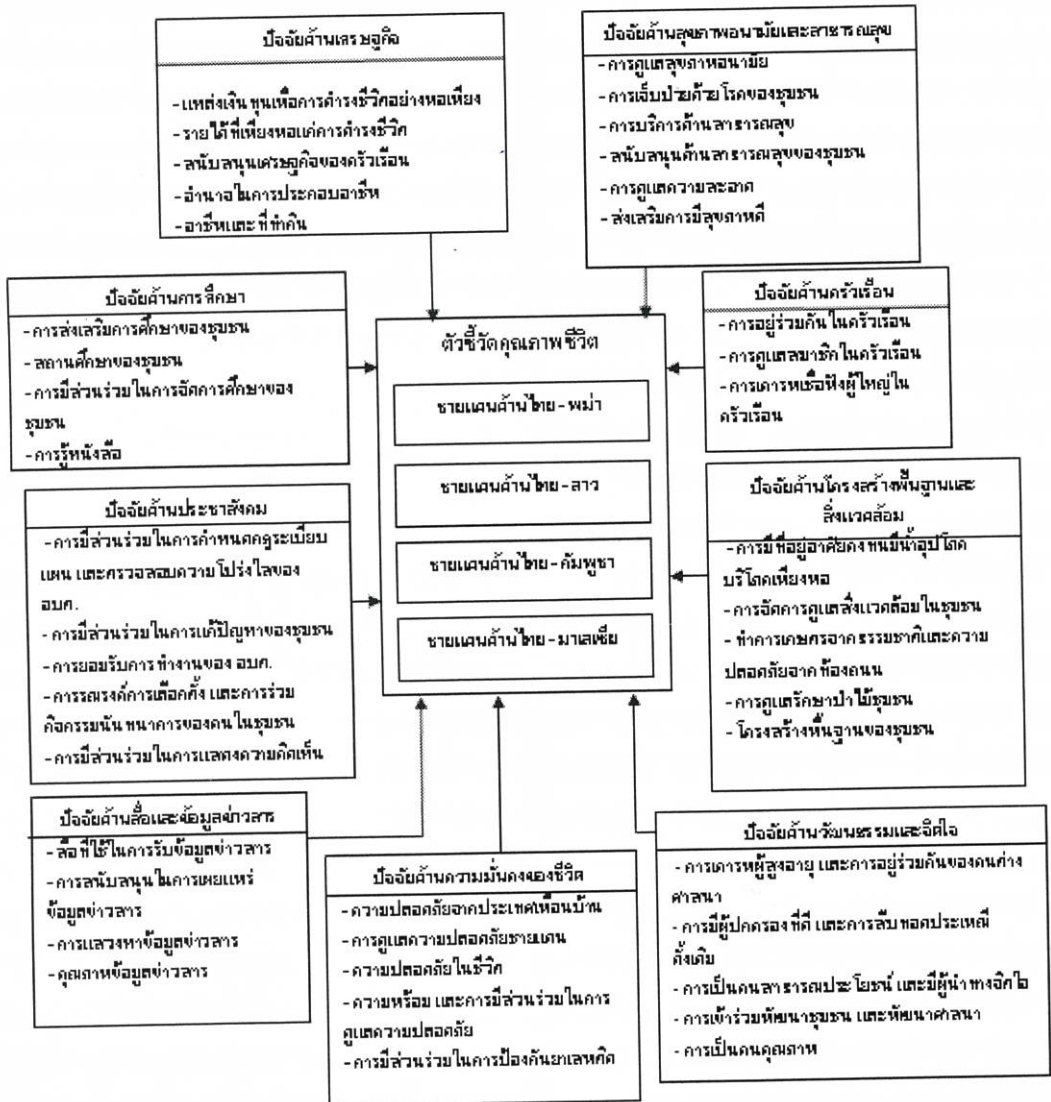
ตัวชี้วัดคุณภาพชีวิตของประชากรตามแนวชายแดนระดับครัวเรือน



ตัวชี้วัดคุณภาพชีวิตของประชากรตามแนวชายแดนระดับหมู่บ้าน



ตัวชี้วัดคุณภาพชีวิตของประชากรตามแนวชายแดนระดับหมู่บ้าน



เมื่อนำตัวชี้วัดคุณภาพชีวิตของประเทศไทย (จปฐ.) มาเปรียบเทียบกับตัวชี้วัดคุณภาพชีวิตของประชากรตามแนวชายแดน ด้านต่างๆ พบว่า ด้านเศรษฐกิจ ตรงกับหมวด "รายได้" ของจปฐ. จะพบว่าตัวชี้วัดคุณภาพชีวิตของประชากรตามแนวชายแดนแสดงถึงการมีคุณภาพชีวิตที่ดีจะต้องประกอบด้วยปัจจัยที่มากกว่าการมีอาชีพ รายได้ และเงินออม แต่จะต้องมีแหล่งเงินทุนเพื่อการ

ดำรงชีวิตอย่างพอเพียง การมีรายได้ที่เพียงพอแก่การดำรงชีวิต มีการสนับสนุนเศรษฐกิจของครัวเรือนจากการไม่มีหนี้สิน มีการรวมกลุ่มผลิตสินค้าของชุมชน มีอำนาจในการประกอบอาชีพโดยไม่ต้องขายสินค้าผ่านพ่อค้าคนกลาง การเข้ามาของแรงงานต่างชาติ ต้องการมีอาชีพเสริม และมีที่ดินทำกินเป็นของตนเอง ด้านสุขภาพอนามัยและสาธารณสุข ตรงกับหมวด "สุขภาพดี" ของ จปฐ. มีตัวชี้วัดที่

แตกต่างกัน เนื่องจากตัวชี้วัดของ จปฐ.จะเน้นการดูแลสุขภาพตามกลุ่มประชากร เช่น กลุ่มหญิงมีครรภ์ หญิงคลอดบุตร เด็กแรกเกิด จนถึงอายุ 12 ปี แต่ตัวชี้วัดคุณภาพชีวิตของประชากรตามแนวชายแดนให้ความสนใจกับการดูแลสุขภาพอนามัย การส่งเสริมการมีสุขภาพดี การเจ็บป่วยด้วยโรคเฉพาะในชุมชน หรือโรคติดต่อจากคนต่างชาติ เน้นการเข้าถึงบริการ และการสนับสนุนด้านสาธารณสุขของชุมชน ตลอดจนการดูแลสุขภาพสะอาดของอาหาร และหมู่บ้าน ด้านการศึกษา ตรงกับหมวด "ฝึกฝนการศึกษา" ของ จปฐ. มีความเหมือนกันตรงต้องการให้เด็กได้ศึกษาในระดับการศึกษาภาคบังคับ การอ่านออกเขียนได้ แต่มีความต้องการเพิ่มเติมในเรื่อง การส่งเสริมการศึกษาของชุมชนด้วยการมีแหล่งเผยแพร่ความรู้ การศึกษานอกระบบ มีสถานศึกษาทั้งในระดับเด็กก่อนวัยเรียน และการศึกษาภาคบังคับ โดยชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาที่สอดคล้องกับวิถีชีวิต ด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งแวดล้อม ตรงกับหมวด "มีบ้านอาศัย" ของ จปฐ. มีความเหมือนกันตรงต้องการมีความมั่นคงในที่อยู่อาศัย มีน้ำอุปโภคบริโภคอย่างพอเพียง การปลอดภัยจากอุบัติเหตุ และไม่เจ็บป่วยจากสารเคมีหรือมลพิษ แต่มีความต้องการเพิ่มเติมในเรื่องการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมในชุมชน การรวมกลุ่มและออกกฎระเบียบเพื่อดูแลสิ่งแวดล้อม การส่งเสริมการเกษตรธรรมชาติ การดูแลรักษาป่าไม้ของชุมชน และความต้องการโครงสร้างพื้นฐานทั้ง ไฟฟ้า ถนน และรถยนต์โดยสารในชุมชน ด้านครัวเรือน ตรงกับหมวด "มีบ้านอาศัย" ของ จปฐ. มีความเหมือนกันตรงต้องการให้ครัวเรือนมีความอบอุ่น แต่มีรายละเอียดของความอบอุ่นเพิ่มเติมในเรื่อง การไม่หย่า

ร้างหรือแยกทาง การปรึกษาแก้ปัญหาในครัวเรือน การดูแลสุขภาพในครัวเรือนโดยเฉพาะผู้สูงอายุ มีการพบปะสังสรรค์และพึ่งพากันได้ ตลอดจนการเคารพเชื่อฟังผู้ใหญ่ในครัวเรือน ด้านวัฒนธรรมและจิตใจ ตรงกับหมวด "ปลูกฝังค่านิยมไทย" ของ จปฐ. มีความเหมือนกันตรงต้องการคนที่มีคุณภาพ ปลอดอบายมุข ร่วมทำกิจกรรมทางศาสนา ดูแลเอาใจใส่ผู้สูงอายุ แต่ตัวชี้วัดคุณภาพชีวิตของประชากรตามแนวชายแดนไม่ให้ความสนใจคนพิการ และมีความต้องการเพิ่มเติมในเรื่อง การเคารพผู้สูงอายุ การอยู่ร่วมกันของคนต่างศาสนา การมีผู้ปกครองชุมชนที่ดี มีการสืบทอดประเพณี วัฒนธรรมดั้งเดิม ร่วมกันพัฒนาชุมชน พัฒนาศาสนา และเป็นคนสาธารณะประโยชน์ ด้านประชาสังคม ตรงกับหมวด "ร่วมใจพัฒนา" ของ จปฐ. มีความเหมือนกันตรงต้องการมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาของชุมชน มีการรวมกลุ่ม ได้แสดงความคิดเห็น เข้าร่วมกิจกรรมสาธารณะของชุมชน และได้ไปใช้สิทธิในการเลือกตั้ง แต่มีความต้องการเพิ่มเติมในเรื่อง การมีส่วนร่วมในการกำหนดกฎระเบียบของชุมชน ต้องการตรวจสอบความโปร่งใสเพื่อให้เกิดการยอมรับการทำงานของ อบต. การทำประชาคมเพื่อแก้ปัญหาของชุมชน ด้านสื่อและข้อมูลข่าวสาร ตรงกับหมวด "ฝึกฝนการศึกษา" ของ จปฐ. ต้องการเพียงครัวเรือนได้รับรู้ข่าวสาร แต่ตัวชี้วัดคุณภาพชีวิตของประชากรตามแนวชายแดนต้องการให้มีสื่อต่างๆ สำหรับรับข้อมูลข่าวสาร มีศูนย์ให้ข้อมูลข่าวสารในชุมชน ต้องการแสวงหาและร่วมรับทราบข้อมูลข่าวสารต่างๆ และต้องการข้อมูลข่าวสารที่มีคุณภาพไม่บิดเบือน และ ด้านความมั่นคงในชีวิต ตรงกับหมวด "มีบ้านอาศัย" ของ จปฐ. ซึ่งต้อง

การเพียงครัวเรือนมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน แต่ตัวชี้วัดคุณภาพชีวิตของประชากรตามแนวชายแดนมีความต้องการความปลอดภัยจากประเทศเพื่อนบ้านที่มีความสัมพันธ์กัน การยอมรับการทำงานของเจ้าหน้าที่ของรัฐในการดูแลความปลอดภัยตามแนวชายแดน ความปลอดภัยในชีวิตทั้งในเรื่องยาเสพติด กับระเบิด ต้องการความพร้อมและการมีส่วนร่วมในการดูแลความปลอดภัยภายในชุมชน

หลังจากทำการวิเคราะห์จำแนกประเภท (Discriminant Analysis) จึงได้พบว่าตัวชี้วัดที่สำคัญสามารถบอกความแตกต่างของประชากรตามแนวชายแดนด้านต่างๆ ของประเทศ คือ ตัวชี้วัดที่บ่งบอก การเคารพผู้สูงอายุ และการอยู่ร่วมกันของคนต่างศาสนา การส่งเสริมการศึกษาของชุมชน การมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น และส่งเสริมการมีสุขภาพดี แสดงให้เห็นว่าประชากรตามแนวชายแดนยังคงดำรงวัฒนธรรมดั้งเดิมของตนโดยเฉพาะการเคารพต่อผู้สูงอายุ ในขณะที่พวกเขาก็มีความผสมผสานวัฒนธรรมสมัยใหม่ที่ล้นหลามเข้ามาทั้งจากภายในประเทศ และจากต่างประเทศ จึงทำให้ประชากรในพื้นที่ชายแดนยอมรับในการอยู่ร่วมกันของคนต่างศาสนาได้ดี ยอมให้มีการเผยแพร่ศาสนาที่แตกต่างกันที่ตนนับถือได้ นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการศึกษาของชุมชนเพิ่มขึ้นคือต้องการให้มีแหล่งเผยแพร่ความรู้ หรือสนับสนุนการศึกษานอกระบบซึ่งตรงกับนโยบายด้านการศึกษาของรัฐบาล สำหรับกระแสร่างความเข้มแข็งของชุมชน ประชากรตามแนวชายแดนให้การตอบรับและเห็นความสำคัญเนื่องจากต้องการเข้าไปมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเพื่อพัฒนาชุมชนของตนซึ่งเป็นพฤติกรรมการแก้

ปัญหายุคใหม่ของสังคมไทย ผลการศึกษาทำให้ได้ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้พัฒนาตัวชี้วัดคุณภาพชีวิตของประเทศ ดังนี้

- พบว่าตัวชี้วัดคุณภาพชีวิตที่ได้มีความแตกต่างจากตัวชี้วัดคุณภาพชีวิตที่ประเทศไทยใช้อยู่ในปัจจุบันคือ ตัวชี้วัดความจำเป็นพื้นฐาน (จปฐ.) คือ ตัวชี้วัดคุณภาพชีวิตที่ได้จะบ่งบอกถึงชีวิตความเป็นอยู่ของประชากรที่เข้าถึงการดำเนินชีวิตในปัจจุบัน จึงสามารถนำข้อมูลไปใช้วางแผนในการพัฒนาชุมชนได้อย่างชัดเจนขึ้น สามารถนำไปวัดเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง และบ่งบอกถึงคุณภาพชีวิตที่แตกต่างกันของแต่ละชุมชน นอกจากนี้ยังสามารถนำผลที่ได้ไปใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาได้ตรงตามความต้องการ

- ปัจจัยตัวชี้วัดคุณภาพชีวิตของประชากรตามแนวชายแดนทางด้านเศรษฐกิจ จะให้ความสำคัญกับการรวมกลุ่มของชุมชนเพื่อผลิตสินค้ามาใช้ในการต่อรองราคาสินค้าโดยไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง มีแหล่งเงินทุน การมีที่ดินทำกินเป็นของตนเอง และความสามารถเข้าออกของแรงงานต่างชาติ ปัจจัยเหล่านี้คือตัวแปรสำคัญที่จะนำไปกำหนดนโยบายทางด้านเศรษฐกิจตามแนวชายแดน

- ตัวชี้วัดคุณภาพชีวิตของประชากรตามแนวชายแดนด้านสุขภาพอนามัย และสาธารณสุข แสดงให้เห็นว่าประชากรตามแนวชายแดนมีความต้องการที่จะสามารถเข้าถึงบริการสาธารณสุขอย่างรวดเร็ว และมีคุณภาพ นอกจากนี้ยังสนใจโรคติดต่อที่เกิดจากคนต่างชาติ ซึ่งหน่วยงานสาธารณสุขของประเทศควรจะต้องเข้าไปดูแลให้ทั่วถึง

- ประชากรตามแนวชายแดนให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาของชุมชน มีการรวมกลุ่ม ได้แสดงความคิดเห็น เข้าร่วมกิจกรรม

สาธารณะของชุมชน และการใช้สิทธิในการเลือกตั้ง เจ้าหน้าที่ของรัฐจะเป็นผู้มีบทบาทสำคัญที่จะสร้างความเชื่อมั่น ความไว้วางใจให้เกิดขึ้นเพื่อให้เกิดการยอมรับของชุมชน และควรที่จะเพิ่มบทบาทของชุมชนในการแก้ปัญหาของเขา โดยกระบวนการประชาคมหมู่บ้าน

- ในพื้นที่ตามแนวชายแดนประชากร จะให้ความสำคัญกับความมั่นคงในชีวิตของชุมชน

ดังนั้นจึงแสดงความต้องการที่จะรวมกลุ่มเพื่อดูแลความปลอดภัยของตนเอง โดยขอความร่วมมือจากเจ้าหน้าที่ของรัฐ ซึ่งเป็นการดีต่อการรักษาความมั่นคงตามแนวชายแดน ดังนั้นรัฐบาลจึงควรสนับสนุนให้เกิดการดูแลตนเองของชุมชน สนับสนุนวัสดุอุปกรณ์ และฝึกอบรมความพร้อมของคนในชุมชน ผลพลอยได้คือจะช่วยลดภาระของเจ้าหน้าที่ของรัฐ ในการรักษาความมั่นคงตามแนวชายแดน

บรรณานุกรม

- เกรตัน, เจมส์ แอล. (2544). คู่มือการมีส่วนร่วมของประชาชนในการตัดสินใจของชุมชน. แปลจาก A guide book for involving in community decision making โดย วันชัย วัฒนศัพท์. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : สถาบันพระปกเกล้า.
- วันชัย มีชาติ และอมรา พงศาพิชญ์. (2545). โครงการสำรวจวิจัยและปฏิบัติงานสังคมในชุมชน โครงการฟื้นฟูเมืองชุมชนดินแดง : รายงานฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ : การเคหะแห่งชาติ กระทรวงมหาดไทย, สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สีลาภรณ์ นาคทรรพ และฉลวยลักษณ์ สีนประเสริฐ. (บรรณาธิการ). (2538). ตัวชี้วัดสำหรับงานพัฒนาชนบท : ประสบการณ์จากนักพัฒนา. กรุงเทพฯ : สถาบันชุมชนท้องถิ่นพัฒนา.
- เสรี พงศ์พิศ. (บรรณาธิการ). (2536). ภูมิปัญญาชาวบ้านกับการพัฒนาชนบท. กรุงเทพฯ : มูลนิธิภูมิปัญญา.
- อนุชาติ พวงสำลี และอรทัย อาจอ่ำ. (บรรณาธิการ). (2539). การพัฒนาเครื่องชี้วัดคุณภาพชีวิตและสังคมไทย. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- Arnstein, Sherry R. (1969, July). A Ladder of Citizen Participation. JAIP, 35, 4, pp. 216-224.
- Canadian Policy Research Networks. (2001). Indicators of Quality of life in Canada : A Citizens' Prototype. Summary of Results of Public Dialogue Sessions and Prototype of National Indicators. Retrieved March 22, 2004, from http://www.CPRN.org/coup/golip/files/iql_p_e.pdf.
- Canadian Policy Research Networks. (2001). Indicators of Quality of life in Canada : A Citizens' Prototype. Summary of Results of Public Dialogue Sessions and Prototype of National Indicators. Retrieved March 22, 2004, from http://www.CPRN.org/coup/golip/files/iql_p_e.pdf.

- Cumine, Paul. (2002). Quality of Life Indicators. Environmental Monitoring Officer. Oxfordshire Country Council. Retrieved March 22, 2004, from http://www.oxfordshire.gov.uk/index/living/about-our-country/quality_life_indicators.htm.
- George, Fradier. (1976). Quality of Life : Background, Components, Indicators, Measurement and Conceptualization. Retrieved March 22, 2004, from http://www.ceaa-acee.gc.ca/015/0002/0015/3_e.htm.
- Henderson, Hazel, Lickerman, Jo, and Flynn, Partrice. (Editors). (2000). Calvert-Henderson Quality of Life Indicators. A new tool for assessing national trends. Retrieved March 22, 2004, from <http://www.Calvert-Henderson.com>.
- Ogata, Sadako. (2003). Commission on Human Security Finalizes Report, 1 May 2003. Retrieved March 22, 2004, from <http://www.humansecuritybulletin.info/inthenews.2.htm>.

ความรับผิดชอบต่อสังคม ขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย

*วรุณพันธ์ กงสม

การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันมีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น ในท่ามกลางการแข่งขันที่รุนแรงธุรกิจต้องมีการปรับตัว และเปลี่ยนแปลงเพื่อให้เข้ากับสังคมและสภาพแวดล้อมเพื่อความอยู่รอด ดังนั้นองค์กรธุรกิจซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับสังคมอย่างใกล้ชิดและเป็นผู้ได้ประโยชน์จากสังคมโดยตรง จะต้องรับผิดชอบต่อสังคม โดยผลิตสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพดี มีความปลอดภัย และราคายุติธรรม นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงความยุติธรรมในด้านการจ้างงานและไม่เกิดปัญหากับสิ่งแวดล้อมในกระบวนการผลิตหรือบริการด้วย

ความตื่นตัวเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจหรือ Corporate Social Responsibility (CSR) ได้ทวีความสำคัญมากยิ่งขึ้น ในประเทศตะวันตกหลังจากที่สังคมตะวันตกได้รับบทเรียนจากการพัฒนาเศรษฐกิจโดยละเลยผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อสังคม เช่น ความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อมอันเกิดจากของเสียจากโรงงานอุตสาหกรรม หรือปัญหาความไม่โปร่งใสในการ

บริหารจัดการของธุรกิจขนาดใหญ่ สำหรับประเทศในทวีปยุโรป ลูกค้าส่วนใหญ่ยินดีจะซื้อสินค้าจากบริษัทที่ถึงแม้ราคาจะแพงกว่า แต่เป็นบริษัทที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมหรือคืนประโยชน์ให้กับสังคมบ้าง ซึ่งการวิจัยพบว่าบริษัทที่มีผลประกอบการดี ถึงร้อยละ 75 จัดอยู่ในกลุ่มบริษัทที่คืนกำไรสู่สังคม สำหรับสังคมไทยซึ่งเป็นสังคมที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังมีรายได้ไม่สูงมากนัก การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการจึงพิจารณาจากราคาเป็นสำคัญ โดยให้ความสำคัญกับสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อชุมชนหรือสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าประเทศที่พัฒนาแล้ว ประกอบกับกลไกในการคุ้มครองผู้บริโภคและปกป้องสิทธิมนุษยชนของประเทศไทยยังขาดประสิทธิภาพ และประชาชนไม่สนใจที่จะเรียกร้องสิทธิของตนเอง จึงมีผลทำให้ผู้ผลิตสินค้าหรือบริการไม่ได้รับแรงกดดันให้ต้องรับผิดชอบต่อสังคมเท่าที่ควร

ประเทศที่ภาครัฐให้ความสำคัญและมีนโยบายสนับสนุนการลงทุนด้านสังคมของธุรกิจ และสร้างบริบททางสังคมที่เอื้ออำนวยให้ธุรกิจลงทุนใน

*นักวิจัย ศูนย์วิจัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ : M.S. (Statistics) Mississippi State University, USA.

**จากงานวิจัยเรื่อง “การสำรวจผู้บริโภคที่มีต่อทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย โดยศูนย์วิจัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ได้รับทุนอุดหนุนจาก USAID และ Kenan Institute Asia

สังคม เช่น มีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับแรงงาน สิ่งแวดล้อม และสิทธิของชุมชน มีมาตรการจูงใจและความคุ้มครองที่เป็นไปตามนโยบายอย่างมีประสิทธิภาพ มีกลไกคุ้มครองผู้บริโภคและคุ้มครองแรงงานที่เข้มแข็ง มีระบบข้อมูลข่าวสารที่ดี จะมีผลทำให้นักธุรกิจในประเทศนั้นจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการลงทุนทางสังคมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ แต่สำหรับสังคมไทย ธุรกิจยังให้ความสำคัญกับเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับประเทศที่พัฒนาแล้ว ประชาชนหรือผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่ได้เรียกร้องสิทธิของตนแม้ว่าจะได้รับผลกระทบจากการดำเนินการขององค์กรธุรกิจนั้น ๆ เป็นอย่างมาก จึงทำให้ผู้บริหารองค์กรธุรกิจไทยส่วนใหญ่ยังไม่เห็นความจำเป็นในการลงทุนด้านสังคมดังกล่าวในช่วงเวลาที่ผ่านมา

ในปัจจุบัน CSR เริ่มปรากฏขึ้นบ้างในองค์กรธุรกิจบางแห่งของประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดใหญ่และธุรกิจข้ามชาติ มีนักธุรกิจเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่นำแนวคิดนี้มาใช้ในการประกอบธุรกิจ ดังนั้นจึงควรจะมีการผลักดันแนวคิดดังกล่าวให้เกิดขึ้นในธุรกิจทุกขนาดของประเทศไทยมากขึ้น การทราบปัญหาอุปสรรคตลอดจนเงื่อนไขต่าง ๆ ในสังคมไทยที่จะทำให้นักคิดนี้ไม่ประสบความสำเร็จจึงมีความสำคัญยิ่ง ดังนั้นการสำรวจผู้บริโภคในประเทศไทยเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจจะเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้ทราบปัญหาอุปสรรคดังกล่าว

การสำรวจความรู้ความเข้าใจ พฤติกรรม และทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในประเทศไทยตลอดจนแนวโน้มการพัฒนาด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในประเทศไทยที่ใช้วิธีการสำรวจ

จากกลุ่มตัวอย่าง (Sample Survey Method) กล่าวคือเลือกตัวอย่างชาวกรุงเทพฯ จำนวน 250 คน โดยวิธีการเลือกตัวอย่างใช้การเลือกแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) โดยกำหนดโควตาตามระดับการศึกษาและอาชีพ กล่าวคือแบ่งการศึกษาออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ ประถมศึกษาและต่ำกว่า มัธยมศึกษา/อาชีวศึกษา และตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป สำหรับอาชีพแบ่งออกเป็น 7 อาชีพ ได้แก่ อาชีพราชการ/รัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างเอกชน นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ ช่วยธุรกิจครอบครัว แม่บ้าน ลูกจ้างรายวัน และอาชีพอื่นๆ ประกอบการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกชาวกรุงเทพฯ 2 กลุ่มๆ ละ ประมาณ 9 คน กลุ่มแรก ประกอบด้วยชาวกรุงเทพฯ ที่มีระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไปและกลุ่มที่สอง ประกอบด้วยชาวกรุงเทพฯ ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี

จากการสำรวจพบว่า ชาวกรุงเทพฯ ที่ตอบแบบสำรวจส่วนใหญ่ คือ ร้อยละ 30 มีอายุอยู่ในช่วง 26 - 35 ปี รองลงมาร้อยละ 26 มีอายุในช่วง 36 - 45 ปี สำหรับระดับการศึกษาส่วนใหญ่ ร้อยละ 38 อยู่ในระดับมัธยมศึกษา/อาชีวศึกษา รองลงมา ร้อยละ 36 อยู่ในระดับประถมศึกษาและต่ำกว่า ส่วนอาชีพ ส่วนใหญ่ ถึงร้อยละ 49 เป็นลูกจ้างเอกชน รองลงมา ร้อยละ 11 เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

ผลการสำรวจความรู้ความเข้าใจของชาวกรุงเทพฯ เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย พบว่าอยู่ในระดับค่อนข้างมาก(ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.88 จากค่าต่ำสุด 1 และค่าสูงสุด 5) (ดูรายละเอียดจากตารางที่ 1) สำหรับผลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก พบว่าชาวกรุงเทพฯ ที่มีระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรี

ขึ้นไป เห็นว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ คือ การที่องค์กรธุรกิจที่มีการรักษาระดับมาตรฐานของสินค้า และราคาที่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคและหลังจากที่ขายสินค้าออกไปแล้วก็ต้องรับผิดชอบต่อสินค้านั้น ๆ เช่นเมื่อผู้บริโภคพบว่าสินค้ามีปัญหา ก็สามารถเปลี่ยนใหม่ได้หรือแก้ไขให้โดยไม่คิดค่าบริการ และควรจะนำผลกำไรบางส่วนที่ได้จากการประกอบการ มาบริจาค หรือช่วยเหลือสังคมด้วย นอกจากนี้ยังรวมไปถึงการดูแลความเป็นระเบียบเรียบร้อย และความเป็นอยู่ของพนักงานด้วย ซึ่งการดูแลพนักงานที่ดีจะส่งผลให้ครอบครัวของพนักงานมีความเป็นอยู่ที่ดีด้วย เมื่อครอบครัวมีความเป็นอยู่ที่ดีก็จะส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานซึ่งจะมีผลทำให้บริษัทมีกำไรมากขึ้น และสามารถแบ่งกำไรมาช่วยเหลือสังคมได้มากขึ้น รวมถึงการพัฒนาสังคมซึ่งเป็นชุมชนรอบข้างองค์กรธุรกิจด้วย นอกจากนั้นยังเสนอแนะว่า ในปัจจุบันการบริจาคเงินช่วยเหลือหรือการทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อสังคมขององค์กรธุรกิจส่วนใหญ่ยังเป็นลักษณะที่ต่างคนต่างทำ ควรที่จะมีการรวมกลุ่มกันเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อสังคมส่วนชาวกรุงเทพฯ ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี เห็นว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

ธุรกิจ คือ การที่องค์กรธุรกิจผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ไม่หลอกลวงผู้บริโภคและราคาสินค้าควรเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า นอกจากนั้นในการผลิตสินค้าต่างๆ ขององค์กรธุรกิจที่อาจมีส่วนในการทำลายสภาพสิ่งแวดล้อม ควรจะต้องคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับสังคม และสภาพแวดล้อมของชุมชนด้วย ทั้งนี้เนื่องจากการทำกิจกรรมเพื่อช่วยเหลือหรือรับผิดชอบต่อสังคมไม่สามารถขัดแย้งกับสิ่งที่องค์กรนั้นได้ทำความเสียหายหรือได้ตัดทวงผลประโยชน์จากสังคมนั้นไปแล้ว

จากการหาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความรู้ความเข้าใจที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจกับลักษณะของชาวกรุงเทพฯ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า เพศ อายุ การศึกษาและอาชีพของชาวกรุงเทพฯ ไม่มีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ โดยชาวกรุงเทพฯ ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป มีความรู้ความเข้าใจโดยเฉลี่ยสูงกว่าชาวกรุงเทพฯ ที่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี

ชาวกรุงเทพฯ ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า/บริการที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบ

ตารางที่ 1 ร้อยละของระดับความรู้ ความเข้าใจ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความรู้ ความเข้าใจของชาวกรุงเทพฯ เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย จำแนกตามระดับการศึกษาและอาชีพ

ระดับการศึกษา/อาชีพ	ระดับความรู้ ความเข้าใจ					ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ค่าส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)
	มาก	ค่อนข้าง มาก	ปานกลาง	ค่อนข้าง น้อย	น้อย		
รวมทั้งหมด	8.60	72.20	18.40	0.80	0.00	3.88	0.38
ระดับการศึกษา							
ประถมศึกษาและต่ำกว่า	3.40	71.30	24.10	1.10	0.00	3.73	0.36
มัธยมศึกษา/อาชีวศึกษา	8.50	71.30	19.10	1.10	0.00	3.75	0.41
ปริญญาตรี	20.50	68.20	11.40	0.00	0.00	3.92	0.38
สูงกว่าปริญญาตรี	5.90	88.20	5.90	0.00	0.00	3.90	0.29
อื่นๆ	0.00	100.00	0.00	0.00	0.00	3.93	0.23
อาชีพ							
ข้าราชการ/พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	4.00	88.00	8.00	0.00	0.00	3.84	0.35
ลูกจ้างเอกชน	7.60	70.30	21.20	0.80	0.00	3.76	0.39
นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ	12.80	74.40	10.30	2.60	0.00	3.83	0.41
ช่วยธุรกิจครอบครัว	15.00	75.00	10.00	0.00	0.00	3.95	0.34
แม่บ้าน	0.00	100.00	0.00	0.00	0.00	3.76	0.26
ลูกจ้างรายวัน	0.00	59.10	40.90	0.00	0.00	3.57	0.32
อื่นๆ	23.10	61.50	15.40	0.00	0.00	3.94	0.42

ขอรับผิดชอบต่อสังคมในด้านต่างๆ ดังนี้ ร้อยละ 59 มักจะอุดหนุนสินค้าที่นำมาขายเพื่อหารายได้ไปช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสทางสังคม ร้อยละ 56 มักจะแนะนำให้สมาชิกในครอบครัวและญาติพี่น้องช่วยกันสนับสนุนสินค้าหรือบริการที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ร้อยละ 50 จะซื้อผลิตภัณฑ์ / บริการจากองค์กรที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมเท่านั้น และยังคงการซื้อสินค้าหรือบริการขององค์กรธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมแม้ราคาสินค้าหรือบริการจะแพงกว่า

ราคาทั่วไปบ้าง ร้อยละ 48 จะไม่สนับสนุนสินค้าและบริการจากองค์กรธุรกิจที่ไม่คำนึงถึงความปลอดภัยของแรงงานและผู้บริโภค ร้อยละ 41 จะเลือกซื้อสินค้าหรือบริการเฉพาะยี่ห้อที่ผู้ผลิตมีความรับผิดชอบต่อสังคมเท่านั้น

สำหรับผลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก พบว่า ทั้ง 2 กลุ่มมีความเห็นตรงกันว่า ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า/บริการ ส่วนใหญ่พิจารณาจากคุณภาพและราคาของสินค้าเป็น

หลัก ส่วนกิจกรรมเพื่อสังคมของบริษัทห้างร้านนั้น ๆ จะเป็นปัจจัยที่สำคัญรองลงมา ในกรณีที่สินค้าหรือบริการมีราคาและคุณภาพไม่แตกต่างกันมากนัก ผู้บริโภคก็จะเลือกซื้อสินค้าหรือบริการของบริษัทที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมมากกว่าบริษัทที่ไม่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

จากผลทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของชาวกรุงเทพฯ ในการเลือกซื้อสินค้า/บริการของธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมกับลักษณะของชาวกรุงเทพฯ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (ดูรายละเอียดจากตารางที่ 2) พบว่า อายุ และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้า

จากองค์กรที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม สำหรับพฤติกรรมด้านการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการเฉพาะยี่ห้อที่ผู้ผลิตมีความรับผิดชอบต่อสังคม และพฤติกรรมในการพิจารณาเลือกซื้อสินค้าของธุรกิจที่ช่วยเหลือสังคม พบว่าเฉพาะอาชีพเท่านั้นที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมดังกล่าว

ชาวกรุงเทพฯ ส่วนใหญ่มีทัศนคติเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย อยู่ในระดับเป็นกลาง (ดูรายละเอียดจากตารางที่ 3)

เมื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างระดับทัศนคติที่มีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ

ตารางที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของชาวกรุงเทพฯ ในการเลือกซื้อสินค้า/บริการที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย กับลักษณะ ของชาวกรุงเทพฯ

พฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้า	ลักษณะของชาวกรุงเทพฯ			
	เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	อาชีพ
การซื้อผลิตภัณฑ์ / บริการจากองค์กรที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมเท่านั้น	ไม่มี	มี	ไม่มี	มี
การอุดหนุนสินค้าที่นำมาขายเพื่อหารายได้ไปช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสทางสังคม	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
การเลือกซื้อสินค้าหรือบริการเฉพาะยี่ห้อที่ผู้ผลิตมีความรับผิดชอบต่อสังคมเท่านั้น	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	มี
การไม่สนับสนุนสินค้าและบริการจากองค์กรธุรกิจที่ไม่คำนึงถึงความปลอดภัยของคนงานและผู้บริโภค	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
ความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการจากองค์กรธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมแม้ราคาจะแพงกว่าราคาทั่วไปบ้าง	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
การแนะนำให้สมาชิกในครอบครัวและญาติพี่น้องช่วยกันสนับสนุนสินค้าหรือบริการที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี
ปัจจัยหนึ่งที่ใช้ในการพิจารณาเลือกซื้อสินค้าที่ต้องการ คือ การช่วยเหลือสังคมขององค์กรธุรกิจที่ผลิตหรือจำหน่ายสินค้านั้น ๆ	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	มี

ตารางที่ 3 ร้อยละของระดับทัศนคติ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของผู้บริโภคที่มีต่อ ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย จำแนกตามลักษณะของ ชาวกรุงเทพฯ

ลักษณะของชาวกรุงเทพฯ	ระดับทัศนคติ					ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ค่าส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)
	ดี	ค่อนข้างดี	เป็น กลาง	ค่อนข้าง ไม่ดี	ไม่ดี		
ชาวกรุงเทพฯ ทั้งหมด	0.00	38.40	58.40	3.3	0.00	3.35	0.54
เพศ ชาย	0.00	37.80	55.60	6.70	0.00	3.29	0.36
หญิง	0.00	38.40	60.30	1.30	0.00	3.29	0.28
อายุ (ปี)							
15 - 25	0.00	33.30	66.70	0.00	0.00	3.29	0.29
26 - 35	0.00	36.10	62.50	1.40	0.00	3.28	0.25
36 - 45	0.00	45.30	45.30	9.40	0.00	3.29	0.37
46 - 55	0.00	41.90	58.10	0.00	0.00	3.37	0.29
56 - 65	0.00	30.00	60.00	10.00	0.00	3.17	0.46
66 ขึ้นไป	0.00	0.00	100.00	0.00	0.00	2.95	0.00
ระดับการศึกษา							
ประถมศึกษาและต่ำกว่า	0.00	37.20	54.70	8.10	0.00	3.25	0.37
มัธยมศึกษา/อาชีวศึกษา	0.00	35.10	63.80	35.10	0.00	3.29	0.28
ปริญญาตรี	0.00	43.20	56.80	0.00	0.00	3.31	0.27
สูงกว่าปริญญาตรี	0.00	50.00	50.00	0.00	0.00	3.42	0.27
อื่นๆ	0.00	33.30	66.70	0.00	0.00	3.30	0.16
อาชีพ							
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	0.00	53.80	46.20	0.00	0.00	3.41	0.24
ลูกจ้างเอกชน	0.00	42.00	55.50	2.50	0.00	3.33	0.32
นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ	0.00	26.30	73.70	0.00	0.00	3.26	0.26
ช่วยธุรกิจครอบครัว	0.00	36.80	63.20	0.00	0.00	3.23	0.27
แม่บ้าน	0.00	33.30	66.70	0.00	0.00	3.31	0.31
ลูกจ้างรายวัน	0.00	27.30	54.50	18.20	0.00	3.11	0.40
อื่นๆ	0.00	38.50	61.50	0.00	0.00	3.29	0.21

ตารางที่ 4 ผลการทดสอบหาความสัมพันธ์ระหว่างระดับทัศนคติ กับ ลักษณะของชาวกรุงเทพฯ

ลักษณะของชาวกรุงเทพฯ	ผลการทดสอบ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
เพศ	ไม่มีความสัมพันธ์
อายุ	ไม่มีความสัมพันธ์
การศึกษา	ไม่มีความสัมพันธ์
อาชีพ	ไม่มีความสัมพันธ์

กับ ลักษณะของชาวกรุงเทพฯ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า เพศ อายุ การศึกษา และอาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับทัศนคติที่มีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ (ดูรายละเอียดจากตารางที่ 4)

จากการสำรวจความคิดเห็นของชาวกรุงเทพฯ เกี่ยวกับแนวโน้มการพัฒนาขององค์กรธุรกิจในด้านการรับผิดชอบต่อสังคม พบว่าในระยะ 3 ปีที่ผ่านมาองค์กรธุรกิจทุกขนาดมีการพัฒนาในด้านการรับผิดชอบต่อสังคมอยู่ในระดับพอสมควร สำหรับแนวโน้มการพัฒนาในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในระยะ 3 ปีข้างหน้า จะเห็นว่าแนวโน้มอยู่ในระดับพอสมควรเช่นกัน โดยองค์กรธุรกิจขนาดกลางและองค์กรระดับชาตินั้น องค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ และองค์กรขนาดใหญ่จะมีร้อยละของการพัฒนาในด้านนี้สูงกว่าองค์กรธุรกิจที่มีขนาดกลางและขนาดเล็ก สำหรับผลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก พบว่า ทั้ง 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและกลุ่มที่มีระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป มีความเห็นไม่แตกต่างกัน โดยเห็นว่าในอนาคตองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ในประเทศไทยมีแนวโน้มการ

ทำประโยชน์/รับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้นจากเดิม สำหรับองค์กรที่มีขนาดกลาง และขนาดเล็กน่าจะมีแนวโน้มการทำประโยชน์/รับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้นจากเดิมเช่นกัน แต่เพิ่มขึ้นในอัตราที่น้อยกว่า องค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ อย่างไรก็ตามก็ดีสภาวะเศรษฐกิจก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อการทำกิจกรรมเพื่อประโยชน์ของสังคมขององค์กรธุรกิจ หากเศรษฐกิจของประเทศดีและ ธุรกิจต่างๆ ได้ผลกำไรสูง ก็จะสามารถทำประโยชน์ให้กับสังคมได้มากขึ้น แต่ถ้าองค์กรธุรกิจได้รับผลกำไรน้อยหรือขาดทุน การทำประโยชน์เพื่อสังคมก็อาจลดน้อยลงมา

สำหรับการพัฒนาขององค์กรธุรกิจในด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ชาวกรุงเทพฯ เห็นว่าความรับผิดชอบต่อสังคมที่องค์กรธุรกิจควรพัฒนามี 5 ด้าน คือ ด้านการรักษาสีสิ่งแวดล้อม ด้านการส่งเสริมการศึกษาของเด็กและเยาวชน ด้านความปลอดภัยในการผลิตและการบริโภค ด้านการผลิต/บริการที่ได้มาตรฐานและมีคุณภาพ และ ด้านการต่อต้านยาเสพติด สำหรับผลที่ได้จากการทำสัมภาษณ์แบบเจาะลึก พบว่า กลุ่มที่มีการศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีความเห็นว่าองค์กรธุรกิจควรพัฒนาด้านความรับผิดชอบต่อสังคม 5

ด้าน คือ ด้านการศึกษา ด้านการกีฬา ด้านการผลิตสินค้าที่มีมาตรฐานและมีคุณภาพ และการไม่โฆษณาสินค้าเกินความเป็นจริง การบริจาค หรือให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ได้รับความเดือดร้อนจากกรณีต่างๆ และการจัดตั้งองค์กรกลางเพื่อการแก้ปัญหาสังคมโดยการรวมตัวกันของบริษัทห้างร้านต่างๆ ส่วนกลุ่มที่มีการศึกษาดำกว่าระดับปริญญาตรี มีความเห็นว่องค์กรธุรกิจควรพัฒนาด้านความรับผิดชอบต่อสังคม 5 ด้าน คือ ด้านการสนับสนุนการศึกษา ด้านการสนับสนุนการกีฬา ด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม ด้านการผลิตสินค้าที่มีมาตรฐานและมีคุณภาพ และด้านการส่งเสริมกิจกรรมเพื่อชุมชนเข้มแข็ง

ในเรื่องกิจกรรมที่องค์กรธุรกิจทำเพื่อสังคมในด้านต่าง ๆ พบว่า องค์กรธุรกิจในประเทศไทยทำกิจกรรมเพื่อสังคมมากที่สุด 5 ด้าน เรียงตามลำดับ ดังนี้

ด้านการรักษาสังแวดล้อม ได้แก่ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) บริษัทปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) บริษัท เบียร์ไทย (1991) จำกัด บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด(มหาชน) และบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ประเทศไทย จำกัด

ด้านการส่งเสริมการศึกษา ได้แก่ บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ บริษัทปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) บริษัทปตท. จำกัด (มหาชน) และบริษัทเบียร์ไทย (1991) จำกัด

ด้านสนับสนุนการกีฬา ได้แก่ บริษัทเบียร์ไทย (1991) จำกัด บริษัทปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) บริษัทปตท. จำกัด (มหาชน) บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) และหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ

ด้านการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ได้แก่ บริษัทปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) บริษัทในกลุ่มเจริญโภคภัณฑ์ บริษัท เบียร์ไทย (1991) จำกัด บริษัทบุญรอดบริเวอรี่ จำกัด และบริษัทโตโยต้า มอเตอร์ประเทศไทย จำกัด

ด้านการช่วยเหลือผู้ประสบภัย ได้แก่ บริษัท เบียร์ไทย (1991) จำกัด บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และบริษัทปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)

ด้านการต่อต้านการทุจริต ได้แก่ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) บริษัท เบียร์ไทย (1991) จำกัด หนังสือพิมพ์มติชน และบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

ด้านการใช้แรงงานอย่างยุติธรรม ได้แก่ บริษัทปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) บริษัทบุญรอด บริเวอรี่ จำกัด บริษัท เบียร์ไทย (1991) จำกัด และบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)

ด้านความปลอดภัยของผู้บริโภค ได้แก่ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) บริษัทในกลุ่มเจริญโภคภัณฑ์ การประปานครหลวง บริษัท เบียร์ไทย (1991) จำกัด บริษัทบุญรอด บริเวอรี่ จำกัด และหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ

สำหรับการทำ สัมภาษณ์แบบเจาะลึกเกี่ยวกับกิจกรรมที่องค์กรธุรกิจทำเพื่อสังคม จากกลุ่มชาวกรุงเทพฯ ที่มีระดับการศึกษาดำกว่าปริญญาตรี

และสูงกว่าปริญญาตรี สามารถสรุปผลที่สำคัญได้ดังนี้

ชาวกรุงเทพฯ ที่มีระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป เห็นว่า องค์กรธุรกิจในประเทศไทย ซึ่งมีกิจกรรมที่ทำได้สังคมที่เห็นได้ชัดเจน เช่น

- การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย ทำโครงการปลูกป่า

- หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ สร้างโรงเรียนในพื้นที่ห่างไกล

- บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์เซอร์วิส จำกัด ทำโครงการสานรักกับเอไอเอส

- บริษัท นิสสัน มอเตอร์ จำกัด ทำโครงการ Think Earth

- บริษัทแอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ทำโครงการผ่าตัดเด็กที่มีลักษณะปากแหว่งเพดานโหว่

- บริษัท เบียร์ไทย (1991) จำกัด หรือทำโครงการแจกผ้าห่มในช่วงฤดูหนาว

- โรงพยาบาลกรุงธน ทำโครงการรักษาพยาบาลให้กับเด็กพิการ

- มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ทำโครงการสนับสนุนการกีฬาให้กับเยาวชน โครงการส่งเสริมวัฒนธรรมไทย

ชาวกรุงเทพฯ ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี เห็นว่า องค์กรธุรกิจในประเทศไทย ซึ่งมีกิจกรรมที่ทำได้สังคมที่เห็นได้ชัดเจน ได้แก่

- บริษัท บุญรอด บริเวอรี่ จำกัด ทำโครงการสนับสนุนกีฬาไทย

- หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ทำโครงการสร้างโรงเรียนในพื้นที่ห่างไกล

- บริษัท เบียร์ไทย (1991) จำกัด ทำโครงการแจกผ้าห่มในช่วงฤดูหนาว และโครงการ

สนับสนุนการ กีฬา

- มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ทำโครงการสนับสนุนการกีฬา และโครงการสนับสนุนวัฒนธรรมไทย

จากผลการสำรวจสามารถสรุปได้ว่า ชาวกรุงเทพฯ ส่วนใหญ่มีระดับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย อยู่ในระดับระดับค่อนข้างมาก สำหรับเพศ อายุ การศึกษาและอาชีพของชาวกรุงเทพฯ นั้น ไม่มีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงระดับความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ โดยชาวกรุงเทพฯ ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป มีความรู้ความเข้าใจโดยเฉลี่ยสูงกว่าชาวกรุงเทพฯ ที่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า/บริการขององค์กรธุรกิจที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมเท่านั้น ยินดีอุดหนุนสินค้าที่นำมาขายเพื่อหารายได้ไปช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสทางสังคม เลือกซื้อสินค้าหรือบริการเฉพาะยี่ห้อที่ผู้ผลิตมีความรับผิดชอบต่อสังคม ไม่สนับสนุนสินค้าและบริการจากองค์กรธุรกิจที่ไม่คำนึงถึงความปลอดภัยของคอนจันและผู้บริโภค นอกจากนี้ยังต้องการซื้อสินค้าหรือบริการขององค์กรธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมแม้ราคาสินค้าหรือบริการนั้นจะแพงกว่าราคาทั่วไปบ้าง และจะแนะนำให้สมาชิกในครอบครัวและญาติพี่น้องช่วยกันสนับสนุนสินค้าหรือบริการที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ส่วนปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า/บริการของชาวกรุงเทพฯ ส่วนใหญ่จะพิจารณาจากคุณภาพและราคาของสินค้าและบริการเป็นหลัก สำหรับทัศนคติของชาวกรุงเทพฯ เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อ

ต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในประเทศไทย ส่วนใหญ่อยู่ในระดับเป็นกลาง สำหรับเพศ อายุ การศึกษา และอาชีพ ไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวโน้มการพัฒนาด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ ชาวกรุงเทพฯ ส่วนใหญ่เห็นว่า ในระยะ 3 ปีข้างหน้า การพัฒนาด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจทุกขนาด มีแนวโน้มสูงขึ้นมากเมื่อเทียบกับแนวโน้มที่สูงขึ้นในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา และองค์กรธุรกิจขนาดนาชาติ องค์กรธุรกิจระดับชาติ

ขนาดใหญ่ และองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ จะมีแนวโน้มการพัฒนาด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในร้อยละที่สูงกว่าองค์กรธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก สำหรับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในประเทศไทยที่ชาวกรุงเทพฯ เห็นว่าควรจะมีการพัฒนา 5 ลำดับแรก ได้แก่ การรักษาสิ่งแวดล้อม การส่งเสริมการศึกษาและการกีฬาของเด็กและเยาวชน ความปลอดภัยในการผลิตและการบริโภค การผลิตสินค้าและบริการที่ได้มาตรฐานและมีคุณภาพ และการต่อต้านยาเสพติด

การมีส่วนร่วมของประชาชนในองค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย**

*ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุริยันต์ สุวรรณราช

การศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย กำหนดประเด็นในการศึกษาเน้นที่วิธีการบริหารของคณะกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนตำบลและการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารองค์การบริหารส่วนตำบลอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อการคาดหวังองค์ความรู้ใหม่ในกระบวนการของการเข้าไปมีส่วนร่วมของประชาชนเพื่อการบริหารองค์การบริหารส่วนตำบลโดยมีขอบเขตของการศึกษาจำกัดไว้ตามพ.ร.บ.สภาตำบล และองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ. 2537 ปรับปรุงแก้ไข พ.ศ. 2542 และต้องเป็นอบต.ต้นแบบในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2540-2546 จำนวน 15 อบต. คือ อบต.ทุ่งลูกนก อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม อบต.เขาขลุ่ย อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี อบต.ไทรม้าย อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี อบต.บางไทรวัด อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร อบต.บางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ อบ

ต.บ้านปรก อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม อบต.บ้านหมือ อำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี อบต.บ้านอิฐ อำเภอเมือง จังหวัดอ่างทอง อบต.พระงาม อำเภอพรหมบุรี จังหวัดสิงห์บุรี อบต.พุกม่วง อำเภอพระพุทธรบาท จังหวัดสระบุรี อบต.วังลึก อำเภอสามชูก จังหวัดสุพรรณบุรี อบต.สาริกา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก อบต.เสือไฮค อำเภอเมืองชัยนาท จังหวัด อบต.หินปัก อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี อบต.คานหาม อำเภออุทัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

การเก็บรวบรวมข้อมูลได้จำแนกออกเป็น 2 ส่วนคือ ส่วนที่เป็นข้อมูลได้มาจากเอกสารทางวิชาการกับส่วนที่เป็นข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ซึ่งเป็นคำถามเปิดกว้างให้ผู้ถูกสัมภาษณ์สามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระและแบบสัมภาษณ์ที่ผู้ตอบต้องประเมินค่าระดับของความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการรับรู้ข้อมูลในการพัฒนาตามแผนพัฒนาตำบลในแต่ละด้าน กับการมีส่วนร่วมในการรับรู้การใช้โครงการชุมชนสัมพันธ์

*อาจารย์ประจำคณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ : ศศม. (ปกครอง) คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

**งานวิจัยได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

หรือการประชาสัมพันธ์ของประชาชนในแต่ละ
ลักษณะ เพื่อนำข้อมูลต่างๆ เหล่านั้นไปประกอบ
การวิเคราะห์หาข้อสรุปตามที่ได้กำหนดขอบเขต
และวัตถุประสงค์ของการศึกษา

อนึ่งในการออกไปสัมภาษณ์ประชากรที่
เป็นกลุ่มตัวอย่างนั้น ผู้เขียนในฐานะผู้วิจัยได้มี
จดหมายแจ้งให้ทราบล่วงหน้าเพื่อขอความร่วมมือ
จากบุคคลที่มีตำแหน่งที่สำคัญใน อบต. คือ
ประธาน/รองประธานกรรมการบริหาร ปลัด อบต.
ประธานสภา อบต. สมาชิกสภา อบต. กำนัน
ผู้ใหญ่บ้าน ตัวแทนกลุ่มอาชีพในหมู่บ้านหรือตำบล
และประชาชนที่ได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมแผน
การพัฒนา โดยเริ่มดำเนินการตั้งแต่วันที่ 13-22
ตุลาคม 2546 และผลจากการดำเนินงานดังกล่าว
ทั้ง 15 อบต. ได้อนุเคราะห์ความสะดวกทั้งในด้าน
สถานที่ ตัวบุคคลที่จะให้สัมภาษณ์ตามวัตถุประสงค์
มีจำนวนรวมทั้งหมด 90 คน โดยจำแนก
เป็นเพศชาย 71 คน เพศหญิง 19 คน มีระดับการ
ศึกษาส่วนใหญ่ต่ำกว่าปริญญาตรีคือ 65 คน ปริญญา
ตรี 22 คน มีประสบการณ์ในการเข้าร่วมกิจกรรม
ตามแผนงานทุกแผนงาน จำนวน 44 คน และ
บางแผนงาน จำนวน 26 คน นอกเหนือจากนั้น
เป็นการเข้าร่วมไม่ทุกแผนงาน

ส่วนวิธีการวิเคราะห์นั้นดำเนินการภายใต้
กรอบแนวคิดการกระจายอำนาจและแนวคิดการมี
ส่วนร่วมของประชาชน และภายใต้โครงสร้างองค์
การบริหารส่วนตำบลที่ประกอบด้วยสภาองค์การ
บริหารส่วนตำบล ซึ่งมีสมาชิกสภาอย่างน้อยที่สุด
6 คน และหากมีเกินกว่านั้นให้มีได้เพียงหมู่บ้านละ
2 คน มีวาระ 4 ปี กับคณะกรรมการบริหารองค์
การบริหารส่วนตำบล โดยเป็นประธานกรรมการ
บริหาร 1 คน และรองประธานกรรมการบริหาร 2

คน รวม 3 คน ซึ่งทั้ง 3 คนต้องมาจากการคัด
เลือกของสมาชิกสภา อบต. ภายใต้การกำกับและ
ดูแลของนายอำเภอที่ อบต. นั้นสังกัด ขณะเดียว
กันการใช้อำนาจในการบริหารองค์การบริหารส่วน
ตำบลของคณะกรรมการบริหารและสภา อบต. ต้อง
ดำเนินการไปตามอำนาจหน้าที่ที่กำหนดไว้ตาม
กฎหมายแต่ละฉบับ

จากการศึกษากิจกรรมต่างๆ ของอบต. ต้น
แบบทั้ง 15 อบต. ในเขตพื้นที่ภาคกลางของ
ประเทศไทยนั้นพบว่าทุก อบต. มีกิจกรรมในการ
พัฒนาแต่ละ อบต. ที่เหมือนกันทั้งหมด 8 ด้าน
คือ ด้านโครงสร้างพื้นฐานของหมู่บ้าน ตำบล ด้าน
เศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านการเมืองและการบริหาร
จัดการ ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
ด้านการศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม ด้าน
สาธารณสุขและด้านแหล่งน้ำ แต่ในรายละเอียด
แต่ละประเด็นของแต่ละด้านอาจจะไม่เหมือนกัน
หรืออาจเริ่มต้นไม่เหมือนกันเป็นต้นว่า อบต. พุทราวง
อ. พระพุทธบาท จ. สระบุรี จะมีการจัดทำบ
ประมาณเกี่ยวกับปิโตรเลียม แต่ อบต. อื่นๆ จะไม่
มีและกิจกรรมต่างๆ ดังกล่าวจะเป็นที่มาของรายได้
ซึ่งเป็นภาษีที่ถูกจัดเป็นงบประมาณรายจ่ายประจำปี
ของแต่ละ อบต. ซึ่งทุก อบต. จะมีทั้งรายรับและ
รายจ่าย กล่าวคือ รายรับ จะมาจากรายได้จากภาษี
อากร รายได้ที่มีใช้ภาษีอากร และเงินช่วยเหลือจาก
รัฐบาลหรือเงินอุดหนุนอื่นๆ ซึ่งแต่ละ อบต. จะได้
รับไม่เท่ากัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพในการจัด
เก็บและสภาพทางเศรษฐกิจของพื้นที่ที่ อบต. รับผิดชอบ
ส่วนรายจ่ายของแต่ละ อบต. หากจัดเก็บได้
มากย่อมมีการจ่ายมากเพื่อเป็นการบริหารชุมชน แต่
รายจ่ายดังกล่าวจะอยู่ในประเด็นสำคัญๆ ที่เหมือน
กันกล่าวคือ จ่ายตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจ จ่าย

ตามแผนพัฒนาสังคม ถ่ายตามแผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ถ่ายตามแผนพัฒนาแหล่งน้ำ ถ่ายตามแผนพัฒนาด้านสาธารณสุข ถ่ายตามแผนพัฒนาด้านการเมืองและการบริหาร ถ่ายตามแผนพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และถ่ายตามแผนพัฒนาด้านการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม เพราะฉะนั้นความแตกต่างทั้งในด้านปริมาณของแผนงานและงบประมาณจึงขึ้นอยู่กับสภาพพื้นที่ของแต่ละ อบต. เป็นสำคัญ

เมื่อกิจกรรมในการพัฒนาของแต่ละ อบต. รูปแบบไม่แตกต่างกัน ประสิทธิภาพจะเกิดขึ้นมากหรือเกิดขึ้นน้อยขึ้นอยู่กับวิธีการบริหารของคณะกรรมการบริหาร อบต. สภา อบต. แต่ละ อบต. ทั้งนี้เพราะอำนาจ หน้าที่ที่กำหนดไว้ตาม พ.ร.บ. อบต. และฉบับแก้ไขต่างๆ ล้วนแต่เหมือนกันทั้งสิ้น ขณะเดียวกันเมื่อศึกษาวิธีการบริหารของคณะกรรมการบริหารแต่ละ อบต. พบว่า ยังมีความคล้ายคลึงกันหรือเกือบจะเหมือนกันทั้ง 15 อบต. รูปแบบ กล่าวคือ ทุก อบต. ใช้หลักการกระจายอำนาจ การมีส่วนร่วมของประชาชน และหลักธรรมาภิบาล ที่เน้นหลักคุณธรรม และนิติธรรม หลักความรับผิดชอบ หลักความโปร่งใสและตรวจสอบได้ หลักการมีส่วนร่วม และหลักประสิทธิภาพและประสิทธิผลโดยมีตัวชี้วัดประสิทธิภาพเพิ่มเติม เพราะฉะนั้นในการจัดทำแผนพัฒนา อบต. จึงได้กำหนดขั้นตอนของการทำแผนอีกอย่างน้อย 3 ขั้นตอน เพื่อให้กิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นในแต่ละโครงการหรือแผนพัฒนามีประสิทธิภาพที่สามารถตรวจสอบได้กล่าวคือ

ขั้นที่ 1 ประสานงานกับผู้นำชุมชนกลุ่มต่างๆ เพื่อจัดทำประชาคมหมู่บ้าน

ขั้นที่ 2 ปฏิบัติตามแผนพัฒนาในแต่ละแผนพัฒนา

ขั้นที่ 3 การตรวจสอบ ติดตามและประเมินผล

สำหรับวิธีการบริหารของคณะกรรมการบริหาร อบต. ของ อบต. ต้นแบบทั้ง 15 อบต. ดังกล่าวนอกจากสถาบันพระปกเกล้าจะยืนยันว่าเป็นการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพแล้วการศึกษาความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับ อบต. ของสมาชิกสภา อบต. และคณะกรรมการบริหาร อบต. ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง จำนวน 11 อบต. เมื่อปี พ.ศ. 2543 ของนักสำรวจ เทศะสืบได้สนับสนุนแนวคิดที่ว่า การชวนชาวบ้านหาความรู้จากการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ อบต. ผ่านทางสื่อต่างๆ เป็นประจำของสมาชิกสภา อบต. และคณะกรรมการบริหาร อบต. จะนำไปสู่การนำไปปฏิบัติงานจริงในเขตพื้นที่ อบต. นั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพอีกด้วย เพราะถือได้ว่าทั้งสมาชิกสภา อบต. และคณะกรรมการบริหาร อบต. ล้วนแต่เป็นบุคคลที่มีความตั้งใจที่จะเข้ามาช่วยเหลือท้องถิ่นของตนเอง¹ อยู่แล้วจึงทำให้ง่ายต่อการเข้าไปพัฒนารูปแบบและวิธีการบริหาร อบต. ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นไป ขณะเดียวกันผลในการศึกษาค้นคว้าทั้ง 15 อบต. ต้นแบบต่างได้ใช้โครงการชุมชนสัมพันธ์หรือการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ประชาชนได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารในแต่ละแผนงานด้วยการวัดระดับของความเพียงพอ วัดระดับของความยุติธรรมต่อ

¹นักสำรวจ เทศะสืบ, ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับองค์การบริหารส่วนตำบล : ศึกษากรณีอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง, วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2544. หน้า 119.

ประชาชนทุกๆ กลุ่ม มีการเปิดเผยต่อสาธารณชนในหมู่บ้านหรือตำบล มีความโปร่งใสทุกขั้นตอนและการบริหารจัดการโครงการมีความน่าเชื่อถือล้วนแต่อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมต่ำสุด 3.81 และสูงสุด 4.19 ซึ่งอยู่ในระดับมากทั้งสิ้น (ตารางที่ 2) แสดงว่าการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนในพื้นที่ของแต่ละอบต.ได้รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการหรือแผนงานยังมีมากเท่าใดย่อมมีผลมาจากประสิทธิภาพในการบริหารงานภายในอบต.นั้น ๆ เช่นกัน ซึ่งเป็นการยืนยันได้อย่างชัดเจนอีกครั้งว่า วิธีการบริหารของคณะกรรมการบริหาร อบต. ของ อบต. ต้นแบบทั้ง 15 อบต. ครั้งนี้มีประสิทธิภาพจริง นอกจากนั้น กรณีของ อบต. ห้วยกะปิ อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ซึ่งอรัญ กักพล ได้ข้อสรุปว่าความสำเร็จที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานนั้นมาจากปัจจัยด้านข้อมูล โดยเฉพาะข้อมูลที่ได้มาต้องเที่ยงตรง ถูกต้องและผ่านกระบวนการประชาคม ปัจจัยเรื่องการประชาสัมพันธ์ที่จำเป็นต้องเน้นการสร้าง ความเข้าใจกับประชาชนผ่านกำนัน ผู้ใหญ่บ้าน สมาชิกสภาอบต. และสื่อต่างๆ ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจของประชาชนและปัจจัยด้านผู้นำทั้งผู้นำทาง การเมืองและการบริหารที่มีความต่อเนื่องในการบริหารงานหรือสามารถดำเนินการไปจนครบวาระของการดำรงตำแหน่งยอมทำให้ประชาชนได้เข้าใจ บทบาทและหน้าที่ของตนเองจนเกิดเห็นความสำคัญของอบต.และเข้าไปมีส่วนร่วมรับรู้กิจกรรมต่างๆ ของอบต.²

กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนใน อบต.ต้นแบบ

กระบวนการการมีส่วนร่วมของประชาชน ได้เป็นวิธีการอีกวิธีหนึ่งของคณะกรรมการบริหาร องค์การบริหารส่วนตำบลต้นแบบที่เปิดกว้างให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการบริหาร อบรมอย่างกว้างขวาง ซึ่งจากการสัมภาษณ์และการประมาณค่าของความคิดเห็นของประชาชนกลุ่มต่างๆ ทั้ง 15 อบต. ต้นแบบพบว่าได้จัดให้ประชาชนไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมการพัฒนา อบต.ที่สำคัญ ดังนี้

ขั้นแรก การรับรู้ข้อมูล ด้วยวิธีการคือ

1. ประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ ตั้งแต่บอกปากต่อปาก ประกาศเคลื่อนที่หนังสือเชิญประชุม และอื่นๆ

2. ประชุมประชาคมหมู่บ้าน ซึ่งประกอบ ด้วยกรรมการหมู่บ้านผู้ใหญ่บ้าน กำนัน ตัวแทนกลุ่มอาชีพ สมาชิกสภาอบต. ของแต่ละหมู่บ้าน และอื่นๆ

ขั้นที่สอง การจัดทำแผนพัฒนาอบต. ด้วยวิธีการคือ

1. จัดทำประชาพิจารณ์ประเด็นที่เป็นความต้องการของชุมชน

2. นำข้อสรุปเสนอสภาอบต.เพื่อพิจารณาอนุมัติงบประมาณ สนับสนุนและบรรจุไว้ในแผนพัฒนาตำบลตามลำดับความสำคัญ

ขั้นสุดท้าย การตรวจสอบ ติดตามและประเมินผล ด้วยวิธีการคือ

1. เปิดโอกาสให้ประชาคมหมู่บ้าน ตำบลได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการเปิดช่องประมวลการจัดซื้อ-จัดจ้างในแต่ละแผนงานอย่างโปร่งใส

²อรัญ กักพล, Best Practices ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น, กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์คลังวิชา, 2546 หน้า 180.

2. เปิดโอกาสให้ประชาคมหมู่บ้าน ตำบล ได้เข้าไปมีส่วนร่วมในงานโดยเฉพาะการตรวจรับมอบงานที่ชัดเจน

จากวิธีการใน 3 ขั้นตอนของการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหาร อบต. ต้นแบบที่กล่าวมาข้างต้นนั้น อาจ会有ความแตกต่างกันในทางปฏิบัติทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพพื้นที่ของแต่ละ อบต. หรืออาจจะขึ้นอยู่กับเงื่อนไขของแผนพัฒนาแต่ละแผนกล่าวคือในการทำประชาพิจารณ์ การติดตามการปฏิบัติงาน การตรวจสอบ หรือรับมอบงานในหลายแผนงานจำเป็นต้องอาศัยตัวแทนของประชาคมหมู่บ้านที่มีความรู้ ความสามารถพิเศษ หรือผู้เชี่ยวชาญวิชาชีพ เฉพาะด้าน เป็นต้นว่า การตรวจรับมอบงานการก่อสร้างถนน สะพาน จำเป็นต้องหาตัวแทนประชาคมหมู่บ้านหรือตำบล ที่มีความรู้ความเข้าใจหรือมีพื้นฐานทางการศึกษาด้านวิศวกรรมหรือสถาปนิก นอกจากนั้นในด้านจำนวนบุคคลก็อาจจะมีจำนวนไม่เท่ากัน เพราะบางแผนงานไม่จำเป็นต้องใช้ตัวแทน ประชาคมเข้ามามีส่วนร่วมเป็นจำนวนมาก ยกเว้นที่จะเกี่ยวกับประเพณี วัฒนธรรม หรือสิ่งแวดล้อมซึ่งประชาชนในประชาคมหมู่บ้าน ตำบล ส่วนใหญ่จะได้รับผลกระทบโดยตรง การทำประชาพิจารณ์หรือการมีส่วนร่วมเป็นจำนวนมาก ต้องเปิดโอกาสให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมเป็นจำนวนมาก เพราะฉะนั้นการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารองค์การบริหารส่วนตำบลของ อบต. ต้นแบบทั้ง 15 อบต. จึงอยู่ภายใต้หลักการสำคัญที่ว่า "การร่วมคิด (ร่วมวางแผน) ร่วมทำ (ร่วมปฏิบัติและพิจารณา) ร่วมรับผิดชอบ (การตรวจสอบ)" โดยยึดหลักความต้องการของประชาชนในแต่ละหมู่บ้าน ตำบล เป็นหลัก

สำหรับระดับของการเข้าไปมีส่วนร่วมของประชาชนใน อบต. ต้นแบบจากการสัมภาษณ์ประเมินค่าระดับความคิดเห็นทั้ง 15 อบต. พบว่า มีผลเฉลี่ยรวม 3.82-3.97 จากระดับของการมีส่วนร่วม 5 ระดับ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าอยู่ในระดับมากก่อนไปทางมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยรวมสูงสุดของการเข้าไปมีส่วนร่วมของประชาชนในด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและด้านการพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม คือ 3.97 (ตารางที่ 3) แต่เมื่อจำแนกตามกิจกรรมของแต่ละแผนงานพัฒนาตำบลพบว่ากิจกรรมการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลเพื่อความเข้าใจต่อเป้าหมายและแนวคิดของโครงการหรือแผนงานด้านการส่งเสริมกีฬาและนันทนาการในหมู่บ้านหรือตำบลมีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ 4.26 โดยมีด้านการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในการไปใช้สิทธิเลือกตั้งระดับหมู่บ้านหรือตำบลมากรองลงมาก็คือมีค่าเฉลี่ย 4.21 ทั้งนี้เพราะกิจกรรมทั้ง 2 ด้านดังกล่าวจำเป็นต้องระดมประชาชนให้เข้ามามีส่วนรับรู้และเข้าร่วมให้มากที่สุด มิฉะนั้นจะกลายเป็นแผนการพัฒนาที่ล้มเหลวทันทีหรือไม่บรรลุเป้าหมาย เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่อาศัยปริมาณการเข้าร่วมมากกว่าคุณสมบัติในด้านอื่นๆ ของประชาชน ขณะเดียวกันกิจกรรมในด้านกีฬาและนันทนาการของประชาชนในหมู่บ้านหรือตำบลเป็นกิจกรรมที่สามารถหางบประมาณสนับสนุนเพิ่มเติมจากนักธุรกิจภาคเอกชนในพื้นที่ได้ง่ายจึงทำให้การระดมทรัพยากรต่างๆ มาสนับสนุนและสร้างสิ่งจูงใจให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมได้เป็นจำนวนมากหรือกรณีการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชนในการไปใช้สิทธิเลือกตั้งระดับหมู่บ้านหรือตำบลซึ่งนอกจากผู้ลงสมัครเลือกตั้งทั้งระดับหมู่บ้าน ตำบล จะวิ่งเข้าไป

ขอการสนับสนุนคะแนนเสียงจากภาคธุรกิจในหมู่บ้านหรือตำบลแล้ว นักธุรกิจภาคเอกชนในหมู่บ้านหรือตำบลต้องวิ่งเข้าหาผู้ลงสมัครเลือกตั้งด้วยโดยหวังผลทางธุรกิจอย่างใดอย่างหนึ่งในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องหรือผลประโยชน์ด้านใดด้านหนึ่งซึ่งอาจจะได้รับหากผู้ลงสมัครหมายเลขนั้นได้รับเลือกตั้งกรณีศึกษาของอัครวิทย์ ชันธแก้ว เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของนักธุรกิจในจังหวัดขอนแก่น ซึ่งพบว่านักธุรกิจที่เข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมืองเพราะเป็นผู้ถือครองและควบคุมเครือข่ายระบบอุปถัมภ์ในท้องถิ่น ที่เกี่ยวข้องกับระบบการซื้อ-ขายพืชไร่ ระบบหวยใต้ดิน ระบบการซื้อของเงินผ่อน และระบบสมาชิกห้างสรรพสินค้า จึงทำให้ใช้ชีวิตต้องคลุกคลีอยู่กับประชาชนในพื้นที่และเป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่ต้องเข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมืองทั้งทางตรงและทางอ้อม เพราะการถือครองเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ นักธุรกิจและนักการเมืองดำเนินไปในลักษณะการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันกลายเป็นเครือข่ายระบบอุปถัมภ์ที่สามารถใช้ในการระดมประชาชนให้ไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งผู้ที่นักธุรกิจภูมิภาคให้การสนับสนุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ^๖ นอกจากนั้นในการศึกษาความไว้วางใจทางการเมืองและการมีส่วนร่วมทางการเมืองในองค์การบริหารส่วนตำบลของจังหวัดกาญจนบุรี ยังยืนยันอีกว่า ทูตทางสังคมเป็นตัวแปรภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการอธิบายพฤติกรรมการเข้า

มีส่วนร่วมทางการเมืองและความไว้วางใจทางการเมืองในอบต.ทั้งทางตรงและทางอ้อม^๗ ขณะเดียวกัน ผู้ลงสมัครเลือกตั้งในหมู่บ้าน ตำบล ไม่ว่าจะเป็นผู้นำหมู่บ้าน กำนัน สมาชิกสภาอบต.หรือตำแหน่งอื่นใด บุคคลเหล่านั้นย่อมมีลักษณะของผู้นำชุมชนอยู่ด้วยส่วนจะมีมากหรือน้อยย่อมมีหลายปัจจัยเป็นองค์ประกอบแต่ความเป็นผู้นำชุมชนทุกคนย่อมมีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนตามกรณีศึกษาของสุวัฒน์ ศิริโกภากริมย์ ซึ่งได้ศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของผู้นำชุมชนที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลหัวหิน เมื่อปี พ.ศ. 2540 พบว่า การเข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมืองของสมาชิกในชุมชนและการยอมรับในตัวผู้นำชุมชนไม่มีความแตกต่างกันกล่าวคือ สมาชิกในชุมชนมีการยอมรับในตัวผู้นำชุมชน และผู้นำชุมชนมีอิทธิพลต่อการชักจูงโน้มน้าวให้สมาชิกในชุมชนเข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมืองสูง^๘

ส่วนการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการรับรู้ข้อมูลเพื่อทำให้เกิดความเข้าใจต่อเป้าหมายและแนวคิดของโครงการหรือแผนงานการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในหมู่บ้านหรือตำบล มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ 2.88 นั้นเนื่องจากอบต.ต้นแบบทั้ง 15 อบต. มีสภาพพื้นที่ของแต่ละอบต.แตกต่างกันกล่าวคือเป็นส่วนใหญ่ของอบต.ทั้งหมดไม่ได้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยว จึงไม่

^๖อัครวิทย์ ชันธแก้ว, นักธุรกิจภูมิภาคกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง : ศึกษากรณีจังหวัดขอนแก่น, วิทยานิพนธ์ รัฐศาสตร์มหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2540, หน้า (1).

^๗จิตพล กาญจนกิจ, ความไว้วางใจทางการเมืองและการมีส่วนร่วมทางการเมืองในการเมืองท้องถิ่นไทย : ศึกษากรณีองค์การบริหารส่วนตำบล, คุญวินิพนธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545, หน้า 196.

^๘สุวัฒน์ ศิริโกภากริมย์, อิทธิพลของผู้นำชุมชนที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน : ศึกษากรณีผู้นำชุมชนในเขตเทศบาลหัวหิน, วิทยานิพนธ์ รัฐศาสตร์มหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540, หน้า (1).

จำเป็นต้องเน้นมีแผนการพัฒนาหมู่บ้านหรือตำบลเป็นจำนวนมากเป็นต้นว่า อบต.ทุ่งลูกนก อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม สภาพพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ดอนและที่ราบลุ่มประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเพาะปลูกและเลี้ยงสัตว์ไม่มีแหล่งเหมาะสมที่จะพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว อบต.คานหาม อำเภออุทัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา สภาพพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบแต่ถูกพัฒนาเป็นบ้านจัดสรร หรือเป็นชุมชนเมืองและเมืองอุตสาหกรรมขนาดใหญ่หรืออบต.เสือโฮก อำเภอเมือง จังหวัดชัยนาท ซึ่งมีพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่ม ประชาชนส่วนใหญ่ทำนา ปลูกพืชสวน จึงทำให้พัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ยาก ยกเว้นอบต.สาริกา อำเภอเมืองนครนายก จังหวัดนครนายก ที่มีแหล่งท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากโดยเฉพาะน้ำตกสาริกา น้ำตกนางรอง วนอุทยานวังตะไคร้ และอื่นๆ ซึ่งมีสภาพพื้นที่ดังกล่าวได้เป็นแหล่งท่องเที่ยวมายาวนาน ดังนั้นอบต.เพียงกำหนดแผนการพัฒนาและสนับสนุนงบประมาณอย่างต่อเนื่องประชาชนจะสามารถเข้ามามีส่วนร่วมได้มากขึ้น

นอกจากนั้นการศึกษาของพลพวรรณ คำพรรณ และมนตรี เกิดมิมูล เกี่ยวกับการดำเนินงานขององค์การบริหารส่วนตำบลในการตอบสนองความต้องการของประชาชนในด้านต่างๆ เพื่อนำไปสู่การพึ่งตนเองนั้นพบว่าประชาชนในภาพรวมของทั้งประเทศ ได้รับความรู้กิจกรรมของโครงการที่อบต.ดำเนินการมากที่สุด คือ ประชาชนร้อยละ 83.0 ได้รับความรู้การสร้างและปรับปรุงถนน สะพาน ประชาชนมากกว่าร้อยละ 70.0 ได้รับความรู้โครงการพัฒนาประชาธิปไตยและการเมือง การส่งเสริมกลุ่มออมทรัพย์ กองทุนต่างๆ และสหกรณ์ การป้องกันโรคและระงับโรคติดต่อ และการส่งเสริมเด็ก สตรี ผู้

สูงอายุ และคนพิการ เมื่อเปรียบเทียบประชาชนในภาคต่างๆ คือ ประชาชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคใต้ ภาคกลาง ร้อยละ 80 ขึ้นไป ได้รับความรู้กิจกรรมการสร้างและปรับปรุงถนน สะพาน มากที่สุด ขณะที่ประชาชนในภาคเหนือ ได้รับความรู้กิจกรรมการส่งเสริมเด็ก สตรี ผู้สูงอายุ คนพิการ มากที่สุด

การตอบสนองความต้องการของประชาชนที่มีต่อโครงการอบต. สรุปความเห็นของประชาชนในภาพรวม มีความเห็นว่ากิจกรรมการจัดให้มีน้ำประปาใช้ตรงกับความต้องการของประชาชนมากที่สุด และ ประชาชนได้รับประโยชน์จากกิจกรรมนี้มากที่สุดเช่นกัน อันดับรองลงมาที่ตรงกับความต้องการของประชาชน คือ กิจกรรมป้องกันโรคและระงับโรคติดต่อ การสร้างทำเทียมเรือข้าม และการจัดให้มีไฟฟ้า ไฟถนน สำหรับกิจกรรมที่ประชาชนได้รับประโยชน์รองลงมา คือ การสร้างทำเทียมเรือ ทำข้าม การจัดให้มีไฟฟ้า ไฟถนน และการป้องกันโรคและระงับโรคติดต่อ เมื่อเปรียบเทียบกับประชาชนในแต่ละภาค พบว่าประชาชนในภาคเหนือ มีความคิดเห็นว่า กิจกรรมที่ตรงกับความต้องการของประชาชนมากที่สุด คือ การจัดให้มีน้ำประปาใช้ และเป็นกิจกรรมที่ประชาชนได้รับประโยชน์มากที่สุดเช่นกัน ประชาชนในภาคใต้มีความเห็นว่า กิจกรรมการจัดให้มีน้ำประปาใช้ ตรงกับความต้องการของประชาชนมากที่สุด แต่กิจกรรมที่ให้ประโยชน์ต่อประชาชนมากที่สุด คือการสร้างทำเทียมเรือ ทำข้าม ประชาชนในภาคกลางมีความคิดเห็นว่า กิจกรรมที่อบต. ดำเนินการตรงกับความต้องการของประชาชนมากที่สุดคือ การสร้างทำเทียมเรือ ทำข้าม และกิจกรรมดังกล่าวเป็นกิจกรรมที่

ประชาชนได้รับประโยชน์มากที่สุด^๑

จากข้อค้นพบดังกล่าวจะพบว่าแตกต่างไปจากการวิจัยเรื่องนี้เพียงเล็กน้อย กล่าวคือเมื่อพิจารณาระดับของการมีส่วนร่วมรับรู้ข้อมูลต่างๆ ของประชาชนที่เกี่ยวกับโครงการหรือ แผนงานพัฒนาหมู่บ้านหรือตำบลนั้น ระดับความคิดเห็นของการมีส่วนร่วมรับรู้ข้อมูลต่างๆ ที่เป็นโครงการหรือแผนงานด้านการพัฒนาการเมืองและการบริหารจัดการมากที่สุด เพราะแผนพัฒนาย่อยด้านการสร้างความเข้มให้แก่ชุมชนมีมากที่สุด คือ ร้อยละ 71.1 และแผนพัฒนาย่อยการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในด้านการไปใช้สิทธิเลือกตั้งระดับหมู่บ้าน ตำบล มีมากรองลงมาก็คือ ร้อยละ 67.8 ส่วนผลการศึกษาของพลาพรรณ คำพรณ และมนตรี เกิดมีมูล มีร้อยละ 70.0 ซึ่งแม้จะไม่ใช่ค่าร้อยละสูงสุดและอยู่ในลำดับรองลงมาจากแผนการพัฒนาปรับปรุงถนน สะพาน ที่มีสูงสุดคือร้อยละ 80 ส่วนสาเหตุของความแตกต่างดังกล่าวอาจจะมีการได้หลายสาเหตุเป็นต้นว่า ขอบเขตของการศึกษาที่แตกต่างกันมากระหว่างการศึกษา อบต.ทั่วประเทศ และกลุ่มตัวอย่างแต่ละอบต.ล้วนแต่มาจากการสุ่มตัวอย่างจากแต่ละภาค ซึ่งเมื่อรวมทั่วประเทศมีเพียง 400 ตัวอย่างทั้งๆ ที่มี อบต.ทั้งประเทศประมาณ 6,744 อบต. นอกจากนั้นสภาพพื้นที่ของแต่ละอบต.ในแต่ละภาคมีความแตกต่างกันเป็นอย่างมากย่อมทำให้ความต้องการของประชาชนแตกต่างกันด้วยดังจะเห็นได้ว่างานวิจัยดังกล่าวโครงการจัดให้มีน้ำประปาใช้ในหมู่บ้านหรือตำบลเป็นประเด็นที่ตรงกับความต้องการมากที่สุดทั้งๆ ที่ประชาชนได้รับ

รู้กิจกรรมของโครงการการสร้างและปรับปรุงถนน สะพาน มากที่สุด

วิธีการบริหารของคณะกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนตำบลและการมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีประสิทธิภาพ

ผลของการวิเคราะห์วิธีการบริหารของคณะกรรมการบริหารอบต.และการวิเคราะห์กระบวนการการมีส่วนร่วมของประชาชนใน อบต.ต้นแบบนั้นพอจะสรุปได้ว่าการบริหารของคณะกรรมการ อบต.ต้องบริหารไปตามกฎหมายที่ให้อำนาจไว้และอำนาจที่ให้ไว้คือการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย การตัดสินใจทางการเมือง การวางแผนพัฒนาทางเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง รวมทั้งการตรวจสอบการใช้อำนาจรัฐทุกระดับ เพราะฉะนั้นการบริหารองค์การบริหารส่วนตำบลในแต่ละตำบลจึงสามารถกำหนด รูปแบบ วิธีการและกระบวนการในการเข้าไปมีส่วนร่วมของประชาชนได้ เพราะฉะนั้นวิธีการของคณะกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนตำบลต้นแบบทั้ง 15 องค์หรือ 15 อบต. พบว่ามีวิธีการบริหารที่เหมือนกันโดยผ่านกิจกรรมการพัฒนาในแต่ละด้านของแต่ละ อบต. ทั้ง 8 ด้านตามที่กล่าวมาข้างต้นโดยมีงบประมาณสนับสนุนทั้งจากแต่ละ อบต. จัดเก็บได้เอง หน่วยงานอื่นจัดเก็บให้ และการสนับสนุนจากรัฐบาล จนได้รับรางวัลการบริหารจัดการที่ดีมีประสิทธิภาพตามหลักเกณฑ์ที่สถาบันพระปกเกล้ากำหนด ซึ่งผลจากการสัมภาษณ์วิธีการบริหารของคณะกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนตำบลในแต่ละกิจกรรมการ

^๑พลาพรรณ คำพรณ และมนตรี เกิดมีมูล, วารสารพัฒนบริหารศาสตร์ ปีที่ 42 ฉบับที่ 3 2545. "การดำเนินงานขององค์การบริหารส่วนตำบลในการตอบสนองความต้องการของประชาชนในด้านต่างๆ เพื่อนำไปสู่การพึ่งตนเอง" หน้า 272-273.

พัฒนาของแต่ละตำบลนั้นจำเป็นต้องผ่านกระบวนการสำคัญ 3 ขั้นตอนคือ

ขั้นตอนที่ 1 การรับรู้ข้อมูล เป็นการให้รับรู้ปัญหาในแต่ละประเด็นในหมู่บ้าน หรือตำบลนั้นเพื่อจะได้หาทางแก้ไข พร้อมกับเสนอความต้องการของประชาชนในแต่ละหมู่บ้าน ตำบล ตามลำดับความสำคัญที่กำหนดไว้

ขั้นตอนที่ 2 การประชุมประชาคมหมู่บ้าน โดยเชิญบุคคลที่เกี่ยวข้องกับปัญหาและหมู่บ้านหรือตำบลนั้น ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการหรือทั้งที่เป็นสมาชิกสภา อบต. และมีได้เป็นเข้าร่วมประชุมปรึกษาหารือ หาข้อสรุปที่ชัดเจนเพื่อนำเสนอสภา อบต. บรรจุเป็นแผนพัฒนาหมู่บ้านหรือตำบลของแต่ละ อบต. พร้อมกับการสนับสนุนทางด้านงบประมาณ

ขั้นตอนสุดท้าย จัดทำแผนพัฒนา อบต. โดยจัดลำดับความสำคัญก่อน-หลังตามความต้องการของหมู่บ้าน ตำบลนั้น

แต่เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารจัดการยิ่งขึ้นกิจกรรมหรือแผนพัฒนาหมู่บ้าน ตำบล ทุกแผนต้องผ่านขั้นตอนต่างๆ อีก 3 ขั้นตอนคือ

ขั้นที่ 1 ประสานงานกับผู้นำชุมชนกลุ่มต่างๆ เพื่อจัดทำประชาคมหมู่บ้าน

ขั้นที่ 2 ปฏิบัติตามแผนพัฒนาในแต่ละแผนพัฒนา

ขั้นที่ 3 การตรวจสอบ ติดตาม และประเมินผล

นอกจากนั้นผลของการศึกษาจากการวัดระดับประสิทธิภาพของการมีส่วนร่วมรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชนในด้านโครงการชุมชนสัมพันธ์หรือโครงการประชาสัมพันธ์ในด้านของความเพียร พอ ความยุติธรรม เปิดเผยต่อสาธารณชน มีความ

โปร่งใสทุกขั้นตอน และการบริหารจัดการโครงการที่มีความน่าเชื่อถือ ส่วนเต็มค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากค่อนข้างมากที่สุดในทุกกิจกรรม

ส่วนผลของการวิเคราะห์กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนในอบต.ต้นแบบ พบว่าประชาชนได้เข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมการพัฒนาหมู่บ้าน ตำบล ที่สำคัญๆ ตามขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การรับรู้ข้อมูล ด้วยวิธีการคือ

1. ประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ ตั้งแต่บอกปากต่อปาก ประกาศผ่านหอกระจายข่าวของ หมู่บ้าน รดยนต์ติดเครื่องขยายเสียงเคลื่อนที่ หนังสือเชิญประชุมและอื่นๆ

2. ประชุมประชาคมหมู่บ้าน ซึ่งประกอบด้วยกรรมการหมู่บ้าน ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน ตัวแทนกลุ่มอาชีพ สมาชิกสภาอบต.ของแต่ละหมู่บ้าน และอื่นๆ

3. รับรู้ประเด็นที่เป็นปัญหาของหมู่บ้านหรือชุมชน แนวทางแก้ไขปัญหาลำดับความต้องการก่อน-หลัง

ขั้นตอนที่ 2 การจัดทำแผนพัฒนาอบต. ด้วยวิธีการคือ

1. จัดทำประชาพิจารณ์ประเด็นที่เป็นความต้องการของชุมชน

2. นำข้อสรุปเสนอสภาอบต.เพื่อพิจารณาอนุมัติงบประมาณสนับสนุนและบรรจุไว้ในแผนพัฒนาตำบลตามลำดับความสำคัญ

ขั้นตอนสุดท้าย การตรวจสอบ ติดตาม และประเมินผล ด้วยวิธีการคือ

1. เปิดโอกาสให้ประชาคมหมู่บ้าน ตำบลได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการเปิดช่องประมวลการจัดซื้อ-จัดจ้าง ในแต่ละแผนงานอย่างโปร่งใส

2. เปิดโอกาสให้ประชาคมหมู่บ้าน ตำบล ได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการติดตามการปฏิบัติงาน ตรวจสอบแผนงาน และประเมินผลของงาน โดยเฉพาะการตรวจรับมอบงานที่ชัดเจน

นอกจากผลของการศึกษาจากการวัดระดับประสิทธิภาพของการรับรู้ข้อมูลการมีส่วนร่วมของประชาชนในแต่ละแผนการพัฒนาของหมู่บ้าน ตำบล ทั้ง 8 ด้าน คือ ด้านการพัฒนาเศรษฐกิจ ด้านการพัฒนาสังคม ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ด้านการพัฒนาแหล่งน้ำ ด้านการพัฒนาสาธารณสุข ด้านการพัฒนาการเมืองและการบริหาร ด้านการพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และด้านการพัฒนาการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรมแล้ว ล้วนแต่มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากค่อนข้างมากที่สุดในทุกๆ ด้าน

เพราะฉะนั้นข้อค้นพบต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้นและเกี่ยวข้องกับวิธีการบริหารของคณะกรรมการ

การบริหารองค์การบริหารส่วนตำบลและการมีส่วนร่วมของประชาชนในองค์การบริหารส่วนตำบลต้นแบบทั้ง 15 องค์การนั้นสามารถสรุปได้ว่าเป็นการบริหารจัดการที่ดีมีประสิทธิภาพอย่างแท้จริง และถือเป็นองค์ความรู้ใหม่ที่ควรนำไปเผยแพร่ด้วยการจัดอบรม สัมมนาให้กับผู้นำชุมชน สมาชิกสภา อบต. คณะกรรมการบริหาร อบต. และประชาชนที่สนใจทั่วไปเพื่อชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมการพัฒนาขององค์การบริหารส่วนตำบล หรือควรที่จะกำหนดเป็นนโยบายด้านการบริหารงานในองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นทั่วประเทศเพื่อให้มีการจัดอบรม สัมมนาการบริหารงานแบบมีส่วนร่วมของประชาชนตามกระบวนการ และขั้นตอนต่าง ๆ ที่ค้นพบภายหลังการรับตำแหน่งอย่างเป็นทางการ และควรก่อนการแถลงนโยบายให้สภาองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นรับรองนโยบายของฝ่ายบริหารในแต่ละครั้ง

บรรณานุกรม

- ชิตพล กาญจนกิจ. (2545). ความไว้วางใจทางการเมืองและการมีส่วนร่วมทางการเมืองทางการเมืองท้องถิ่นไทย : ศึกษากรณีองค์การบริหารส่วนตำบล. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นภัสวรรณ เตชะสืบ. (2544). ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับองค์การบริหารส่วนตำบลของสมาชิกสภาและคณะกรรมการบริหารส่วนตำบล : ศึกษาเฉพาะกรณี อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง. วิทยาสตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พลาพรรณ คำพรรณ และมนตรี เกิดมีมูล. (2545). การดำเนินงานขององค์การบริหารส่วนตำบลในการตอบสนองความต้องการของประชาชนในด้านต่างๆ เพื่อไปสู่การพึ่งตัวเอง. วารสารพัฒนาบริหารศาสตร์, 42, 3, หน้า 247-310, ตาราง.
- สุวัฒน์ ศิริโกภากรมย์. (2540). อิทธิพลของผู้นำชุมชนที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน : ศึกษากรณีผู้นำชุมชนในเขตเทศบาลตำบลหัวหิน. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการปกครอง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรรถัย กักพล. (2546). Best practices ขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีความเป็นเลิศด้านความโปร่งใสและการมีส่วนร่วมของประชาชน. นนทบุรี : วิทยาลัยพัฒนาการปกครองท้องถิ่น สถาบันพระปกเกล้า.
- อัศววิทย์ ขันธแก้ว. (2540). นวัตกรรมภูมิภาคลกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง : ศึกษากรณีจังหวัดขอนแก่น. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการปกครอง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

แบรนด์ดีดั่งและรีแบรนด์ดีดั่ง : จากประสบการณ์นักสร้างแบรนด์

*บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ

โลกธุรกิจในปัจจุบันต่างยอมรับกันว่า "แบรนด์" (Brand) มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อธุรกิจ โดยเฉพาะบทบาทในการสร้างความผูกพันกับลูกค้า แบรนด์ยังช่วยสร้างประสบการณ์ร่วมระหว่างเจ้าของสินค้า ตัวสินค้า และลูกค้า ซึ่งความผูกพันและประสบการณ์ร่วมนี้เองที่นำไปสู่ความภักดีต่อแบรนด์ (Brand Loyalty) ของลูกค้า แบรนด์จึงมีความสำคัญอย่างมากต่อการเติบโตของธุรกิจ

ศิริกุล เลากัยกุล (2546) มีอาชีพผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างแบรนด์คนหนึ่งของไทย กล่าวว่า "แบรนด์คือจุดศูนย์กลางของการทำธุรกิจ" ฉะนั้น บทบาทของแบรนด์จึงมีได้จำกัดเพียงงานด้านการตลาดเท่านั้น แต่แบรนด์เกี่ยวข้องกับทุกสิ่งทุกอย่างในการทำธุรกิจ นับตั้งแต่ฝ่ายบริหาร ฝ่ายผลิต ฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์ ฝ่ายขาย ไปจนถึงฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ หรือกล่าวง่าย ๆ ก็คือ แบรนด์เกี่ยวข้องกับทุกฝ่ายในองค์กรธุรกิจนั่นเอง

ด้วยเหตุนี้ การสร้างแบรนด์ (Branding) จึงเป็นภารกิจสำคัญยิ่งประการหนึ่งในการดำเนินธุรกิจ ปัจจุบันแต่ละองค์กรธุรกิจต่างพยายามแสวง

หาแนวทาง วิธีการ หรือกลยุทธ์ในการสร้างแบรนด์ของตนเพื่อให้แบรนด์มีชื่อเสียง มีความน่าเชื่อถือ ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภค พยายามสร้างแบรนด์ให้เป็นที่น่าสนใจแก่ผู้บริโภคให้มากที่สุดเหนือกว่าแบรนด์คู่แข่ง เพื่อทำให้เกิดความผูกพันหรือความภักดีต่อแบรนด์ของตน ซึ่งจะนำไปสู่การขยายตัวของยอดขายและกำไรในลำดับต่อมานั่นเอง

อย่างไรก็ตาม การสร้างแบรนด์ไม่มีสูตรสำเร็จตายตัว กลยุทธ์การสร้างแบรนด์ที่ประสบความสำเร็จของบริษัทหนึ่งอาจไม่สามารถใช้ได้ ผลกับอีกบริษัทหนึ่งก็ได้ หรือสูตรสำเร็จการสร้างแบรนด์ที่ใช้ได้ผลสำหรับสินค้าในประเทศหนึ่งอาจประสบความล้มเหลวในอีกประเทศหนึ่งก็ได้ ทั้งนี้ เพราะสังคมของแต่ละท้องถิ่น แต่ละประเทศ ต่างก็มีพลวัต (dynamics) และบริบท (context) ที่แตกต่างกันออกไป การสร้างแบรนด์ในแต่ละพื้นที่แต่ละวัฒนธรรมการบริโภค หรือแต่ละประเทศอาจต้องใช้เทคนิควิธีการหรือกลยุทธ์แตกต่างกันออกไปบ้าง

ทุกวันนี้ หากเราหาหนังสือหรือตำรา (textbook) หรือหนังสือเกี่ยวกับการตลาด การ

*อาจารย์ประจำภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ กำลังศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

โฆษณา หรือการสร้างแบรนด์โดยตรงทั้งภาษาไทย และภาษาต่างประเทศ เราจะพบว่าหนังสือแนะนำกลยุทธ์หรือวิธีการในการสร้างแบรนด์อย่างมาก หลายหลากหลายวิธีแตกต่างกัน กลยุทธ์หรือยุทธวิธี แต่ละแบบต่างก็นำเสนอให้เห็นว่า สูตรการสร้างแบรนด์ของต้นนั้นประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี โดยมักจะมีกรณีศึกษา ผลงานวิจัย หรือคำยืนยันรับรองจากบรรดาผู้เชี่ยวชาญ หรือกูรูทั้งหลายที่มีชื่อเสียง มาดอกร้อยอย่างเป็นมันเป็นเหมาะให้คุณ่าเชื่อถือยิ่งขึ้น

สำหรับสูตรหรือแนวทางการสร้างแบรนด์ที่จะหยิบยกมากล่าวดังต่อไปนี้เป็นส่วนหนึ่ง ที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากประสบการณ์การสร้างแบรนด์ของนักวิชาชีพเกี่ยวกับการสร้างแบรนด์ของไทย

วรุณี วรกาญจน์ (2547) Executive Strategic Planning Director แห่งบริษัท เดนท์ส ยัง แอนด์ รูบิคแคม จำกัด ได้กล่าวถึงการสร้างแบรนด์ไว้ว่า "การสร้างแบรนด์นั้น ไม่ว่าจะเป็นแบบ ตะวันออกหรือตะวันตก ต้องมี "แก่น" หรือ "คุณค่า" ทั้งนี้ การสร้างแบรนด์ที่ถูกต้องจะต้องเริ่มที่ตัวสินค้า ต้องมีเอกลักษณ์ ต้องมีจุดเด่นในตัวมันเอง อาจเป็นทั้งคุณค่าที่จับต้องได้ หรือจับต้องไม่ได้"

วรุณีฯ ยกตัวอย่างเกี่ยวกับการใช้ "คุณค่า" จากสิ่งที่จับต้องไม่ได้มาใช้ในการสร้างแบรนด์ ในกรณีของ "ซีเล็กท์ หนูน่า"

ถ้ามองผู้บริโภค (Consumer) จาก ตราสินค้า (Brand) ซีเล็กท์หนูน่า ซึ่งทำมาจากปลาหนู คุณภาพดี รับรองโดยกระทรวงสาธารณสุข ตราฉลากดี ปลอดปรานทะเล เขาก็ผลิตมาจากปลาหนูแหล่งเดียวกัน ปลาที่จับตามอ่าวไทยหรือที่ไหนก็ตาม มันไม่มีความแตกต่าง โรงงานก็ผ่าน ISO ทุกอย่างเหมือนกันหมด เพราะฉะนั้น สิ่งที่จับต้องได้ก็ไม่มี

ความต่าง เราถึงต้องใช้สิ่งที่จับต้องไม่ได้มาช่วยสร้าง Brand ให้แตกต่าง Brand จะเกิดขึ้นได้ต้องมีเอกลักษณ์ของตนเอง (unique) เป็นที่ยอมรับทั่วไปตั้งแต่อาจารย์เอเคอร์มาจนถึงทุกคน จะทำอะไร ก็มองกลับไปคนที่กินปลากระป๋องนอตีดูสพรานทะเล หรือยี่ห้ออื่น ๆ จะบอกและสื่อสารไปว่ากินเพราะว่าโปรตีน กินเพราะคุณค่า กินแล้วจะแข็งแรง คนที่เชื่อว่ากินปลากระป๋องหนูน่าเพราะมีโปรตีนก็กินไป เพราะถ้ามีสิทธิเลือกที่จะกิน Brand อะไรก็ได้ เราก็เลยต้องมามองว่าถ้าเกิดซีเล็กท์ต้องเป็นอีก Brand หนึ่ง ซึ่งขายโปรตีน ก็ไม่มีความต่าง หรือขายสุขภาพ ก็ไปตรงกับนอตีดูส โปรตีนก็มาจากหนูน่ามีคุณภาพที่ดีเหมือนกัน เราก็เลยมองที่ตัวหนูน่าว่ามันมีอะไรอีกในโปรตีนนั้น นั้มองกระป๋องซีเล็กท์ หนูน่า ไปเห็นคำว่า "low fat" ก็คิดว่าน่าจะนำมาเล่นได้หรือเปล่า

ทีนี้ก็กลับไปหา ว่าพวกเขาโยยหาอะไรจากคำว่า low fat เมื่อมองไปที่ คุณค่าของ ผู้บริโภค ก็อย่างที่บอก ความอ้วนนั้นเป็นสิ่งที่น่ารังเกียจ ผู้บริโภคมีคำนิยามว่า ความอ้วนเป็นลักษณะเฉพาะของผู้หญิง มันก็เหมือนได้จุดประกายแล้วละว่า เราให้ไขมันต่ำมันจึงทำให้เราไม่อ้วน ก็คือเป็นการพูดสิ่งเดิม ๆ ซึ่งมันเหมือนกับเอามาพูดขึ้นใหม่ เป็นการสร้าง Brand ชนิดสร้างภาพ ไม่ได้บิดเบือนว่ากินแล้วจะลดความอ้วนได้ภายใน 5 วัน เพียงแต่เราหยิบประเด็นมาพูด ความเป็น low fat ทำให้คนไม่อ้วน ไม่ได้บอกว่าคุณจะลดน้ำหนักได้ ซึ่งอันนี้เป็นหลักการสื่อสาร เราไม่สามารถพูดทุกเรื่องได้ แต่เป็นแนวทางการสร้าง Brand มีทั้ง tangible และ intangible และก็ไปเกี่ยวกับ value ของ Consumer นักสร้าง Brand หรือนักสื่อสารการตลาด คือผู้ที่จับ Consumer กับ Brand ให้มาเจอ

กัน และต้องหาจุดต่าง ๆ ให้กับ Brand เพราะว่า ในสมองของ Consumer จะจำแต่ Brand ซึ่งมีความต่างที่ชัดเจนเท่านั้น นั่นคือเหตุผลว่าทำไมผู้หนึ่งส่วนหนึ่งสามารถจดจำแบรนด์ซีเล็คท์ ทูน่าได้"

แนวทางการสร้างแบรนด์ในลักษณะดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ คลัช บุนยะรัตเวช (2545) ผู้คร่ำหวอดในวงการสร้างแบรนด์อีกคนหนึ่งของเมืองไทย ซึ่งกล่าวถึงศาสตร์ของการสร้างแบรนด์ให้ประสบความสำเร็จอย่างง่าย ๆ ก็คือ "การเคลื่อนย้ายจากประโยชน์ใช้สอย (Functional) ไปสู่อารมณ์ (Emotional) ให้มากขึ้น" ในประเด็นนี้ก็คือ การอาศัยคุณค่าจากสิ่งที่จับต้องไม่ได้ แต่สามารถจับใจผู้บริโภคได้มาใช้ในการสร้างแบรนด์นั่นเอง

คลัชฯ ได้ยกตัวอย่างกรณีแบรนด์ Nike ซึ่งไม่ได้บอกเลยว่ารองเท้าของเขาทำด้วยยางหนาหรือทำให้กระโดดได้สูง แต่กลับบอกผู้บริโภคว่าแบรนด์นี้เป็นแบรนด์สำหรับคนที่มีความปรารถนาที่จะทะยานไปข้างหน้า ดังสโลแกนที่ว่า "Just do it" ซึ่งเป็นการสื่อถึงด้าน Emotional มากกว่า Functional อย่างชัดเจน

อย่างไรก็ตาม รัชดา เบญจรัตนานนท์ (2541) กล่าวสรุปไว้ในตอนท้ายของบทความเรื่อง "จะปกป้อง Brand Image อย่างไรให้คงมี Power ตลอดไป" อย่างน่าสนใจว่า "การสร้างตราสินค้า (brand) จะประสบความสำเร็จและมีความแข็งแกร่งได้ตลอดไป เมื่อเราสามารถสร้างความสมดุลระหว่างคุณสมบัติทางกายภาพกับคุณสมบัติทางจิตวิทยาได้ตลอดไป และต้องพยายามหิบบกและตอกย้ำให้ผู้บริโภคได้รับรู้คุณสมบัติทั้งสองผ่านการรับรู้เกี่ยวกับตราสินค้าของเราอยู่ตลอดเวลา ไม่ว่าจะด้วยวิธีการสื่อสารวิธีใดก็ตาม"

อีกประการหนึ่งที่ต้องคำนึงในการสร้างแบรนด์ก็คือ การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) ได้ชัดเจน ถูกต้อง ซึ่งวรวิศฯ ได้ยกตัวอย่างกรณี "Amazing Thailand" ในอดีตว่า "เป็นการรณรงค์ที่ประสบความสำเร็จ เพียงแต่การใช้สื่อหรือการออกไปสู่สาธารณชน รัฐบาลไม่ได้มีงบประมาณมากพอที่จะทำให้การรณรงค์กระหึ่มหรือเกิดผลกระทบอย่างรุนแรงจน กลุ่มเป้าหมายที่เป็นลูกค้าต่างประเทศอยากเข้ามา แต่คนไทยกลับรู้จักคุ้นเคยกับ Amazing Thailand ได้มากขึ้น ดังนั้น ตัวกลุ่มเป้าหมายเป็นเรื่องสำคัญ และเป็นหลักพื้นฐานของการสื่อสาร การสร้าง Brand ต้องดู Target ให้ทัน"

พอวกกลับมาถึงกลุ่มเป้าหมายหรือ ผู้บริโภค คือคน 1 คน แล้วถ้าถามว่า "ทำไมถนนทุกสายจึงมุ่งไปสู่ผู้บริโภค" คำตอบก็คือ ผู้บริโภค หรือ การรณรงค์เป็นตัวกำหนด เป็นคนที่จะรับสาร เพราะว่า Brand ในโลกนี้นั้นมีเป็นหมื่น ๆ แต่สมองเรามีเนื้อที่จำกัด การเปิดรับอะไรขึ้นมาสักอย่าง มันต้องเด่น ต้องสำคัญ การรณรงค์จะเป็นคนเปิดปิดจอข้างในสมอง ทำให้คนอเมริกันไม่รู้จักประเทศเลย "Thailand หรือ Taiwan" จะสับสน ทำอย่างไรจะทำให้คนอเมริกันรู้จักประเทศไทยอย่างที่เราเป็น หรืออย่างที่เรายากจะให้เขารู้จักความสำคัญก็อยู่ที่ตัว Target หรือ การรณรงค์"

ไม่เพียงแต่ต้องกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่เด่นชัดเท่านั้น แต่นักสร้างแบรนด์ยังต้องทำความเข้าใจถึงพฤติกรรมและทัศนคติ ตลอดจนความประทับใจของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้านั้น ๆ ด้วย แล้วเราจะทำอย่างไรจึงสามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้ถูกต้องเด่นชัด ตลอดจนเข้าใจอย่างลึกซึ้งเพียงพอถึงพฤติกรรมและทัศนคติที่ผู้บริโภคมีต่อสินค้าของเรา

ในกรณีนี้ ณรงค์ จิวังกูร (2545) CEO ของบริษัท Momentum BBS จำกัด ซึ่งเป็นนักการตลาดที่มีประสบการณ์มายาวนาน ได้แนะนำให้เริ่มต้นด้วยการวิจัย โดยอาศัยการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งจะช่วยให้ได้คำตอบสำคัญอย่างน้อย 3 ประการที่จะนำไปสู่การทำตลาดและการสร้างแบรนด์ต่อไป คือ

1. พฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคต่อการซื้อ และใช้ประเภทของสินค้า (Category Needs)

2. สิ่งที่ผู้บริโภคชื่นชมและประทับใจ (Positioning)

3. สิ่งอื่น ๆ ที่ผู้บริโภคมีอยู่ในใจ หรืออยากได้เพิ่มเติม (unmet needs)

คำตอบทั้ง 3 ประการนี้จะเป็นส่วนสำคัญในการกำหนดตำแหน่งยุทธศาสตร์ของแบรนด์ต่อไป อย่างไรก็ตาม ศิริกุล เลากัยกุล (2546) ตอกย้ำให้ระลึกอยู่เสมอว่า "การสร้างแบรนด์เป็นกระบวนการที่ต้องใช้เวลา.... การสร้างแบรนด์นั้นไม่ใช่เป็นแค่เพียงการสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักที่เรียกว่า Brand Awareness เท่านั้น แต่การสร้างแบรนด์นั้นต้องทำให้แบรนด์เกิด และมีชีวิตอยู่ต่อไป มีการเติบโตต่อไปในระยะยาว"

ศิริกุลฯ เปรียบการสร้างแบรนด์เสมือนการเลี้ยงดูลูก โดยบอกว่า "การสร้างแบรนด์ก็เหมือนการเลี้ยงลูก เกิดมาแล้วต้องพยายามเลี้ยงดูอบรมสั่งสอน ปลูกฝัง ลงทุน ทำทุกอย่างเพื่อลูกเติบโตเป็นสิ่งที่ดีที่สุด"

ดังนั้น เวลาที่จะสร้างแบรนด์ เจ้าของต้องทำตัวเสมือนพ่อแม่ของแบรนด์ ทุ่มเทให้กับแบรนด์ด้วยความรัก สนับสนุนแบรนด์ในทุกวิถีทาง และที่สำคัญต้องรู้จักเลือกสรรคนที่เหมาะสมให้เข้า

มาช่วยดูแลเสริมสร้างแบรนด์ของเรา

แต่อย่างไรก็ตาม มีสิ่งหนึ่งกับการสร้างแบรนด์แตกต่างจากการเลี้ยงลูกอย่างชัดเจนที่สุดก็คือ "แบรนด์ตายแล้วเกิดใหม่ได้" หรืออาจจะยังไม่ตายแต่เมื่อแบรนด์มีความอ่อนแอ หรือมีอาการร่อแร่ปางตาย เราก็สามารถฟื้นฟูหรือชุบชีวิตใหม่ให้แบรนด์นั้นได้ ซึ่งมักเรียกกันว่า "Re-brand" นั่นเอง

ในประเด็นเกี่ยวกับการ Re-brand นั้น วรุฒิ วรกาญจน์ (2547) ได้ถ่ายทอดประสบการณ์จากการทำงานในกรณีสินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ Happy D prompt ให้ฟังว่า

D prompt เข้ามาหาเราในสภาพที่แพ้ One-2-Call อย่างยับเยิน เป็นเบอร์ 2 แต่ในขณะเดียวกัน Orange ก็เบียดเข้ามาเรื่อย ๆ สภาพของ D prompt ในขณะนั้นผู้บริโภคมองว่าไม่มีความน่าสนใจเลย เราจึงต้อง promise hope ให้กับคนใช้ D prompt ด้วยศาสตร์แห่งการ Re-brand สร้างวิญญานให้กับ D prompt เสียใหม่

คนที่ใช้ D prompt และไม๊ใช้นั้น เมื่อถามเขาว่า "One-2-Call" เป็นอะไร คำตอบคือเป็นเหมือนคนหนุ่มสาวสมัยใหม่ รักไฮเทค รักอิสระ แสวงหา เป็นตัวของตัวเอง เป็นคนรุ่นใหม่ ภาพลักษณ์ดีมาก ส่วน "Orange" เป็นคนรุ่นใหม่ มีสถานภาพเป็นคนเมือง แต่สำหรับ "D prompt" เปรียบเสมือนผู้หญิงกลางคนไม่มีเสน่ห์ เสื้อผ้าเก่าๆ นิดหนึ่ง เพราะฉะนั้น ภาพของ D prompt คนใช้ไม่มาก แต่ที่คนสนใจก็เพราะว่าราคาถูก ในเชิงของการทำ Brand ถือเป็น Brand ที่ไม่มีพลัง ไม่สามารถหาลูกค้าเข้ามาใหม่ แม้ว่าจะเป็นเบอร์ 2 ก็ตาม เราจึงต้องใช้ศาสตร์แห่ง Brand และ Branding มาดูว่าเราจะแต่งตัว D prompt ใหม่อย่างไร เรา

จะเพิ่มความหมายใหม่ให้ D prompt ได้อย่างไร ก็ดูที่ผู้บริโภค

เมื่อเราพบว่า One-2-Call ยึดภาพคนทันสมัย เป็นคนรุ่นใหม่ไปแล้ว Orange ก็มากระชากเสื้อนั้นไปอีก เราก็มองดูว่ามันยังมีคนอื่นอีกจำนวนเยอะซึ่งใช้โทรศัพท์โดยไม่แสวงหาความพึงพอใจ หรือไม่แสวงหาความไฮเทค ก็คือความไฮเทคไม่จำเป็นสำหรับเขา คนที่ใช้โทรศัพท์เพราะว่าประการที่หนึ่งพูดคุยได้ สัญญาณต่อดี ก็อาจจะซื้อให้พ่อ แม่ หรือซื้อเอง โดยไม่มุ่งหาภาพที่สวยงาม

กลุ่มนี้ยังมีอีกเยอะในตลาดและการที่เรามาเป็นที่ 2 ถ้าถูกขึ้นมามากเกินไป ฉันมีเครือข่ายครอบคลุม หรือฉัน hi-tech คนคงไม่เชื่อ เพราะว่า One-2-Call ได้ยึดอันนั้นไปแล้ว และแม่ของเราคือ D-TAC นี่มีประวัติเลวร้ายในเรื่อง เครือข่ายล่มบ่อย มันก็ยิ่งตราตรึงอยู่ในหัวของ การรณรงค์ไป survey ก็ครั้งที่ AIS ระบบดี ยอมจ่าย 5 บาท สำหรับ One-2-Call แต่ว่า D-TAC ถ้าไม่มีการส่งเสริม ฉันก็ไม่ใช้ โทรแล้วไม่ติด สัญญาณสายหลุด ระบบไม่ดี ซึ่งความจริงในแง่เทคโนโลยีเขาก็พัฒนาสถานีคุณภาพจะเท่ากันแล้ว พูดง่ายๆ ปัจจุบันระบบนี้ไม่ล่ม เราก็คิดว่าควรจะพูดคุยกับคนที่ไม่ได้ติดต่อกับไฮเทค ที่นี้จะพูดคุยยังให้คนพวกนี้สนใจ เพราะเราคงบอกไม่ได้ว่า Happy D prompt นะ สำหรับคนธรรมดาอย่างคุณ

เมื่อตั้งคำถามว่า คนเราแสวงหาอะไร ก็อาศัยคุณค่า ทางใจจริง การโทรศัพท์ติดต่อสื่อสาร เพื่อให้แม่ได้คุยกับลูก พ่อได้คุยกับแม่ ลูกคุยกับป้า ตาคุยกับยาย เพราะฉะนั้นทุกคนคิดว่ามันมาลงเลยที่ "ความสุข" ว่าได้พูดคุยกันก็มีความสุข ตรงนี้มาเป็นความหมายใหม่หรือความหวังใหม่ของ Brand D prompt ซึ่งตอนแรก Happy จะเป็นแค่ theme

แค่ manner ของการสร้าง Brand เท่านั้น แต่ว่าลูกค้าชอบ Concept นี้ ก็เลยขอเปลี่ยนชื่อ Brand ด้วย ใจกล้ำมาก เริ่มทำใหม่ทั้งหมด ตั้งแต่ชื่อสัญลักษณ์รอยยิ้ม แล้วเปลี่ยนสีใหม่จากสีม่วง D prompt มาเป็นสีแดง เพราะสีแดงคือสีแห่งความสุข

หลังจากคิด logo ได้ ก็ทำพวกสื่อต่างๆ เป็น IMC ครบถ้วน มีแนะนำ identity ใหม่ รอยยิ้ม แล้วบอก target สำหรับทุกคน หนุ่มสาว เด็ก ตายาย นักธุรกิจ ได้หมด ขอให้ทุกคนสื่อสารกันด้วยความสุขแล้ว out of home media ที่ไหนที่มีป้ายก็ตามเอาไปติดหมด billboard BTS ป้ายหน้าทางด่วน รดแวนเราก็กเริ่มใช้

นอกจากนี้ เราให้คนนั่งรดแวนได้นั่งฟรี เดือนแรกที่เปิดตัว ใครนั่งมาเราก็ก Happy คือพยายามทำ Happy ไม่ได้มีแต่ชื่ออย่างเดียว ตอนหลังเราก็กบอกว่าทำไมคุณถึง Happy เพราะว่าเรลดให้ถึง 50% ตามช่วงเวลาที่คุณเลือกได้ เราไม่ได้ฟันราคาเดียวกัน 5 บาท แบบ One-2-Call ข้อเสนออีกคือว่า work ที่จะออกมาได้ One-2-Call ก็ลดราคา สภาวะเสียตทานจากข้อเสนอของเราไม่ได้ทั้งหมด ก็จะเป็นที่มาของทุกสื่อภายใต้ identity ใหม่ logo ชื่อใหม่

Happy เป็นการ Re-brand ที่ทำให้มีความหมายชัดเจนขึ้น หนึ่งทุกเรื่องที่เราทำได้รับการตอบรับที่ดี อันนี้เป็นสิ่งที่ทางเรากุมใจ มันไม่ใช่หน้าที่ฮือฮา แต่กลุ่มเป้าหมายชอบ เพราะเป็นคนที่ไม่ต้องการความหรูหรา แต่รักครอบครัว รักบ้าน รักความสัมพันธ์

ดังนั้น Concept "Happy" ไม่ใช่ทำแค่ communication หรือโฆษณา และกิจกรรมโปรโมชันเท่านั้น แต่เราต้องคอยจับกระแสสังคมแล้วหาทางสร้างกิจกรรมร่วมเพื่อเสริมสร้างความนิยม เช่น

ที่ผ่านมา มีการนำการแสดงชุด "โดราเอมอน" เข้ามาแสดงในประเทศไทย Happy ก็เข้าไปเป็นผู้สนับสนุน ใครที่ใช้บัตร Happy ก็เปิดรอบดูฟรีให้รอบหนึ่ง เรียกว่าครบเครื่อง พยายามถ่ายทอดอะไรที่เป็นของ Consumer นั้น Happy ก็จะนำมาให้รวมไปถึงโปรโมชั่นอีกด้วย เป็นครั้งแรกที่ทำกับไอศกรีมเนสท์เล่ คือว่ามีตราภาพพวกนี้จะขายตามร้านโทรศัพท์ แต่คราวนี้ไปร่วมมือกับเนสท์เล่ขายบัตรเติมเงินในรถเข็นขายไอศกรีม แล้วเขาก็ทำบัตรเติมเงิน 50 บาท เป็นเจ้าแรกที่ทำเจ้าอื่น ๆ ก็มัก 100 บาท หรือ 200 บาท ก็คือบ่งบอกว่า ทุกเพศ ทุกวัย ทุกชนชั้น ทุกฐานะ ใช้ได้"

ตัวอย่างเกี่ยวกับการ Re-brand อีกกรณีหนึ่งคือกรณีของเครื่องดื่มชูกำลัง ซึ่งมีผู้ตั้งข้อสังเกตว่าในปัจจุบันเครื่องดื่มชูกำลังหลายยี่ห้อ มีการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์กันมากขึ้น ดูได้จากการใช้ดาราวัยรุ่น เช่น มอส หรือนักร้องสตริง อย่างเช่น เสก โลโซ มาเป็น Presenter ซึ่งหลายคนมองว่าเป็นการขายขลุ่ยผู้บริโภครวมจากกลุ่มเป้าหมายหลักเดิมคือผู้ใช้แรงงานไปสู่กลุ่มวัยรุ่น นักศึกษาหรืออย่างไร

ในประเด็นนี้ วรวิทย์ วรกาญจน์ (2547) ให้ความเห็นว่าในแง่ของเครื่องดื่มชูกำลังมีปัจจัยกระทบ 2 เรื่องด้วยกันคือ ในแง่ของการสร้างความต่างของแบรนด์ซึ่งต้องทำอยู่แล้ว แต่ในแง่ของความเป็นเครื่องดื่มชูกำลังซึ่งทาง อ.ย. (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา) ได้มีกฎเกณฑ์บังคับเรื่อยมา ล่าสุดบังคับให้โฆษณาที่ได้รับอนุมัติต้องทำในลักษณะส่งเสริมสังคม นั่นคือที่มาของกระทิงแดง กลายเป็นลูกผู้ชายตัวจริง แล้วก็ M150 จะเป็นเหมือนหนึ่งกรรมกรสร้างสรรค์อะไรต่าง ๆ รวมไปถึงจนถึงการวาดแดงก็จะเป็นวีรบุรุษ เพราะฉะนั้น ทั้ง

หมดถูกกำหนดจากปัจจัยภายนอกด้วย แต่ในหลักของการสร้างแบรนด์นี้ tangible benefit ของเขาเหมือนกันหมดทุกคน คือกินแล้ว tangible ตาสว่าง มีแรงทำงานได้เยอะ เขาต้องพยายามหาจุดยืนประจำ ซึ่งมันมีจุดให้เล่นไม่เยอะนัก

ในกรณีของกระทิงแดงซึ่งใช้คนหรือลูกผู้ชาย ก็เป็นคำนิยามของ target ของคนทำงานอยู่แล้ว ซึ่งก็คิดว่าเหมาะสมกับการสร้างจุดยืนให้กับแบรนด์ ส่วนการที่ M150 เป็นผู้นำ แล้วหันมาใช้โลโซในช่วงที่คาราบาวแสดงออกมา ก็เป็นความพยายามที่จะ Modernize Brand คือคนที่ เป็น blue-collar หรือนักใช้แรงงาน ในทางจิตวิทยา เขาไม่อยากจะเห็นตัวเองในหนัง ใน communication ไม่อยากจะเห็นชีวิตยากลำบาก จึงควรมองหาอะไรที่ "larger than life" ในภาษาอังกฤษ คือสิ่งที่ออกนอกตัวเขา การใช้ศิลปินคนดังเป็นสิ่งที่คนพวกนี้ชอบดู เพราะฉะนั้น ผมคิดว่าการใช้โลโซก็เป็นสิ่งที่ผู้ทำแผนโฆษณา M150 ทำได้ดี โลโซก็เป็นที่ยอมรับในหมู่คณะแรงงานเหมือนกัน ขณะเดียวกันผู้ที่ไม่ได้ทำงานใช้แรงงานก็อาจจะมองภาพของแบรนด์นี้เปลี่ยนไป เพราะยังมีมอส-โบรอนี่ เข้ามาด้วย

เราเคยคุยกับผู้บริโภคเหมือนกัน พวกผู้ใช้แรงงานก็มองเป็นว่าเดี๋ยวนี้สินค้าเครื่องดื่มชูกำลัง (energy drink) ไม่ได้จำกัดแต่เฉพาะคนใช้แรงงาน ศิลปินแถมมีก็กิน ก็ดื่ม ภาพลักษณ์ของแบรนด์ก็จะมีส่วนไปทำให้ทันสมัยขึ้น appeal คนรุ่นใหม่มากขึ้น แต่คิดว่ากลุ่มเป้าหมายหลัก ก็ยังคงเป็นคนที่ใช้แรงงาน เช่น ยาม พ่อค้า แม่ค้า เหมือนเดิมอยู่

สรุปว่ากลุ่มเป้าหมายหลักก็ยังเป็นผู้ใช้แรงงานเหมือนเดิม เพียงแต่ว่า Re-brand เพื่อให้ทันสมัยมากขึ้นนั่นเอง"

จากที่ได้สรุป รวบรวมและเรียบเรียงมาข้างต้น เราจะเห็นได้ว่า ศาสตร์และศิลป์ของแบรนด์ และการสร้างแบรนด์ (brand & branding) รวมไปถึงการสร้างแบรนด์ใหม่ (re-branding) นั้นไม่ได้หยุดอยู่กับที่ แต่มีการเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา มีการพัฒนาแนวคิดและวิธีการใหม่ๆ ในการสร้างแบรนด์ขึ้นมาเรื่อยๆ ตลอดเวลา และที่สำคัญไม่มีสูตรสำเร็จตายตัวในการสร้างแบรนด์ นอกจากนี้แบรนด์กับตลาดนั้นมีความสัมพันธ์กันอย่างแนบแน่น การสร้างแบรนด์กับสภาพแวดล้อมทางการตลาดจึงเป็นของคู่กัน นักสร้างแบรนด์จึงต้องจับกระแสตลาด และตามให้ทันอยู่ตลอดเวลา และหากต้องการอยู่เหนือคู่แข่งก็อาจถึงขั้นต้องก้าวล้ำหน้าภาวะ

ตลาดปัจจุบันไปอีกก้าวหนึ่งด้วยซ้ำไป ดังที่คลชัย บุญยะรัตเวช (2545) กล่าวว่า "แบรนด์ไม่ใช่สิ่งที่อยู่โดดเดี่ยวตามลำพัง แต่เป็น set ของ differentiating promises ที่เชื่อม product กับผู้บริโภคเข้าด้วยกัน วันนี้จำเป็นต้องไหวตัวกับการสร้าง brand idea ที่แตกต่างและโดนใจจริงๆ"

อย่างไรก็ตามไม่ว่าเวลาจะผ่านไปกี่ยุคก็สมัยก็ตามแก่นของการสร้างแบรนด์ที่สำคัญที่สุดก็ยังคงอยู่ที่ผู้บริโภค (consumer) ดังนั้นหลักการสร้างแบรนด์ที่สำคัญยิ่งประการหนึ่งก็คือ "การเข้าถึงและเข้าใจผู้บริโภค และสังกมวัฒนธรรมของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย" นั่นเอง

บรรณานุกรม

- จุฑาทิพย์ อิงวัฒนโกคา. (บรรณาธิการ). (2546). สร้างแบรนด์. กรุงเทพฯ : ทิปปิง พอยท์.
- ณรงค์ จิวัณกูร. (2545). Brand building dynamic : 10 ขั้นตอนการสร้างแบรนด์. กรุงเทพฯ : ทิปปิง พอยท์.
- คลชัย บุญยะรัตเวช. (2545). Brand vioce. กรุงเทพฯ : ทิปปิง พอยท์.
- _____. (2545, พฤษภาคม). Sensitivity of Brand Building. Brand Age, 3, 5, หน้า 116-117.
- รัชดา เบญจรัตนานนท์. (2541, กรกฎาคม-กันยายน). จะปกป้อง Brand Image อย่างไรให้คงมี Power ตลอดไป. วารสารนิเทศศาสตร์ [จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย], 16, หน้า 61-69.
- วรวิมล วรกาญจน์. (2547). คำบรรยายจากการสัมมนาเรื่อง "รู้เท่าทันตราสินค้า (Branding Literacy Seminar)", 16 กุมภาพันธ์ 2547. กรุงเทพฯ : โครงการปริญญาเอกสาขาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ศิริกุล เลากัยกุล. (2546). สร้างแบรนด์. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : อมรินทร์.

เครื่องอบแห้งประสิทธิภาพสูงแบบความร้อนร่วม

*ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดิเกะ บุนนาค

**นายยุทธศักดิ์ คล้ายแดง

**นายปราณีต จิวไชยราช

ในปัจจุบันเทคโนโลยีการอบแห้งโดยใช้วิธีการตากแดด พบปัญหาการปนเปื้อนของฝุ่นละอองในผลิตผลทางการเกษตร ทั้งยังเสียเวลาในการตากแดดเป็นเวลานานมากและยังมีปัญหาของพื้นที่สำหรับการตากแดดซึ่งต้องใช้พื้นที่มาก และยังไม่สามารถควบคุมอุณหภูมิความชื้นของผลิตผลทางการเกษตรได้ การใช้เทคโนโลยีการอบแห้ง เป็นวิธีการหนึ่งที่สามารถย่นระยะเวลาในการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ให้นานขึ้นซึ่งกรรมวิธีการอบแห้งมีประโยชน์ในการเก็บรักษาผลิตผลทางการเกษตรไว้ได้นานโดยไม่เน่าเสีย จากเดิมที่ผ่านมาประเทศไทยใช้เทคโนโลยีการอบแห้งโดยใช้วิธีการตากแดด ซึ่งพบปัญหาการปนเปื้อนของฝุ่นละอองในผลิตผลทางการเกษตร อีกทั้งยังเสียเวลาในการตากแดดเป็นเวลานานมากและยังมีปัญหาของพื้นที่สำหรับการตากแดดซึ่งต้องใช้พื้นที่มาก และยังไม่สามารถควบคุมอุณหภูมิความชื้นของผลิตผลทางการเกษตรได้ และการตากแห้งแบบทั่วไปนั้นต้องใช้เวลาดตากแห้ง

นาน มีฝุ่นละอองมากส่วนการอบแห้งตู้อบแห้งด้วยแสงอาทิตย์นั้นก็จะอาจจะทำการอบไม่ได้ถ้าไม่มีแสงแดดจากดวงอาทิตย์และยังไม่สามารถกำหนดเวลาการอบแห้งได้

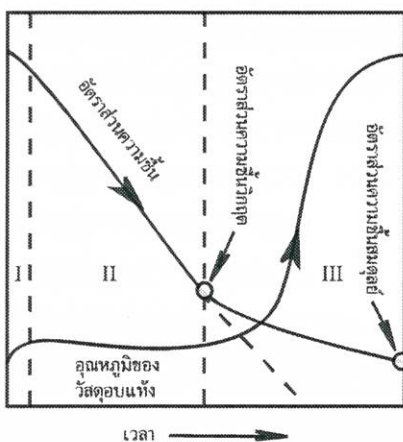
การพัฒนาเทคโนโลยีใหม่มาใช้ในกระบวนการอบแห้ง คือการนำพลังงานรูปแบบต่าง ๆ มาใช้ประโยชน์ในการอบแห้ง ตู้อบแห้งแบบที่ใช้แสงอาทิตย์ที่มีปัญหาในด้านเวลาอบแห้งอันเนื่องมาจากสถานะของแสงอาทิตย์ดังนั้นเพื่อให้การผลิตผลิตภัณฑ์และการอบแห้งสามารถทำได้โดยไม่ต้องอาศัยสถานะอากาศและใช้พลังงานอย่างคุ้มค่าที่สุด โดยสามารถพึ่งพาตัวเองได้โดยใช้หลักการของระบบความร้อนร่วม (Cogeneration) มาประยุกต์ใช้กับระบบตู้อบแห้งพลังงานแสงอาทิตย์ซึ่งเกิดขึ้นโดยการใช้เครื่องยนต์ผลิตไฟฟ้าป้อนให้กับ heater และนำความร้อนที่เกิดจากท่อไอเสียกลับมาใช้ร่วมในการอบแห้งซึ่งระบบนี้ยังประยุกต์ใช้ร่วมกับระบบตู้อบแห้งพลังงานแสงอาทิตย์ซึ่งเป็นระบบพื้นฐาน

*หัวหน้าภาควิชาการจัดการพลังงาน, หัวหน้าศูนย์ศึกษาและพัฒนาเทคโนโลยีทางด้านพลังงาน คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต : D.Phy (Energy) U.de Nice Sophia Anitpolice Ph.D. (Energy Technogy) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

**นักศึกษาชั้นปีที่ 4 คณะวิศวกรรมศาสตร์ ภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ของการออกแบบจึงเกิดเป็นระบบใหม่ที่สามารถทำงานได้ถึงสามทางผสมผสานกันซึ่งผลที่ได้จะทำให้เกิดประสิทธิภาพในการอบแห้งดีขึ้นและสามารถทำงานได้ตลอดในเวลาที่มิแสงอาทิตย์และไม่มีแสงอาทิตย์

ทฤษฎีการอบแห้ง การอบแห้ง คือ กระบวนการที่ความร้อนถูกถ่ายเทด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งไปยังวัสดุชิ้น เพื่อที่จะไล่ความชื้นออกโดยการระเหย โดยอาศัยความร้อนที่ได้รับเป็นความร้อนแฝงของการระเหย หัวข้อที่สำคัญที่สุดในการอบแห้งคือ การถ่ายเทความร้อนไปยังวัสดุอบแห้งอย่างมีประสิทธิภาพที่สุด แต่เนื่องจากเหตุผลในทางปฏิบัติในการสร้างเครื่องอบแห้งจริง ๆ จะมีการสูญเสียความร้อนในรูปแบบต่างๆ จึงไม่ใช่เรื่องง่ายเลยในการที่จะทำให้การอบแห้งมีประสิทธิภาพสูงสุดในกรณีที่ว่าวัสดุเปียกชื้นในกระแสลมที่มีอุณหภูมิ ความชื้น และความเร็วลมคงที่ถ้าลองวัดการเปลี่ยนแปลงมวลและอุณหภูมิของวัสดุกับเวลา จะได้กราฟดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 แสดงการเปลี่ยนแปลงมวลและอุณหภูมิเทียบกับเวลาของการอบแห้ง

การอบแห้งแบ่งออกได้เป็น 3 ช่วงใหญ่ๆ ดังต่อไปนี้

ช่วงที่ 1 ช่วงการให้ความร้อนเบื้องต้นแก่วัสดุ

ช่วงที่ 2 ช่วงการอบแห้งที่ความเร็วลมคงที่

ช่วงที่ 3 ช่วงการอบแห้งที่ความเร็วลดลงที่ผิวของวัสดุเปียกชื้น ความชื้นที่ผิวจะอยู่ในรูปของน้ำ ถ้าเอาวัสดุมาอบแห้งภายใต้เงื่อนไขคงที่อุณหภูมิของวัสดุจะมีค่าใกล้เคียงกับอุณหภูมิกระเปาะเปียกของลมร้อน (อุณหภูมิ t_w ของกระแสลมร้อน) ช่วงเวลาที่วัสดุใช้ในการอบแห้งที่วัสดุใช้ในการเพิ่มอุณหภูมิถึงค่านี้ คือ ช่วงที่ 1 ดังในรูป

ช่วงที่ 2 ที่ถัดไปอุณหภูมิของวัสดุจะมีค่าคงที่ประมาณ t_w ระบายไคที่ยังมีความชื้นเหลืออยู่ในรูปน้ำที่ผิววัสดุ ความร้อนทั้งหมดที่วัสดุได้รับในช่วงนี้จะถูกใช้ในการระเหยความชื้นเท่านั้น ดังรูป อัตราส่วนความชื้นเฉลี่ย (W) ของวัสดุจะลดลงเป็นสัดส่วนกับเวลาในช่วงที่ 2 นี้ ดังนั้น ความเร็วของการระเหยจะมีค่าคงที่ (constant drying rate)

ช่วงที่ 3 ความชื้นในรูปของน้ำที่ผิววัสดุจะระเหยหมดไป เพราะการถ่ายเทความชื้นในรูปของน้ำ จากส่วนในของวัสดุ เกิดขึ้นไม่ทันกับการระเหยของน้ำจากผิววัสดุ ดังนั้น ผิวของวัสดุจะอยู่ในสภาพที่แห้ง และอุณหภูมิที่ผิวของวัสดุจะสูงขึ้น สรุปแล้วความเร็วในการอบแห้งจะค่อยๆ ลดลง เพราะปริมาณความร้อนที่วัสดุได้รับนอกจากจะลดลงแล้ว

ยังต้องใช้ในการระเหยความชื้นและเพิ่มอุณหภูมิของวัสดุด้วย และการอบแห้งจะสิ้นสุด

เมื่ออัตราความชื้นลดลงถึงค่าอัตราส่วนความชื้นสมดุล (W_e - equilibrium moisture content) ค่าของอัตราส่วนความชื้นเฉลี่ยที่จุดต่อระหว่างช่วงเวลาที่ 2 และช่วงเวลาที่ 3 มีชื่อเรียกว่า อัตราส่วนความชื้นวิกฤต (W_c - critical moisture content) ส่วนผลต่างระหว่างอัตราส่วนความชื้นเฉลี่ย (W) ใด ๆ และ W_e เรียกว่า อัตราส่วนความชื้นอิสระ F (free moisture content) คือ ปริมาณความชื้นที่ระเหยออกไปได้โดยการอบแห้ง ในกรณีที่ว่าวัสดุมีช่วงเวลาที่ 2 และช่วงเวลาที่ 3 นานมากจะไม่คำนึงถึงช่วงเวลาที่ 1 เลยก็ได้

การใช้แสงอาทิตย์ในการอบแห้งมีมานานมากแล้วในประเทศไทยแต่การใช้ความร้อนจากดวงอาทิตย์ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต้องทำตัวรับรังสีดวงอาทิตย์เป็นแผ่นเรียบ

ซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วนด้วยกันคือ

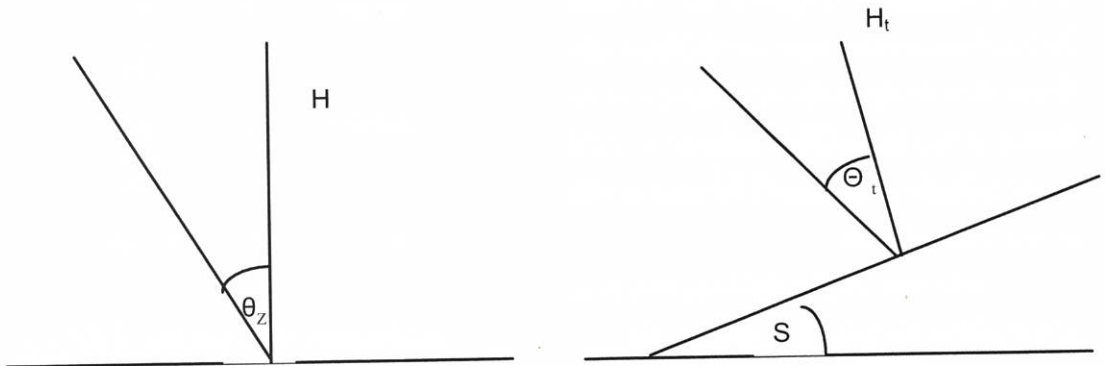
1. แผ่นดูดรังสีซึ่งทำหน้าที่ดูดกลืนรังสีดวงอาทิตย์เป็นความร้อนแล้วถ่ายความร้อนให้กับอากาศที่ไหลผ่าน

2. แผ่นปิดไอซึ่งอยู่บนสุดทำหน้าที่ลดการสูญเสียความร้อนโดยการไม่ยอมให้รังสีความร้อนส่งผ่านแผ่นปิดไอ

3. ฉนวนความร้อนอยู่ส่วนล่างสุดของตัวรับรังสีทำหน้าที่ป้องกันการสูญเสียความร้อนทางด้านล่างของตัวรับรังสี

ตัวรับรังสีแบบแผ่นเรียบอาจมีแผ่นปิดไสมากหลายชั้น ซึ่งอาจทำให้ประสิทธิภาพเชิงความร้อนสูงขึ้น หรืออาจไม่มีแผ่นปิดไอ ซึ่งทำให้ตัวรับรังสีมีต้นทุนต่ำและสร้างได้ง่าย แต่ประสิทธิภาพเชิงความร้อนจะต่ำ

ตัวรับรังสีแบบแผ่นเรียบมักจะติดตั้งในลักษณะที่เอียงทำมุมกับพื้นราบเท่ากับมุมของเส้นรุ้ง เบี่ยงเบนได้ 15° และหันหน้าไปทางทิศใต้ เบี่ยงเบนได้ 30° สำหรับพื้นที่ในเขตเหนือเส้นศูนย์สูตร ลักษณะการติดตั้งดังกล่าวจะทำให้รังสีดวงอาทิตย์ที่ได้รับโดยเฉลี่ยทั้งปีสูงสุด ดังรูปที่ 2



รูปที่ 2 รังสีดวงอาทิตย์ที่ตกบนแผ่นราบและแผ่นเอียง

Cogeneration system (ระบบการผลิตร่วม) เป็นการผลิตพลังงานไฟฟ้า (หรือพลังงานกล) ร่วมกับพลังงานความร้อนที่ให้อุปกรณ์ไปพร้อมๆ กัน จากระบบเครื่องต้นกำลังและเชื้อเพลิงแหล่งเดียวกันซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการใช้เชื้อเพลิงอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เนื่องจากเป็นระบบการผลิตที่มีประสิทธิภาพรวมดีกว่าระบบแยกกัน คือสามารถใช้พลังงานให้เกิดประโยชน์มากที่สุด และมีการสูญเสียพลังงานน้อยที่สุด ในขณะที่ระบบการผลิตพลังงานแบบแยกกันมีการผลิตพลังงานแบบหนึ่งได้แบบหนึ่ง

เครื่องยนต์สันดาปภายในที่นิยมใช้กับระบบร่วมผลิตความร้อนและกำลัง ได้แก่ เครื่องยนต์ที่ใช้ น้ำมันดีเซล และน้ำมันเตา เป็นเชื้อเพลิง เครื่องยนต์เหล่านี้จะแตกต่างไปจากเครื่องยนต์ที่ใช้ อยู่ในรถยนต์เป็นอย่างมาก เพราะต้องทำงานติดต่อกันตลอดเวลาได้ ตามปกติเครื่องยนต์เหล่านี้จะมีความเร็วรอบต่ำประมาณ 1000 รอบต่อนาที

โดยปกติแล้ว เครื่องยนต์สันดาปภายในจะต้องใช้กับเชื้อเพลิงที่เป็นของเหลว หรือเป็นก๊าซ และต้องเป็นชนิดเดียวกับที่ถูกออกแบบมาให้ใช้เท่านั้น ในเครื่องยนต์ขนาดใหญ่อาจใช้น้ำมันเตาเป็นเชื้อเพลิงซึ่งจะต้องมีการเตรียมน้ำมันอย่างเหมาะสมเสียก่อน ส่วนเครื่องยนต์ที่ใช้ก๊าซนั้นจะให้กำลังได้น้อยกว่าเมื่อเทียบกับเครื่องยนต์ใช้น้ำมันดีเซลที่มีขนาดภายนอกเท่าๆ กัน

พลังงานความร้อนที่ปล่อยออกมาจากเครื่องยนต์สันดาปภายใน มี 2 ลักษณะ คือ

1. อยู่ในรูปของไอเสีย ซึ่งจะมีอุณหภูมิประมาณ $310 - 430^{\circ}\text{C}$ ซึ่งอาจใช้ในการผลิตไอน้ำโดยใช้ Waste Heat Boiler ได้ปริมาณความร้อนที่มีอยู่ในไอเสียนี้จะมีค่าประมาณ 50% ของ

ความร้อนที่เครื่องยนต์จะปล่อยออกมาทั้งหมด

2. ปริมาณความร้อนที่เหลือเป็นพลังงานความร้อนที่มีอุณหภูมิต่ำ อยู่ในรูปของระบบน้ำระบายความร้อน ระบบน้ำมันหล่อลื่น และระบบลมระบายความร้อน พลังงานความร้อนเหล่านี้ เป็นพลังงานที่มีอุณหภูมิต่ำ ไม่อาจใช้ในงานการผลิตได้ แต่ระบบน้ำระบายความร้อนอาจใช้ในการอุ่นน้ำป้อน หรือใช้เป็นน้ำป้อนของระบบซึ่งในกรณีนี้จะต้องมีระบบน้ำหล่อเย็นสำรองไว้ใช้ในกรณีฉุกเฉิน

ออกแบบเครื่องอบแห้งตัวรับรังสีแบบแผ่นเรียบมักจะติดตั้งในลักษณะที่เอียงทำมุมกับพื้นราบเท่ากับมุมของเส้นรุ้งของพื้นที่ที่ใช้กับตัวรับรังสี สำหรับประเทศไทยจะมีค่าอยู่ที่ 15° และหันหน้าไปทางทิศใต้โดยสามารถเอียงเบนได้ 30° สำหรับพื้นที่ในเขตเหนือเส้นศูนย์สูตร ลักษณะการติดตั้งดังกล่าวจะทำให้รังสีดวงอาทิตย์ที่ได้รับโดยเฉลี่ยทั้งปีสูงสุด ดังนั้นจากการคำนวณหาช่วงการเอียงของตู้อบ ซึ่งได้จากการคำนวณหาค่ามุมได้ดังนี้

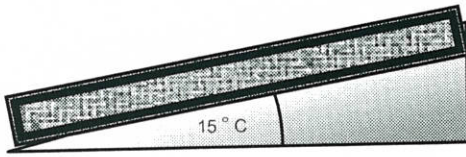
$$\tan 15^{\circ} = \frac{X}{116}$$

$$0.2679 = \frac{X}{116}$$

$$X = 31 \text{ cm}$$

จะได้ระยะการเอียงของกล่อง ซึ่งมีค่าการเอียงเท่ากับ 31 cm จึงส่งผลให้ตู้อบสามารถรับแสงอาทิตย์ได้ดีที่สุดดังรูปที่ 3

ลักษณะของเครื่องอบแห้งประสิทธิภาพสูงแบบความร้อนร่วมนั้นมีขนาด $116 \times 81 \text{ cm}$ โดย



รูปที่ 3 แสดงลักษณะของคูบแห้ง

รอบๆคูบทั้งด้านข้างและด้านล่างจะทำการบุด้วยฉนวนกันความร้อนทั้งหมด 4 ชั้น คือ แผ่นไม้อัด, แผ่นยิปซัม, แผ่นปูนปลาสเตอร์ และแผ่นไม้อัด ซึ่งจะทำให้ไม่เกิดการสูญเสียความร้อนและฉนวนที่บุด้านล่างกล่องจะมีผลทำให้การแพร่ความร้อนขึ้น

ไอเสียจากท่อทองแดงและความร้อนที่ได้จาก Heater ไฟฟ้าที่ติดตั้งใต้คูบแห้งไม่เกิดการสูญเสียความร้อนสู่ภายนอกโดยใช้ฉนวนทั้ง 4 ชนิดในการป้องกันการสูญเสียความร้อน

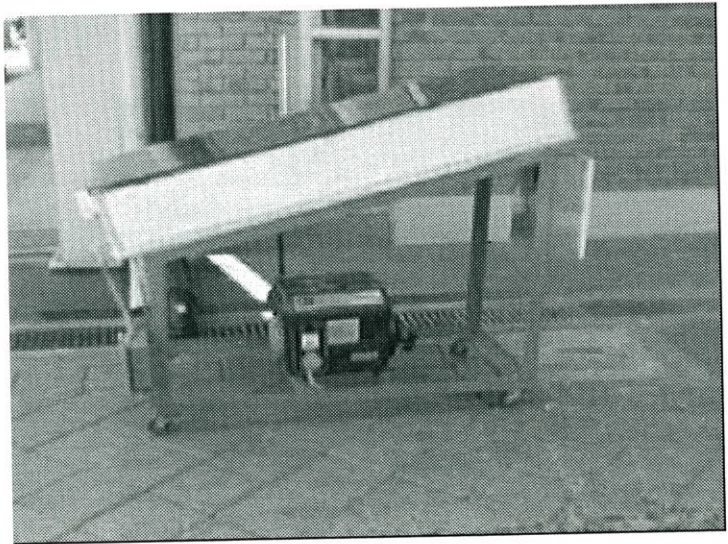
เครื่องอบแห้ง

ประสิทธิภาพสูงแบบความร้อนร่วมในการออกแบบเครื่องอบแห้งประสิทธิภาพสูงแบบความร้อนร่วมนั้นมีขนาดของคูบ 1.16 x 0.81 m เหตุผลที่เลือกขนาดของคูบมีขนาดดังกล่าวเนื่องจากเครื่องยนต์ที่ใช้ในการ

ทำการทดลองเป็นเครื่องที่มีขนาดเล็ก ถ้าขนาดของคูบมีขนาดใหญ่จะทำให้ความร้อนที่ได้มาในคูบมีไม่เพียงพอและความร้อนที่ได้ไม่ทั่วถึงและไม่สม่ำเสมอ ภายในคูบนั้นเลือกใช้อะลูมิเนียมในการบุภายในกล่องเพื่อป้องกันสนิมที่อาจเกิดขึ้นภายในกล่องที่อาจส่งผลให้อายุการใช้งานของเครื่องน้อยลงและเพื่อสะดวกในการเคลื่อนย้ายจึงมีการติดตั้งล้อ

ให้กับเครื่องอบโดยมีฐานของเครื่องอบเป็นหลักที่ได้ทำสีป้องกันสนิมโดยได้ทำการคำนวณหาช่วงการเอียงของคูบ ซึ่งได้จากการคำนวณหาค่า $\tan$ ที่ค่า $\tan 15^\circ$ จะได้ระยะการเอียงของกล่อง ซึ่งมีค่าการเอียงเท่ากับ 31 cm จึงส่งผลให้คูบสามารถรับแสงอาทิตย์ได้ดีที่สุดดังรูปที่ 4

อุปกรณ์การทดลอง ในการทดสอบเครื่องอบแห้งความร้อนร่วมจะมีอุปกรณ์ในการวัดค่าความร้อนและความชื้นดังนี้ เทอร์โมมิเตอร์ที่ใช้เป็นปรอท มีช่วงอุณหภูมิอยู่ที่ $0-110^\circ\text{C}$ โดยการสอบ



รูปที่ 4 แสดงเครื่องอบแห้งประสิทธิภาพสูงแบบความร้อนร่วม

เทียบนั้นทำโดยการจุ่มในน้ำเย็นที่อุณหภูมิ 0°C และใช้จุ่มในน้ำร้อนที่อุณหภูมิ 100°C เพื่อหาความเป็นมาตรฐานของเครื่องมีวัดจากการสอบเทียบมีค่าความคลาดเคลื่อนอยู่ที่ 1°C

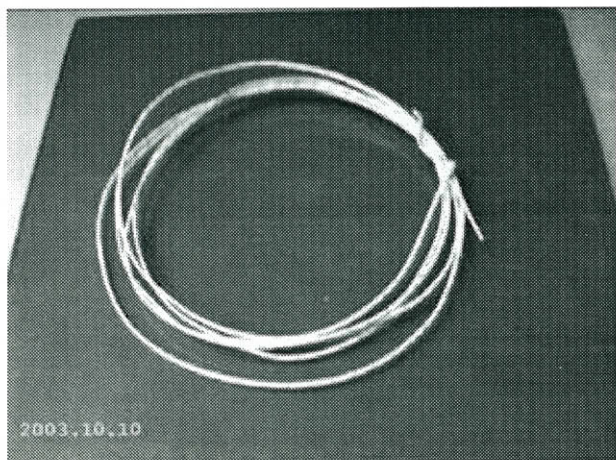
ดิจิตอลเทอร์โมมิเตอร์ใช้วัดอุณหภูมิที่มีอุณหภูมิมากกว่า 100°C โดยใช้วัดในคูบแห้งซึ่งมีอุณหภูมิสูง ดิจิตอลเทอร์โมมิเตอร์ที่ใช้ในการ

วัดอุณหภูมิในการทดลองจะทำการสอบเทียบเครื่องโดยการจุ่มน้ำเย็นที่ 0°C และใช้จุ่มในน้ำร้อนที่อุณหภูมิ 100°C เพื่อหาความเป็นมาตรฐานของเครื่องมือวัดและมีความน่าเชื่อถือของค่าที่วัดออกมาจากการสอบเทียบมีค่าความคลาดเคลื่อนอยู่ที่ $\pm 0.5^{\circ}\text{C}$ ดังรูปที่ 5

สายเทอร์โมคัปเปิลใช้ต่อกับเครื่องดิจิตอลเทอร์โมมิเตอร์ในการวัดอุณหภูมิภายในตู้อบแห้งโดยมีค่าความผิดพลาดของสายเทอร์โมคัปเปิลอยู่ที่ $\pm 0.1\%$ ดังรูปที่ 6



รูปที่ 5 ดิจิตอลเทอร์โมมิเตอร์



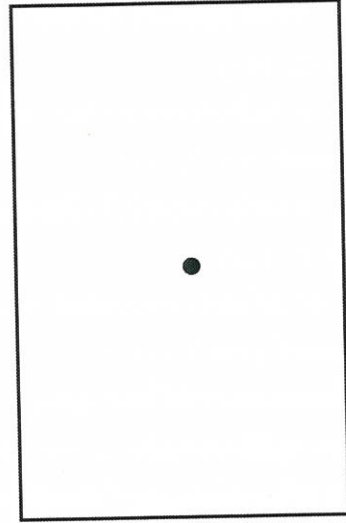
รูปที่ 6 สายเทอร์โมคัปเปิล

เครื่องชั่งน้ำหนักใช้ในการชั่งเพื่อช่วยในการเปรียบเทียบการสูญเสียความชื้นในการอบของวัสดุแต่ละชนิดได้ทำการสอบเทียบโดยใช้น้ำหนักมาตรฐานขนาด 1 kg พบว่ามีค่าความคลาดเคลื่อนของเครื่องชั่ง น้ำหนักอยู่ที่ $\pm 0.05\%$

นาฬิกาจับเวลาใช้ในการจับเวลาในการทดลองโดยจะจับเวลาทุกๆ 15 นาทีเพื่อบันทึกความเปลี่ยนแปลงของ อุณหภูมิของการอบแห้ง

การออกแบบการทดลองในการทดสอบความร้อนที่เกิดขึ้นภายในตู้อบจากแหล่งพลังงานความร้อนสามแหล่ง คือ แสงอาทิตย์ คิว้นไอเสีย และแท่งฮีตเตอร์ การทำการทดลองได้กำหนดชุดการทดลองทั้งหมดออกเป็น 7 ชุดการทดลอง โดยใช้แหล่งความร้อนที่เป็นปัจจัย ที่ทำให้เกิดความร้อนภายในตู้อบไว้ดังนี้

1. ความร้อนจากแสงอาทิตย์ (L1)
2. ความร้อนจากควันไอเสีย (L2)
3. ความร้อนจากแสงอาทิตย์และควันไอเสีย (L3)
4. ความร้อนจากควันไอเสียและแท่งฮีตเตอร์(100 °C) (L4)
5. ความร้อนจากแสงอาทิตย์ ควันไอเสีย และแท่งฮีตเตอร์(100 °C) (L5)
6. ความร้อนจากควันไอเสียและแท่งฮีตเตอร์(200 °C) (L6)
7. ความร้อนจากแสงอาทิตย์ ควันไอเสีย และแท่งฮีตเตอร์(200 °C) (L7)



รูปที่ 7 แสดงตำแหน่ง
ที่ใช้วัดอุณหภูมิภายในตู้อบแห้ง

โดยการทดลองนั้นจะถูกแบ่งออกเป็น การทดลองที่ใช้ความร้อนจากแหล่งพลังงานความร้อนเดียว และความร้อนจากแหล่งพลังงานความร้อนร่วม เพื่อศึกษาหาช่วงความร้อนที่ต้องการและเหมาะสมในการอบ วัตถุดิบที่นำมาทดสอบ ในครั้งนี้จะเน้นวัตถุดิบที่เป็นผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร เหตุผลก็เพื่อที่จะต้องการที่จะนำไปใช้ประโยชน์ทางด้านการเกษตร และนำวัตถุดิบที่เหลือทิ้งจากภาคการเกษตร มารีไซเคิลให้เป็นของที่สามารนำไปใช้ประโยชน์ได้

วิธีทำการทดลองในการทดลองหาสมรรถนะของเครื่องอบแห้งประสิทธิภาพสูงแบบความร้อนร่วมนั้นมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

ท เวลา

ท อุณหภูมิในระบบ

ท วัสดุที่ใช้ในการอบ

ในการวัดอุณหภูมิของการทดลองเครื่องอบแห้งประสิทธิภาพสูงนั้นควรที่จะวัดอุณหภูมิตรงกลางของตู้อบแห้งเพื่อให้เกิดความเที่ยงตรงอุณหภูมิที่ทำการอบแห้งดังแสดงในรูปที่ 7

ผลการทดลอง ความร้อนภายในตู้อบจะมี การสูญเสียออกไปบางส่วน เนื่องจากการเป่าออกของพัดลมและการเปิด-ปิดตู้อบ อีกส่วนหนึ่งความร้อนจะถูกสะสมไว้ที่ผนังกล่อง และพื้นกล่องที่เป็นวัสดุดูดความร้อนและหุ้มด้วยฉนวนกันความร้อนด้านนอกกล่อง จึงทำให้ความร้อนภายในกล่องร้อนอย่างทั่วถึง เป็นความร้อนสะสมและร้อนขึ้นจนกระทั่ง ที่ค่าความร้อนหนึ่ง ช่วงความร้อนที่มีค่าสูงสุด คือความร้อนที่ได้จากแหล่งพลังงานความร้อน 3 แหล่ง (แสงอาทิตย์ ควันไอเสีย แท่งฮีตเตอร์) ทำให้เวลาที่ใช้ในการอบแห้งลดลงมากกว่าการอบแบบอื่นๆและความร้อนที่ได้ค่อนข้างคงที่

เปรียบเทียบการอบแห้งที่แหล่งพลังงานความร้อนที่ต่างกันโดยกำหนดให้

1. ความร้อนจากแสงอาทิตย์ (L1)
2. ความร้อนจากควันไอเสีย (L2)
3. ความร้อนจากแสงอาทิตย์และควันไอเสีย (L3)

4. ความร้อนจากควันทันไอเสียและแท่งฮีตเตอร์ (100 °C) (L4)

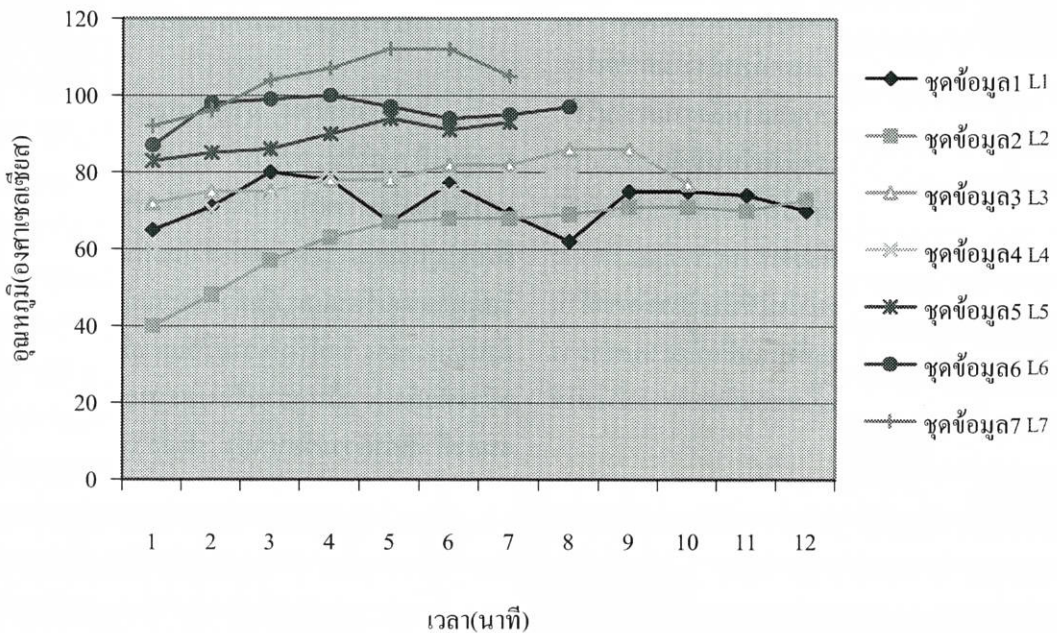
5. ความร้อนจากแสงอาทิตย์ ควันทันไอเสียและแท่งฮีตเตอร์ (100 °C) (L5)

6. ความร้อนจากควันทันไอเสียและแท่งฮีตเตอร์ (200 °C) (L6)

7. ความร้อนจากแสงอาทิตย์ ควันทันไอเสียและแท่งฮีตเตอร์ (200 °C) (L7)

ซึ่งจากการอบแห้งที่แหล่งพลังงานต่างกัน จะมีผลต่ออุณหภูมิที่แตกต่างกัน เมื่อทำการใช้แหล่งพลังงานเพียงหนึ่งแหล่งอุณหภูมิที่ได้จะน้อยกว่าการ

ใช้แหล่งพลังงานที่มากขึ้นด้วยแต่จากการทดลองทำให้ทราบว่าผลผลิตทางการเกษตรบางชนิดอาจใช้พลังงานความร้อนมากจนเกินไปไม่ได้เพราะอาจทำให้วัตถุดิบเกิดความเสียหายขึ้นได้เช่น ข้าวที่ใช้ทำการทดลองในการอบแห้งจริงไม่ควรใช้พลังงานความร้อนมากจนเกินไปเพราะจะทำให้เมล็ดที่ได้แห้งประปรายไม่ได้คุณภาพที่ตลาดต้องการแต่การใช้เครื่องอบแห้งประสิทธิภาพ สูงก็สามารถใช้ทดแทนพลังงานอื่นๆได้ ดังกราฟที่แสดงจะเห็นว่าเมื่อใช้แหล่งพลังงานมากขึ้นก็จะทำให้สามารถช่วยประหยัดเวลาในการอบแห้งได้ดังรูปที่ 8



รูปที่ 8 แสดงการเปรียบเทียบการอบที่แหล่งพลังงานต่างๆของข้าว

ผลการทดลองและข้อเสนอแนะ พลังงานความร้อนจากแสงอาทิตย์จะทำให้ตู้อบแห้งนั้นมีความร้อนนั้นขึ้นอยู่กับช่วงเวลา มุมที่จะทำกับตู้อบและสภาพอากาศช่วงเวลา 12.00 – 14.00 น.

จะเป็นเวลาที่แสงอาทิตย์แผ่ความร้อนได้ดีที่สุดช่วยในการรับแสงมายังตู้อบได้เหมาะสมที่สุด ความร้อนจากแสงอาทิตย์จะไม่มีผลต่อชุดการทดลองที่ใช้ควันทันไอเสียเพียงอย่างเดียวและควันทันไอเสียร่วมกับฮีต

เตอร์ 100 °C และ 200 °C จึงสามารถทำการทดลองได้ทั้งกลางวันและกลางคืน ทั้งตอนฝนตกฟ้ามีครึ้มได้

พลังงานความร้อนจากควันไอเสีย จะให้ความร้อนในช่วงอุณหภูมิที่ใกล้เคียงกันกับความร้อนที่ได้จากดวงอาทิตย์ดังนั้นจึงสามารถใช้แทนกันได้ หากได้ทำการรอบผลิตผลทางการเกษตรที่ ๓ เวลาต่างกัน อาจทำการอบแห้งโดยใช้ความร้อนจากแสงอาทิตย์ในเวลากลางวัน และใช้ความร้อนจากควันไอเสียโดยใช้อุปกรณ์ในเวลากลางคืนหรือช่วงที่ไม่มีแสงแดดออกก็ได้

พลังงานความร้อนร่วมระหว่างควันไอเสียและแสงอาทิตย์ ควันไอเสียและความร้อนจากแท่งฮีตเตอร์ 100 °C และ 200 °C จะให้ความร้อนที่มากกว่า พลังงานในแบบอื่นในการทำให้ช่วยลดระยะเวลาในการอบแห้งให้น้อยลงกว่าการใช้การอบในแบบอื่นและในระยะเวลา 1 วันยังอบได้มากกว่าขึ้นด้วย วัสดุแต่ละชนิดที่นำมาทำการทดลองอบข้าว, เปลือกส้ม,เปลือกข้าวโพด เหมาะสมกับช่วงอุณหภูมิที่แตกต่างกันและในการอบแห้งวัตถุดิบแต่ละชนิดจะใช้เวลาอบมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความชื้นของวัสดุแต่ละชนิด ถ้ามีความชื้นมากต้องใช้เวลานานในการทดลองนานขึ้นอีก น้ำหนักสุดท้าย (น้ำหนักตอนแห้งของวัสดุ) แต่ละชนิดจะมีน้ำหนักที่ไม่เท่ากัน เนื่องจากโครงสร้างทางชีวภาพของวัตถุดิบมีความแตกต่างกันตามธรรมชาติ

จากการทดลองกระจกที่นำมาใช้เป็นฝาปิดตู้อบกระจกมีความเหมาะสมที่สุดเนื่องจากแสงอาทิตย์จะส่องผ่านกระจกใสได้ดีที่สุดและความร้อนสะสมภายในตู้อบจะสูงมากและสามารถมองเห็นวัตถุดิบได้อย่างชัดเจนส่วนกล่องนั้นได้ใช้สีดำทาในกล่องเพื่อช่วยในการเป็นตัวดูดความร้อนได้

ดีและยังช่วยเพิ่มความร้อนในตู้ให้มากขึ้นด้วยการทำมุมของตู้อบนั้นได้ทำให้ตู้อบมีมุมที่ 15 ° เป็นมุมที่สามารถรับแสงได้ดีที่สุด

ดังนั้นความร้อนที่ได้จากแหล่งพลังงานความร้อนจากแหล่งต่างๆที่ให้ความร้อนแก่ตู้อบมีผลอย่างยิ่งในการทำการอบวัตถุดิบ ความร้อนแต่ละแหล่งพลังงานสามารถใช้ทำการอบทดแทนกันได้หากเป็นช่วงกลางวันที่มีแสงอาทิตย์ก็จะทำการอบด้วยพลังงานแสงอาทิตย์หรือจะทำการอบร่วมกันจากแหล่งพลังงานอื่นอีกก็ได้ เช่นความร้อนจากแสงอาทิตย์กับความร้อนจากควันไอเสียหรือความร้อนจากแสงอาทิตย์กับควันไอเสียและความร้อนจากฮีตเตอร์ หากเป็นช่วงเวลาที่ไม่มีฝนตกหรือเวลากลางคืนเราก็สามารถใช้ความร้อนจากควันไอเสียหรือความร้อนจากควันไอเสียกับความร้อนจากแหล่งฮีตเตอร์แทนได้จะสังเกตได้ว่าความร้อนภายในตู้อบที่ได้จากแสงอาทิตย์จะเปลี่ยนแปลงไปตามปัจจัยหลัก คือ แสงอาทิตย์ โดยที่แสงอาทิตย์จะให้ความร้อนสูง ในขณะที่ความร้อนที่ได้จากท่อไอเสียจะมีค่าคงที่เมื่อเวลาผ่านไป ณ ช่วงเวลาหนึ่ง

เครื่องอบแห้งประสิทธิภาพสูงแบบความร้อนร่วมที่ใช้ในงานทดลองนี้เป็นเพียงเครื่องต้นแบบเท่านั้น เราสามารถพัฒนาให้เป็นเครื่องอบแห้งที่สามารถนำไปใช้งานจริงได้โดยการเพิ่มขนาดของตู้อบให้ใหญ่ขึ้น สามารถทำการอบแห้งในปริมาณมากๆ และเปลี่ยนขนาดของเครื่องยนต์ที่มีรอบสูงขึ้น เราสามารถนำเฉพาะตู้อบไปประยุกต์ใช้กับเครื่องยนต์ทางการเกษตรแบบอื่นๆได้เช่นการนำไปใช้กับเครื่องสีข้าวเมื่อทำการสีข้าวก็สามารถใช้ความร้อนที่ได้จากท่อไอเสียของเครื่องสีข้าวนำมาใช้ออบข้าวที่ทำการสีได้ทันทีแทนที่จะปล่อยให้ความร้อนที่เกิดจากควันไอเสียเสียไป

โดยสูญเสียเปลวยังช่วยลดความชื้นก่อนที่จะนำข้าวมาขายเพื่อช่วยลดความชื้นทำให้ขายได้กำไรมากยิ่งขึ้น ตู้อบแห้งนี้ยังสามารถใช้อบอาหารได้เพราะเป็นระบบปิด ความร้อนที่ได้จากควันทนไอดีเสียเป็นเพียงการแผ่ความร้อนเท่านั้นไม่เป็นอันตราย สีที่ใช้ฉาบบนภายในตู้อบควรฉาบบด้วยเทปลอนแทนเพื่อความปลอดภัยในการนำอาหารที่อบไปบริโภคในชนบทที่ห่างไกลหรือบริเวณที่ไฟฟ้าเข้าไม่ถึง เครื่องอบแห้ง

ประสิทธิภาพสูงนี้เป็นเครื่องอเนกประสงค์ที่จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งเพราะสามารถจ่ายไฟฟ้าและทำการอบแห้งได้ในเวลาเดียวกันเพื่อช่วยกันประหยัดโดยการนำความร้อนสูญเสียที่เปลวประโยชน์นำมาใช้เพื่อช่วยในการลดค่าใช้จ่ายได้นับว่าเครื่องอบแห้งเป็นทางเลือกในการใช้พลังงานให้เกิดประโยชน์สูงสุดได้อีกทางหนึ่ง

บรรณานุกรม

- ชยานนท์ ผู้สนธิสาย และชนินทร์ บุญมานุษ. (2540). รายงานโครงการเครื่องอบเศษอาหาร 28(Waste Food Dryer). กรุงเทพฯ : ภาควิชาวิศวกรรมเครื่องกล คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- เชษฐ หับทอง. (2537). ศักยภาพการใช้ระบบ Cogeneration ในนิคมอุตสาหกรรม. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีพลังงาน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- สมชาติ โสภณธนฤทธิ์. (2537). การอบแห้งอาหารและเมล็ดพืช. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- สุรัช บวรเศรษฐนันท์ และอำพล ชื่นชูจิตต์. (2524). รายงานโครงการเครื่องอบแห้งด้วยแสงอาทิตย์แบบผิวยับแสงทรงกระบอกในแนวดิ่งโดยการไหลแบบบังคับ (Solar Cylindrical Crops Dryer By Forced Convection). กรุงเทพฯ : ภาควิชาวิศวกรรมเครื่องกล คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

Improving environmental management policy in the private sector

*Arthorn Jitsoonthornchaikul

In the last three decades, many of the major critical environmental problems resulting from human activities have improved considerably. Environmental legislations in most developed countries have made substantial headway during this period. However, challenges remain in providing more sensible and effective environmental protection. Some problems that have been targeted by existing regulations such as urban wastewater pollution and smog persist at levels that exceed current environmental standards. Moreover, existing regulations do not fully address all pervasive environmental concerns, including such varied issues as hazardous wastewater pollutant emissions from manufacturing companies, and household use. To address both new and long standing environmental concerns, policy makers are looking for cost-effective policy tools that can achieve further improvements.

Environmental management system (EMS) is one tool on the agenda. An EMS is a set of rules developed by management team of an organization to help it meet internally established environmental goals. Although the specific features of these systems vary, they generally require management teams to establish an environmental policy or plan; to implement it by assigning responsibility, providing resources, and training workers; to check progress through systematic auditing; and to act to correct problems. In some cases, an organization's EMS draws in outsiders such as independent auditors to help monitor environmental performance or members of the community to help set goals and develop plans.

The demonstrated improvement that some firms have made with EMSs raises the question of whether – and how – the governments should seek to expand EMS use in the private sector. How should governments respond to developments in private sector environmental management, and what are the benefits of implementing EMSs in private sector? Unlike

*Arthorn Jitsoonthornchaikul is a Lecturer in the Industrial and Technology Management Department Faculty of Business Administration at Dhurakij Pundit University : MS. in Technology, Pittsburg State University, USA. and Ph.D. Candidate, Massey University, New Zealand.

regulatory standards established by government agencies, an EMS places responsibility for decision making about how to improve environmental performance upon the people with the most information about industrial processes and potential control methods: private sector managers. The strategies that managers adopt through the process of developing EMSs have the potential to be less costly and more effective than those they would adopt in response to government imposed technology standards. Moreover, by placing responsibility at the company level, there may be a greater "buy-in" from the entire management team as well as a greater commitment by employees to carry out environmental responsibilities.

By giving companies the flexibility to create their own approaches to environmental protection, EMSs can promote innovation and social learning. Most of EMS systems require firms to improve continually in anticipation that they will identify innovative solutions that actually go beyond compliance with existing environmental legislations. Environmental management systems provide opportunities for diverse and experimental approaches to achieving regulatory goals, which may lead to solutions that better than government standards.

In addition to giving private sector management teams' responsibility and flexibility, EMSs also may be able to help government agencies overcome some of the limitations created by scarce enforcement resources. Given current budgetary levels, environmental agencies simply cannot oversee every firm's regulatory compliance on a regular basis. EMSs may be able to help by enlisting the management team and external auditors (third party auditors) to monitor compliance more regularly. The internal and external review processes embedded within EMSs may therefore enable government to target its enforcement resources more effectively.

Because of their potential, EMSs recently have emerged on the environmental policy agenda in many countries, and have explicitly endorsed their use in the private sector. These countries are exploring ways in which public policy might encourage the broader, more effective use of EMSs by the private sector. Under some circumstances, it may be appropriate for government to mandate the use of EMSs by management systems, but in others it may be best for governments to step back and leave the development of these systems to the private sector. Perhaps the most attractive strategy to date has been for governments to take action between government agencies and the private sector, by providing limited incentives that encourage but do not require firms to develop and implement EMSs. Options to increase the use of EMSs, like any policy options, should be carefully assessed to determine how well they can achieve policy makers' goals and objectives under the prevailing social and economic conditions. Analysis of each option reveals its potential as well as its limitation in achieving better and less costly environmental outcomes.

A Tool to Improve Environmental Management Performance. An EMS consists of a regulatory structure that arises from within an organization, and it represents a collection of internal efforts at policymaking, planning, and implementation that yields benefits for society. Through the effective use of an EMS, a firm's management team can gather information about the environmental policy, formalize job responsibilities related to environmental protection, and focus attention on compliance obligations.

EMS Standards Many firms design their systems to comply with EMS standards developed by trade associations or standard setting organizations. Several major trade associations have developed standards for their members. In addition, beginning in the early 1990s, national standards organizations in various countries began developing their own guidelines for how EMSs should be implemented. For example, the European Commission developed a standard for EMS implementation known as the Eco-Management and Audit Scheme (EMAS). The plethora of EMS standards developed around the world led the International Organization for Standardization (ISO) to adopt a series of environmental management standards in 1996. ISO 14001 has become the most widely recognized standard for EMS design throughout the world. All of these standards direct firms to engage in systematic management through what is commonly called a P-D-C-A cycle approach. However, EMS standards developed by trade associations and standard setting organizations can differ significantly in what they require of participating firms. For example, the standards for designing an EMS can differ regarding the following three factors: Performance agreement for the environmental program; to comply with ISO 14001, a firm needs to commit itself only to making improvements in environmental management – not striving to meet ambitious goals or even necessarily achieving compliance with existing government regulations. In contrast, to meet the requirements of EMAS firms must comply with relevant environmental, health and safety regulations. The role of external auditing; firms can self-certify that they have followed the ISO 14001 standard, but if a firm would like to be registered with its nation's standard setting body as having met these requirements, it must secure an accredited third-party auditor to verify that its EMS meets ISO requirements. In contrast, national environmental standard in many countries are entirely self-enforcing such as the American Textile Manufacturers Institute's EMS. The role of community involvement; community consultation is an integral part of an EMS that meets the EMAS standard, but such consultation is not required by ISO 14001, but it is required by EMAS.

Environmental Management Policy Options Government efforts to increase the use of EMSs are still in their early stages. To encourage firms to implement EMSs, policy makers have three main options. The first is to leave the development of management systems to the private sector without government guidance or intervention. The second option is for

government to mandate the adoption of EMSs, at least in certain sectors or to address particular problems. The third option is for government to pursue a "middle way" between the two extremes, encouraging but not requiring the adoption of certain types of EMSs. One factor that constrains analysis of and decision-making on these policy options is a general paucity of experience and research on how the systems work under a variety of situations. Much of the research that has been conducted to date examines EMSs in a small number of firms that adopted them voluntarily. In these firms, the motivation to improve compliance presumably already existed and gave rise to the firm's choice to adopt an EMS. Because EMS adoption by companies has not occurred randomly, studies of a select group of early adopters generally do not support reliable inferences about how a wider set of firms would perform if they adopted EMSs. The current variability of performance suggests that EMSs operate differently in various firms and that they may work differently when adopted to meet customer requirements or government mandates than when voluntarily adopted. Additional empirical research on how the systems work in a variety of circumstances will be needed to understand fully how they can contribute to environmental protection.

Private Efforts Adoption of EMS is proceeding rapidly in many sectors through the efforts of private organizations and without government taking any direct role; many trade associations require that members adopt EMSs. Moreover, some automotive companies such as Ford and General Motors require all of their parts suppliers to implement ISO certified EMS. Other manufacturing companies are imposing or contemplating similar requirements, giving rise to the prospect that EMS use will spread throughout entire supply chains in some sectors. Keeping their purchase agreements or membership in trade associations, companies are likely to respond by adopting certifiable management systems. Environmental policy makers could let this trend continue without any government intervention beyond continued efforts to enforce existing environmental regulations. All government programs to encourage EMSs would be associated with some cost for program development, staffing, and implementation. Funds used to support EMS initiatives might be better spent on improving conventional regulations or enforcing existing regulations. EMS standards developed by a few trade associations have become significantly more stringent in recent years. This trend toward more stringent standards suggests that private approaches can be responsive to public demands for greater accountability, however, at the same time can offer more flexibility than government requirements. Leaving EMS development entirely to the private sector may be appealing, but government policy makers need to be cognizant of the fact that outside of a few trade associations, the major private sector trend is toward developing systems that meet ISO standards. Recently, approximately 40,000 organizations worldwide have certified and registered their EMSs as meeting the ISO 14001 requirements. Although this trend may

be promising, questions have arisen about whether EMSs developed under ISO 14001 will result in significantly improved environmental performance. A further limitation of relying exclusively on private sector EMS efforts is that companies in many sectors probably will find little incentive to adopt an EMS. So far, ISO 14001 adoption in many countries have been concentrated in heavy industries such as electronics, automotive, and chemical sectors. Some facilities from other industries also have obtained certification, but relatively few of the polluting facilities in the service sector have chosen to become certified, for example, hotel, hospital, and transportation services have substantial environmental impacts that are difficult for government to control using conventional regulatory approaches. On the other hand, many highly polluting companies might continue operating without systematic attention to their environment impacts. If EMS adoption is left entirely to the private sector, these companies probably will continue to run their businesses without the benefit of a formal EMS.

Government Mandates Although EMSs currently are conceived as alternatives to conventional regulation, in principle they could be incorporated into government mandates. However, in some types of industries such as the petrol and chemical industries, government has required them to engage in risk management planning, and pollution prevention plan and process. The advantage of a government mandate is that it can be imposed on all firms. However, if the goal is simply to increase the number of firms using EMSs, a mandate probably is the best option. Mandating EMSs might dramatically increase the number of companies using them without necessarily increasing the number of firms using them effectively. On the other hand, if EMSs tend take on a life of their own once implemented such that even companies that begrudgingly undertake them later realize how beneficial they can be, regulation might be a sensible way to get firms to overcome their initial resistance. Requiring firms to engage in systematic planning and management effectively compels them to invest more resources in a search for cost effective opportunities for environmental improvement. When required to engage in planning, firms might identify ways to reduce risks that otherwise would have gone overlooked. Government also could mandate the use of EMSs for particular sectors or industries that typically have the worst environment records, such as the petrol and chemical industries.

A Middle Way Option A third policy option is to chart a middle way in which the government does not mandate adoption but offers incentives for firms to use EMSs. These incentives include reducing firms' implementation costs or increasing the benefits of adoption. This allows governments to encourage the private sector without creating the resistance that can accompany a mandate for adoption. The attractiveness of this middle way option has led to numerous governments' programs that offer firms incentives to develop effective management

systems. Government agencies may require firms to report information about their specific environmental improvements beyond the government and public. Information that companies must commit to making improvements in at least four environmental areas are energy, natural resources and materials use, waste generation, and air or water emissions. In return for meeting these requirements, facilities are offered a range of benefits, including public recognition, reduced agency monitoring, and regulatory flexibility. In addition, governments would reduce the frequency of reports required and publish their achievements when facilities have excellence performances about environmental management. The promise of regulatory flexibility could serve as a powerful incentive if government agencies were authorized to make significant regulatory concessions, however, putting this idea into practice has turned out to be difficult in all but the most modest regulatory changes. Agencies generally have no authority to waive many environmental requirements, and even when they do have the authority to do so, the process of granting a regulatory waiver can be quite involved. In the absence of significant and readily achievable regulatory waivers, the incentives that agencies are able to offer in middle way programs may not be sufficient to motivate many firms to make substantial voluntary commitments. For most firms, public recognition by the government does not return enough dividends to justify making large investments in environmental improvements. Of course, incentives cannot address all concerns that firms might have.

EMSs and the New Policy Agenda In making space for EMSs on an ever-changing policy agenda, decision makers should acknowledge the value and limitations of the available policy options. The fact that large manufacturing companies such as Ford and General Motors now require ISO 14001 certification as a condition for business and the fact that the number of ISO 14001 certifications in general is growing show that many private sector managers see value in these systems. In firms committed to environmental quality, EMSs offer a foundation for strong performance and can help ensure consistency across differences within a firm. If government leaves the growth and development of EMSs entirely up to the private sector or mandates the wider use of EMSs by regulation for particular sectors or industries, the use of EMSs will increase. However, the key issue is whether they will actually result in significant changes in firms' environmental impacts. On their own, the procedures that make up an EMS cannot ensure excellent performance. Motivating industries to continue internalising the costs of environmental controls, governments will need to provide the incentives to industry. Policy makers interested in expanding the use of EMSs should find it reassuring that the trends already are headed in the right direction, with more firms adopting systems every year. Government's role should therefore be to support these trends in the private sector to proceed on its own with the diffusion of EMSs seems at

minimum an appropriate default position. Governments could at least take some limited actions to remove potential disincentives for EMS development. The additional incentives offered through middle way programs may make a difference at the margin for some firms, and the rise of these programs could signal regulations' tacit willingness to treat firms that have EMSs at least somewhat more favourably. Perceiving middle way programs in this way could help bolster the prevailing trends in private sector adoption of EMSs. Government EMS mandates also could be useful in addressing specific environmental problems that are not amenable to more traditional forms of regulatory control. A management-based regulatory approach deserves consideration for problems that have no uniform technological fix and for which it is difficult for government to measure or monitor firms' performance.

Bibliography

- Ayrer, Ian and Braithwaite, John. (1992). **Responsive regulation : transcending the deregulationdebate**. New York : Oxford University Press.
- Breach, Eugene and Kagan, Robert A. (1982). **Going by the book : the problem of regulatory unreasonableness**. Philadelphi : Temple University Press.
- Chinander, Karen, Kleindorfer, Paul, and Kunreuther, Howard. (1998, April). Compliance Strategies and Regulatory Effectivess of Perfomance-Based Regulation of Chemical Accident Risks. *Risk Analysis : An International Journal*, 18, 2, pp. 135-143.
- Coglianesi, Cary and Lazer, David, (2002). **Management-Based Regulatory Strategies**. Washington, D.C. : Brookings Institution Press.
- Howard, Jennifer, Nash, Jennifer, and Ehrenfeld, John. (2000, January 1). Standard or Smokescreen? : Implementation of a Voluntary Environmental Code. *California Management Review*, 42, pp.63-82.
- Kunreuther, H., McNulty, P., and Kang, Y. (2002). Improving Environmental Safety through Third-Party Inspection. *Risk Analysis*, 22, pp.309-18.
- Kusek, L., (2002). ACC Member adopt new performance requirements. *American Chemistry Council Press Release*, Arlington, VA., 2 June 2002.
- Lowrance, S.K. and Gibson, T.J. (2002, April 23). National Environmental Performance Track Program, EPA memorandum, 23 April 2002, accessed via http://www.epa.gov/performance-track/Performancetrackmemo4_23_02.pdf on 10 September 2002.
- Nash, J. and Ehrenfeld, J. (1996, January/February). Code Green : Business Adopts Voluntary Environmental Standards. *Environment*, pp. 16-20, 36-45.
- Seelig, F.(1999). Suppliers' ISO 14001 : 'Opportunity,' Not Regulation. *Grand Rapids Business Journal*, 17, pp.39-41.
- Wilson, R.C. (2001). Ford Spreads the Word about Its EMS Success. *Pollution Engineering*, 33, p.6

Knowledge, Attitude and Ecotourism Behavior of Thai Youths

*Aswin Sangpikul

Currently, ecotourism has received much attention from many parties in Thailand including government, private sector and educational institutes. Many people are interested in doing research on ecotourism issues because they realize in its importance and contribution, especially the concept of ecotourism that can be regarded as one form of responsible tourism. In addition, ecotourism is also considered as a core foundation to the sustainable tourism development of the country. Though there have been extensive of ecotourism studies in Thailand, little information about Thai youths and their travel experience in ecotourism is still limited, and needed to be further explored.

This article is based on the research "Knowledge, Attitude and Ecotourism Behavior of Thai Youths" with the objectives to measure the knowledge level and attitudes towards ecotourism among Thai youths, and to survey their ecotourism travel experience.

What is ecotourism? Ecotourism is generally used to describe as travel to a natural place by emphasizing the natural, ecological and cultural aspects of the area. According to the International Ecotourism Society, USA (2002), ecotourism is responsible travel to natural areas that conserves the environment and improves the well-being of local people. It is nature-based tourism that focuses primarily on experiencing and learning about nature as well as providing economic benefits to local people. Currently, interest in ecotourism as a means to promote the conservation of biological resources and economic opportunities for the communities has risen considerably over the past few years in many countries including Thailand.

Why did the study focus on youths? One of the most important components for ecotourism development is "people" as they are regarded as one of the key factors for the

*Full-time instructor, Department of Hotel and Tourism, Dhurakij Pundit University : MBA Southeastern Louisiana University, USA.

Paper presented at the Australian National Ecotourism Conference, Sydney, Australia, 8-12 November 2004 (research granted by Dhurakij Pundit University)

success of ecotourism development (Walailak University, 1997). If people have knowledge and understanding in ecotourism and its importance, this would be good to encourage them to be conscious in preserving the country's tourism resources. To do so, however, it is important to provide them with sufficient knowledge and information as well as to create the awareness and understanding of the values of ecotourism. This is especially necessary for youths who, in the future, will play an important role as quality and responsible tourists. Youths are regarded as a potential consumer group for tourism (Korcharoen and Waropas, 2002). According to Kunarucks (2000), youths, between the ages of 20 to 24, are the largest and high potential group to buy tourism products. They will, in the future, be one of the most powerful markets for ecotourism (Korcharoen and Waropas, 2002).

Currently, the Tourism Authority of Thailand has promoted ecotourism and its activities among youths in many ways such as programs on television, advertisements in travel & youth magazines and even by organizing an ecotourism travel mart. Moreover, they also have launched many programs for youths to participate in such as summer camps, study tours and eco-trips to natural destinations. Youths' knowledge and understanding in ecotourism is important for the country's tourism development. Their awareness of how important ecotourism is would make them become responsible tourists helping to conserve the country's tourism resources. However, the information about their knowledge, attitude and travel experience in ecotourism is limited and needed to be further investigated. In order to promote ecotourism among Thai youths, it is important to know how much knowledge they know and understand about ecotourism. It is also important to know whether they think about it or they have any travelling experiences in ecotourism. The findings would be useful as guidelines for concerned parties to plan for ecotourism development for the youths. Moreover, it would provide an information foundation for concerned parties to effectively improve and develop their plans to create awareness in conserving tourism resources as well as to promote ecotourism activities among Thai youths.

Who was the target population? According to the Federation of International Youth Travel Organisations, Denmark (2002), 'youth' is defined as people aged between 11-25 years old. Thus, the target for this study was Thai youths, aged 11 to 25 who were attending high schools and universities, and living in Bangkok and the greater metropolitan areas (including 5 neighboring provinces around Bangkok, i.e. Nakhon Pathom, Nonthaburi, Pathum Thani, Samut Prakan and Samut Songkram). The total of 664,900 students were identified as a target group for this study (Ministry of Education 2001). As the number of the target was too large to be explored, the representatives (samples) were chosen by using a statistical method. In this study the 404 people were determined as appropriate number of representatives.

In order to explicitly measure and compare the knowledge level and attitudes towards ecotourism among Thai youths, stratified sampling was employed in this study. The target was divided into 3 different groups according to their educational levels. According to the Ministry of Education (2001), there were 307,763 students from junior high schools, 184,329 students from senior high schools and 172,808 students from universities. Based on these figures the 404 representatives were allocated by employing quota sampling. As a result, there were 187 representatives (samples) from junior high schools, 112 representatives from senior high schools and 105 representatives from universities.

What was the instrument to collect the data? A close-ended questionnaire was designed to collect the data for this study. It was divided into four parts. The first part was basic demographic and background data on the respondents. The second part contained 10 questions about ecotourism knowledge. The respondents were asked to mark each question – correct or incorrect. The questions were generally about ecotourism, e.g. the meaning, its importance or its value. The score of 1 and 0 were assigned to the correct and incorrect answers respectively. The third part consisted of 10 statements about attitudes towards ecotourism. The statements were incorporated into the three major components of attitude : cognitive, emotional and behavioral components. Each statement was rated using a 5-point Likert scale, ranging from "strongly agree (5)" to "strongly disagree (1)". The fourth part was a survey of ecotourism behavior. They were asked about their ecotourism travelling experiences: for example, whether they had any travelling experience to an undisturbed or uncontaminated natural area with the specific goal of studying, admiring and enjoying the scenery while conserving and not destroying the ecological system of the areas. The survey was conducted during June 2002 by using a convenience sampling method.

What were the discoveries from the study? The study found that most of the respondents had a moderate level of ecotourism knowledge (mean=7.8/10). They understood the meaning, objective and general characteristics of ecotourism better than its management, activities or facilities provided at the destination sites. The results were consistent with the findings of Padtrapornnan (1998), Wantamane (1998) and Kiatiwat (2000) indicating that most of Thai tourists and college students had a moderate level of ecotourism knowledge. They understood its meaning, goal and objective more than its principles or activity issues. This may be due to the fact that ecotourism is relatively new for Thai youths compared to other types of tourism. Its concept was adopted from western countries as one of the forms of alternative tourism. It can be regarded as special interest tourism for a particular group of tourists, who are interested in visiting natural destinations (Weiler, 1992). Youths may be considered as first time eco-tourists, consisting the majority of the nature-based tourists, they did not have much understanding about ecotourism in details (Anantasomboon, 2002).

They are young tourists who still need advice from experienced people. They, sometimes, may not really get involved directly or feel interested in tourism so much (TAT, 1998).

Based on educational levels, university respondents had the highest average scores on ecotourism knowledge and attitudes, followed by respondents in senior high schools and junior high schools respectively. This implies that education and ages had a direct impact on differences in ecotourism knowledge and attitudes. The result was similar to the studies of Padtrapornnan (1998) and Kannasombat (1999) arguing that ecotourism knowledge and attitudes of Thai tourists and tour guides were different according to their education and ages. Tourists and tour guides whose educational levels and ages were greater had more knowledge and stronger attitudes than the groups whose educational levels and ages were less. This may be due to the fact that older persons with higher education have more knowledge and capacity for learning than younger persons with lower education. They have learned more and been exposed to the surroundings and thus understand them better than those with lower education. Moreover, they may express their attitudes and make more rational judgements (Janaim, 1997).

Other findings, the study also revealed that the top three natural destinations the respondents usually visited were waterfalls, island/seasides and mountains respectively. The result was similar to the findings of Tonekaew (1998) and Kunarucks (2000) which was found that Thai tourists and college students usually chose to visit mountains, waterfalls, forests and caves as their first choice when visiting natural destinations. These destinations were perceived as places that were maintained and preserved for their beauty and pureness. In addition, the World Tourism Organization (cited by Kunarucks, 2000) forecasted that interest in visiting natural-based destinations would rise considerably in the 21st century. This is because tourist behavior has been changing considerably in the direction of visiting national destinations. They are, therefore, more concerned about the conservation of natural resources. This type of tourists are increasing every year.

Furthermore, the top three eco-activities among youths were visiting waterfalls, trekking/hiking and taking photographs of nature respectively. The finding was similar to what Chompusri (2001) had discovered, she found that the most favorite eco-activities among Thai tourists were visiting waterfalls/caves, trekking and visiting cultural and historic sites. This also corresponds to the study done by Thailand Institute of Scientific and Technological Research or TISTR (1997), which disclosed that the popular eco-activities among Thai and overseas tourists were trekking/hiking, nature education, visiting waterfalls/caves, snorkeling/scuba diving, tent camping and rafting. These eco-activities were related to a learning process in the ecosystem. It provides tourists with knowledge, experience and appreciation of the natural beauty with minimal environmental impact on the community (TISTR, 1997).

Recommendations : Based on the findings, it can be concluded that most of Thai youths had a moderate level knowledge of ecotourism. University youths had the highest average score on ecotourism knowledge and attitudes, followed by senior high school and junior high school youths, respectively. Most of them basically understood the meaning, objectives and general characteristics of ecotourism. Some did not understand ecotourism clearly and had little knowledge on some issues such as its activities, facilities in the destination sites and the economic benefits to local people. This suggests that concerned parties should concentrate on providing more information related to ecotourism concepts especially among junior high school youths as they appeared to have lower knowledge about ecotourism. Content should be provided together with its meaning, importance, activities, eco-destinations and code of conduct for eco-tourists (Ruampum and Kongkaluang 2002).

Three concerned parties have been identified to help promote ecotourism among Thai youths, namely government agencies, educational institutes, and private sector.

q Government agencies (i.e. Tourism Authority of Thailand, Ministry of Tourism and Sports and Ministry of Education) should also have an action plan for implementing and promoting ecotourism for youths consistently. These may include one of the following guidelines:

1) work cooperatively with travel businesses and support them to organize study tours or eco-trips to natural destinations which enhance youths' learning and participation. These include summer camps, training/seminar courses or organizing youth leadership camps in other parts of the country. These activities would provide them with ecotourism knowledge and real experiences. Their participation would enhance their experiences, create a good impression and build positive attitudes towards ecotourism. These events and activities should be planned in several major cities around the country. In addition, other programs could be combined with ecotourism to attract youths' interests and participation as well as increase the numbers of activities such as marine-ecotourism, agro-tourism, adventure-tourism and culture-tourism.

2) As most youths received information about ecotourism mainly through television, government agencies should develop and produce short documentaries related to ecotourism to be broadcasted through television. They may consider using popular young movie stars or singers to be presenters to attract youths' interests (Ruampum and Kongkaluang, 2002). Other forms of entertainment, sports and travelling stories could also be incorporated into the program to make it more interesting (Ruampum and Kongkaluang, 2002). This can enhance youths' learning and help create good attitudes towards ecotourism.

3) As media play an important role in creating ecotourism awareness among youths, government agencies may, in addition, consider organizing study tours or eco-trips and invite

media representatives (nationally and locally) to join them. This would make them understand ecotourism much more and they could be middlemen to publicize and introduce ecotourism to the public.

□ Educational institutes (i.e. schools, colleges and universities) also play an important role in educating and enhancing the youths' knowledge, attitudes and ecotourism behavior. They are directly involved with the youths and have much influence on them. Thus, it is recommended that they should enhance ecotourism education by disseminating information and creating ecotourism awareness both inside and outside the formal educational system. In colleges or universities, courses could be offered related to ecotourism or sustainable tourism. They should also organize ecotourism activities and exhibitions on campus (at least once a year) to educate and provide ecotourism information to students (such as an ecotourism week or ecotourism photo contest). Additionally, educational institutes should encourage and support the establishment of ecotourism clubs/organizations on campus. This could be another way to publicize ecotourism information to youths by making them participate in the activities.

It appeared that youths were interested in ecotourism. Approximately two-thirds had ecotourism travelling experiences. They accepted the ecotourism concept, which is regarded as one form of alternative tourism helping preserve the country's tourism resources. The study revealed that most of them preferred to visit waterfalls or island/seaside places to other destinations when visiting natural destinations. Therefore, concerned parties should take this into consideration when planning eco-trips and programs. Concerned parties should also develop a tour program that can suit and correspond to youths' needs and interests (Lim, 2000). To promote ecotourism and its activities, we should understand tourists' characteristics and behaviors (Anantasomboon, 2002). Concerned parties must realize the activities that youths are interested in: visiting waterfalls islands/seasides, trekking, nature photograph, nature education, camping and boat sightseeing. Kiatiwat (2000) suggested that environmental activities should be promoted to build ecotourism-mindedness as well. Appropriate time to organize the trips should be when they are available and free from their studies. This may include the period during the summer vacations (2nd semester break) from March to April, 1st semester break (October) or long weekends. The trips should take about 2-3 days and travelling expenses should not exceed 3,000 Baht per person per trip.

The results also revealed that youths usually travelled with their families. This implies that parents have an important role to establish ecotourism consciousness among youths. Most youths received information about tourism from their parents (Ruampum and Kongkaluang, 2003). Concerned parties should encourage families to participate in trips by organizing activities that both youths and their families can join together, such as an eco-rally trip, family camping, family biking contest or a boating/canoeing/kayaking contest at the destination sites.

□ Private sector : Another important concerned party that has a major role to play in providing ecotourism activities and experiences is the private sector (including travel businesses and non-profit organizations). They also have a role to play to help create awareness and promote ecotourism among youths. They may include youth group as one of their target markets for ecotourism and establish a marketing plan to meet youths' needs and interests. They should also work with government agencies to launch more ecotourism events and programs (Jaroenwanit and Putachote, 2000): for example, Youth Travel Mart or Thailand Grand Festival. These kinds of events are one of the major current events. They help enhance youths' participation and offer a variety of ecotourism programs corresponding to their needs. They should promote these events not only in Bangkok but also in other major cities around the country to raise ecotourism awareness among Thai youths.

บรรณานุกรม

- Anantasomboon, K. (2002). **A Study on Lifestyle and Behavior of Land Eco-tourists.** (research report). Bangkok : Faculty of Communications Arts, Dhurakij Pundit University.
- Apiruktanakorn, K. (2001). **Marketing Communications of Tourism Authority of Thailand and decision Making of Bangkok Youth for Ecotourism Travelling.** Unpublished Master thesis, University of the Thai Chamber of Commerce.
- Chompusri, W. (2001). **Media Exposure, Knowledge, Attitudes and Behavior in Ecotourism among Thai Tourists.** Unpublished Master thesis, Dhurakij Pundit University.
- Pederation of International Youth Travel Organizations. (2002). Retrieved June 15, 2002, from <http://www.fisto.org>.
- Jaroenwanit, P. and Putachote, N. (2000, July-December). The Development of Ecotourism Market in the Northeast : Case Study of Five Provinces : Khon Kaew, Nakohn Kaen, Nakohn Ratchasima, Buriram, Loei and Ubon Ratchathani. **Khon Kaen Research Journal**, 5, 1, pp. 32-45.
- Kannasombat, s. (1999). **The Potentially of Traitional Tourist Guides to Become Ecotourism Leaders.** Unpublished Master thesis, Mahidol University.
- Kiatiwat, W. (2000). **The Quality of Thai Ecotourists : A Case Study of Umphang District, Tak Province.** Unpublished Master thesis, Mahidol University.
- Korcharoen, M. and Waropas, W. (2002). **Investigating Marketing Communication Strategies and Process for Promoting Ecotourism to Youths** (research report). Bangkok : Faculty of Communications Arts, Dhurakij Pundit Univesity.

- Kunarucks, T. (2000). *Factors of Selecting Tourists Destination and Accommodation of Thai Juniors : A Case Study of the Bachelor Degree Students at Chiang Mai University.* (research report). Chiang Mai : Faculties of Humanities, Chiang Mai University.
- Lim, P. (2002). *Ecotourism Market : Youth's Behavior and Decision-Making Process of Selecting Ecotourism* (research report). Bangkok : Faculty of Communications Arts, Dhurakij Pundit Univesity.
- Number of students of Ministry of Education. (2001). Retrieved July 12, 2001, from <http://www.moe.go.th/2001/studentstatistics.htm>.
- Padtrapornnan, S. (1998). *Tourists' Attitude towards Ecotourism : A Case Study of the National Park in Kanchanaburi Province.* Unpublished Master thesis, Mahidol University.
- Ruampum, K. and Kongkaluang, U. (2002). *Communication to Establish Ecotourism Consciousness among the Youths in Bangkok.* (research report). Bangkok : Faculty of Communication Arts, Dhurakij Pundit University.
- The International Ecotourism Society. (2002). Retrieved May 15, 2002, from <http://www.ecotourism.org>.
- Tonekaew, P. (1998). *Factors Determining Domestic Tourists' Expenditure Pattern in Thailand.* Unpublished Master thesis, Chiang Mai University.
- Thailand Institute of Scientific and Technological Research. (1998). *A Study to Determine Marine Ecotourism.* (final report). Bangkok : Tourism Authority of Thailand.
- _____. (1997). *Operational Study Project to Determine Ecotourism Policy : summary.* (final report). Bangkok : Tourism Authority of Thailand.
- Tourism Authority of Thailand. (2003). *Statistical Report 2002.* Bangkok : Tourism Authority of Thailand.
- Wantamane, S. (1998). *A Study of Media Exposure on Ecotourism, related to Knowledge, Attitude and Behavior of University Students in Bangkok.* Unpublished Master thesis, Thammasat University.
- Walailak Univesity. (1997). *Ecotourism in the South.* (seminar report). Nakhonsithammarat : Time Printing Publisher.
- พนารัตน์ ลิ้ม. (2548). *การตลาดท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : พฤติกรรมและกระบวนการตัดสินใจในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล* (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- เพ็ญศรี เจริญวานิช, บุญเลิศ เล็กสมบุรณ์, ปรมัตถ์ เพ็ญนอก และชินจิตร อังวรวงษ์. (2546, มกราคม-มิถุนายน). *การพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ : กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวในอินทนนท์ บูรีรัมย์ นครราชสีมา สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี. วารสารวิจัย มข., 8, 1, หน้า 101-110* ตาราง.

- มนัสสา จินต์จันทรวงศ์ และกรกช อนันตสมบัติ. (2546). รูปแบบการใช้ชีวิตและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางบก. (แผ่นวีดิทัศน์). กรุงเทพฯ : คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- วิทยา เกียรติวัฒน์. (2543). ความเป็นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา อำเภออุ้มผาง จังหวัดตาก. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการวางแผนสิ่งแวดล้อมเพื่อพัฒนาชนบท คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- วีไลลักษณ์ ชมภูศรี. (2544). การเปิดรับข่าวสารความรู้ทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ [Ecotourism] ของนักท่องเที่ยวไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สุกัลยา กรรณสมบัติ. (2543). ศึกษาของมัลลทศต่อการเป็นผู้นำในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. วิทยานิพนธ์ ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีที่เหมาะสมเพื่อการพัฒนาทรัพยากร คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สุชาดา วรธะมานี. (2542). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) กับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุวีร ภัทรพรนันท์. (2541). ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติในจังหวัดกาญจนบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสิ่งแวดล้อมศึกษา คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- The Federation of International Youth Travel Organisations. (2004). Retrieved December 12, 2005, from <http://www.fiyto.org/>
- Thailand Institute of Scientific and Technological Research. (1998). A Study to Determine Marine Ecotourism (final report). Bangkok : Tourism Authority of Thailand.
- _____. (1997). Operational study project to determine ecotourism policy : summary (final report). Bangkok : Tourism Authority of Thailand.
- Tourism Authority of Thailand. (2003). Statistical Report 2002. Bangkok : Tourism Authority of Thailand.

ข้อถกเถียงทางปรัชญาว่าด้วยความรู้ก่อนประสบการณ์

*เอกวิน ขุนบุญจันทร์

ข้อถกเถียงในวงการญาณวิทยาสมัยปัจจุบันเกี่ยวกับประเด็น Apriority หรือความแตกต่างระหว่างความรู้ก่อนประสบการณ์ (A priori Knowledge) และความรู้หลังประสบการณ์ (A posteriori Knowledge) และประเด็น Analyticity หรือความแตกต่างระหว่างข้อความวิเคราะห์ (Analytic Proposition) และข้อความสังเคราะห์ (Synthetic Proposition) รวมถึงข้อถกเถียงว่าความรู้ก่อนประสบการณ์สามารถเป็นไปได้หรือไม่ อาจนับได้ว่ามีจุดเริ่มต้นมาจากการงาน Critique of Pure Reason (1781)¹ ของ อิมมานูเอล คานท์ (Immanuel Kant) เป้าหมายหนึ่งในงานชิ้นนี้ของ Kant คือการแสดงให้เห็นว่ากระบวนการคิดล้วนๆ ของมนุษย์สามารถเข้าถึงความจริงเกี่ยวกับโลกบางอย่างได้ วิธีการของ Kant คือ การวิเคราะห์ให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างความรู้ก่อนประสบการณ์/หลังประสบการณ์และความแตกต่างระหว่างข้อความวิเคราะห์/สังเคราะห์ และแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของความรู้กับข้อความ จากนั้นจึงชี้ให้เห็นว่าความรู้เกี่ยวกับ

กับข้อความในบางลักษณะถือได้ว่าเป็นความรู้ที่เกี่ยวกับโลกที่มาจากกระบวนการคิดล้วนๆ

ในทางญาณวิทยาหรือการแบ่งประเภทของความรู้ Kant มองว่าการให้ข้อตัดสิน (Judgment) แบ่งได้เป็นสองแบบคือ การให้ข้อตัดสินก่อนประสบการณ์และการให้ข้อตัดสินหลังประสบการณ์ แม้ว่า Kant จะยอมรับว่าการให้ข้อตัดสินก่อนประสบการณ์มีความเกี่ยวข้องกับข้อมูลเชิงประสบการณ์ เช่น การที่เราารู้ได้ว่า "ทุกเหตุการณ์ย่อมมีสาเหตุ" ได้ก่อนประสบการณ์ย่อมต้องอาศัยข้อมูลเรื่องเหตุการณ์ต่างๆ จากประสาทสัมผัส แต่การรู้ว่าเหตุการณ์ย่อมมีสาเหตุในทัศนะของ Kant เป็นสิ่งที่เปื้อนอิสระไปจากประสบการณ์ ถ้าเรายอมรับว่าความรู้คือความเชื่อซึ่งมีเหตุอันควรให้เชื่อ (Justified belief) แล้ว อาจกล่าวได้ว่าความรู้ก่อนประสบการณ์ในทัศนะของ Kant นั้นคือมโนทัศน์ที่มีข้อตัดสิน หรือพูดอีกอย่างว่าความเชื่ออันมีเหตุอันควรให้เชื่อที่ "เป็นอิสระอย่างสิ้นเชิงจากประสบการณ์" ซึ่ง ตรงกันข้ามความรู้หลัง

*อาจารย์ประจำหมวดศึกษาทั่วไป คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต : อ.ม. (ปรัชญา) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

¹พิมพ์ครั้งแรกภาษาเยอรมันเมื่อปี ค.ศ. 1781 การอ้างอิงในที่นี้ใช้ฉบับแปลของ Paul Guyer และ Allen Wood ซึ่งตีพิมพ์เมื่อปี ค.ศ. 1997.

ประสบการณ์ที่การให้เหตุผลควรให้เชื่อเป็น "เชิงประจักษ์นั่นคือผ่านทางประสบการณ์" (Kant, 1997: 136)

เมื่อพิจารณาในทางอรรถศาสตร์ หรือการแบ่งประเภทของข้อความ Kant แยกความแตกต่างระหว่างข้อความวิเคราะห์กับข้อความสังเคราะห์จากลักษณะในการให้ข้อตัดสินหรือพูดอีกแบบคือ การคิดถึงข้อความนั้น ในแง่หนึ่ง Kant แยกความแตกต่างระหว่างข้อความวิเคราะห์และข้อความสังเคราะห์ที่การให้ข้อตัดสินเกี่ยวกับรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างประธานกับภาคแสดงในข้อความ กล่าวคือ ข้อความวิเคราะห์เป็นข้อความที่ภาคแสดงเป็นสิ่งที่รวมอยู่ใน (contain) มโนทัศน์ภาคประธาน เช่น ข้อความ "สิ่งมีตัวตนเป็นสิ่งที่กินที่" ภาคแสดงคือ "สิ่งที่กินที่" นั่นเป็นสิ่งที่มีความหมายรวมอยู่ในมโนทัศน์ประธาน "สิ่งมีตัวตน" แต่ในขณะที่ข้อความสังเคราะห์ภาคแสดงเป็นส่วนที่ขยาย (ampliative) มโนทัศน์ภาคประธาน เช่น ข้อความ "สิ่งมีตัวตนเป็นสิ่งที่มัน้ำหนัก" ภาคแสดงคือ "การมีน้ำหนัก" นั่นมีความหมายนอกเหนือไปจากภาคประธาน (Kant, 1997: 141)

แต่อีกแง่หนึ่ง การให้ข้อตัดสินที่เป็นการปฏิเสธข้อความที่จริงเชิงวิเคราะห์ (ที่ภาคแสดงเป็นสิ่งที่รวมอยู่ในมโนทัศน์ภาคประธาน) จะเป็นการขัดแย้งในตนเอง (contradiction) ในขณะที่การปฏิเสธข้อความที่จริงเชิงสังเคราะห์ (ที่ภาคแสดงเป็นส่วนที่ขยายมโนทัศน์ภาคประธาน) จะไม่เป็นเช่นนั้น (Kant, 1997: 142) เช่น การปฏิเสธข้อความที่จริงเชิงวิเคราะห์ "คนโสดทุกคนคือคนที่ยังไม่แต่งงาน" จะเป็นสิ่งที่ขัดแย้งในตัวเอง แต่การปฏิเสธข้อความที่จริงเชิงสังเคราะห์ "คนโสดบางคนเป็นคนชอบดื่มเบียร์" นั้นไม่เป็นสิ่งที่ขัดแย้งในตัวเอง

ในทัศนะของ Kant ความรู้ก่อนประสบการณ์กับข้อความวิเคราะห์เป็นสิ่งที่มีความสัมพันธ์กัน เช่นเดียวกับความรู้หลังประสบการณ์กับข้อความสังเคราะห์ กล่าวคือ Kant เชื่อว่าข้อความวิเคราะห์ทุกข้อความต้องให้ข้อตัดสินได้ก่อนประสบการณ์และการให้ข้อตัดสินกับข้อความสังเคราะห์ก็จะเป็นไปในแบบหลังประสบการณ์ ดังที่ Kant กล่าวไว้

"ในการให้ข้อตัดสินแก่ประสบการณ์ลักษณะเช่นนี้เป็นลักษณะเชิงสังเคราะห์ แต่เป็นเรื่องไร้สาระที่จะไปหาการให้ข้อตัดสินเชิงวิเคราะห์กับประสบการณ์ ในกรอบการตัดสินเช่นนี้ ข้าพเจ้าต้องไม่ไปเกินกว่ามโนทัศน์ของข้าพเจ้าเอง นั่นคือไม่ต้องอาศัยหลักฐานเชิงประสบการณ์ในการสนับสนุน" (Kant, 1997: 142)

กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ Kant เชื่อว่าความรู้เกี่ยวกับข้อความวิเคราะห์นั้นเป็นความรู้ก่อนประสบการณ์และความรู้เกี่ยวกับข้อความสังเคราะห์เป็นความรู้หลังประสบการณ์

อย่างไรก็ตาม Kant ยังเชื่ออีกว่ามีข้อความสังเคราะห์บางข้อความที่การให้ข้อตัดสินสามารถเป็นไปได้ก่อนประสบการณ์ เช่น ข้อความทางคณิตศาสตร์ "เจ็ดบวกห้าเท่ากับสิบสอง" หรือข้อความทางเรขาคณิต "เส้นตรงคือเส้นที่สั้นที่สุดระหว่างจุดสองจุด" ถือได้ว่าเป็นข้อความสังเคราะห์ กล่าวคือภาคแสดง "สิบสอง" และ "เส้นที่สั้นระหว่างจุดสองจุด" ไม่ได้มีความหมายรวมอยู่ในภาคประธาน "เจ็ดบวกห้า" และ "เส้นตรง" แต่การให้ข้อตัดสินข้อความสองข้อความนี้ในทัศนะของ Kant สามารถเป็นไปได้ก่อนประสบการณ์ นั่นคือ การบอกว่าข้อความทางคณิตศาสตร์และเรขาคณิตจริงหรือเท็จสามารถเป็นไปได้โดยที่เราไม่ต้องออกไปดูว่าจำนวน

หรือเส้นตรงในโลกจริงๆ เป็นเช่นไร Kant เรียกข้อตัดสินในลักษณะนี้ว่า "ข้อตัดสินเชิงวิเคราะห์ก่อนประสบการณ์" (Synthetic a priori judgement) ซึ่งความรู้ที่มาจากข้อตัดสินในลักษณะนี้เป็นความรู้เกี่ยวกับโลกที่มาจากความสามารถของจิตมนุษย์ล้วนๆ

จากข้อเสนอของ Kant ทำให้เกิดข้อถกเถียงในวงการญาณวิทยาจนถึงปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม จุดประสงค์ของบทความนี้ไม่ได้อยู่ที่การสำรวจวรรณกรรมและข้อถกเถียงทั้งหมดที่เกี่ยวข้อง แต่จะอยู่ที่การอภิปรายในประเด็นความแตกต่างระหว่างความรู้ก่อนประสบการณ์และความรู้หลังประสบการณ์ และแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างข้อความวิเคราะห์และข้อความสังเคราะห์กับความรู้อ้างอิง อีกทั้งต้องการแสดงให้เห็นว่าข้อโต้แย้งที่เสนอว่าความรู้ก่อนประสบการณ์ไม่มีอยู่จริงนั้นไม่ประสบความสำเร็จ จึงขอจำกัดขอบเขตของการอภิปรายไว้ในเรื่องที่เกี่ยวข้องเท่านั้น

แนวคิดภาษานิยมและความรู้ก่อนประสบการณ์ ข้อเสนอของ Kant ในเรื่อง ความรู้เชิงวิเคราะห์ก่อนประสบการณ์ทำให้เกิดคำถามหลายคำถามตามมา คำถามหนึ่งคือ ความรู้เชิงวิเคราะห์ก่อนประสบการณ์เชื่อมโยงกับโลกภายนอกได้อย่างไร เนื่องจากข้อความที่เป็นความรู้เชิงวิเคราะห์ก่อนประสบการณ์ตามทัศนะของ Kant มีต้นกำเนิดมาจากการรู้เอง (intuition) ของจิตที่เป็นอิสระโดยสิ้นเชิงจากประสบการณ์ นักปรัชญาสาย

ประสบการณ์นิยมเชิงตรรก (Logical Empiricism) เช่น เอ.เจ.แอร์ (A. J. Ayer) ปฏิเสธความเชื่อมโยงกับโลกภายนอกของความรู้ตามทัศนะแบบ Kant แต่ในขณะเดียวกันก็พยายามรักษาการมีอยู่ของความรู้ก่อนประสบการณ์ไว้ โดยการลดขอบเขตของความรู้ก่อนประสบการณ์ในทัศนะแบบ Kant ให้เป็นเพียงความรู้เชิงวิเคราะห์ (analytic knowledge) และเสนอแนวคิดภาษานิยม (Linguisticism) ที่เป็นแนวคิดที่เชื่อว่ามนุษย์สามารถรู้ความจริงของข้อความแบบก่อนประสบการณ์เมื่อการปฏิเสธข้อความนั้นเป็นการละเมิดกฎเกณฑ์ทางภาษาที่เป็นเพียงการยอมรับร่วมกันของคนในสังคม

ในงาน Language, Truth and Logic (1946) Ayer ได้แย้งทัศนะของ Kant ที่มองว่าข้อความบางแบบเป็นข้อความสังเคราะห์ที่รู้ได้ก่อนประสบการณ์ (เช่น ข้อความทางคณิตศาสตร์) ทั้งที่ในความเป็นจริงแล้วคือข้อความวิเคราะห์ โดยการชี้ให้เห็นว่าการแบ่งแยกความแตกต่างของข้อความวิเคราะห์และข้อความสังเคราะห์ของ Kant นั้นไม่ชัดเจน กล่าวคือ การที่ Kant เชื่อว่าข้อความทางคณิตศาสตร์เช่น $7+5=12$ เป็นข้อความสังเคราะห์เนื่องจาก "12" ไม่ได้มีความหมายรวมเข้าอยู่ใน $7+5$ แต่ในขณะที่ข้อความ "สิ่งมีชีวิตคนทั้งหมดเป็นสิ่งกินที่" เป็นข้อความวิเคราะห์ เพราะ "สิ่งกินที่" มีความหมายรวมเข้าอยู่ใน "สิ่งมีชีวิตคน" มาจากการใช้เกณฑ์การแบ่งแยกที่ต่างกัน นั่นคือ ในข้อความ

*แนวทางการทำความเข้าใจโน้ตทัศน์ความรู้ก่อนประสบการณ์ในวงการญาณวิทยาในปัจจุบันอาจแบ่งได้เป็นสองแนวทาง แนวทางแรกมุ่งความสนใจไปที่การแสวงหาเหตุผลควรถูกเชื่อในแบบก่อนประสบการณ์ (a priori justification) ซึ่งเป็นการถกเถียงในประเด็นว่าเหตุผลควรให้เชื่อแบบก่อนประสบการณ์สามารถมีได้หรือไม่ อย่างไร โดยนักปรัชญาที่ทำงานในแนวทางนี้เช่น Bealer (1999), Bonjour (1998), Casullo (2003) ส่วนแนวทางที่สองจะเน้นที่การวิเคราะห์โน้ตทัศน์เพื่อทำความเข้าใจลักษณะของความรู้ก่อนประสบการณ์ เช่นในงานของ Boghossian (1996), Kitcher (1980), Peacocke (2002), Swinburn (1984) [Casullo, 2002: 98]

แรก Kant ใช้เกณฑ์ทางจิตวิทยาแต่ในข้อความที่สอง Kant กลับใช้เกณฑ์ทางตรรกศาสตร์ในการแบ่งแยก Ayer มองว่าเราสามารถที่จะใช้เกณฑ์ทางตรรกศาสตร์เพียงอย่างเดียวในการแบ่งแยกข้อความทั้งสองได้ โดยมองว่า "7+5" และ "12" เป็นเพียงสัญลักษณ์ทางคณิตศาสตร์ที่มีความหมายเหมือนกัน (synonymous) แม้ว่าจะเป็นไปได้ที่จะมีคนคิดว่า "7+5" ไม่จำเป็นที่ต้องเท่ากับ "12" แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าเขาจะต้องคิดว่าการปฏิเสธข้อความนี้จะไม่เป็นการขัดแย้งตัวเอง นั่นหมายถึง ข้อความ "7+5=12" ในทัศนะของคณฯ นี้เป็นข้อความวิเคราะห์ (Ayer, 1987: 32-33)

Ayer เชื่อว่าข้อความทางคณิตศาสตร์ เรขาคณิต และข้อความทางตรรกะเป็นได้เพียงข้อความเชิงวิเคราะห์ซึ่งสามารถตัดสินความถูกต้องได้ก็ต่อเมื่ออยู่ใน "กรอบ" ทางภาษาหนึ่งๆ โดยไม่จำเป็นต้องเกี่ยวกับข้อเท็จจริงในโลก เช่น เราสามารถบอกได้ว่า "มุมภายในของสามเหลี่ยมรวมกันเท่ากับ 180 องศา" ภายใต้อัน "กรอบ" ทฤษฎีเรขาคณิตแบบยูคลิดโดยไม่ต้องไปวัดว่าสามเหลี่ยมในโลกจริงๆ เป็นเช่นไร หรือเราสามารถบอกได้ว่า "มดบางตัวเป็นปรสิตและไม่เป็นปรสิต" ว่าเป็นข้อความที่เท็จภายใต้ "กรอบ" ตรรกะแบบอริสโตเติลโดยไม่ต้องไปดูว่าพฤติกรรมของมดจริงๆ ในโลกว่าเป็นเช่นไร แม้บางคนอาจแย้งได้ว่า "มุมภายในของสามเหลี่ยมรวมกันไม่เท่ากับ 180 องศา" ภายใต้อันทฤษฎีเรขาคณิตแบบนอนยูคลิด แต่นั่นก็การแย้งจากมุมมองภายใต้ "กรอบ" อีกแบบหนึ่งอยู่ที่ Ayer เชื่อว่า "กรอบ" ที่ว่านี้มาจากข้อตกลงร่วมกัน (convention) ของผู้ใช้ภาษากลุ่มหนึ่งเท่านั้น (Ayer, 1946: 37-39)

แม้ว่า Ayer จะทำให้ข้อความ เช่นข้อความทางคณิตศาสตร์และเรขาคณิตที่เป็นข้อความ

สังเคราะห์ในทัศนะของ Kant เป็นเพียงข้อความวิเคราะห์ภายใต้ "กรอบ" ของภาษา อันเป็นการปฏิเสธการมีอยู่ของความรู้เชิงสังเคราะห์ก่อนประสบการณ์โดยตรง แต่ก็ไม่ได้หมายความว่า Ayer จะปฏิเสธการมีอยู่ของความรู้ก่อนประสบการณ์ ตรงกับข้าม Ayer เชื่อว่าสิ่งนี้สะท้อนให้เห็นว่าเรามีความรู้ก่อนประสบการณ์ กล่าวคือ เรายังสามารถบอกได้ว่าข้อความบางอย่าง (เช่น ข้อความทางคณิตศาสตร์ หรือเรขาคณิต) จริงหรือเท็จได้โดยอย่างเป็นอิสระจากประสบการณ์ และถึงแม้ว่าความรู้ของข้อความวิเคราะห์ภายใต้ "กรอบ" เหล่านั้นจะเป็นเรื่องของภาษาที่ไม่เกี่ยวอะไรกับโลก แต่นั่นก็เป็นข้อจำกัดทางการใช้เหตุผลของมนุษย์ที่จำต้องยอมรับ ไม่ได้หมายความว่าความรู้เหล่านั้นไม่มีประโยชน์อย่างน้อยที่สุดความรู้เช่นนี้ก็ทำให้เราแน่ใจว่าข้อความสังเคราะห์ในกรอบของภาษานั้นไม่ขัดแย้งในตัวเอง (Ayer, 1946: 35)

จะเห็นได้ว่า แม้ Ayer จะยอมรับว่ามนุษย์มีความรู้แบบก่อนประสบการณ์แต่ความรู้นั้นก็ขึ้นอยู่กับอย่างจำกัดภายใต้กรอบโครงสร้างของภาษา กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ ความรู้ก่อนประสบการณ์คือความรู้เกี่ยวกับข้อความวิเคราะห์เท่านั้น (casullo, 1992b: 5) ซึ่งต่างไปจากความรู้ก่อนประสบการณ์ตามทัศนะแบบ Kant ที่เป็ความรู้เกี่ยวกับทั้งข้อความวิเคราะห์และข้อความสังเคราะห์ กล่าวอีกแบบคือ เป็นความรู้เกี่ยวกับทั้งความหมายภายใต้กรอบโครงสร้างภาษาและเนื้อหาเกี่ยวกับโลก

อย่างไรก็ตาม ผู้เขียนเชื่อว่าการมีอยู่ของความรู้ก่อนประสบการณ์ทั้งในลักษณะที่ Ayer และ Kant เสนอจำเป็นต้องอาศัยการแบ่งแยกที่มีความแน่นอนระหว่างข้อความวิเคราะห์และข้อความสังเคราะห์ หรืออีกนัยหนึ่งคือการแบ่งแยกระหว่าง "กฎเกณฑ์ที่มาจากกรอบโครงสร้างของภาษา" กับ

"ข้อเท็จจริงจากประสบการณ์"³ หากข้อความสังเคราะห์และข้อความวิเคราะห์ที่ไม้อาจแยกจากกันได้แล้ว เป็นไปได้หรือไม่จะเกิดกรณีที่ (ก) "ประสบการณ์" จะเป็นตัวกำหนด "กฎเกณฑ์ที่มาจากกรอบโครงสร้างของภาษา" (ข) "ประสบการณ์" และ "กฎเกณฑ์ที่มาจากกรอบโครงสร้างของภาษา" ต่างเป็นตัวกำหนดซึ่งกันและกัน ซึ่งถ้าสองกรณีนี้เกิดขึ้นแล้ว ความรู้ที่เป็นอิสระจากประสบการณ์ย่อมเป็นไปได้

ข้อโต้แย้งของ Quine แม้ว่าเป้าหมายโดยตรงในบทความ "Two Dogmas of Empiricism" (1964) ของ คับบลิวิ วิ โอ ไควน์ (W.V.O. Quine) คือการโต้แย้งแนวคิดประสบการณ์นิยม แต่ในขณะเดียวกัน Quine ก็ได้แย้งการมีอยู่ของความรู้ก่อนประสบการณ์ด้วย กล่าวคือ Quine โต้แย้งความเชื่อพื้นฐานของประสบการณ์นิยมในสองประการ ประการแรกคือ มีความแตกต่างในชั้นรากฐานระหว่างความจริงแบบวิเคราะห์ (ตามนิยามของ Quine คือ ความจริงโดยความหมาย) และความจริงแบบสังเคราะห์ (ตามนิยามของ Quine คือ ความจริงที่มาจากข้อเท็จจริง) ประการที่สองคือ แนวคิดลดทอนนิยม (reductionism) ซึ่งก็คือ แนวคิดที่ถือว่าหากข้อความจะมีความหมายจะต้องสามารถลดทอนลงเป็นข้อความที่อ้างอิงถึงประสบการณ์โดยตรง ซึ่งอีกนัยหนึ่งคือ แนวคิดที่เชื่อว่ามี ความแตกต่างระหว่างข้อความวิเคราะห์กับข้อความสังเคราะห์ โดยข้อความที่อ้างอิงถึงประสบการณ์โดยตรงก็คือข้อความสังเคราะห์

Quine เริ่มต้นจากการวิเคราะห์เกณฑ์แบ่ง

แยกความแตกต่างระหว่าง ลักษณะเชิงวิเคราะห์กับลักษณะสังเคราะห์ ตามนิยามของ Kant แง่หนึ่งข้อความวิเคราะห์คือข้อความที่ไม่ได้ให้ข้อมูลใหม่ เพราะภาคแสดงอยู่ในภาคประธานแล้ว เช่น "ลุงแดงเป็นผู้ชาย" ความเป็นผู้ชายนั้นอยู่ในความเป็นลุงอยู่แล้วเพราะลุงต้องเป็นผู้ชาย ข้อความนี้จึงไม่ได้ให้อะไรใหม่แก่เรา แต่อีกแง่หนึ่ง นิยามของ Kant มีเรื่อง "ความหมาย" แฝงอยู่ในนิยาม ปัญหาต่อมาคือคำว่า "ความหมาย" (meaning) แปลว่าอะไร (Quine, 1964: 43)

Quine มองว่า "ความหมาย" ต่างจาก "การเรียก" (naming) วัตถุเดียวกันอาจถูกเรียกด้วยคำมากกว่าหนึ่งคำซึ่งมีนัยต่างกัน เช่น ดาวพระศุกร์ หรือ ดาวประจำเมือง เป็นชื่อเรียกของดาวดวงเดียวกัน ดังนั้นความหมายอยู่ตรงนัยไม่ใช่อยู่ที่คำที่ใช้เรียกซึ่งทำให้เรามักจะโยงเรื่องความหมายเป็นเรื่องสารัตถะ (essence) นั่นคือความหมายเป็นสารัตถะของสิ่ง ๆ หนึ่ง Quine เห็นว่าเราสามารถหาความหมายของคำๆ หนึ่งโดยไม่ต้องคิดว่ามันเป็นสารัตถะก็ได้ กล่าวคือเป็นเรื่องของการกำหนดโดยมนุษย์ ด้วยการจับคู่คำที่มีความหมายเหมือนกัน (synonymy) เช่น กำหนดว่า "คนโสด" มีความหมายว่า "คนที่ยังไม่ได้แต่งงาน" แต่ก็มีคำถามเกิดขึ้นอีกว่าจะจับคู่คำที่มีความหมายเหมือนกันได้อย่างไร (Quine, 1964: 43-44)

Quine คิดว่าเราจะต้องหานิยาม (definition) ของคำแต่ละคำเสียก่อน เมื่อคำสองคำมีนิยามเหมือนกันก็ถือว่าเป็นคำที่เหมือนกัน (Synonym) ได้ เราอาจหาคำนิยามของศัพท์ต่างๆ

³นักปรัชญาหลายคน เช่น Bealer (1999) Casullo (2003) Moser (1987) ไม่เห็นด้วยกับทัศนะเช่นนี้ โดยมองว่าความรู้ก่อนประสบการณ์เป็นหัวข้อทางญาณวิทยา ในขณะที่ความแตกต่างระหว่างข้อความวิเคราะห์ และข้อความสังเคราะห์เป็นหัวข้อทางอรรถศาสตร์

ได้จากพจนานุกรม แต่พจนานุกรมเป็นเพียงแค่รายงานการใช้คำของสังคมเท่านั้นเอง คนเขียนพจนานุกรมให้คำนิยามศัพท์ต่างๆ จากการออกไปดูว่าคนในสังคมใช้คำๆ นั้นในความหมายอย่างไร พจนานุกรมจึงเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นหลังจากการใช้คำๆ นั้นไปแล้ว แต่ในตอนแรกทีมนุชย์เริ่มใช้คำๆ นั้นซึ่งต้องจับคู่ว่าเหมือนกับอีกคำหนึ่งนั้นเริ่มได้อย่างไรซึ่งไม่อาจตอบได้ด้วยการหาความหมายจากพจนานุกรมและถึงแม้จะอธิบายคำเหมือนว่าเป็นคำที่สามารถแทนกันได้โดยความหมายไม่เปลี่ยน (interchangeability) แต่ก็ทำให้เรากลับไปทีจุดเริ่มต้นคือความหมายแปลว่าอะไร ซึ่งก็เท่ากับเรายังตอบไม่ได้ว่าข้อความวิเคราะห์คืออะไร (Quine, 1964: 46-53)

เมื่อพิจารณากฎเกณฑ์ทางภาษา เป็นไปได้ที่เราจะสร้างภาษาประดิษฐ์ (artificial language) ขึ้นมาระบบหนึ่งเพื่อใช้อธิบายลักษณะวิเคราะห์ของข้อความ เช่น "ข้อความ S มีลักษณะเชิงวิเคราะห์ในภาษา L" อย่างไรก็ตาม Quine มองว่าหากเราไม่สามารถแปลภาษาสังเคราะห์นั้นให้เป็นภาษาธรรมดาที่เราสามารถเข้าใจได้ แม้ว่าจะทำให้เราสามารถแบ่งแยกข้อความเชิงวิเคราะห์กับข้อความสังเคราะห์ได้ แต่มันก็ไม่ช่วยให้เราเข้าใจอะไรเพิ่มขึ้นเลย (Quine, 1964: 53-57)

จะเห็นได้ว่า ในการทำความเข้าใจความหมายของข้อความจะต้องโยงเข้ากับระบบความเชื่อชุดหนึ่ง ไม่ว่าเราจะถือว่าข้อความนั้นจะจริงโดยความหมายหรือจริงโดยข้อเท็จจริงก็ตาม สิ่งนี้นำไปสู่ข้อสรุปสำคัญของ Quine นั่นคือ ข้อความใดๆ อาจยอมรับว่าจริงได้ไม่ว่าอย่างไรก็ตาม และไม่มีข้อความใดปรับเปลี่ยนไม่ได้ (Any statement can be held to be true come what may. No statement is immune to revision) [Quine,

1964: 63]

เพื่อให้เรื่องนี้ชัดเจนขึ้น ผู้เขียนขอยกตัวอย่าง ข้อความ "กาทุกตัวสีดำ" ข้อความนี้สามารถเป็นข้อความวิเคราะห์ (จริงโดยความหมาย) ได้ โดยการถือว่าสีดำเป็นคุณสมบัติในนิยามของกา อย่างไรก็ตาม ข้อความวิเคราะห์ที่ว่านี้ สามารถจะเปลี่ยนเป็นข้อความสังเคราะห์ (จริงด้วยข้อเท็จจริง) ได้จากประสบการณ์ที่เราได้เห็นสัตว์ที่มีรูปร่างหน้าตาเหมือนกาแต่เป็นสีอื่นโดยเราเปลี่ยนจากการถือว่าสีดำเป็นคุณสมบัติตามนิยามมาเป็นข้อเท็จจริงที่สามารถตรวจสอบได้จากการสังเกต แล้วก็ถือว่าข้อความ "กาทุกตัวสีดำ" ผิด เพราะเราได้พบเห็นกาสีอื่นเป็นต้น อย่างไรก็ตาม เราก็สามารถจะถือว่าข้อความ "กาทุกตัวสีดำ" จริงตามความหมายอยู่ได้ถึงแม้จะพบเจอสัตว์ที่รูปร่างหน้าตาเหมือนกาแต่เป็นสีอื่นโดยถือว่าเจ้าตัวนั้นไม่ใช่กา แต่เป็นสัตว์ชนิดอื่นแทน

ยิ่งไปกว่านั้น แม้แต่ข้อความคณิตศาสตร์ เช่น " $1+1=2$ " (ที่ Kant และ Ayer ยอมรับว่าเป็นความรู้ก่อนประสบการณ์) เราก็สามารถจะเปลี่ยนได้จากประสบการณ์ เช่น เห็นกองทรายสองกองรวมกันกลายเป็นกองเดียวจึงสรุปว่าหนึ่งบวกหนึ่งไม่จำเป็นต้องเป็นสอง แต่เรามักจะไม่เปลี่ยนเพราะอาจทำให้เราพุดคุยกับคนอื่นในสังคมไม่รู้เรื่อง เพราะคนส่วนใหญ่เชื่อว่าหนึ่งบวกหนึ่งเป็นสอง ซึ่งจริงๆ แล้วหากทุกคนในสังคมถือว่าหนึ่งบวกหนึ่งไม่จำเป็นต้องเป็นสอง สังคมนั้นก็สามารถพุดคุยกันรู้เรื่องเพียงแต่จะมีกฎคณิตศาสตร์ไม่เหมือนสังคมของเรา

ตัวอย่างเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าไม่มีข้อความใดที่เป็นจริงด้วยความหมายเพราะเราสามารถจะปฏิเสธมันได้ตลอดเวลา และข้อความที่จริงจากข้อเท็จจริงบางทีเราก็ยึดมันเสมือนข้อความที่จริง

โดยความหมายได้ นั่นคือข้อความหนึ่งๆ สามารถจะถือเป็นจริงโดยความหมายหรือจริงด้วยข้อเท็จจริงก็ได้ขึ้นอยู่กับเรา เพียงแต่ข้อความที่ถือว่าเป็นข้อความเชิงประสมการณ์จะถูกเปลี่ยนหรือเอาออกจากชุดความเชื่อง่ายกว่าข้อความตรรกวิทยาหรือคณิตศาสตร์เท่านั้น¹

ข้อวิจารณ์ จากข้อเสนอของ Quine ดูเหมือนจะทำให้ "ที่พึ่งสุดท้าย" ของความรู้ก่อนประสบการณ์พังทลายลงอย่างสิ้นเชิง การไม่สามารถแบ่งแยกได้ระหว่างข้อความก่อนประสบการณ์และข้อความหลังประสบการณ์ทำให้ข้อความที่เชื่อกันมาโดยตลอดว่าเป็นอิสระจากประสบการณ์ เช่น ข้อความทางคณิตศาสตร์ก็ถูกกำหนดได้จากประสบการณ์ อย่างไรก็ตาม นักปรัชญาบางคนคิดว่าข้อเสนอของ Quine มีข้อบกพร่องอย่างน้อยใน 2 ประเด็น

ประเด็นแรก Quine เข้าใจลักษณะของความรู้ก่อนประสบการณ์ผิดพลาด กล่าวคือ จากการที่ Quine เข้าใจว่าความรู้ก่อนประสบการณ์จะต้องมีลักษณะพื้นฐานบางอย่างเช่น ผิดไม่ได้ ปรับเปลี่ยนไม่ได้ (ถ้าหากอยากเชื่อ ไม่เกี่ยวกับหลักฐาน) เพราะ Quine ไปตีความเอาจากทัศนะของพวกเขาประสบการณ์นิยมเชิงตรรก ซึ่งเป็นที่นักปรัชญาหลายคนไม่เห็นด้วย² นักปรัชญาหลายคนยอมรับนิยามความรู้ก่อนประสบการณ์ที่มีลักษณะอ่อนกว่าพวกเขาประสบการณ์นิยมเชิงตรรก³ เช่น ยอมรับว่าความรู้ก่อนประสบการณ์นั้นผิดได้

ปรับเปลี่ยนได้ การที่ Quine เข้าใจว่าความรู้ก่อนประสบการณ์จะต้องเป็นความรู้ที่ผิดพลาดไม่ได้หรือปรับเปลี่ยนไม่ได้จึงเป็นทัศนะที่ค่อนข้างคับแคบเกินไป

อย่างไรก็ตาม ผู้เขียนมองว่าข้อโต้แย้งในลักษณะนี้เป็นสิ่งที่ไม่ยุติธรรมต่อข้อเสนอของ Quine จริงอยู่ ทัศนะของประสบการณ์นิยมเชิงตรรกในวงการญาณวิทยาปัจจุบันเป็นสิ่งที่ไม่ค่อยได้รับการยอมรับ แต่ทัศนะของ Quine ไม่ได้แย้งเฉพาะพวกเขาประสบการณ์นิยมเชิงตรรกเท่านั้น แต่ยังมีนัยครอบคลุมไปถึงทุกแนวคิดที่ยอมรับว่าเราสามารถแยกข้อความวิเคราะห์กับข้อความสังเคราะห์ออกจากกันได้ การลดความเข้มข้นของเงื่อนไขของการเป็นความรู้ก่อนประสบการณ์ไม่ได้ทำให้ข้อเสนอของ Quine เป็นการแย้งนอกประเด็น เพราะเป็นไปได้ว่าการ "ผิดได้" "ปรับเปลี่ยนได้" นั้นจะตั้งอยู่บนกรอบโครงภาษาอย่างหนึ่ง พูดอีกอย่างก็คือ เป็นไปได้ที่ยกยอยอมให้ข้อความหนึ่ง "ผิดได้" "เปลี่ยนแปลงได้" ต้องมีกรอบกำหนดให้ว่าจะอะไรผิดได้ อะไรเปลี่ยนแปลงได้ อะไรเป็นการพูดคนละเรื่อง ซึ่งกรอบนี้ (ตามทัศนะของ Quine) ไม่อาจเป็นอิสระจากประสบการณ์

นอกจากนี้ การยอมรับว่าทัศนะเช่นนี้ยังประสบปัญหาในแง่เกณฑ์ในการตัดสินว่าความเชื่อที่อ้างว่ารู้ได้ก่อนประสบการณ์ ความเชื่อใดเป็นสิ่งที่ผิด ความเชื่อใดเป็นสิ่งที่ต้องปรับเปลี่ยน ดูเหมือนว่าทางออกที่เป็นไปได้จะไปในทางที่มองว่ามนุษย์มี

¹นักปรัชญาบางคน เช่น Putnam เสนอการตีความงานชิ้นนี้ของ Quine ในแบบที่ต่างไป กล่าวคือ Putnam มองว่าการอ้างเหตุผลในบทความสามารถแยกได้เป็นสองส่วนอย่างเป็นอิสระจากกัน ในส่วนแรก (หัวข้อ 1-4) จะเป็นการโต้แย้งการแบ่งแยกได้ของข้อความวิเคราะห์และข้อความสังเคราะห์ และในส่วนที่สอง (หัวข้อ 5-6) เป็นการโจมตีการมีอยู่ของความรู้ก่อนประสบการณ์ Putnam คิดว่าเป้าหมายในส่วนแรกของบทความไม่ประสบความสำเร็จ ในขณะที่เป้าหมายในส่วนที่สองประสบความสำเร็จโดยไม่จำเป็นต้องอาศัยข้อสรุปที่มาจากการอ้างเหตุผลในส่วนแรก ดู Putnam (1983)

ศักยภาพในการรู้เอง (intuition) ว่าความเชื่อใดเป็นความเชื่อที่ผิดและต้องปรับเปลี่ยน (Casullo, 1992b: 7) สิ่งที่นักปรัชญาต้องทำคือแสวงหาเกณฑ์หรือเงื่อนไขที่น่าเชื่อถือของสิ่งที่เป็นหลักฐานของความรู้ก่อนประสบการณ์อย่างไรก็ตาม ผู้เขียนสงสัยว่าเกณฑ์ที่น่าจะเปลี่ยนไปได้เรื่อยๆ

ประเด็นที่สอง หลักการของ Quine เป็นหลักการที่ทำลายตัวเอง (self-defeating) กล่าวคือ จากข้อสรุปหลักอย่างหนึ่งของ Quine คือ "ไม่มีข้อความใดปรับเปลี่ยนไม่ได้" ถ้าข้อความนี้จริง ถือได้ว่าหลักการนี้เปิดโอกาสให้ยอมรับในหลักการอื่นได้เช่นกัน (เช่น เชื่อว่า "ข้อความบางข้อความปรับเปลี่ยนไม่ได้") [BonJour, 1998: 92]

ผู้เขียนเห็นว่า ข้อโต้แย้งนี้มาจากการไม่เข้าใจ (หรือแกล้งไม่เข้าใจเพราะมีข้อสมมติล่วงหน้าบางอย่างไว้ก่อน) ทักษะของ Quine โดยรวมที่เป็น Coherentism⁵ ซึ่งความเชื่อที่มีเหตุอันควรให้เชื่อในทักษะแบบนี้ ได้แก่ข้อความที่สอดคล้องกับความเชื่ออื่นๆ ในระบบความเชื่อของผู้นั้น ไม่จำเป็นต้องมีรากฐานมาเป็นเหตุอันควรให้เชื่อ ข้อความเช่น "ไม่มีข้อความใดปรับเปลี่ยนไม่ได้" ในทักษะของ Quine เป็นเพียงแค่ความเชื่อหนึ่งในระบบความเชื่อของคนๆ หนึ่งเท่านั้น เป็นไปได้ที่จะมีคนจะเลิกเชื่อว่า "ความเชื่อสามารถเปลี่ยนได้ไม่ว่าอย่างไร" แล้วหันไปยอมรับความเชื่อ "ความเชื่อบางอย่างเปลี่ยนไม่ได้" แต่นั่นก็เป็นเรื่องของคนๆ นั้น

จากที่ได้กล่าวมาทั้งหมด จะเห็นได้ว่า นิยามความรู้ก่อนประสบการณ์และความรู้หลัง

ประสบการณ์มีความแตกต่างกันในทัศนะของนักปรัชญาแต่ละคน กล่าวคือ Kant มองว่าความรู้ก่อนประสบการณ์และความรู้หลังประสบการณ์แตกต่างกันในแง่การให้ข้อตัดสินของจิตที่เป็นอิสระหรือขึ้นอยู่กับประสบการณ์ และข้อตัดสินของจิตที่เป็นอิสระจากประสบการณ์สามารถให้ความจริง ทั้งที่เกี่ยวกับภาษาและโลกที่แสดงผ่านข้อความวิเคราะห์ และข้อความสังเคราะห์ Ayer ยอมรับนิยามความรู้ก่อนประสบการณ์ต่างไปจาก Kant คือไม่เชื่อว่ากระบวนการทางจิตสามารถให้ความจริงเกี่ยวกับโลกได้ ความรู้ก่อนประสบการณ์ในทัศนะของ Ayer เป็นเพียงความรู้ภายในกรอบโครงสร้างของภาษาที่แสดงผ่านข้อความวิเคราะห์เท่านั้น อย่างไรก็ตาม การมีอยู่ของความรู้ก่อนประสบการณ์มีรากฐานอยู่บนการแบ่งแยกได้ระหว่างกฎเกณฑ์ที่มาจากกรอบโครงสร้างของภาษาและข้อเท็จจริงเชิงประสบการณ์ อันแสดงผ่านข้อความวิเคราะห์และข้อความสังเคราะห์ แต่จากข้อเสนองของ Quine ในเรื่องการไม่สามารถแบ่งแยกได้ของข้อความวิเคราะห์และข้อความสังเคราะห์ทำให้เส้นแบ่งระหว่างกฎเกณฑ์ที่มาจากกรอบโครงสร้างของภาษาและข้อเท็จจริงจากประสบการณ์เลื่อนลงไป สิ่งที่ตามมาคือ ความรู้ก่อนประสบการณ์ไม่สามารถเป็นไปได้อีก แม้ว่าจะมีนักปรัชญาหลายคนแย้งว่าข้อเสนองของ Quine มีข้อบกพร่องในหลายประเด็น แต่ผู้เขียนมองว่าข้อโต้แย้งเหล่านั้นไม่ประสบความสำเร็จ และข้อเสนองของ Quine มีน้ำหนักพอที่จะทำให้ผู้เขียนเชื่อว่าความรู้ก่อนประสบการณ์ไม่มีอยู่จริง

⁵เช่น Bealer (1999) BonJour (1998) Casullo (2003)

⁶เช่น Bealer (1999) BonJour (1998) Casullo (2003) Moser (1987)

⁷เช่น Bealer (1998)

⁸ดูทักษะแบบ Coherentism ได้ใน Quine (1964)

Bibliography

- Ayer, A.J. (1987). **Language, truth and logic**. In Paul K. Moser (Ed.). *A priori knowledge* (pp.26-41). Oxford : Oxford University Press.
- Boghossian, Paul. (1996). *Anlyticity Reconsidered*. *Nous*, 30, 3, pp. 360-391.
- BonJour, Laurence. (1998). *In defense of pure reason : a rationalist account of a priori justification*. Cambridge ; New York : Cambridge University Press.
- _____. (1985). *The structure of empirical knowledge*. Cambridge, Mass : Harvard University Press.
- Casullo, Albert. (2003). *A prior justification*. New York : Oxford University Press.
- Craig, Edward. (Ed.). (1998). *Routledge encyclopedia of philosophy*. New York : Routledge.
- Dancy, Jonathan and Sosa, Ernest. (Eds.). (1992). *A Companion to epistemology*. Oxford, Ox, UK ; Cambridge : Blackwell Reference.
- Føllesdal, Dagfinn. (2000-2001). *Philosophy of Quine*. New york : Garland Publishing.
- Greco, John and Sosa, Ernest. (Eds.). (1999). *The Blackwell guide to Epistemology*. Malden, Mass. : Blackwell.
- Kant, Immanuel. (1998). *Critique of pure reason*. Translated and edited by Paul Guyer and Allen W. Wood. Cambridge ; New York : Cambridge University Press.
- Kitcher, Philip. (1980). "A Priori Knowledge," *The Philosophical Review*, LXXVI : 3-23. University Press.
- Moser, Paul K. (Ed.). (1987). *A priori knowlege*. New York : Oxford University Press.
- Peacocke, Christopher. (2005). *The A priori*. In Frank Jackson and Michael Smith. (Eds.). *The Oxford handbook of contemporary philosophy* (pp.739-766). Oxford ; New York : Oxford University Press.
- Putnam, Hilary. (1983). "Two Dogmas' Revisited," reprint in Dagfinn Follesdal [ed.], (2000). pp.929-303.
- Quine, W.V.O. (1964). "Two Dogmas of Empriricism," reprint in Paul K. Moser [ed.], (1987). pp. 42-67.
- Swinbern, Richard. (1984, January). *Analytic/Synthetic*. *American Philosophical Quartery*, 21, 1. pp. 31-42.

ฐานความคิดเรื่องชุมชนนิยม : ทางเลือกแห่งการแสวงหาคูณค่าของชีวิตและสังคม

*ผู้ช่วยศาสตราจารย์วันร จະนู

สังคมไทยปัจจุบันได้หันมาสนใจเรื่องชุมชนมากขึ้น ความสนใจนี้เกิดขึ้นจากหลายสาเหตุหลายลักษณะ แต่สาเหตุหลักก็คือ ลักษณะการให้ความสำคัญต่อชุมชนในฐานะ การพยายามหาทางออกจากปัญหาสังคมเศรษฐกิจปัญหาสังคมเศรษฐกิจต่างๆ เหล่านั้นมีความสัมพันธ์กันเป็นลูกโซ่ ปัญหาหนึ่งมีผลต่ออีกปัญหาหนึ่งและปัญหาที่เกิดขึ้นใหม่ก็ไปซ้ำเติมปัญหาเก่าให้มีปัญหามากขึ้น เช่นมองในระดับปัจเจกบุคคล ก็พบว่าทำงานหนักขึ้น เหนื่อยมากขึ้น แต่คุณภาพชีวิตกลับต่ำลง ทรัพยากรธรรมชาติในชุมชนเสื่อมลงอย่างน่าใจหาย จะ "ตกปลา หาชองป้า" เลี้ยงชีพดังแต่เก่าก่อนก็หายากเต็มทน หรืออาจหาไม่ได้แล้วในบางพื้นที่ ที่ดินทำกินก็เสื่อมคุณภาพลง มีไม่น้อยที่ต้องขาย เนื่องจากความยากจนและขาดความรู้ในการฟื้นฟูปัญหาทุกปัญหาก็ตามมา ความยากจนทำให้ต้องอพยพ ย้ายถิ่นไปใช้แรงงาน นานๆ เข้าคนก็เริ่มแปลกแยกจาก ครอบครัวและชุมชน ภูมิคุ้มกัน "โรค" ของชุมชนก็ลดน้อยลง ชุมชนก็อ่อนแอ สังคมทั้งหมดก็อ่อนแอตาม โรคทางสังคมก็รุมเร้า

เช่น ยาเสพติด อาชญากรรมน้อยใหญ่ "ความสุข" ทางสังคมก็ลดน้อยลงอย่างมาก และแน่นอนว่าทั้งหมดได้ส่งผลกระทบต่อสังคมเศรษฐกิจส่วนรวม

ปัญหาทั้งหมดอาจพอมีทางแก้ไขได้หากคนที่ "ได้เปรียบ" ในระบบที่เป็นอยู่หันมาสนใจจริงๆ และทบทวนแนวทางที่เป็นอยู่ แต่หาได้เป็นเช่นนั้นไม่ ตรงกันข้ามกลับ ใช้ความได้เปรียบกดทับผู้ที่เสียเปรียบมากยิ่งขึ้น ทั้งโดยตั้งใจและไม่ตั้งใจ ที่ไม่ได้ตั้งใจก็คือ คิดว่าแนวทางที่เป็นอยู่นี้ดีแล้ว สมบูรณ์แล้ว ที่เกิดปัญหาเป็นเพียง "สิ่งหลีกเลี่ยงไม่ได้" ส่วนที่ตั้งใจนั้นแทบไม่ต้องพูดถึง เพราะรู้อยู่แล้วว่าระบบมันมีความผิดพลาด แต่เนื่องจากได้เปรียบคนกลุ่มนี้ก็ไม่คิดแก้ไขอะไร

ด้วยเหตุนี้ หลายกลุ่มเริ่มหันมาทบทวนแนวทางกันใหม่ และได้มีข้อสรุปอันหนึ่ง คือ "คำตอบอยู่ที่หมู่บ้าน" อยู่ที่ชุมชนต่างๆ หากชุมชนเข้มแข็งสังคมก็เข้มแข็งตามมา ความมั่นคงและยั่งยืนทางเศรษฐกิจสังคมก็เกิดขึ้น

*อาจารย์ประจำกลุ่มวิชาปรัชญาและศาสนา หมวดวิชาศึกษาทั่วไป คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต : อ.ม. (ปรัชญา) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แนวคิดเรื่องชุมชนในฐานะทางออกในการแก้ปัญหาต่างกล่าวหากพิจารณาในเชิงความคิดสามารถเรียกรวมๆ ได้ว่า แนวคิดแบบชุมชนนิยม เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ได้แสดงความเห็นไว้ว่า ชุมชนนิยมหมายถึง สังคมที่คนเห็นประโยชน์และรู้จักใช้ประโยชน์จากชุมชน อีกทั้งให้ประโยชน์ตอบแทนแก่ชุมชน คนในสังคมจะได้รับการสนับสนุนให้มีส่วนร่วมเข้าร่วมเป็นสมาชิกชุมชนใดชุมชนหนึ่งหรือหลายชุมชนที่เหมาะสมกับตน ส่งผลให้คนในสังคมมีการรวมตัวกันจัดเป็นชุมชนเล็กๆ มากมายและมีความหลากหลาย โดยแต่ละชุมชนมีวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งและแนวทางการดำเนินงานที่ชัดเจนและเป็นผลดีต่อสมาชิกทั้งทางด้านกายภาพ จิตใจ และก่อประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม¹

ชุมชนนิยมในทัศนะของผู้เขียนเป็นแนวคิดกว้างๆ ว่าหน้าที่ของชุมชนคืออะไร เป็นแนวคิดชุมชนนิยม (Communalism) ที่เชื่อว่า ระบบการจัดองค์กรทางสังคม ซึ่งสมาชิกในชุมชนมีการจัดการปกครองตนเอง โดยขึ้นต่อส่วนกลางหรืออำนาจบังคับจากภายนอกน้อยมาก ในแต่ละชุมชนกิจกรรมส่วนใหญ่ถูกกำหนดโดยธรรมเนียมและประเพณีด้วยความรู้สึกร่วมมือร่วมใจกัน ปังเจกชนขึ้นต่อผลประโยชน์ของชุมชน ขณะเดียวกันก็ได้รับการคุ้มครองดูแลจากชุมชน²

แนวคิดแบบชุมชนนิยมจึงได้รับการกล่าวถึงในหลายๆ ด้าน เช่นวัฒนธรรมชุมชน การจัดองค์กรและการจัดการชุมชน การพึ่งพาตัวเองในทุกๆ ด้านของชุมชน

ปัญหาก็คือ สังคมไทยและโลกปัจจุบันนี้ส่วนใหญ่มีความเชื่อทางสังคมอีกแบบหนึ่งซึ่งอาจจะแตกต่าง หรืออาจขัดแย้งกับแนวคิดแบบชุมชนนิยม กล่าวคือ สังคมทั่วไปยอมรับความเชื่อพื้นฐานที่ว่าปัจเจกบุคคลมีความสำคัญที่สุดและปัจเจกบุคคลมีสิทธิและเสรีภาพ มีความเสมอภาคเป็นแก่นแท้ ด้วยเหตุนี้ปัจเจกบุคคลจึงมีจุดหมายในตัวเองในทุกๆ ด้าน สามารถเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมใดๆ ก็ได้ คุณธรรมที่เป็นพื้นฐานของแนวคิดแบบปัจเจกบุคคลนี้คือ การไม่ไปละเมิดสิทธิและเสรีภาพของผู้อื่นเท่านั้น แนวคิดลักษณะนี้เป็นแนวคิดที่ยอมรับในความเชื่อแบบปัจเจกชนนิยม (Individualism) ซึ่งเป็นฐานความคิดนำไปสู่แนวคิดทางสังคมเศรษฐกิจแบบเสรีนิยม (Liberalism) ซึ่งแนวคิดทางเศรษฐกิจแบบทุนนิยม (Capitalism) ก็ใช้แนวคิดแบบนี้เป็นฐานคิดในการอธิบายการประกอบการทางเศรษฐกิจ แนวคิดทั้งหมดนี้เป็นที่ยอมรับหรือเป็นกระแสหลักไปทั่วโลกในปัจจุบัน หลายๆ คนอาจมีข้อโต้แย้งว่า จริงๆ แล้วแนวคิดในลักษณะดังกล่าวโดยเฉพาะแบบทุนนิยมไม่ได้ "ไร้หัวใจ" ดังที่หลายๆ คนกล่าวหา ทุนนิยมจะบอกว่าปัจเจกบุคคลต้องหันกลับมาดูแลคนอื่น ๆ เพราะหากสังคมเดือดร้อน ประเด็นสำคัญคือ แนวคิดนี้มองว่าหากใครจะแบ่งบันให้ใครแท้จริงแล้วทำเพื่อตัวเอง และ ปังเจกบุคคลในความเชื่อแบบนี้อาจไม่จำเป็นต้องทำได้ เช่น สังคมเดือดร้อนขนาดหนัก และเขารู้ว่าเขาจะต้องเดือดร้อน เขาอาจเลือกวิธีในการปกป้องตัวเองแทนที่จะไปให้หรือไป

¹เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, ชุมชนนิยม : ฝ่าวิกฤตชุมชนล่มสลาย (กรุงเทพมหานคร : ชัคเชสมีเดีย, 2537), หน้า 25.

²วิทยากร เชียงกุล และพรภิรมย์ เอี่ยมธรรม, อธิปไตยที่ปรัชญาการเมืองและสังคม (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์สารธาร, 2543), หน้า 31.

ดูแลผู้อื่น หากความเชื่อดังกล่าวมีเหตุผลพอ จะทำให้แนวคิดเรื่องชุมชนนิยมเป็นเพียงการแสดงตัวหรือเป็นปรากฏการณ์ของแนวคิดปัจเจกชนนิยมแบบเสรีนิยม ที่หนีไม่พ้นจากทุนนิยมเท่านั้น แนวคิดเรื่องชุมชนนิยมจึงเป็นเพียงส่วนหนึ่งของแนวคิดในลักษณะดังกล่าว ดังนั้นการสนับสนุนแนวคิดแบบชุมชนนิยมจึงอาจไม่จำเป็นเท่ากับการสนับสนุนแนวคิดปัจเจกชนนิยมแบบเสรีนิยมและทุนนิยม ทั้งหมดยังนำไปสู่คำถามที่ผู้เขียนสนใจสองประเด็นหลักๆ คือ

1. แนวคิดเรื่องชุมชนนิยมทั้งหมดมีฐานความคิดมาจากอะไร หรืออะไรคือความคิดพื้นฐานที่สนับสนุนแนวคิดเรื่องชุมชนนิยม
2. ความคิดพื้นฐานอันนั้นแสดงให้เห็นว่าแนวคิดชุมชนนิยมควรจะมีคามจำเป็นต่อชุมชนหรือสังคม อย่างไร

ผู้เขียนมีสมมุติฐานเบื้องต้นว่า แนวคิดเรื่องชุมชนนิยมนั้นมีฐานความคิดมาจากความคิดเรื่องความอยู่จริงของปัจเจกบุคคล แต่เป็นปัจเจกบุคคลที่มีโลกทัศน์อีกแบบหนึ่ง ซึ่งแตกต่างจากความคิดแบบปัจเจกชนนิยม (Individualism) ในความหมายของการกระทำแบบอัตตานิยม (Egoism) ซึ่งเป็นฐานความคิดของทุนนิยม ปัจเจกบุคคลแบบชุมชนนิยมนั้นจะมีทั้งความเป็นปัจเจกบุคคลและความเป็นชุมชนไปพร้อมๆ กัน และมีความเชื่อต่อการกระทำในแบบการช่วยเหลือซึ่งกันและกันหรือการแบ่งปันเป็นหน้าที่อันหนึ่งที่ต้องกระทำ

ด้วยฐานความเชื่อดังกล่าวจะทำให้ผู้ที่เชื่อในแนวคิดเรื่องชุมชนนิยม เชื่อว่าชุมชนมีความจำเป็นในลักษณะที่ทำให้ปัจเจกบุคคลสามารถบรรลุเป้าหมายในชีวิตได้ หมายความว่า ปัจเจกบุคคล

ไม่อาจบรรลุเป้าหมายในตัวเองได้หากขาดชุมชน และไม่ใช่ว่าการอาศัยชุมชนเป็นเครื่องมือแต่เป็นการพึ่งพาอาศัยกัน ช่วยเหลือกันก้าวไปสู่จุดหมายในชีวิตด้วยกัน ซึ่งอัตตานิยมและทุนนิยมไม่อาจทำให้เกิดคุณภาพชีวิตอย่างนั้นได้

ชุมชนกับชุมชนนิยม ชุมชน (Community)

มีหลายความหมายแล้วแต่ว่าจะนิยามให้สอดคล้องกับประเด็นที่เราสนใจ อย่างไรก็ตามคำนิยามต่างๆ ก็ไม่ได้ขัดแย้งกันมีความสอดคล้องกันเป็นอย่างดี ผู้เขียนจึงขอสรุปให้เห็นในภาพรวมได้ดังนี้

ชุมชนหมายถึง การที่ปัจเจกชนจำนวนหนึ่ง ซึ่งอาจอยู่อาศัยในอาณาบริเวณเดียวกันหรือไม่ก็ได้ มีการรวมกลุ่มกันด้วยความสมัครใจ มีการติดต่อสื่อสาร มีประสบการณ์ ความรู้สึก ความสัมพันธ์ มีการเรียนรู้ มีการกระทำและพึ่งพาอาศัยระหว่างกัน มีการยอมรับในวิถีชีวิตต่างๆ เช่น วัฒนธรรม ระเบียบ กฎเกณฑ์บางอย่างร่วมกัน ทั้งหมดนี้เพื่อวัตถุประสงค์ต่างๆ ในชีวิตร่วมกัน ชุมชนจึงมีความหมายค่อนข้างกว้าง หัวใจหลักคือ การที่คนรวมตัวกันด้วยความสมัครใจ เพื่อร่วมกันกระทำเรื่องต่างๆ ที่มีวัตถุประสงค์ร่วมกัน โดยไม่จำเป็นต้องอยู่ในที่เดียวกัน อาจมีการพบหน้าค่าตากันบางในบางครั้งก็ได้ เช่น ชุมชนจ.ส.100 หรือชุมชนกลุ่มผู้ขายสินค้าแอมเวย์ ชุมชนคนรักสุนัข เป็นต้น แต่ในความเข้าใจโดยทั่วไป ชุมชนมักจะหมายถึงกลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในบริเวณเดียวกันที่มีวิถีชีวิตร่วมกันหรือมีกิจกรรมต่างๆ ในชีวิตร่วมกันอย่างน้อยหนึ่งอย่าง หมายความว่าบางกิจกรรมคนในชุมชนบางคนอาจไม่เห็นด้วยก็ไม่เข้าร่วม เข้าร่วมเฉพาะที่ตนเองสนใจ แต่หากไม่เข้าร่วมเลยแม้แต่กิจกรรมเดียวก็ไม่ใช่คนในชุมชนเดียวกัน ซึ่งในความเป็นจริงแทบเป็นไปไม่ได้หรือเป็นไปไม่ได้

เลย โดยเฉพาะคนที่อยู่ในบริเวณเดียวกันในชั่วชีวิตหนึ่งจะต้องมีการเข้าร่วมกิจกรรมของชุมชนอย่างใดอย่างหนึ่งโดยธรรมชาติ ตั้งแต่เด็กมาจนถึงวัยผู้ใหญ่ ส่วนชุมชนนิยม (Communalism) นั้นเป็นแนวคิดหรือความเชื่อในวิถีการดำรงอยู่ของชีวิตแบบหนึ่ง ที่เชื่อว่าหากเราดำเนินชีวิตแบบนี้จะเป็นสิ่งที่ดีต่อตัวเรา เป็นทางเลือกที่ "ควร" กระทำ ในทางปรัชญาถือว่าเป็นอุดมคติทางจริยศาสตร์ (Ethics) อย่างหนึ่ง เหมือนกับคนที่เชื่อในวิถีชีวิตแบบเสรีนิยม หรือทุนนิยม หรือวิถีชีวิตทางศาสนา ดังนั้นแนวคิดแบบชุมชนนิยมจึงอาจมีเฉพาะบางชุมชนเท่านั้นที่เห็นว่า "ดี" และ "ควร" กระทำ ไม่ใช่ทุกชุมชนจะเชื่อในวิถีชีวิตแบบนี้

ฐานความคิดของชุมชนนิยม ฐานความเชื่อสำคัญของแนวคิดทางสังคมทุกความเชื่อ คือการให้คุณลักษณะของปัจเจกบุคคล (Individual) ว่าเป็นอย่างไรมีอยู่อย่างแท้จริงหรือไม่ มีอยู่อย่างไรสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ อย่างไร เพราะปัจเจกบุคคลนั้นเป็นสิ่งที่อยู่ได้ด้วยตัวเองแยกออกได้ชัดเจนจากสิ่งอื่นแต่ตัวเองไม่สามารถแยกได้โดยไม่สูญเสียความเป็นตัวเอง³ หรือมีลักษณะพิเศษเฉพาะตัว⁴ ปัจเจกบุคคลจึงมีความเชื่อ ความคิด การดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน ในฐานมนุษย์โดยทั่วไป คงปฏิเสธไม่ได้ว่า เราารู้สึกว่าเราเป็นเรา เราไม่ใช่ผู้อื่น อย่างไรก็ตามปัจเจกบุคคลก็รู้ว่าต้องมีความเกี่ยวข้องกับผู้อื่น เช่นครอบครัว ชุมชน หรือสังคมทั้งหมด ด้วยเหตุนี้ปัจเจกบุคคลจึงมีความรู้สึก

ร่วมกันกับผู้อื่นไปด้วย เรารู้ว่าเราเป็นครอบครัวเดียวกัน เป็นชุมชนเดียวกัน หรือสังคมเดียวกัน แสดงว่าในความแตกต่างกับผู้อื่นก็มีความเหมือนกันบางอย่างอยู่ เพียงแต่หากวิเคราะห์ทางความคิด "ความเป็นเรา" อาจเป็นพื้นฐานกว่า "ความเป็นครอบครัวของเรา" หรือ "ความเป็นชุมชนของเรา" แต่ในความเป็นจริงเราแทบแยกไม่ออกว่าระหว่าง "ความเป็นเรา" กับ "ความเป็นครอบครัวของเรา" หรือ "ชุมชนของเรา" อะไรเป็นพื้นฐานกว่ากัน มันขึ้นอยู่กับสถานการณ์ที่มีความเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา บางครั้งความเป็นตัวเราก็ก็นำมาเด่นออกมา บางครั้งความเป็นครอบครัว ชุมชนก็เด่นออกมา เหมือน "สองด้านในเหรียญเดียวกัน" กล่าวคือ มีคุณสมบัติส่วนตัวและคุณสมบัติทางสังคมควบคู่กันไป* อย่างไรก็ตามในทางความคิดเราสามารถกล่าวได้ว่าความเป็นคุณสมบัติส่วนตัวที่มีลักษณะเฉพาะอาจเป็นพื้นฐานกว่าความเป็นสังคม ด้วยเหตุนี้จึงต้องให้ความสำคัญต่อปัจเจกบุคคลเป็นอันดับแรกและจำเป็นต่อการยอมรับเรื่องสิทธิและเสรีภาพของปัจเจกบุคคล หมายความว่า เมื่อปัจเจกบุคคลมีความเป็นตัวของตัวเอง แสดงว่าต้องมีสิทธิและเสรีภาพอะไรบ้างอย่างอยู่ มันจะเป็นการขัดแย้งในตัวเองหากยอมรับว่า ปัจเจกบุคคลมีลักษณะเฉพาะตัวแล้วเรากล่าวว่าคุณไม่มีสิทธิและเสรีภาพใดๆที่จะแสดงความเป็นลักษณะเฉพาะตัวนั้นๆ นั่นก็เท่ากับว่าความเป็นตัวเองถูกละเมิดนั่นเอง ยกเว้นว่าสิทธิและเสรีภาพ

³ราชบัณฑิตยสถาน, พจนานุกรมศัพท์ปรัชญา (กรุงเทพมหานคร : ราชบัณฑิตยสถาน, 2540), หน้า 148.

⁴เจษฎา ทองรุ่งโรจน์, พจนานุกรมปรัชญา (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์โพ้นแดง, 2547), หน้า 96.

*ด้วยเหตุนี้ผู้เขียนเชื่อว่าความเชื่อทางสังคมใดๆ ก็ตามที่เชื่อว่าสังคมมีความสำคัญกว่าปัจเจกบุคคล โดยไม่ได้พิจารณาถึงความยินยอมของปัจเจกบุคคลจึงเป็นความเชื่อที่ไม่น่าเชื่อถือ

อันนั้นไปละเมิดสิทธิและเสรีภาพของผู้อื่นเท่านั้นจึงจะมีเหตุผลพอที่จะบังคับการใช้สิทธิและเสรีภาพได้

ดังนั้นแนวคิดที่เชื่อในสิทธิและเสรีภาพของปัจเจกบุคคลในฐานะหลักการพื้นฐานทางสังคมในทัศนะผู้เขียนเป็นแนวคิดที่มีเหตุผลที่มีน้ำหนักมากที่สุด แนวคิดเรื่องสิทธิมนุษยชนก็มีพื้นฐานมาจากความเชื่อลักษณะนี้ ความเชื่อเรื่องสิทธิและเสรีภาพของปัจเจกบุคคลดังกล่าวได้เป็นความคิดพื้นฐานนำไปสู่ความเชื่อทางปรัชญา การเมือง เศรษฐกิจ แบบหนึ่งที่เราเรียกกันว่า ปัจเจกนิยม (Individualism) ที่ให้ความสำคัญต่อ ผลประโยชน์ และพฤติกรรมของปัจเจกชนเป็นอันดับแรก มองว่าปัจเจกชนเป็นจุดหมาย (end) ในตัวเองในขณะที่สังคมไม่มีความเป็นจริงในตัวของมันเอง และไม่มีผลประโยชน์หรือจุดหมายใดๆ เป็นอิสระจากปัจเจกชน⁵

หากมองในเชิงปรัชญาการเมืองจะหมายถึง ทัศนะที่ถือว่า ปัจเจกบุคคลสำคัญกว่ารัฐ รัฐมีอยู่เพื่อปัจเจกบุคคล ไม่ใช่ปัจเจกบุคคลมีอยู่เพื่อรัฐ⁶ ความคิดแบบปัจเจกนิยมจึงแยกไม่ออกกับแนวคิดทางสังคมการเมืองแบบเสรีนิยม (Liberalism) ที่ถือว่าเสรีภาพเป็นเรื่องสำคัญที่สุด ดังนั้นในทางสังคมการเมืองจึงต้องมีการให้เสรีภาพต่อปัจเจกบุคคลในสังคมการเมืองให้มากที่สุด บางครั้งอาจต้องละเสรีภาพของคนส่วนน้อยเพื่อเสรีภาพของ

คนส่วนใหญ่⁷ เสรีภาพที่สำคัญคือเสรีภาพในชีวิตและทรัพย์สิน จึงเป็นหน้าที่ของรัฐในการปกป้องเสรีภาพอันนั้นเอาไว้ ผู้ที่มองว่าความคิดทั้งสองลักษณะต่างส่งเสริมซึ่งกันและกันเรียกว่าความคิดแบบปัจเจกชนเสรีนิยม (Liberal individualism)⁸

ปัจเจกนิยมกับทุนนิยม ด้วยฐานความคิดแบบปัจเจกชนนิยมเสรีนิยมดังกล่าว เมื่อพิจารณาเฉพาะประเด็นทางเศรษฐกิจโดยเฉพาะปัจเจกนิยมจะหมายถึง

เสรีภาพของปัจเจกบุคคลในการดำเนินการด้านเศรษฐกิจต้องไม่ถูกจำกัดโดยระเบียบของรัฐบาลหรือของสังคม การปล่อยให้ดำเนินการอย่างเสรี (laissez faire) หรือผลประโยชน์ส่วนตัวคือเป้าหมายที่เหมาะสมสำหรับการกระทำของมนุษย์ (อัตตานิยม) (Egoism)⁹

ประเด็นนี้จึงเป็นประเด็นสำคัญที่นำไปสู่ความเชื่อทางเศรษฐกิจที่แพร่หลายในปัจจุบันคือระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม (Capitalism) ซึ่งมองว่าระบบเศรษฐกิจที่มีพื้นฐานอยู่ที่นายทุนเอกชนจำนวนหนึ่งเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิตและทำการผลิต โดยจ้างแรงงานรับจ้างเพื่อการแสวงหามูลค่าส่วนเกิน (กำไร) ของนายทุน ลักษณะอื่นๆ ก็มีการพัฒนาอุตสาหกรรมการค้า การเงินอย่างมาก ธุรกิจเอกชนมีอิสระที่จะประกอบการ, การผลิตและการซื้อขายเป็นไปตามกลไกตลาด¹⁰

⁵ วิทยากร เชียงกุล และพรภิรมย์ เอี่ยมธรรม, อธิบายศัพท์ปรัชญาการเมืองและสังคม, หน้า 78.

⁶ ราชบัณฑิตยสถาน, พจนานุกรมศัพท์ปรัชญา, หน้า 49

⁷ ปรีชา ช้างขวัญยืน, ปรัชญาแห่งอุดมการณ์ทางการเมือง (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533), หน้า 327.

⁸ วิทยากร เชียงกุล และพรภิรมย์ เอี่ยมธรรม, อธิบายศัพท์ปรัชญาการเมืองและสังคม, หน้า 88.

⁹ เจษฎา ทองรุ่งโรจน์, พจนานุกรมปรัชญา, หน้า 96-97.

ดังที่ได้กล่าวไปทวนนิยามยอมรับในการดำเนินวิถีเศรษฐกิจแบบเสรี (laissez faire) แนวคิดแบบนี้ประสานกับความเป็นอัตตานิยมนำไปสู่ความเชื่อที่ว่า

เอกชนสามารถมีกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สิน ธุรกิจมีเสรีในการแข่งขันการผลิตและการทำกำไร ผู้บริโภคมีเสรีภาพในการเลือกบริโภคเต็มที่ หลักอิสรภาพของเอกชนจะเป็นเสมือน "ระเบียบแห่งธรรมชาติ" ปราศจากการแทรกแซงของรัฐแล้วประเทศหรือสังคมนั้นจะได้รับผลผลิตสูงสุดและสังคมจะมีความเป็นอยู่อย่างดีไปเอง¹¹

ด้วยเหตุนี้ภายใต้ความเชื่อทางสังคมที่รับรองสิทธิและเสรีภาพ สังคมการเมืองก็ถูกสร้างขึ้นเพื่อปกป้องสิทธิและเสรีภาพอันนั้น กฎเกณฑ์ต่างๆในสังคมหรือรัฐก็ออกมาเพื่อปกป้องคุ้มครองและสนับสนุนสิทธิและเสรีภาพให้มากที่สุด หมายความว่าปัจเจกบุคคลทุกคนสามารถแสวงหาเป้าหมายในชีวิตใดๆก็ได้ตราบนานัปการไม่ไปละเมิดสิทธิและเสรีภาพของผู้อื่น หากจินตนาการถึงภาพรวมของสังคมแบบนี้จะมีความหลากหลายเป็นอย่างยิ่งเพราะปัจเจกบุคคลแต่ละคนก็มีเป้าหมายที่แตกต่างกัน หากมองในแง่ "คุณธรรม" สังคมแบบนี้เปิดโอกาสให้คนแสวงหา "คุณธรรม" ได้อย่างเต็มที่ ขณะเดียวกันสังคมแบบนี้ ก็ไม่อาจห้ามหรือบังคับให้ใครทำตาม "คุณธรรม" แบบเดียวได้ตราบนานัปการที่เขาไม่ยินยอมพร้อมใจ ที่สังคมพอจะพูดได้ก็คือ "อย่าทำให้ใครเดือดร้อน"

ประเด็นสำคัญก็คือ "สังคมเสรี" เปิดโอกาสให้กับความหลากหลายก็จริง แต่ภายใต้ข้อจำกัดของทรัพยากรต่างๆที่จำเป็นต่อมนุษย์ คงเถียงได้ลำบากว่า สังคมแบบนี้เปิดโอกาสให้ "ใครมียาวสาวได้สาวเอา" ซึ่งไม่ผิดอะไรตราบนานัปการ กฎหมาย ปังเจกบุคคลเมื่อต้องการเหมือนกันเมื่อของมีจำกัดก็ต้องแข่งขัน "ต่อสู้" กันและเป็นธรรมชาติที่ต้องมีผู้แพ้ผู้ชนะ

ประเด็นนี้จึงเป็นประเด็นสำคัญที่ทำให้เกิดปัญหาสังคมต่างๆที่ผู้เขียนกล่าวไว้ในช่วงแรกๆ เพราะความเชื่อทั้งหมดนี้ถูกบ่มเพาะเป็น "คุณค่า" เป็น "ค่านิยม" ของสังคมปัจจุบัน กล่าวคือปัจเจกบุคคลถูกทำให้เชื่อว่า การต่อสู้แข่งขันกันทางสังคม เศรษฐกิจดังกล่าวนั้นคือ "สัจจะ" ทางสังคม ผู้ชนะผู้แพ้ก็ล้วนอยู่ในเกมส์แห่งคุณค่าอันนี้ ปังเจกบุคคลจึงเกิดความแปลกแยก (alienation) ระหว่างกัน หวาดระแวงกัน เป็นศัตรูกัน ทั้งๆ ที่ใน "สังคมเสรี" ไม่จำเป็นต้องเป็นแบบนี้เสมอไป "สังคมเสรี" ก็เปิดโอกาสให้คุณค่าทุกอย่างเกิดขึ้นได้เสมอ หากแต่ในความเป็นจริงในคุณค่าแบบทุนนิยม คุณค่าแบบอื่นๆแทบไม่มี "ที่ยืน" เพราะคนส่วนใหญ่เลือกคุณค่าแบบนี้

ความแปลกแยกจึงเป็นหัวใจสำคัญอันหนึ่งของผู้ที่โต้แย้งคุณค่าทางสังคมแบบทุนนิยม เพราะปัญหาความยากจน ปัญหาอาชญากรรมต่างๆ ในปัจจุบันหากวิเคราะห์ถึงที่สุดแล้วจะพบว่าเกิดขึ้นจากการที่ปัจเจกบุคคลมีความแปลกแยกระหว่างกัน

¹⁰เรื่องเดียวกัน, หน้า 24.

¹¹เสรี ลีลาชัย, "ทุนนิยมสากล กระแสหลักหรือกระแสล่อง", เศรษฐศาสตร์กระแสหลัก, ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ บรรณาธิการ (กรุงเทพมหานคร : ศูนย์เศรษฐศาสตร์การเมือง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542), หน้า 36.

เมื่อแปลกแยกโอกาสที่จะช่วยเหลือกันอย่างจริงจัง ก็ไม่เกิดขึ้น มีแต่การหาตระแวงต่อกัน "นรก คือผู้อื่น" "ตัวกู ของกู" จึงเต็มบ้านเต็มเมือง ความไม่รู้จักพอหรือความโลภของคนนั่นเอง สมมุติว่า ระบบทุนนิยมเองก็อาจเห็นปัญหานี้และอาจพยายามแก้ไข แต่ไม่ว่าแก้อย่างไรก็แก้ไม่ได้ จะออกกฎหมายมาช่วยแก้ก็เป็นไปไม่ได้ เพราะกฎหมายออกมาโดยอำนาจรัฐ ซึ่งมีความสัมพันธ์อันแนบแน่นกับ "นายทุน" เป็นกลุ่มเดียวกัน การแก้ปัญหาด้วยความเชื่อหรือกระบวนทัศน์แบบเดิม จึงแก้ไม่ได้ เพราะปัญหาจริงๆ ก็คือ ความแปลกแยกและเห็นแก่ตัวแบบเข้มข้นนั่นเอง คำถามที่สำคัญคือ การยอมรับว่าปัจเจกบุคคลผู้มีสิทธิและเสรีภาพนั้น จำเป็นหรือไม่ที่จะต้องเดินทางไปสู่ความเป็นปัจเจกนิยมแบบอัตตานิยมและทุนนิยม เป็นไปได้หรือไม่ที่จะมี "สังคมนิยม" อีกแบบหนึ่งที่ยอมรับทั้งสิทธิและเสรีภาพของปัจเจกบุคคลและของสังคมไปพร้อมๆ กันและไม่ขัดแย้งกัน โดยยอมรับว่าผลประโยชน์ของปัจเจกบุคคลคือผลประโยชน์ของสังคมและผลประโยชน์ของสังคมคือผลประโยชน์ของปัจเจกบุคคล ทั้งสองส่วนต่างอิงอาศัยซึ่งกันและกัน

ชุมชนนิยม : เสรีชน อนาธิปไตย และคุณค่าแห่งการช่วยเหลือกันของชุมชน แนวคิดที่ไม่ค่อยขึ้นชมนต่อทุนนิยมมีหลายแนวคิด แนวคิดหนึ่งที่เรารู้จักกันดีก็คือมาร์กซิสม์ (Marxism) ซึ่งได้แย้งทุนนิยมอย่างตรงไปตรงมา โดยเฉพาะทฤษฎีมูลค่าส่วนเกิน (surplus value) ที่แสดงให้เห็นว่านายทุนขูดรีดแรงงานอย่างไร หากแต่มาร์กซิสม์

แสดงการสร้างสังคมในลักษณะที่ปัจเจกบุคคลอาจต้องเสียเสรีภาพให้กับรัฐในช่วงของการเปลี่ยนแปลงไปสู่สังคมคอมมิวนิสต์ (Communism) ซึ่งเสรีชนผู้ไม่เห็นด้วยกับทุนนิยมรู้สึกอึดใจ เสรีชนมองว่าสิทธิและเสรีภาพเป็นสิ่งที่มิอาจละเมิดได้ มันเป็นฐานของทุกสิ่ง ต้องเริ่มต้นจากตรงนี้ ไม่มีอำนาจใดๆ มาละเมิดสิทธิและเสรีภาพได้ หากจะต้องมีกฎระเบียบใดๆ ก็ขอให้มาจากความคิดของเราเอง เสรีชนกลุ่มนี้จึงเห็นด้วยกับหลักการของพวกอนาธิปไตย (The anarchistic principle) แนวคิดนี้มีฐานความเชื่อในลักษณะยืนยันในหลักการว่า สังคมและรัฐ ควรให้ประชาชนทุกคนมีเสรีภาพที่สมบูรณ์ (Complete liberty) ที่จะกระทำทุกอย่างทุกอย่างที่พวกเขาต้องการ ในแนวคิดนี้สังคมหรือรัฐไม่สามารถอ้างเหตุผลสนับสนุนการใช้อำนาจใดๆ ต่อประชาชนได้¹²

แนวคิดดังกล่าวได้รับการยอมรับจากนักปรัชญา ที่เชื่อถือในเสรีภาพ และการมีเหตุผลของบุคคล พวกเขา มองว่า การมอบอำนาจให้กับรัฐ ในการทำสิ่งต่างๆ นั้น ไม่ใช่สิ่งที่ดีที่สุดของสังคม เพราะอำนาจของรัฐนั้นอาจมีโทษต่อประชาชนได้ ประชาชนสามารถดูแลปกครองตัวเองได้ เพราะประชาชนมีเสรีภาพและเหตุผลในการทำสิ่งต่างๆ ได้ คนที่มีเหตุผลจะสามารถรู้ผิด รู้ถูกและเลือกทำในสิ่งที่ดี การที่เรามีเสรีภาพสมบูรณ์ เป็นสิ่งที่เราควรปกป้องไว้ การมอบอำนาจหรือเสรีภาพทั้งหมด หรือบางส่วนให้กับรัฐเป็นสิ่งไม่ควรกระทำ เพราะเราไม่อาจไว้วางใจต่อรัฐได้

¹²Joel feinberg, Social philosophy(newjersey : prentice hall,1972),p.22.

อนาธิปไตยมีความเห็นว่า รัฐบาลมีอำนาจสูงสุด ในสังคม สามารถให้คุณให้โทษแก่บุคคลในรัฐได้ โดยถือว่าการกระทำนั้นเป็นสิ่งที่ถูกต้อง เพราะอาศัยกลไกการปกครอง ซึ่งให้สิทธิขาดในการใช้อำนาจแก่รัฐ อนาธิปไตยเห็นว่าการใช้อำนาจมิใช่ว่าจะถูกต้องเสมอไป การใช้อำนาจอย่างถูกต้องก็มีแต่ไม่เห็นด้วย กับการทำให้อำนาจกลายเป็นสถาบัน โดยเฉพาะสถาบันรัฐซึ่งสูงสุด การใช้อำนาจเป็นการบังคับให้ผู้อื่นทำสิ่งซึ่งตนต้องการ พวกอนาธิปไตยคิดว่า แม้คนเราจะสามารถดูแลตนเองได้ไม่เท่ากัน แต่การที่เราให้การศึกษาเพื่อให้คนเป็นผู้ใหญ่และใช้เหตุผล ให้สามารถดูแลตัวเองได้อย่างมีเหตุผล¹³

แนวคิดอนาธิปไตยมักมีการเข้าใจผิดกันมากกว่าแนวคิดอนาธิปไตยนี้ เป็นแนวคิดที่ทำให้สังคมวุ่นวายสับสน ไร้ระเบียบ มีสภาพอลาถ แต่จากที่กล่าวมาในข้างต้น เราจะเห็นได้ว่า ไม่ได้เป็นอย่างนั้น แนวคิดนี้เป็นแนวคิดที่ศรัทธาในพลังแห่งเสรีภาพและเหตุผลของมนุษย์ สภาพไร้ระเบียบเป็นสภาพที่แนวคิดอนาธิปไตยก็ไม่ต้องการให้เกิดขึ้น และถ้ามนุษย์มีเหตุผลสภาพอันนั้นก็สามารทำให้หายไปได้

เสรีชนกลุ่มนี้ได้ใช้ฐานคิดจากอนาธิปไตย กล่าวคือ การที่ปัจเจกบุคคลมีเสรีภาพและมีเหตุผลที่สามารถปกครองตัวเอง (Autonomy) และพัฒนาต่อไปโดยใช้หลักการพึ่งพาอาศัยกัน (mutualists) การอยู่ร่วมกันโดยต่างก็ได้ประโยชน์ร่วมกัน โดยการรวมตัวกัน (combination) เป็นชุมชน หรือภายในชุมชนนั้นๆเป็นกลุ่มย่อยๆ

(minor groups) และมีความคิดหนึ่งที่เสรีชนกลุ่มนี้เสนอเข้ามาก็คือ เรื่องของคุณธรรม (morality) โดยเฉพาะเรื่องเศรษฐกิจกล่าวคือ กลุ่มนี้มองว่าเศรษฐกิจไม่ใช่การพูดถึงสินค้าและบริการอย่างเดียวแต่ทั้งหมดเป็นระบบของศีลธรรมหรือคุณธรรมต่างๆ ซึ่งแน่นอนว่าเกี่ยวข้องกับแนวคิดทางศาสนาต่างๆ ตามที่ชุมชนนั้นเชื่อถือ และนี่คือแก่นความคิดที่สำคัญของแนวคิดแบบชุมชนนิยม

แนวคิดชุมชนนิยม อาจมีความแตกต่างกันไปตามวัฒนธรรม ตามสถานที่และเวลา ดังปรากฏให้เห็นเช่นในยุโรป โดยเฉพาะรัสเซีย อินเดีย ลาตินอเมริกา ญี่ปุ่น หรือในประเทศไทย เป็นต้น

คำถามที่น่าสนใจคือ ทำไมการเชื่อในสิทธิและเสรีภาพของปัจเจกบุคคลจึงสามารถนำไปสู่การรวมกลุ่มและการช่วยเหลือซึ่งกันและกันได้ คำตอบน่าจะมียุสองประเด็นคือ

1. การมีโลกทัศน์แบบ "รวมกันเราอยู่ช่วยเหลือกันเรารอด"

เป็นการตีความทฤษฎีของคาร์วิน เช่น โครโปทกิน (Peter Kropotkin, 1842-1921) ที่เชื่อว่า ตามทฤษฎีการต่อสู้เพื่อความอยู่รอดของคาร์วินนั้น มนุษย์สามารถบรรลุชีวิตทางสังคมได้ ถ้าเขายึดหลักการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และความสัมพันธ์ (solidarity) คาร์วินแสดงให้เห็นว่า ในทุกๆ สิ่งที่มีชีวิตจะมีการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เป็นความรู้สึกที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ของความพยายามที่จะรักษาเพื่อความอยู่รอดและเจริญรุ่งเรือง ชีวิตทุกชีวิตต่อสู้ระหว่างกัน แต่

¹³ปรีชา ช้างขวัญยืน, ปรัชญาแห่งอุดมการณ์ทางการเมือง (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533), หน้า 295.

สัญญาอนุญาตในการอยู่รอดบ่งบอกว่าสิ่งมีชีวิตชนิดเดียวกันต้องแสดงความสมานฉันท์และช่วยเหลือกัน การช่วยเหลือกันเป็นลักษณะสำคัญของสัตว์ทุกชนิดที่อยู่ร่วมกันในสังคม ดำรงอยู่ในตัวมนุษย์และเป็นบ่อเกิดของจิตสำนึกทางศีลธรรม¹⁴

การช่วยเหลือซึ่งกันและกันนี้เกิดขึ้นโดยไม่มีการบังคับ* ดังนั้นสิทธิและเสรีภาพของปัจเจกบุคคลจึงยังคงอยู่อย่างครบถ้วน การรวมตัวกัน การช่วยเหลือกันจึงเป็นการเลือกของพวกเขาเอง การช่วยเหลือกันเพราะปัจเจกบุคคลต้องอาศัยผู้อื่นในการดำรงชีวิต ปัจเจกบุคคลมีความไม่สมบูรณ์พร้อม การช่วยเหลือกันจึงเป็นการเติมเต็มระหว่างกัน

อย่างไรก็ตามการช่วยเหลือกันแบบชุมชนนิยมไม่ได้หมายถึงการรวมกลุ่มเพื่อแสวงหากำไรอย่างในระบบทุนนิยม เพราะการช่วยเหลือแบบหวังผลกำไรนั้น "มีวาระซ่อนเร้น" มีความแตกต่างกันอย่างมากระหว่างโลกทัศน์ แบบ "ผู้อื่นไม่ใช่เรา" กับ "เราเป็นส่วนหนึ่งของผู้อื่น และผู้อื่นเป็นส่วนหนึ่งของเรา"

2. การมีโลกทัศน์ทางศาสนา : ความรัก ความเมตตา ความกรุณาต่อเพื่อนมนุษย์

แนวคิดแบบนี้เช่น แนวคิดแบบพุทธปรัชญาที่แสดงออกในการสร้างชุมชนเข้มแข็ง* แนวคิดแบบเศรษฐกิจพอเพียง* ซึ่งก็ใช้ฐานคิดจากพุทธปรัชญา แนวคิดของมหาตมะ กานธี (Mohandas Karamchand Gandhi, 1869–1948) ซึ่งเน้นเรื่องคุณธรรมและแนวคิดเรื่องชุมชนและสังคมพึ่งตนเอง*

โดยเฉพาะประเด็นเรื่องชุมชนการพึ่งตัวเองกานธีอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกชนและสังคม ว่าคือพฤติกรรมทางเศรษฐกิจที่เปี่ยมด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งนี้ต้องเริ่มที่หน่วยย่อยที่ใกล้ชิดตัวเรามากที่สุด คือครอบครัวของเรา เพื่อนบ้านของเรา เนื่องจากความสามารถในการรับใช้ของเรามีขอบเขตจำกัด เราจึงต้องเริ่มที่ส่วนใกล้ตัวที่สุดก่อน การพึ่งพาตัวเองดังกล่าวหมายถึงทุกๆ เรื่องที่เราสามารถพึ่งพาตัวเองได้ จากนั้นจึงค่อยขยายไปสู่การพึ่งผู้อื่น แต่แนวคิดนี้แท้จริงแล้วไม่ใช่เรื่องการพึ่งพาตนเองอย่างเดียวแต่เป็นแนวคิดเรื่อง การให้และการช่วยเหลือผู้อื่น คนที่พึ่งตนเองได้จะสามารถช่วยเหลือผู้อื่นได้

หรือในศาสนาคริสต์นิกายตะวันตกของรัสเซย์ซึ่งมีอิทธิพลต่อความคิดแบบชุมชนของ

¹⁴ฉัตรทิพย์ นาถสุภาและคณะ, ทฤษฎีแนวคิดเศรษฐกิจชุมชนชาวนา (กรุงเทพมหานคร : วิถีธรรม 2541), หน้า 144–145.

*แนวคิดแบบชุมชนนิยมมีจุดเด่นอีกประเด็นหนึ่งคือ การเป็นชุมชนแห่งการมีส่วนร่วมของปัจเจกบุคคลในชุมชนในการร่วมกันแสดงความเห็น หาทางแก้ปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้น สร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ให้ดีขึ้นต่อชุมชนจึงเป็นวิถีของประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วมโดยตรง

*คูได้โน เสรี พงศ์พิศ,บรรณาธิการ, ภูมิปัญญาชาวบ้านกับการพัฒนาชนบทเล่ม 1-2 (กรุงเทพมหานคร : มูลนิธิภูมิปัญญา, 2536). ซึ่งทั้งสองเล่มส่วนใหญ่ได้กล่าวถึงการใช้ภูมิปัญญาของพุทธปรัชญาในการสร้างชุมชนให้พึ่งตัวเอง

*คูได้โนวันนาร จะนู, งานวิจัยเรื่องเศรษฐกิจพอเพียงในทัศนะจริยศาสตร์และปรัชญาสังคม, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, 2545.

*ดูรายละเอียดได้ในฉัตรทิพย์ นาถสุภาและคณะ, ทฤษฎีและแนวคิดเศรษฐกิจชุมชนชาวนา (กรุงเทพมหานคร : วิถีธรรม, 2541) บทที่ 4

รัสเซีย กับการมีความคิดแบบ sobornost ซึ่งหมายถึง การผสมรวมเป็นอินทรีย์ (organic) ของความหลากหลายเกิดเป็นหนึ่งเดียว (unity) ในศาสนจักร...คือสหภาพแบบอินทรีย์ที่เกิดจากความเสรีและความรัก (the organic union of freedom and love) หรือการรวมเข้าด้วยกันของความเสรีและความเป็นเอกภาพที่เป็นของคนจำนวนมากบนพื้นฐานของการมีความรักร่วมกันในคุณค่าสูงสุดอันเดียวกันด้วยความสมัครใจ¹⁵

ดังนั้นด้วยฐานความคิดดังกล่าวทำให้แนวคิดแบบชุมชนนิยมจึงไม่สอดคล้องกับระบบทุนนิยมเพราะการช่วยเหลือกันละกันโดยความยินยอมหรือโดยการใช้เสรีภาพของปัจเจกบุคคลไม่ว่าจะเป็นเรื่องศาสนาหรือเพื่อความอยู่รอดของกลุ่มไม่อาจทำให้ความเห็นแก่ตัวที่เอารัดเอาเปรียบเกิดขึ้นไม่ได้ หากเกิดขึ้นชุมชนที่เชื่อแบบนี้จะใช้การรวมกลุ่มกันขัดขวางไม่ให้เกิดขึ้น ด้วยเหตุว่าการช่วยเหลือกัน ความรักความเมตตาต่อกันจะทำลายความแปลกแยกได้ ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของชุมชนก็เกิดขึ้น จะพบว่าแนวคิดแบบชุมชนนิยมที่เกิดขึ้นทั่วโลกนั้นเกือบทั้งหมดไม่เห็นด้วยกับระบบทุนนิยมหรือวิธีปฏิบัติไม่เป็นระบบทุนนิยม อาจมีบ้างที่เป็นระบบทุนนิยมแต่ก็มีอาจเป็นแบบเข้มข้นได้หรือสามารถทำกำไรแบบสุดขั้วได้ หากชุมชนนั้นเชื่อในวิถีชีวิตแบบชุมชนนิยม

โลกทัศน์ทั้งสองลักษณะของแนวคิดแบบชุมชนนิยมดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าแนวคิดเรื่องชุมชนนิยมมองโลกและมนุษย์เป็นหนึ่งเดียว การที่ผู้มีความคิดแบบชุมชนนิยมเลือกอยู่ในชุมชน ไม่ได้หมายความว่า "ชุมชนใครชุมชนมัน" ไม่เกี่ยว

ข้องกัน แต่ละชุมชนสามารถเชื่อมโยง เป็นเครือข่าย สัมพันธ์กันไปได้อย่างกว้างขวาง สามารถแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ความรู้ต่างๆร่วมกันได้ แนวคิดแบบชุมชนนิยมจึงเป็นแบบ "คิดใหญ่ ทำย่อย และค่อยๆขยายไปใหญ่"

ชุมชนนิยมในยุคปัจจุบันอาจไม่จำเป็นต้องเป็นอนาธิปไตยแบบสุดขั้ว ไม่จำเป็นต้องปฏิเสธอำนาจรัฐทั้งหมด ชุมชนนิยมสามารถอยู่ได้ในสังคมที่มีรัฐบาลเสรีนิยม เพียงแต่รัฐจะต้องกระจายอำนาจมาให้ชุมชนให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ และชุมชนที่เชื่อในแนวคิดแบบชุมชนนิยมก็ต้องแสดงตัวเองออกมาเช่นกัน เพราะหลายๆเรื่องชุมชนสามารถดูแลตัวเองได้ดีกว่ารัฐ และหากนโยบายรัฐมีความเชื่อแบบชุมชนนิยมด้วยแล้วก็มีความสอดคล้องกัน ไปด้วยกันได้

ชุมชนนิยม ทางเลือก แห่งการรอดของชุมชน : ชุมชนต่างๆเกิดขึ้นมาตามธรรมชาติของมนุษย์ที่ต้องการอยู่ร่วมกัน มนุษย์ถึงแม้จะเกิดมาพร้อมสิทธิและเสรีภาพ สามารถแสดงตัวตนแห่งความเป็นปัจเจกได้ แต่มิได้เป็นอิสระจากปัจเจกคนอื่นอย่างสิ้นเชิง โดยเฉพาะคนในครอบครัวหรือชุมชน ปัจเจกเกิดขึ้นมาได้ก็ต้องอาศัยคนอื่นหล่อเลี้ยงให้เติบโต การหล่อเลี้ยงส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดเกิดจากรักและการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ปัจเจกบุคคลก็เรียนรู้สิ่งต่างๆจากชุมชนจึงแสดงความเป็นปัจเจกได้ ไม่มีชุมชนก็ไม่มีการแสดงตัวตนของปัจเจก ไม่มีปัจเจกก็ไม่มีชุมชน เป็นไปได้ว่าอาจมีปัจเจกบางคนที่อยู่เดี่ยวๆ ได้แต่จะมีสักกี่คนที่เป็นอย่างนั้น หากมีจะมีประโยชน์อะไรต่อมนุษย์ พระสิทธิธดะก่อนบวชก็ต้องอาศัยผู้อื่น

¹⁵ ธีรทิพย์ นาดสุภา, ฤดูใบไม้ผลิที่เมไค (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์สร้างสรรค์, 2543), หน้า 22.

ขณะบวกรก็ต้องอาศัยผู้อื่น ก่อนบรรลุนิพพานก็อาศัยผู้อื่น หลังจากบรรลุนิพพานแล้วจึงกลับเข้ามาแสดงธรรมต่อชุมชน เห็นชัดว่าพระพุทธเจ้าเห็นชุมชนสำคัญ อาจมีปัจเจกพุทธบางองค์ที่ไม่กลับเข้าชุมชนแต่จะมีประโยชน์อะไร เพราะมนุษย์ธรรมดาอย่างเรารู้ไม่ได้ เท่ากับไม่มีอยู่นั่นเอง พระเยซู ท่านนบี ก็อยู่กับชุมชน

ปัจจุบันด้วยความแปลกแยกกันของมนุษย์ปัญหาต่างๆก็ตามมามากมาย ความแปลกแยกเป็นสิ่งที่ขัดแย้งต่อธรรมชาติมนุษย์ ทำให้ไม่จึงขัดแย้งเพราะอะไรที่มันขัดแย้งมันจะเป็นปัญหา มันเป็นทุกข์ การช่วยเหลือซึ่งกันและกันต่างหากเป็น

ธรรมชาติที่แท้จริง เพราะการช่วยเหลือกันเป็นคุณค่าที่ดีในตัวเอง แม้ทุกๆได้ เป็นสุขกว่า ชุมชนนิยมเป็นชุมชนที่คนมีความเชื่อแบบช่วยเหลือกันและกัน เป็นชุมชนที่เชื่อในความรักความเมตตา เป็นชุมชนที่เชื่อในความสามารถของมนุษย์ เป็นชุมชนที่เคารพให้เกียรติต่อกัน เป็นชุมชนที่เปิดโอกาสให้คุณค่าและคุณธรรมต่างๆแสดงตัวออกมาได้ ท่ามกลางความสับสนวุ่นวายของจากปัญหาในปัจจุบัน โดยเฉพาะสังคมไทย ชุมชนนิยมจึงเป็นทางเลือกหนึ่งในวิถีชีวิตของชุมชนที่จะหาทางออกจากปัญหาต่างๆ เหล่านั้น

บรรณานุกรม

- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2544). ชุมชนนิยม : ฝ่าวิกฤตชุมชนล่มสลาย. กรุงเทพฯ : ชัคเชสมีเดีย.
- เจษฎา ทองรุ่งโรจน์, ผู้เรียบเรียง. (2547). พจนานุกรมปรัชญาอังกฤษ-ไทย. กรุงเทพฯ : โบบแดง.
- ฉัตรทิพย์ นาถสุภา. (2543). ฤดูใบไม้ผลิที่เมโด้. กรุงเทพฯ : สร้างสรรค์.
- ฉัตรทิพย์ นาถสุภา และคนอื่นๆ. (2541). ทฤษฎีและแนวคิดเศรษฐกิจชุมชนชาวนา. กรุงเทพฯ : โครงการวิถีสันติ.
- ประสิทธิ์ สวัสดิ์ญาติ. (2539). ระบบเครือญาติและการจัดระเบียบสังคม. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปรีชา ช้างขวัญยืน. (2533). ปรัชญาแห่งอุดมการณ์ทางการเมือง. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2543). พจนานุกรมศัพท์ปรัชญาอังกฤษ-ไทย ฉบับราชบัณฑิตยสถาน. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ : ราชบัณฑิตยสถาน.
- วันวรร จະนุ. (2546). ภูมิปัญญาชาวบ้านกับการพัฒนาชนบท. กรุงเทพฯ : มูลนิธิภูมิปัญญา.
- วิทยากร เชียงกุล และพรภิรมย์ เอี่ยมธรรม. (2543). อธิบายศัพท์ปรัชญาการเมืองและสังคม. กรุงเทพฯ : สายธาร.
- เสรี พงศ์พิศ. (บรรณาธิการ). (2536). ภูมิปัญญาชาวบ้านกับการพัฒนาชนบท. กรุงเทพฯ : มูลนิธิภูมิปัญญา.
- Bookchin, Murray. (2001, November 7), What What is Communalism? : The Democratic Dimension of Anarchism, Anarchy Archives : An Online Research Center on the History and Theory of Anarchism. Retrieved 2005, September 28, from International Society of Political Psychology web site http://dwardmac.pitzer.edu/Anarchist_Archives/bookchin/CMMNL2.MCW.html.
- Feinberg, Joel. (1973). Social philosophy. New Jersey : Prentice-Hall.



SUDDHIPARITAD

DHURAKIJ PUNDIT UNIVERSITY JOURNAL

Vol. 20 No. 61 May-August 2006 ISSN 0857-2670

Dr.Cheraporn Ruangcherachuporn

Asst. Prof. Dr.Chutira Rabob

Samai Krotintakom

Pol. Maj. Ladawan Chatthai

Warunpun Kongsom

Asst. Prof. Suriyan Suvunrach

Boonyoo Khopornprasert

Asst. Prof. Dr.Tika Bunnag et al

Arthorn Jitsoonthornchaikul

Aswin Sangpikul

Aekwin Koonboonchan

Asst. Prof. Wanvorn Janu

- Successful Result-Based Management
- Key Management Models for Industrial and Business Firms.
- Techniques for Economics Writing
- The Quality of Life Indicators of the Population at the Border of Thailand.
- The Corporate Social Responsibility of the Business Organizations in Thailand
- Public Participation Approaches to Administrative Organization of Tambol in Middle Areas of Thailand.
- Branding & Re-Branding : Experiences from Professional Brand Creatives.
- High Efficiency Co-Generation Drying System.
- Improving Environmental Management Policy in Private Sector
- Knowledge, Attitude and Ecotourism Behavior of Thai Youths
- Philosophical Discussion on Prior Knowledge
- Philosophical Concept of Communalism : Choices of Life and Social Virtue.