



สุทธิปริทัศน์

วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ปีที่ 14 ฉบับที่ 43 พฤษภาคม-สิงหาคม 2543 ISSN 0857-2670

การกลั่นสัญญาโทรศัพท์

ศาสตราจารย์สมชัย ทรัพย์ทวีชัย

การออกเสียงประชามติ

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่บกพร่อง : เหตุสำคัญของวิกฤตเศรษฐกิจไทย

ธรรมชาติความเครียดในที่ทำงาน

เทคนิคการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์

การใช้สีในการสร้างสารเพื่องานประชาสัมพันธ์

การใช้กระจกอย่างมีประสิทธิภาพ (ตอนที่ 2)

การพยากรณ์ความต้องการพลังงานในประเทศไทย

ความคลาดเคลื่อนในการใช้มาตรฐานค่ากับผู้มีการศึกษาน้อย

ผลสรุปจากวิทยานิพนธ์ระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์เกี่ยวกับกฎหมายแรงงาน

รองศาสตราจารย์ ดร.วีระ โลจายะ

ศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์

เกื้อจิตร ชีระกาญจน์

วาสนา เสดะจันทร์

บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ

ติกะ บุนนาค

อำนาจ ผดุงศิลป์

รองศาสตราจารย์ ดร.สรชัย พิศาลบุตร

และวีรยา รัชชิตวิวรรณ

ณัฐสิทธิ์ พุฒิวิสารทากาศ

สุ ท ริ ป ริ ท์ ค น์

ปีที่ 14 ฉบับที่ 43 พฤษภาคม - สิงหาคม 2543 ISSN 0857 - 2670 ราคา 40 บาท

เจ้าของ

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
110/1-4 ถนนประชาชื่น แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่
กรุงเทพฯ 10210
โทร. 954-7300 (อัตโนมัติ 30 เลขหมาย) ต่อ 323
โทรสาร 5800064

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเป็นการเผยแพร่ความรู้ด้านวิชาการใน
ศาสตร์สาขาต่าง ๆ
2. เพื่อให้บริการทางวิชาการแก่สังคมในรูปแบบของ
วารสารวิชาการ
3. เพื่อส่งเสริมการแสดงความความคิดเห็น เสนอผลการ
ค้นคว้าและวิจัย
4. เพื่อให้ผู้ทรงคุณวุฒิ คณาจารย์ และนักวิชาการได้
เผยแพร่ผลงาน
5. เพื่อเผยแพร่เกียรติคุณทางด้านวิชาการของ
มหาวิทยาลัยในฐานะสถาบันอุดมศึกษาแห่งหนึ่ง

คณะที่ปรึกษา

ศาสตราจารย์ ดร.บุญเสริม วิสกุล
ดร. เลิศลักษณ์ ส.บุรุษพัฒน์
อาจารย์สมศรี ลัทธพิพัฒน์
ม.ร.ว. รมณีย์จักร แก้วกิริยา
คณบดีทุกคณะ

บรรณาธิการ : ผู้พิมพ์และโฆษณา
รองศาสตราจารย์ ดร. สรชัย พิศาลบุตร

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิจิตร พิณอักษร

กองบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุเทพ พันประสิทธิ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชนะใจ เดชวิทยาพร
อาจารย์ ดร.อดิลา ปงศ์ยี่หล้า
อาจารย์นฤมล กนอมพงษ์ชาติ
อาจารย์ชมชื่น มัถยารมย์
อาจารย์อรชยา เผือกสุวรรณ
อาจารย์เกศสุดา รัชฎาวิชิตชุกุล
อาจารย์ชลธิ นาคามติ
อาจารย์อำนาจ ฝดุงติลปี
อาจารย์มนภาฯ สิงห์พันธุ์
อาจารย์วาสนา เสดะจันทร์
อาจารย์ณัฐสิทธิ์ พุฒิวีสารทภาคย์
อาจารย์เวเนยพจนวาทิน สุระกาญจน์
อาจารย์ปรียาภรณ์ เผือกพ่อง
นางสาวสมศิริ ธีระภาพ

ออกแบบรูปเล่ม-จัดหน้า

นายวรภากรณ์ กรดนม
นางสาวปัทมาภรณ์ เสงี่ยมแก้ว
นางจันทร์รา ชาวแสนแสน

กำหนดออก

ราย 4 เดือน

จัดจำหน่าย

ศูนย์หนังสือ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
โทร. 954-7300 ต่อ 125

พิมพ์ที่

โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
โทร. 954-7300 ต่อ 540

ส อ ส บ ญ

C O N T E N T S

1. การลักคั่นสัญญาณโทรศัพท์
The Illegal Tuning of Transmission Signals.
ศาสตราจารย์สมชัย ทรัพย์วนิช Professor Somchai Drabyavanija..... 7
2. การออกเสียงประชามติ
The Referendum.
รองศาสตราจารย์ ดร.วีระ โลจายะ Assoc. Prof. Dr.Vira Lochaya..... 10
3. การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่บกพร่อง : เหตุสำคัญของวิกฤตเศรษฐกิจไทย
Defective Human Resource Development : A Major Cause of the Thai Economic Crisis.
ศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ Professor Dr.Kriangsak Charoenwongsak 25
4. ธรรมชาติความเครียดในที่ทำงาน
The Nature of Stress in the Workplace.
เกื้อจิตร ชีระกาญจน์ Kuajit Cherakan..... 34
5. เทคนิคการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์
Effective PR Writing Techniques
วาสนา เสดะจันทร์ Wasana Setachandana..... 45
6. การใช้สีในการสร้างสารเพื่องานประชาสัมพันธ์
Creative Colour Application in Message Design for PR
บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ Boonyoo Khorpornprasert..... 64

ส า ร บ าน ย

C O N T E N T S

7. การใช้กระจกอย่างมีประสิทธิภาพ (ตอนที่ 2)
The Efficient Utilization of "Windows" in Engineering Architecture.
ติกะ บุนนาค Tika Bunnag..... 85
8. การพยากรณ์ความต้องการพลังงานในประเทศไทย
Energy Demand Forecasting in Thailand.
อำนาจ ผดุงศิลป์ Aumnad Phdungsilp 97
9. ความคลาดเคลื่อนในการใช้มาตราประมาณค่ากับผู้มีการศึกษาน้อย
Errors in Using Estimation Scale for People with Limited Education.
รองศาสตราจารย์ ดร.สรชัย พิศาลบุตร Assoc. Prof. Dr.Sorachai Bhisalbutra
วีรยา รัวชูดีวรรณ Weeraya Rawichutiwan..... 105
10. ผลสรุปจากวิทยานิพนธ์ระดับบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยธурักิจบัณฑิตยเกี่ยวกับกฎหมายแรงงาน
Summary M.A. Program Theses of Dhurakijpundit University Concerning Labour Laws
ณัฐสิทธิ์ พุฒวิสารทภาค Nattasith Putivisartpark..... 110

สารบัญบทความ

การลักลั่นสัญญาโทรศัพท / ศาสตราจารย์สมชัย ทรัพย์วนิช

หน้า 7

ศาลฎีกาเคยตัดสินไว้ว่า การลักลั่นสัญญาโทรศัพทที่มีถือที่ล่องลอยอยู่ในอากาศไม่เป็นความผิดฐานลักทรัพย์ แต่การลักลั่นสัญญาโทรศัพทที่อยู่ในสายโทรศัพท ซึ่งอยู่ในความครอบครองขององค์การโทรศัพทแห่งประเทศไทยไปเป็นความผิดฐานลักทรัพย์

การออกเสียงประชามติ / รองศาสตราจารย์ ดร.วีระ โลจายะ

หน้า 10

บทความนี้มีจุดมุ่งหมายที่จะให้ผู้อ่านได้รู้จักกับสถาบันการออกเสียงประชามติ พระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยการออกเสียงประชามตินอกเหนือจากที่บัญญัติไว้ในรัฐธรรมนูญและกฎหมายประกอบรัฐธรรมนูญ

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่บกพร่อง : เหตุสำคัญของวิกฤติเศรษฐกิจไทย / ศาสตราจารย์ ดร. เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์

หน้า 25

วิกฤติเศรษฐกิจไทยจะแก้ไขได้ถ้ามีการปฏิรูปด้านการศึกษา · ด้านการเมือง ด้านวิทยาศาสตร์ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและด้านกฎหมาย

ธรรมชาติความเครียดในที่ทำงาน / เกื้อจิต ชีระกาญจน์

หน้า 34

ความเครียดเป็นปรากฏการณ์ทางอารมณ์อย่างหนึ่งที่เกิดขึ้นได้กับทุกเพศทุกวัย และทุกระดับในชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะชีวิตของคนทำงานมีแนวโน้มที่จะเกิดความเครียดได้ง่าย ในบทความนี้จะนำเสนอให้ผู้อ่านได้เข้าใจธรรมชาติของความเครียด ตัวแบบความเครียด บุคลิกภาพบุคคลกับความเครียด และวิธีการจัดการกับความเครียด

เทคนิคการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ / วาสนา เสดะจันทร์

หน้า 45

ยาที่ผสมในน้ำเชื่อมให้รสชาติหวานชุ่มคอ แต่ก็มีส่วนช่วยบรรเทาอาการเจ็บป่วย ลดไข้ แก้ปวดได้ไปพร้อมๆ กันด้วย การสื่อสารทางนิเทศศาสตร์ก็เช่นกัน การเขียนเป็นทักษะหนึ่งที่จะถ่ายทอดเนื้อหาอันสลับซับซ้อน ให้กลายเป็นเรื่องที่น่าสนใจได้ง่าย การนำเสนอแต่เพียงลูกกวาดหลากสีสัน ก็เหมือนว่าให้แต่ความสนุกสนานความบันเทิง โดยไม่มีสาระประโยชน์ใดๆ ผู้ประกอบอาชีพด้านสื่อสารมวลชน จึงควรแสวงหาสิ่งที่เป็นแก่นสารของตนเองในด้านใดด้านหนึ่ง และถ่ายทอดความคิดความรู้เหล่านั้นออกมา ซึ่งนอกจากจะเอื้อประโยชน์ในทางสังคมแล้ว ยังต้องส่งเสริมผลิตภัณฑ์หรือองค์กรนั้นๆ ให้บรรลุเป้าหมายทางการตลาดไปพร้อมๆ กันอีกด้วย การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์นับเป็นเทคนิคหนึ่งที่จะช่วยให้เรื่องยาก กลายเป็นเรื่องง่ายและเข้าถึงจิตใจของประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงเป็นงานที่ทำหายอีกสาขาหนึ่งในด้านการสื่อสารมวลชน

สารบัญ

การใช้สีในการสร้างสารเพื่อการใช้งานประชาสัมพันธ์ / บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ หน้า 64

สีเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างสารเพื่อการสื่อสารในทุกประเภท เช่น งานประชาสัมพันธ์ งานโฆษณา งานสารนิเทศโดยทั่วไปเพราะสีจะช่วยสร้างความดึงดูดใจแก่ผู้รับสารช่วยให้สื่อความหมายได้ชัดเจนและเข้าใจง่ายขึ้น ถ้าเราเลือกใช้สีอย่างถูกวิธีเหมาะกับสารและสื่อที่ใช้ จะทำให้เราสัมฤทธิ์ผลทางการสื่อสารและทางการตลาด

การใช้กระจกอย่างมีประสิทธิภาพ / ดิเกะ บุนนาค หน้า 85

ในตอนที่ 2 นี้จะกล่าวถึงชนิด แบบ คุณสมบัติการส่งผ่านความร้อนและแสงของกระจกที่ใช้กับอาคารบ้านเรือน หรือที่พักอาศัยในปัจจุบัน

Energy Demand Forecasting in Thailand / อำนาจ ผดุงศิลป์ หน้า 97

การศึกษานี้มีจุดประสงค์ที่จะพยากรณ์ความต้องการพลังงานที่อยู่ในรูปของพลังงานขั้นสุดท้ายปี ค.ศ. 2010 ของประเทศไทย กรรมวิธีที่ใช้ในการพยากรณ์มี 3 วิธี คือ การวิเคราะห์หอนุกรมเวลา การวิเคราะห์ค่าความยืดหยุ่นและเศรษฐกิจ โดยทำการพยากรณ์ภาพรวมทั้งหมดของประเทศ แยกแต่ละสาขา คือ สาขาอุตสาหกรรม คมนาคมขนส่ง เกษตรกรรม ที่อยู่อาศัย และพาณิชย์กรรม

ความคลาดเคลื่อนในการใช้มาตรฐานค่ากับผู้มีการศึกษาน้อย / หน้า 105

รองศาสตราจารย์ ดร. สรชัย พิศาลบุตร

วีรยา ริชิตวิวรรณ

เรื่องนี้กล่าวถึงการศึกษาพฤติกรรมและความคิดเห็นของบุคคลโดยใช้มาตรฐานค่าเป็นเครื่องมือ

ผลสรุปจากวิทยานิพนธ์ระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ หน้า 110

เกี่ยวกับกฎหมายแรงงาน / ณัฐสิทธิ์ พุฒิวิสารภักย์

บรรณาธิการแถลง

“สุทธิปริทัศน์” วารสารวิชาการของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตฯ ได้ดำเนินมาจนถึงวันนี้ นับเป็นปีที่ 14 ตลอดระยะที่ผ่านมา วารสารฉบับนี้ได้เผยแพร่ความรู้และวิทยาการหลายสาขาทั้งด้านมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และวิทยาศาสตร์ เพื่อสนองตอบต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านวิชาการ เทคโนโลยีตลอดจนความต้องการของผู้อ่านทั้งที่เป็นสมาชิกและผู้อ่านโดยทั่วไป

สุทธิปริทัศน์ฉบับนี้ ขอเสนอบทความทางวิชาการหลายสาขา เช่น บทความทางกฎหมาย เรื่อง “การลักลอบสัญชาติโทรศัพท์” โดยศาสตราจารย์สมชัย ทรัพย์วณิช บทความว่าด้วยทรัพยากรบุคคลเรื่อง “การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่บกพร่อง : เหตุสำคัญวิกฤตเศรษฐกิจไทย” โดยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ และบทความทางด้านรัฐประศาสนศาสตร์ เรื่อง “การออกเสียงประชามติ” โดยรองศาสตราจารย์ ดร.วีระ โลจายะ เป็นอาทิ

บรรณาธิการ

ปัญหาเรื่องการลักลอบสัญญาทรยศ

ศาสตราจารย์สมชัย ทรัพย์วนิช

ประมวลกฎหมายอาญาได้บัญญัติความผิดฐานลักทรัพย์ไว้ตามมาตรา 334 ซึ่งเป็นหลักเกณฑ์หรือองค์ประกอบความผิดฐานลักทรัพย์ ส่วนมาตรา 335 เป็นเหตุฉกรรจ์อันจะทำให้ผู้กระทำความผิดฐานลักทรัพย์ได้รับโทษหนักขึ้น

โจทก์ฟ้องว่าระหว่างวันที่ 16 กรกฎาคม 2537 ถึงวันที่ 28 ตุลาคม 2537 เวลากลางวันและกลางคืนต่อเนื่องกัน จำเลยได้ทำและมีเครื่องวิทยุคมนาคมโดยการนำโทรศัพท์มือถือยี่ห้อโมบิล่าซีดีแมม 200 มาทำการปรับจูนโดยใช้เครื่องดีเลอโคด (รหัสประจำเครื่องโปรแกรม) หมายเลข 40000 และถือปึกสัญญาทรยศโทรศัพท์หมายเลข 6573336 ซึ่งเป็นคลื่นสัญญาทรยศโทรศัพท์ระบบเซลลูลาร์ 900 มือถือของบริษัทแอดวานซ์อินโฟร์เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ผู้เสียหาย เข้าเครื่องโทรศัพท์มือถือดังกล่าวจนสามารถใช้งานได้และส่งและรับวิทยุคมนาคมได้แล้ว จำเลยได้ลักเอาไปซึ่งสัญญาทรยศโทรศัพท์หมายเลข 9573336 ของผู้เสียหายคิดค่าเสียหายเป็นเงิน 24,733 บาท โดยทุจริตโดยใช้โทรศัพท์มือถือดังกล่าวส่งและรับ

วิทยุคมนาคม โดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานผู้ออกใบอนุญาต เจ้าพนักงานจับจำเลยได้พร้อมโทรศัพท์มือถือที่จำเลยทำมีและใช้ในการกระทำความผิดพร้อมแบตเตอรี่แท่นชาร์จ 1 ชุดเป็นของกลาง ขอให้ลงโทษตามพระราชบัญญัติวิทยุคมนาคม พ.ศ. 2498 มาตรา 4,6,22,23 ประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 334 ธิบของกลางและให้จำเลยใช้ราคาทรัพย์สิน 24,733 บาท แก่ผู้เสียหาย

จำเลยให้การรับสารภาพ

ศาลชั้นต้นพิพากษาแล้วพิพากษาว่าจำเลยมีความผิด จำคุก 1 ปี ปรับ 5,000 บาท ธิบของกลาง และให้จำเลยใช้ราคาทรัพย์สินตามฟ้อง จำเลยอุทธรณ์ขอให้รอกการลงโทษ

ศาลอุทธรณ์พิพากษายืน

จำเลยฎีกา

ศาลฎีกาวินิจฉัยว่าการกระทำของจำเลยเป็นเพียงการแย่งใช้คลื่นสัญญาทรยศโทรศัพท์ของผู้เสียหายโดยไม่มีสิทธิ มิใช่เป็นการเอาทรัพย์สินของผู้อื่นไปโดยทุจริต ไม่เป็นความผิดฐานลักทรัพย์ตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 334 พิพากษายกฟ้อง (ฎีกาที่ 5354/2539)

ความผิดฐานลักทรัพย์ต้องเป็นการเอาทรัพย์ไปโดยทุจริต คำว่าเอาไปหมายความว่าเอาไปจากความครอบครองของผู้อื่น การปรับจูนโทรศัพท์มือถือ เป็นเพียงแย่งใช้คลื่นสัญญาณโทรศัพท์มือถือที่ล่องลอยอยู่ในอากาศมิใช่เป็นการเอาทรัพย์ไปโดยทุจริต อนึ่ง มีข้อสังเกตว่าคดีนี้จำเลยให้การรับสารภาพ เหตุใดศาลจึงไม่ลงโทษ ปัญหานี้ต้องพิจารณาตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา มาตรา 176 กล่าวคือ กรณีจำเลยให้การรับสารภาพตามฟ้อง ตามบทบัญญัติมาตรา 176 ให้ศาลพิพากษาไปได้อย่างไม่ต้องสืบพยาน มิได้หมายความว่าเมื่อจำเลยรับสารภาพแล้ว ศาลจะต้องพิพากษาลงโทษจำเลยเสมอไป ถ้าศาลเห็นว่าจำเลยมิได้กระทำความผิดหรือการกระทำของจำเลยไม่มีความผิด ศาลย่อมพิพากษายกฟ้องได้ตามมาตรา 185

ปัญหาเรื่องคลื่นสัญญาณโทรศัพท์ตามฎีกาที่ 5354/2539 ซึ่งวินิจฉัยว่าจำเลยไม่มีความผิดฐานลักทรัพย์ แต่ศาลฎีกาได้วินิจฉัยเรื่องคลื่นสัญญาณโทรศัพท์อีกคดีหนึ่ง คือ คำพิพากษาฎีกาที่ 1880/2542 ซึ่งศาลฎีกาวินิจฉัยว่าจำเลยมีความผิดฐานลักทรัพย์ ขอให้พิจารณาเปรียบเทียบกัน

โจทก์ฟ้องว่าระหว่างวันที่ 8 ถึงวันที่ 15 ตุลาคม 2539 และระหว่างวันที่ 16 ถึงวันที่ 24 ตุลาคม 2539 และเวลากลางวันและกลางคืนต่อเนื่องกันวันเวลาใดไม่ปรากฏชัด จำเลยลักเอาสัญญาณโทรศัพท์จากตู้โทรศัพท์สาธารณะ หมายเลข 821119 และหมายเลข 821145 ขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยผู้เสียหาย

ไปคิดเป็นเงิน 861 บาท และ 1,822 บาท ตามลำดับ ขอให้ลงโทษตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 334, 335, 91

จำเลยให้การรับสารภาพ

ศาลชั้นต้นพิพากษาว่า จำเลยมีความผิดตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 335(1) (10) วรรคสาม 91 จำคุก 1 ปี

จำเลยอุทธรณ์

ศาลอุทธรณ์ภาค 1 พิพากษาแก้เป็นว่า จำเลยมีความผิดตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 334, 91 จำคุก 6 เดือน นอกจากที่แก้ให้ เป็นไปตามคำพิพากษาศาลชั้นต้น

จำเลยฎีกา

ศาลฎีกาพิพากษาแก้เป็นว่า ให้ปรับ 2,000 บาท โทษจำคุกรอการลงโทษ นอกจากที่แก้ให้ เป็นไปตามคำพิพากษาศาลอุทธรณ์ภาค 1

คดีนี้ ศาลชั้นต้น ศาลอุทธรณ์ ศาลฎีกาพิพากษาว่าจำเลยมีความผิดฐานลักทรัพย์ กล่าวคือ จำเลยลักเอาสัญญาณโทรศัพท์ของผู้เสียหายไปโดยทุจริตจริง

ศาลฎีกาวินิจฉัยว่า “คดีนี้ศาลอุทธรณ์ภาค 1 พิพากษาว่าจำเลยมีความผิดฐานลักทรัพย์ตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 334 ไม่ผิดตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 335 (1) (10) วรรคสาม จำเลยฎีกาฝ่ายเดียว จึงมีปัญหาคือต้องวินิจฉัยตามฎีกาของจำเลยว่า จำเลยมีความผิดฐานลักทรัพย์ตามคำพิพากษาศาลอุทธรณ์ภาค 1 หรือไม่ ปัญหาข้อนี้จำเลยยกขึ้นอ้างในชั้นฎีกา แต่เมื่อเป็นปัญหาข้อกฎหมายที่เกี่ยวกับความสงบเรียบร้อย ศาลฎีกาจึงรับวินิจฉัยให้ตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณา

ความอาญา มาตรา 195 วรรคสองประกอบด้วยมาตรา 225 ที่จำเลยฎีกาว่าจำเลยไม่มี ความผิดฐานลักทรัพย์เพราะเป็นเพียงการแย่งใช้ คลื่นสัญญาณโทรศัพท์โดยไม่มีสิทธิ ไม่ใช่เป็น การเอาทรัพย์สินของผู้อื่นไปโดยทุจริตนั้น ศาลฎีกา โดยมติที่ประชุมใหญ่เห็นว่าจำเลยให้การรับ สารภาพตามฟ้องแล้วว่าจำเลยเอาสัญญาณ โทรศัพท์จากตู้โทรศัพท์สาธารณะขององค์การ โทรศัพท์แห่งประเทศไทยไปใช้จริง คำว่า “โทรศัพท์” สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชนโดย พระราชประสงค์ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เล่มที่ 7 หน้าที่ 250 อธิบายว่าโทรศัพท์เป็นวิธี แปลงเสียงพูดให้เป็นกระแสไฟฟ้าแล้วส่งกระแส ไฟฟ้านั้นไปในสายลวดไปเข้าเครื่องรับปลายทาง ที่จะทำหน้าที่เปลี่ยนกระแสไฟฟ้าให้กลับเป็น เสียงพูดอีกครั้งหนึ่ง สัญญาณโทรศัพท์จึงเป็น กระแสไฟฟ้าที่แปลงมาจากเสียงพูดเคลื่อนที่ไป ตามสายลวดตัวนำจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง การ ที่จำเลยลักเอาสัญญาณโทรศัพท์จากตู้โทรศัพท์ สาธารณะซึ่งอยู่ในความครอบครองขององค์การ โทรศัพท์แห่งประเทศไทยไปใช้เพื่อประโยชน์ ของจำเลยโดยทุจริต จึงเป็นความผิดฐาน ลักทรัพย์เช่นเดียวกับการลักกระแสไฟฟ้าตาม คำพิพากษาฎีกาโดยมติที่ประชุมใหญ่ที่ 877/2501 ระหว่างพนักงานอัยการ กรม อัยการโจทก์ นายฮั่วเซียง หรือ ฮวดเซียง แซ่เตีย กับพวกจำเลย ส่วนคำพิพากษาฎีกาที่ 5354/2539 ระหว่างอัยการสำนักงานอัยการ สูงสุดโจทก์ นายแมน นุ่มละมุล จำเลย ที่จำเลย

อ้างมาในฎีกานั้น ข้อเท็จจริงไม่ตรงกับคดีนี้ เนื่องจากคดีดังกล่าวเป็นเรื่องจำเลยปรับจนและก๊อปปี้ คลื่นสัญญาณโทรศัพท์มือถือแล้วใช้รับส่งวิทยุ คมนาคมโดยอาศัยคลื่นสัญญาณโทรศัพท์ของผู้ เสียหายที่ล่องลอยอยู่ในอากาศ กรณีจึงแตกต่าง กับข้อเท็จจริงในคดีนี้ ซึ่งเป็นเรื่องลักสัญญาณ โทรศัพท์ที่อยู่ภายในสายโทรศัพท์และอยู่ในความ ครอบครองขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย ที่ศาลอุทธรณ์ภาค 1 พิพากษาว่า จำเลยมีความ ผิดฐานลักทรัพย์จึงชอบแล้ว”

เมื่อพิเคราะห์คำพิพากษาฎีกาที่ 5354/ 2539 และคำพิพากษาฎีกาที่ 1880/2542 แล้วถึงแม้ว่าเป็นเรื่องโจทก์ฟ้องจำเลยกล่าวหาว่า ลักคลื่นสัญญาณโทรศัพท์ไปโดยทุจริต แต่ข้อ เท็จจริงแตกต่างกันกล่าวคือ คำพิพากษาฎีกาที่ 5354/2539 นั้นเป็นเรื่องคลื่นสัญญาณ โทรศัพท์มือถือที่ล่องลอยอยู่ในอากาศ ถือไม่ได้ ว่าเป็นการเอาทรัพย์สินของผู้เสียหายไปโดยทุจริต แต่กรณีตามคำพิพากษาฎีกาที่ 1880/2542 คลื่นสัญญาณโทรศัพท์อยู่ในสายโทรศัพท์และ อยู่ในความครอบครองขององค์การโทรศัพท์ แห่งประเทศไทย ผู้เสียหาย ย่อมพึงได้ว่าผู้เสีย หายครอบครองคลื่นสัญญาณโทรศัพท์นั้นซึ่งมี ลักษณะเดียวกับกระแสไฟฟ้า ซึ่งเจ้าของทรัพย์สิน ปล่อยกระแสไฟฟ้าไปตามเส้นลวด การลักเอา กระแสไฟฟ้าของเจ้าของทรัพย์สินไป จึงเป็นความผิด ฐานลักทรัพย์ ❖❖

การออกเสียงประชามติ

รศ.ดร.วีระ โลจายะ

ในปัจจุบันนี้มีการยอมรับกันทั่วไปว่าการปกครองแบบประชาธิปไตยโดยทางผู้แทนนั้นยังเป็นระบอบการปกครองที่ไม่สมบูรณ์ ปัญหาประการหนึ่งที่ทำให้การปกครองแบบประชาธิปไตยโดยทางผู้แทนไม่สมบูรณ์เกิดจากบรรดาผู้แทนราษฎรส่วนหนึ่งไม่ปฏิบัติหน้าที่ให้ถูกต้องและสอดคล้องกับเจตนารมณ์ของประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศ

ตามทฤษฎีกฎหมายรัฐธรรมนูญถือกันว่า กฎหมายคือเจตนารมณ์ของประชาชน หรือไม่ก็คือเจตนารมณ์ของชาติ พื้นฐานแนวคิดของกฎหมายทุกฉบับที่รัฐสภาตราขึ้นมีที่มาจากแนวคิดและเจตนารมณ์ของประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศ ผู้แทนราษฎรเป็นเพียงสื่อกลางที่ทำให้แนวคิดและเจตนารมณ์ของประชาชนเกิดเป็นรูปธรรมขึ้นมาเท่านั้น แต่ก็เป็นที่รู้เห็นกันอยู่ทั่วไปว่า แม้แต่ในรัฐที่ได้ชื่อว่ามี การปกครองแบบประชาธิปไตยโดยทางผู้แทนที่สมบูรณ์ แนวคิดและเจตนารมณ์ของประชาชนก็ยังถูกนำไปตีความหมายอย่างผิดๆ และถูกเบี่ยงเบนเพื่อแสวงหาประโยชน์ส่วนตัวหรือของพรรคการเมือง โดยบรรดาผู้แทนราษฎรอยู่เสมอ

ดังนั้น เพื่อมิให้เจตนารมณ์ของประชาชนต้องถูกละเลยหรือเบี่ยงเบน ประเทศที่มีการปกครองแบบประชาธิปไตยเสรีนิยมบางประเทศจึงนำหลักการบางหลักการของการปกครองแบบประชาธิปไตยโดยตรงปรับเข้ากับการปกครองแบบประชาธิปไตยโดยทางผู้แทน กล่าวอีกนัยหนึ่ง มีการนำหลักการพื้นฐานของการปกครองแบบประชาธิปไตยโดยตรงและหลักการพื้นฐานของการปกครองแบบประชาธิปไตยโดยผู้แทนราษฎรมาผสมกัน เช่น อังกฤษ เยอรมนี เบลเยียม และเนเธอร์แลนด์ ซึ่งเป็นประเทศที่มีการปกครองโดยทางผู้แทนที่ค่อนข้างสมบูรณ์ บรรดาผู้แทนราษฎรส่วนใหญ่ในประเทศดังกล่าวปฏิบัติหน้าที่ได้ถูกต้องเหมาะสมกับการเป็นผู้แทนราษฎร กฎหมายในประเทศดังกล่าวถูกตราขึ้นอย่างสอดคล้องกับเจตนารมณ์ของประชาชนส่วนใหญ่ ถึงกระนั้นก็ตามในอังกฤษและเบลเยียม ก็มีการนำหลักการบางหลักการของการปกครองแบบประชาธิปไตยโดยตรงมาใช้ กล่าวคือ ในประเทศดังกล่าวมีการจัดตั้งกระบวนการที่เปิดโอกาสให้ประชาชนไปออกเสียงประชามติ (REFERENDUM) เพื่อแสดง

เจตนารมณ์ที่เป็นการให้คำปรึกษาหารือ หรือ
วินิจฉัยชี้ขาดปัญหาสำคัญของประเทศ

ในเนเธอร์แลนด์ก็มีกระบวนการขอคำ
ปรึกษาจากประชาชนเหมือนกัน แต่เป็น
กระบวนการในระดับท้องถิ่น

ในเยอรมนี กฎหมายพื้นฐาน (รัฐ-
ธรรมนูญ) ของเยอรมนีกำหนดเงื่อนไขในการใช้
อำนาจอธิปไตยโดยตรงของประชาชน หรือ
กระบวนการออกเสียงประชามติไว้ในระดับ
มลรัฐ (LANDER) ในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลง
อาณาเขตของมลรัฐ

นอกจากการจัดตั้งกระบวนการที่ออก
เสียงประชามติที่เปิดโอกาสให้ประชาชนใช้
อำนาจอธิปไตยโดยตรงขึ้นในประเทศตามที่
กล่าวมาข้างต้นแล้ว ยังมีประเทศต่างๆ อีก
มากมายหลายประเทศที่มีการปกครองแบบ
ประชาธิปไตยโดยทางตัวแทน ดำเนินการจัดตั้ง
กระบวนการออกเสียงประชามติขึ้นเช่นเดียวกัน
บางประเทศจัดตั้งขึ้นในระดับชาติ บางประเทศ
จัดตั้งขึ้นในระดับท้องถิ่น และบางประเทศจัดตั้ง
ทั้งในระดับชาติและระดับท้องถิ่น อย่างไรก็ตาม มี
ข้อสังเกตว่าถึงแม้ประเทศบางประเทศจะมีการ
จัดตั้งสถาบันการออกเสียงประชามติขึ้นก็ตาม
อย่างเช่น ญี่ปุ่น รัฐธรรมนูญของญี่ปุ่น (มาตรา
96) กำหนดให้มีการออกเสียงประชามติที่มี
ลักษณะเกือบจะเป็นพันธกรณีในกรณีที่มีการ
แก้ไขเพิ่มเติมรัฐธรรมนูญ แต่ไม่เคยปรากฏว่า
ญี่ปุ่นจัดให้มีการออกเสียงประชามติแม้แต่

ครั้งเดียว ในทำนองเดียวกันรัฐธรรมนูญของ
ประเทศไทยหลายฉบับ คือฉบับ พ.ศ. 2492,
2511, 2517 และฉบับปัจจุบันต่างก็มีบท
บัญญัติเกี่ยวกับกรณีที่จะจัดให้มีการออกเสียง
ประชามติ แต่จนตราบเท่าทุกวันนี้ ประชาชน
ชาวไทยไม่เคยมีประสบการณ์เกี่ยวกับการ
ออกเสียงประชามติแม้แต่ครั้งเดียว

ในบรรดาประเทศที่มีการจัดตั้งกระบวนการ
การออกเสียงประชามตินี้ บางประเทศให้ความสำคัญ
สำคัญต่อสถาบันการออกเสียงประชามติมาก
เช่น ในสวิตเซอร์แลนด์ ซึ่งเป็นประเทศที่มีการ
ทำประชามติมากที่สุดในโลก¹ ในปีหนึ่งๆ
ประชาชนชาวสวิสต้องไปออกเสียงประชามติ
หลายต่อหลายครั้ง เนื่องจากมีการทำประชามติ
ทั้งในระดับสหพันธ์และในระดับกองตอง
(CANTON)

นับตั้งแต่ ค.ศ. 1848 จนถึงปัจจุบันมี
การออกเสียงประชามติในสวิตเซอร์แลนด์ไม่
น้อยกว่า 437 ครั้ง

รัฐธรรมนูญของสวิตเซอร์แลนด์กำหนด
ให้มีการออกเสียงประชามติไว้ทั้งกรณีที่เป็น
พันธกรณี (LE REFERENDUM OBLIGATOIRE)
และกรณีที่ไม่เป็นพันธกรณี (LE REFERENDUM
FACULTATIF)

**กรณีที่เป็นพันธกรณีให้ต้องมีการออก
เสียงประชามติ (LE REFERENDUM
OBLIGATOIRE)** หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ กรณีที่
รัฐธรรมนูญบังคับให้ต้องมีการออกเสียงประชามติ
ได้แก่

¹ในคริสต์ศตวรรษที่ 19 สวิตเซอร์แลนด์ มีการออกเสียงประชามติในระดับชาติถึง 57 ครั้ง หลังจากคริสต์ศตวรรษที่ 19
การออกเสียงประชามติในระดับชาติลดลง ถึงกระนั้นก็ตามยังจัดว่าสวิตเซอร์แลนด์มีการทำประชามติมากกว่าประเทศ
อื่นในโลก ในช่วงระยะเวลาเพียงหนึ่งศตวรรษ คือ ระหว่าง ค.ศ. 1981 - ค.ศ. 1990 สวิตเซอร์แลนด์ทำประชามติ
มากกว่าประเทศต่างๆ ในยุโรปรวมกันถึงสองเท่า

- กรณีที่มีการแก้ไขเปลี่ยนแปลงบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญสหพันธ์ทั้งฉบับหรือบางส่วน (มาตรา 118 ถึงมาตรา 123)
- กรณีที่รัฐสภาสหพันธ์ตรา “รัฐกำหนดฉุกเฉิน” (ARRETES URGENTES) ที่มีบทบัญญัติขัดหรือแย้งกับรัฐธรรมนูญ (มาตรา 89)

(กรณีที่รัฐสภาสหพันธ์ตรา “รัฐกำหนดฉุกเฉิน” ที่กำหนดอายุการบังคับใช้ไว้เป็นระยะเวลาเกินกว่า 1 ปี ซึ่งต้องมีการออกเสียงประชามติขอความเห็นชอบจากประชาชนภายใน 1 ปี นับแต่วันที่รัฐสภาตรารัฐกำหนดดังกล่าวขึ้นมา ก็น่าจะถือว่าเป็นกรณีที่เป็นพันธกรณีได้เช่นเดียวกัน)²

- กรณีที่มีการทำสนธิสัญญาเกี่ยวกับการที่สวีตเซอร์แลนด์ผูกพันตนเข้าเป็นสมาชิกขององค์การระหว่างประเทศ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อความมั่นคงปลอดภัยร่วมกันของมวลสมาชิก (เช่น องค์การสหประชาชาติ) หรือสนธิสัญญาเกี่ยวกับการที่สวีตเซอร์แลนด์เข้าเป็นสมาชิกของ

ประชาคมแห่งรัฐ ซึ่งทำให้อำนาจอธิปไตยบางประการของสวีตเซอร์แลนด์ต้องถูกจำกัด (เช่น การเข้าเป็นสมาชิกของสหภาพยุโรป) (มาตรา 89-5)

สวีตเซอร์แลนด์มีการออกเสียงประชามติประเภทที่กฎหมายบังคับให้ต้องทำประชามติค่อนข้างบ่อยมาก เฉลี่ยแล้วปีละ 1 ครั้ง³ ทั้งนี้เนื่องจากรัฐธรรมนูญของสวีตเซอร์แลนด์แตกต่างจากรัฐธรรมนูญของประเทศต่างๆ กล่าวคือรัฐธรรมนูญของสวีตเซอร์แลนด์ไม่ได้กำหนดโครงสร้างทางการเมือง และสิทธิขั้นพื้นฐานของประชาชนไว้ชัดเจน ทำให้ต้องมีการแก้ไขเพิ่มเติมรัฐธรรมนูญทุกครั้งที่ต้องการความชัดเจนในเรื่องหนึ่งเรื่องใดที่เกี่ยวกับโครงสร้างทางการเมือง หรือสิทธิขั้นพื้นฐานของประชาชน

อนึ่ง สวีตเซอร์แลนด์ยังนิยมกำหนดกฎหมายที่เกี่ยวกับการจัดระเบียบการใช้อำนาจการเมืองการปกครองที่สำคัญ และสิทธิขั้นพื้นฐานของประชาชนลงไว้ในรัฐธรรมนูญอีกด้วย เช่น ข้อกำหนดเกี่ยวกับการให้ความคุ้มครองผู้บริโภค การควบคุมราคาสินค้า ฯลฯ

²ดร.นันทวัฒน์ บรมานันท์ ระบบการออกเสียงแสดงประชามติ, รายงานวิจัยเพื่อจัดทำข้อเสนอการปฏิรูปการเมืองไทย เสนอต่อคณะกรรมการพัฒนาประชาธิปไตย, สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว) หน้า 20

³ในปีหนึ่งๆ นอกจากประชาชนชาวสวีตเซอร์แลนด์ต้องไปออกเสียงประชามติประเภทบังคับแล้ว ยังต้องไปออกเสียงประชามติที่กฎหมายไม่บังคับ เช่น การออกเสียงประชามติที่เกิดจากการริเริ่มของประชาชน เพื่อขอแก้ไขเพิ่มเติมรัฐธรรมนูญทั้งฉบับหรือบางส่วน ฯลฯ ซึ่งปรากฏว่ามีการทำประชามติประเภทที่กฎหมายไม่บังคับบ่อยครั้งมากกว่าการทำประชามติประเภทที่กฎหมายบังคับ นอกจากนี้แล้ว ยังมีการทำประชามติในระดับท้องถิ่นอีก ในปีหนึ่งๆ ประชาชนชาวสวีตเซอร์แลนด์ต้องไปออกเสียงประชามติหลายต่อหลายครั้ง ในปัจจุบันนี้ประชาชนชาวสวีตเซอร์แลนด์ต้องไปออกเสียงประชามติในระดับชาติปีละ 3-4 ครั้ง และคงเป็นด้วยเหตุดังกล่าวนี้ที่ทำให้ประชาชนชาวสวีตเซอร์แลนด์เห็นได้จากการที่จำนวนของผู้ไปใช้สิทธิออกเสียงประชามติมีแนวโน้มลดลงเรื่อยๆ ก่อนสงครามโลกครั้งที่สอง การออกเสียงประชามติทุกครั้งจะมีประชาชนเข้าร่วมออกเสียงลงคะแนนไม่ต่ำกว่า 60% ของจำนวนประชากรผู้มีสิทธิออกเสียง ต่อมาระหว่าง ค.ศ. 1945-1960 มีผู้ไปใช้สิทธิออกเสียงเพียง 55% และนับจาก ค.ศ. 1960 จนถึงปัจจุบัน จำนวนผู้ร่วมออกเสียงประชามติมีอัตราเฉลี่ยคงที่อยู่ประมาณ 40% เท่านั้น

ด้วยเหตุดังนี้ สวิตเซอร์แลนด์จึงมีการแก้ไขเพิ่มเติมรัฐธรรมนูญอยู่เนืองๆ ทำให้การเมืองการปกครองของสวิตเซอร์แลนด์ได้รับการปฏิรูปอยู่ตลอดเวลา

กรณีที่ไม่เป็นพันธกรณีให้ต้องมีการออกเสียงประชามติ (LE REFERENDUM FACULTATIF) หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ กรณีที่รัฐธรรมนูญไม่ได้บังคับให้ต้องมีการออกเสียงประชามติ แต่รับรองสิทธิของประชาชนและกองทัพ (มลรัฐ) ให้มีการร้องขอเพื่อให้มีการออกเสียงประชามติได้

กรณีที่ไม่เป็นพันธกรณีให้ต้องมีการออกเสียงประชามติ ได้แก่

- การออกเสียงประชามติเพื่อระงับยับยั้งการประกาศบังคับใช้กฎหมาย
- การออกเสียงประชามติเพื่อให้การรับรองต่อสนธิสัญญาบางประเภท
- การออกเสียงประชามติที่เกิดจากการริเริ่มของประชาชน เพื่อให้มีการแก้ไขเปลี่ยนแปลงรัฐธรรมนูญสหพันธ์ทั้งฉบับ หรือบางส่วน

การออกเสียงประชามติ เพื่อระงับยับยั้งการประกาศบังคับใช้กฎหมาย

กฎหมายที่อาจถูกนำมาออกเสียงประชามติ เพื่อระงับยับยั้งการประกาศบังคับใช้ ได้แก่ “รัฐบัญญัติ” (LOIS) ซึ่งเป็นกฎหมายที่รัฐสภาตราขึ้นโดยไม่มีการจำกัดอายุการบังคับใช้ (มีผลบังคับใช้ได้ตลอดไป)

มีข้อสังเกตว่า มีกฎหมายบางประเภทไม่อยู่ในข่ายที่อาจร้องขอให้มีการออกเสียงประชามติ เพื่อระงับยับยั้งการประกาศบังคับใช้

ได้ กฎหมายดังกล่าวได้แก่ **รัฐกำหนดฉุกเฉิน (ARRETES URGENTES)** ซึ่งเป็นกฎหมายที่รัฐสภาตราขึ้น เนื่องจากพิจารณาว่าเป็นกรณีฉุกเฉินเร่งด่วนที่จำเป็นต้องให้กฎหมายที่ตราขึ้นนั้นมีผลบังคับใช้ทันที โดยมีเงื่อนไขเวลาบังคับใช้ไว้ไม่เกินกำหนดระยะเวลา 1 ปี นับตั้งแต่วันที่รัฐสภาตรากฎหมายดังกล่าวขึ้นมา

ในกรณีที่รัฐกำหนดฉุกเฉิน “กำหนดให้มีการบังคับใช้เป็นระยะเวลาเกินกว่า 1 ปี หรือไม่ได้กำหนดระยะเวลาการบังคับใช้ไว้ “รัฐกำหนดฉุกเฉิน” จะหมดค่าบังคับทางกฎหมายเมื่อพ้นกำหนดระยะเวลา 1 ปี นับแต่วันที่รัฐสภาตรารัฐกำหนดดังกล่าวขึ้นมา เว้นแต่จะมีการร้องขอให้มีการออกเสียงประชามติเพื่อระงับยับยั้งการบังคับใช้รัฐกำหนดดังกล่าวภายในกำหนด 1 ปี

ในกรณีที่มีการออกเสียงประชามติและประชาชนฝ่ายข้างมากเห็นด้วยกับการระงับยับยั้งการบังคับใช้รัฐกำหนดฉุกเฉิน รัฐกำหนดฉุกเฉินจะสิ้นผลในการบังคับใช้ทันที และในกรณีเช่นนี้รัฐสภาจะตรารัฐกำหนดฉุกเฉินที่มีเนื้อหาเช่นเดียวกับรัฐกำหนดฉุกเฉินที่ถูกระงับการบังคับใช้เนื่องจากมีการออกเสียงประชามติอีกมิได้ (รัฐธรรมนูญสหพันธ์ มาตรา 89)

นอกจาก “รัฐกำหนดฉุกเฉิน” ที่มีกำหนดเวลาบังคับใช้ไม่เกิน 1 ปี ซึ่งไม่อยู่ในข่ายที่ประชาชนอาจร้องขอให้มีการออกเสียงประชามติเพื่อระงับยับยั้งการบังคับใช้ได้แล้ว การลงมติให้ความเห็นชอบของรัฐสภาต่องบประมาณรายจ่ายของรัฐบาลก็ดี หรือคำสั่งของรัฐบาล

สหพันธ์ก็ดี ไม่อยู่ในข่ายที่อาจมีการร้องขอให้มีการออกเสียงประชามติเพื่อระงับยับยั้งได้

กรณีที่มีการร้องขอให้มีการออกเสียงประชามติเพื่อรับรองสนธิสัญญาบางประเภทนั้น สนธิสัญญาที่ประชาชนหรือกองตองอาจริเริ่มร้องขอให้มีการออกเสียงประชามติ ได้แก่ สนธิสัญญาที่มีลักษณะดังต่อไปนี้

- สนธิสัญญาที่ไม่ได้กำหนดระยะเวลาการบังคับใช้ไว้และไม่มีข้อกำหนดให้ภาคีแห่งสนธิสัญญาสามารถบอกเลิกสนธิสัญญาได้
- สนธิสัญญาที่กำหนดให้สวิตเซอร์แลนด์เข้าเป็นสมาชิกขององค์การระหว่างประเทศ
- สนธิสัญญาพหุภาคีประเภทกฎหมายที่มีการรวบรวมกฎหมายเรื่องเดียวกันไว้เป็นหมวดหมู่

กรณีการออกเสียงประชามติ เพื่อระงับยับยั้งการบังคับใช้กฎหมายและกรณีการออกเสียงประชามติ เพื่อให้ความเห็นชอบต่อสนธิสัญญาบางประเภทตามที่กล่าวมานี้ รัฐธรรมนูญของสวิตเซอร์แลนด์กำหนดว่าต้องมีประชาชนไม่น้อยกว่า 50,000 คน หรือกองตองไม่น้อยกว่า 8 กองตอง ร่วมกันร้องขอให้มีการออกเสียงประชามติ (ในทางปฏิบัติไม่เคยปรากฏว่าบรรดากองตองร่วมกันร้องขอให้มีการทำประชามติเพื่อระงับยับยั้งการบังคับใช้กฎหมาย หรือเพื่อให้ความเห็นชอบต่อสนธิสัญญาแต่ประการใด)

การออกเสียงประชามติอีกรณีนึง ที่รัฐธรรมนูญไม่ได้บังคับให้ต้องมีการออกเสียง

ประชามติ แต่รัฐธรรมนูญรับรองสิทธิริเริ่มของประชาชนที่จะร้องขอให้มีการออกเสียงประชามติ ได้แก่ การออกเสียงประชามติที่เกิดจากการริเริ่มของประชาชนเพื่อให้มีการแก้ไขเปลี่ยนแปลงรัฐธรรมนูญทั้งฉบับหรือบางส่วน

รัฐธรรมนูญสหพันธ์มาตรา 120 และมาตรา 126 บัญญัติรับรองสิทธิริเริ่มของประชาชนที่จะร้องขอให้มีการออกเสียงประชามติ เพื่อแก้ไขเพิ่มเติมรัฐธรรมนูญทั้งฉบับหรือบางส่วน โดยกำหนดเงื่อนไขให้มี “ผู้ริเริ่มก่อนการ” ที่ต้องดำเนินการรวบรวมลายมือชื่อของประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งให้ได้จำนวน 100,000 คน ภายในกำหนด 18 เดือน

ดังนั้น เมื่อ “ผู้ริเริ่มก่อนการ” ปฏิบัติตามเงื่อนไขทั้งสองประการครบถ้วนแล้ว การออกเสียงประชามติในกรณีดังกล่าวนี้ก็กลายเป็นการออกเสียงที่เป็นพันธกรณี ซึ่งองค์กรเจ้าหน้าที่ผู้มีอำนาจหน้าที่ของรัฐต้องจัดให้มีขึ้น เว้นแต่คำร้องขอให้มีการออกเสียงประชามติในรูปแบบไม่ถูกต้องตามที่กฎหมายกำหนดไว้อันเป็นเหตุให้รัฐสภาปฏิเสธไม่รับคำร้องขอ หรือ “ผู้ริเริ่มก่อนการ” ถอนคำร้องขอก่อนที่มีการออกเสียงประชามติ

นอกจากการออกเสียงประชามติในระดับชาติตามที่กล่าวมานี้ สวิตเซอร์แลนด์ยังมีการออกเสียงประชามติในระดับท้องถิ่น คือ ในระดับกองตองอีกด้วย

การออกเสียงประชามติในระดับกองตองนั้น กระทำกันมากกว่าในระดับสหพันธ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการออกเสียงประชามติที่เกี่ยวกับการบัญญัติกฎหมาย ทุกกองตองต่างก็มี

ระบบการออกเสียงประชามติเกี่ยวกับการบัญญัติกฎหมายด้วยกันทั้งสิ้น ในบรรดา 26 กองตองของสวิตเซอร์แลนด์มี 14 กองตอง ที่มีระบบการออกเสียงประชามติเกี่ยวกับการบัญญัติกฎหมายที่รัฐธรรมนูญของกองตองกำหนดไว้เป็นพันธกรณีที่ต้องมีการออกเสียงประชามติ (LE REFERENDUM OBLIGATOIRE) และมี 19 กองตอง ที่รัฐธรรมนูญของกองตองกำหนดบังคับให้ต้องทำประชามติ เพื่อขอความเห็นชอบจากประชาชนในการใช้จ่ายเงินของกองตอง (ในกรณีที่ฝ่ายบริหารของกองตองจำเป็นต้องใช้จ่ายเงินเกินกว่าที่มีการกำหนดไว้)

ประเทศที่ให้ความสำคัญต่อสถาบันการออกเสียงประชามติมาก เช่น มีระบบการออกเสียงประชามติที่กฎหมายบังคับให้ต้องทำประชามติ⁴ มีระบบการริเริ่มของประชาชนในการเสนอกฎหมาย ในการยับยั้งหรือในการเพิกถอนกฎหมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศดังกล่าวมีการปฏิบัติที่เป็นรูปธรรมที่เกี่ยวกับการออกเสียงประชามติ กล่าวคือ มีการจัดให้มีการออกเสียงประชามติอยู่เรื่อยๆ หรืออย่างน้อย

ก็เมื่อมีปัญหาทางการเมืองที่สำคัญเกินกว่าที่องค์กร ซึ่งมีอำนาจสาธารณะจะกล้าตัดสินใจได้โดยลำพัง แต่จำเป็นต้องพึ่งพาสถาบันการออกเสียงประชามติ ทำให้สถาบันการออกเสียงประชามติมีสถานะเป็นสถาบันการเมืองที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของระบบการเมืองการปกครองของประเทศ⁵

ประเทศที่มีการปกครองแบบประชาธิปไตยโดยทางตัวแทน และได้นำหลักการพื้นฐานของการปกครองแบบประชาธิปไตยโดยตรงไปผสม หรือปรับเข้ากับระบบการเมืองการปกครองโดยให้ความสำคัญอย่างมากแก่สถาบันการออกเสียงประชามติ นอกจากสวิตเซอร์แลนด์แล้วก็มี อิตาลี เดนมาร์ก ไอร์แลนด์ ลิกเชนสไตน์ เป็นต้น

.....อย่างไรก็ดี มีประเทศอีกกลุ่มหนึ่งที่มีการปกครองแบบประชาธิปไตยโดยตัวแทนและได้นำหลักการพื้นฐานของการปกครองแบบประชาธิปไตยโดยตรงไปผสมหรือปรับเข้ากับระบบการเมืองการปกครอง แต่ให้ความสำคัญน้อยมากแก่สถาบันการออกเสียงประชามติ

⁴มีการศึกษาวิจัยเชิงเปรียบเทียบรัฐธรรมนูญของประเทศต่างๆ รวม 160 ประเทศ ที่ยังบังคับใช้อยู่ในวันที่ 1 กันยายน 1989 ปรากฏว่ามีรัฐธรรมนูญของ 32 ประเทศที่มีบทบัญญัติกำหนดเป็นพันธกรณีให้ต้องมีการออกเสียงประชามติในกรณีที่มีการแก้ไขเพิ่มเติมรัฐธรรมนูญ แต่ไม่มีรัฐธรรมนูญของประเทศใดที่กำหนดบังคับให้ต้องมีการออกเสียงประชามติในกรณีที่มีการบัญญัติกฎหมายธรรมดา (รัฐบัญญัติ) (Suksi Markku, Bringing in the people a comparison of constitutional forms and practice the referendum Boston/London, Martinus Nijhoff publishers, Dordrecht, 1993)

⁵การปกครองแบบประชาธิปไตยทางตัวแทน ซึ่งมีลักษณะตามที่กล่าวมานี้ผู้เขียนตำรากฎหมายรัฐธรรมนูญบางท่าน เช่น Mekhantar Joel เรียกว่า "การปกครองแบบประชาธิปไตยโดยกึ่งทางตรง" (SEMI-DIRECTE DEMOCRACIE) (J Mekhantar Joel, Droit Politique et Constitutionnel, Paris : Editions ESKA, 1999)

กล่าวคือ มีการจัดตั้งระบบการออกเสียงประชามติขึ้นในระบบการเมืองการปกครองของประเทศก็จริง แต่ส่วนใหญ่แล้วมักจะเป็นระบบการออกเสียงประชามติประเภทที่กฎหมายไม่ได้บังคับให้ต้องมีการออกเสียงประชามติ นอกจากนี้แล้วผู้มีสิทธิเริ่มร้องขอให้มีการออกเสียงประชามติมักจะเป็นประมุขของรัฐ

การออกเสียงประชามติในประเทศดังกล่าวนี้จึงมีบทบาทเสมือน “การร้องทุกข์ของผู้ปกครอง”⁶ (LE RECOURS DU PRINCE) ซึ่งตรงกันข้ามกับการออกเสียงประชามติที่ประชาชนมีสิทธิริเริ่ม ซึ่งทำให้การออกเสียงประชามติมีบทบาทเสมือน “การร้องทุกข์ของราษฎร” (LE RECOURS DES CITOYENS)⁷ ดังที่กระทำกันในสวีเดนและในอิตาลี⁸

ในประการสำคัญที่สุดก็คือ ประเทศดังกล่าวนี้มีการทำประชามติน้อยมาก สถาบันการออกเสียงประชามติในประเทศดังกล่าวจึงมีความสำคัญเพียงในระดับหนึ่งเท่านั้น ไม่อาจเทียบเคียงกับสถาบันการออกเสียงประชามติของประเทศอย่างเช่น สวิตเซอร์แลนด์ หรืออิตาลีได้

กลุ่มประเทศดังกล่าวนี้ได้แก่ ออสเตรีย สเปน ฟินแลนด์ ฝรั่งเศส กรีกร ไอส์แลนด์ ลักเซมเบิร์ก นอร์เวย์ โปรตุเกส และสวีเดน เป็นต้น⁹

1. การออกเสียงประชามติคืออะไร

กล่าวอย่างกว้างๆ การออกเสียงประชามติ ได้แก่ การที่ประชาชนไปออกเสียงลงคะแนนโดยตรง เพื่อแสดงความเห็นในปัญหาที่เป็นผลประโยชน์ของส่วนรวม

⁶Hamon Francis, Le Rferendum, L.G.D.J., Paris, 1995, หน้า 73-96

⁷Hamxan Francis, เรื่องเดียวกัน หน้า 99-141

⁸รัฐธรรมนูญของอิตาลีมีบทบัญญัติรับรองสิทธิริเริ่มของประชาชนที่จะร้องขอให้มีการออกเสียงประชามติไว้หลายกรณีด้วยกันคือ

- ประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งจำนวน 500,000 คนขึ้นไปหรือสภาของภาคตั้งแต่ 5 สภาขึ้นไปเข้าชื่อร้องขอให้มีการออกเสียงประชามติเพื่อยกเลิกกฎหมายฉบับหนึ่งฉบับใด (ทั้งฉบับหรือบางส่วน) หรือการกระทำอันหนึ่งอันใดที่มีค่าบังคับเช่นเดียวกับกฎหมาย (กฎหมายของฝ่ายบริหารที่ตราขึ้นโดยได้รับมอบอำนาจจากฝ่ายนิติบัญญัติ) อย่างไรก็ดี รัฐธรรมนูญกำหนดข้อจำกัดไว้มิให้มีการออกเสียงประชามติเพื่อยกเลิกกฎหมายภาษีอากร กฎหมายงบประมาณ กฎหมายนิรโทษกรรม และกฎหมายที่ให้สัตยาบันสนธิสัญญาต่างประเทศ (มาตรา 75)
- ประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งจำนวนตั้งแต่ 500,000 คนขึ้นไปหรือสมาชิกจำนวนไม่น้อยกว่าหนึ่งในห้าของสภาผู้แทนราษฎรหรือสภาซีเนท หรือสภาภาคตั้งแต่ 5 สภาขึ้นไป ร้องขอให้มีการออกเสียงประชามติ เพื่อรับรองกฎหมายที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการยกเลิกแก้ไขเพิ่มเติมรัฐธรรมนูญ (ทั้งฉบับหรือบางส่วน) หรือกฎหมายประเภทกฎหมายรัฐธรรมนูญ (LES LOIS CONSTITUTIONNELLES) (มาตรา 138)
- นอกจากสิทธิริเริ่มของประชาชนในการร้องขอให้มีการออกเสียงประชามติเกี่ยวกับกฎหมายตามที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว รัฐธรรมนูญอิตาลียังกำหนดรับรองสิทธิริเริ่มเสนอกฎหมายของประชาชนไว้ด้วย กล่าวคือ ประชาชนผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งจำนวน 50,000 คน ขึ้นมีสิทธิเข้าชื่อร่วมกันเสนอร่างกฎหมายได้ (มาตรา 78)

ถ้าจะกล่าวให้กระชับยิ่งขึ้น การออกเสียงประชามติหมายถึง กระบวนการทั้งหลายที่ประชาชนทั่วไปได้รับการเชื้อเชิญให้ไปออกเสียงลงคะแนนเป็นการส่วนบุคคล เพื่อให้คำปรึกษาหรือเพื่อวินิจฉัยชี้ขาดปัญหาฯ หนึ่ง โดยที่ปัญหาดังกล่าวมีลักษณะเป็นปัญหาที่แท้จริง (ซึ่งตรงกันข้ามกับปัญหาที่เกี่ยวกับบุคคล) และมีการจัดทำไว้เป็นหมวดหมู่ (สะดวกแก่การตัดสินใจของประชาชนในการเลือกคำตอบเพื่อแสดงความเห็น)⁹ เห็นได้ว่า **ความหมายของการออกเสียงประชามติตามที่กล่าวนี้ ประกอบด้วยหลักการพื้นฐาน 4 ประการ**¹⁰ คือ

- การออกเสียงประชามติเป็นการขอความเห็นจากประชาชนทั่วไป
- การออกเสียงประชามติอาจเป็นการขอความเห็นจากประชาชนที่มีลักษณะเป็นการปรึกษา หรือเป็นการขอให้ตัดสินใจชี้ขาดปัญหาก็ได้
- ประเด็นปัญหาที่เสนอขอความเห็นจากประชาชนในการออกเสียงประชามตินั้น ต้องเป็นประเด็นปัญหาที่แท้จริง
- ประเด็นปัญหาที่เสนอขอความเห็นจากประชาชนในการออกเสียงประชามตินั้น ต้องจัดทำไว้เป็นหมวดหมู่ ชัดเจนแน่นอน และมีคำตอบสำเร็จรูปให้ประชาชนเลือกตอบ

1) **การออกเสียงประชามติเป็นการขอความเห็นจากประชาชนทั่วไป** กล่าวคือ การออกเสียงประชามติมีวัตถุประสงค์ให้ประชาชนทุกคนที่มีสิทธิเลือกตั้งได้แสดงเจตนารมณ์อย่างกว้างขวางและทั่วถึง ด้วยการไปใช้สิทธิออกเสียงลงคะแนนเพื่อให้คำปรึกษา หรือวินิจฉัยชี้ขาดปัญหาสาธารณะเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ทั้งนี้สุดแล้วแต่ว่าการออกเสียงประชามติที่จัดขึ้นนั้นเป็นกระบวนการออกเสียงประชามติในระดับชาติหรือในระดับท้องถิ่น ถ้าเป็นกระบวนการระดับชาติหรือระดับประเทศก็เป็นกรณีที่ประชาชน ซึ่งมีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งทั้งประเทศไปร่วมแสดงเจตนารมณ์ แต่ถ้าเป็นกระบวนการระดับท้องถิ่น ก็เป็นเรื่องของประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งในท้องถิ่นนั้นทุกคน

การออกเสียงประชามติจึงแตกต่างจากการหยั่งเสียง หรือการทำโพล ซึ่งเป็นการขอทราบความเห็นของประชาชนเพียงบางกลุ่ม บางจำพวก และเพียงจำนวนหนึ่งเท่านั้น หลังจากสอบถามความเห็นของประชาชนที่เป็นกลุ่มเป้าหมายแล้ว ก็จะมีการประเมินความเห็นของประชาชนดังกล่าว และมีการอ้างความเห็นของประชาชนที่ประเมินจากการทำโพลคือความเห็นของประชาชนส่วนใหญ่ในสังคม แต่ก็ไม่มีผู้ใดกล้ายืนยันได้ว่าความเห็นของประชาชนที่ได้จากการทำโพลถูกต้องแน่นอน ทั้งนี้เนื่องจากการ

⁹การปกครองแบบประชาธิปไตยโดยทางผู้แทนซึ่งมีลักษณะตามที่กล่าวมานี้ ผู้เขียนตำรากฎหมายรัฐธรรมนูญบางท่านเรียกว่า "การปกครองแบบประชาธิปไตยโดยทางกึ่งตัวแทน" (Mekhantar Joel, เรื่องเดิม)

¹⁰Haman Francis, เรื่องเดิม, หน้า 15

ทำโพลเป็นเพียงเทคนิคอย่างหนึ่งในการคาดเดาความคิดเห็นของประชาชนส่วนใหญ่ในสังคมเกี่ยวกับปัญหาหรือเหตุการณ์เรื่องใดเรื่องหนึ่งของสังคมโดยอาศัยทฤษฎีทางวิชาการ การทำโพลจึงต่างกับการออกเสียงประชามติ เนื่องจากผลของการออกเสียงประชามติแสดงถึงเจตนารมณ์ที่แท้จริงของประชาชนที่ออกเสียงลงคะแนน ดังนั้นไม่ว่าประชามติจะปรากฏผลเป็นอย่างไรผู้ใดก็ไม่อาจโต้แย้งได้ว่าไม่ตรงกับเจตนารมณ์ของผู้ออกเสียงประชามติ

2) การออกเสียงประชามติอาจมีลักษณะเป็นการขอคำปรึกษาจากประชาชนหรือเป็นการขอให้ประชาชนวินิจฉัยชี้ขาดปัญหาก็ได้ ดังนั้นในกรณีที่เป็นการออกเสียงประชามติที่มีลักษณะเป็นการขอคำปรึกษาจากประชาชน องค์กรสาธารณะที่เกี่ยวข้องกับการที่จะต้องปฏิบัติตามผลของการออกเสียงประชามติจึงไม่จำเป็นหรือผูกพันต้องปฏิบัติตามแต่อย่างใด¹¹ อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่า ตามทฤษฎีแล้ว การออกเสียงประชามติที่เป็นเพียงการขอคำปรึกษาจากประชาชนก็ตาม แต่ในความเป็นจริง ผลของการออกเสียงประชามติมีนัยที่สำคัญต่อระบบ

การเมืองการปกครองของประเทศ เหมือนเช่นที่ปรากฏในเวลาต่อมา หลังจากที่มีการออกเสียงประชามติของนอร์เวย์ เมื่อ ค.ศ. 1972 (การออกเสียงประชามติ เพื่อขอคำปรึกษาจากประชาชน) เกี่ยวกับการที่นอร์เวย์จะเข้าเป็นสมาชิกของประชาคมเศรษฐกิจยุโรป ในขณะที่รัฐบาลของนอร์เวย์และสมาชิกฝ่ายข้างมากของรัฐสภาจำนวนสามในสี่ของจำนวนสมาชิกทั้งหมดของรัฐสภา เห็นด้วยกับการที่นอร์เวย์จะเข้าเป็นสมาชิกของประชาคมยุโรป แต่ผลของการออกเสียงประชามติปรากฏว่า ประชาชนชาวนอร์เวย์เกินกว่า 53% ของผู้มาออกเสียงประชามติ ไม่เห็นด้วยกับการที่นอร์เวย์จะเข้าเป็นสมาชิกของประชาคมฯ ผลที่ตามมาที่เกี่ยวกับการเมืองการปกครองของนอร์เวย์ คือ รัฐบาลลาออก และการแตกแยกของพรรคโซเซียลเดโมแครท (พรรครัฐบาล)

3) ประเด็นปัญหาที่เสนอขอความเห็นจากประชาชนในการออกเสียงประชามตินั้น ต้องเป็นประเด็นปัญหาที่แท้จริง กล่าวคือ ประเด็นปัญหาที่เสนอขอความเห็นจากประชาชนต้องมีใช้ประเด็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับ

¹¹ รัฐธรรมนูญฉบับปัจจุบัน มาตรา 214 บัญญัติเกี่ยวกับการออกเสียงประชามติ ไว้ดังนี้

“ในกรณีที่คณะรัฐมนตรีเห็นว่ากิจการในเรื่องใดอาจกระทบถึงผลประโยชน์ได้เสียของประเทศชาติหรือประชาชน นายกรัฐมนตรีโดยความเห็นชอบของคณะรัฐมนตรีอาจปรึกษาประธานสภาผู้แทนราษฎรและประธานวุฒิสภาเพื่อประกาศในราชกิจจานุเบกษาให้มีการออกเสียงประชามติได้

การออกเสียงประชามติต้องเป็นไปเพื่อประโยชน์ในการปรึกษาขอความเห็นของประชาชนว่าจะเห็นชอบหรือไม่ กิจการสำคัญในเรื่องใดเรื่องหนึ่งตามวรรคหนึ่ง ซึ่งมีใช้เรื่องที่ขัดหรือแย้งต่อรัฐธรรมนูญนี้ การออกเสียงประชามติที่เกี่ยวข้องกับตัวบุคคลใดบุคคลหนึ่งโดยเฉพาะ จะกระทำมิได้

ฯลฯ

การออกเสียงประชามติตามมาตรา ๒๑๕ นี้ให้มีผลเป็นเพียงการให้คำปรึกษาแก่คณะรัฐมนตรีในเรื่องนั้น”

เห็นได้ว่ารัฐธรรมนูญของประเทศไทยกำหนดให้การออกเสียงประชามติเป็นเพียงการขอคำปรึกษาจากประชาชนเท่านั้น

ตัวบุคคล หรือเป็นประเด็นปัญหาส่วนบุคคล เนื่องจากวัตถุประสงค์ของการทำประชามติที่แท้จริง ได้แก่ การขอให้ประชาชนเลือกคำตอบเพื่อชี้ขาดปัญหา ใช่เลือกคำตอบเพื่อกำหนดตัวบุคคลหรือรับรองตัวบุคคล

ด้วยเหตุดังนี้ การออกเสียงประชามติจึงแตกต่างกับเพลบิสซิด (PLEBISCITE)¹² กล่าวคือ เพลบิสซิดนั้นมักจะไม่ใช่เรื่องของกฎหมาย และไม่ใช่เรื่องของประชาธิปไตยทุกเรื่อง

เพลบิสซิดมักเป็นเรื่องที่ขอร้องให้ประชาชนลงคะแนนเกี่ยวกับตัวบุคคล หรือหลักการอย่างใดอย่างหนึ่งที่บุคคลผู้นั้นเสนอขึ้นมา คือ บางครั้งเป็นเรื่องเป็นการเอาเรื่องของคุณคนมารวมเข้ากับหลักการอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายอย่าง¹³

ศาสตราจารย์ไพโรจน์ ชัยนาม¹⁴ อธิบายความหมายของ “เพลบิสซิด” ว่า เป็นการหารื้อราษฎรในการกระทำของบุคคลหนึ่งซึ่งราษฎรนับถืออยู่แล้ว เพราะคุณความดีที่ได้ทำมาเพื่อชาติบ้านเมือง หรือเพราะราษฎรได้ถูกชักจูงไปให้เห็นชอบโดยวิธีโฆษณาชวนเชื่อ นานาประการ ยิ่งกว่าในเรื่องให้ความเห็นชอบในต้วบทกฎหมายเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เช่น การลงคะแนนเมื่อ ค.ศ. 1802 ของประเทศฝรั่งเศส ที่ให้ราษฎรมาออกเสียงเป็นประชามติในคำถามที่

ว่า “นะโปเลียนควรจะดำรงตำแหน่งกงสุลตลอดชีวิตหรือไม่” เวลานั้น นะโปเลียนดำรงตำแหน่งเป็นหัวหน้ารัฐบาล เป็นกงสุลที่ 1 ในจำนวนกงสุล 3 คนอยู่แล้ว ผลของการลงคะแนนประชามติแบบนี้เป็นการแนะทางให้นะโปเลียนรวบอำนาจเป็นกษัตริย์ในเวลาต่อมา

การลงคะแนนประชามติ “เพลบิสซิด” อีกกรณีหนึ่งได้แก่ การลงคะแนนเมื่อ ค.ศ. 1870 ของฝรั่งเศส ซึ่งเป็นการให้ประชาชนลงคะแนนรับรองจักรวรรดิของนะโปเลียนที่ 3 พร้อมทั้งเอาเรื่องการปฏิรูปการปกครองให้เป็นเสรีนิยมมาบวกด้วยกัน ปัญหาที่ขอให้ประชาชนลงคะแนนแสดงประชามติจึงไม่กระจ่างแจ้ง เพราะมีปัญหาอื่นๆ พ่วงเข้ามาด้วยเป็นการชักจูงล่อใจประชาชนว่าต่อไปนี้จะมีการปกครองเป็นประชาธิปไตย และก็เกี่ยวกับตัวบุคคลอีกเหมือนกัน คือ นะโปเลียนที่ 3

การลงคะแนนประชามติแบบ “เพลบิสซิด” นี้ ในประเทศฝรั่งเศสทำกันบ่อยๆ หลายครั้ง ตั้งแต่สมัยปฏิวัติใหญ่ แต่โดยทั่วไปแล้วมีลักษณะที่แสดงให้เห็นได้ว่า ต่างกับการออกเสียงประชามติ ถึงแม้ว่าในหลายครั้งการปฏิบัติจะเป็นประชาธิปไตยคือ การให้ประชาชนมาลงคะแนนอย่างมีอิสระเสรี ไม่มีการใช้อิทธิพลหรืออำนาจมีดข่มขู่ ประชาชนมีความสะดวก

¹²ในสวีตเซอร์แลนด์ คำว่า “เพลบิสซิด” (PLEBISCITE) ใช้กันในความหมาย “การออกเสียงประชามติ” แทนที่จะใช้คำว่า “REFERENDUM” เหมือนประเทศอื่นๆ

¹³ศาสตราจารย์ ไพโรจน์ ชัยนาม, สถาบันการเมืองและกฎหมายรัฐธรรมนูญ, โครงการตำราชุดลำดับที่ 5 : คณะกรรมการสัมมนาและวิจัย คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, หน้า 174-175

¹⁴ศาสตราจารย์ไพโรจน์ ชัยนาม, เรื่องเดียวกัน หน้า 175-177

ในการลงคะแนน แต่ก็มิใช่เป็นเรื่องของการให้ความเห็นชอบแก่ร่างกฎหมายธรรมดา หรือร่างรัฐธรรมนูญ มักจะมีเรื่องอื่นแอบแฝงอยู่ไม่มากนัก เช่น เกี่ยวกับการยอมรับนับถือ หรือทำเพื่อบุคคลบางคน มีเรื่องหลายเรื่องรวมกันอยู่ในการที่ราษฎรจะต้องลงคะแนนรวมๆ กันไป ไม่มีทางที่จะแยกได้ว่าเรื่องใดจะรับหรือเรื่องใดไม่รับ บางทีก็เกี่ยวข้องด้วยเกียรติยศเกียรติศักดิ์ของประเทศชาติเป็นส่วนรวม ชอบหรือไม่ชอบก็ต้องยอมรับเอา¹⁵

4) การออกเสียงประชามติที่เกี่ยวกับการให้ความเห็นชอบหรือการแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายต้องมีกฎหมายหรือร่างกฎหมายที่ต้องการแก้ไขเพิ่มเติมเสนอต่อประชาชนด้วย เนื่องจากในการออกเสียงประชามตินั้นประชาชนจำเป็นต้องทราบ และเข้าใจปัญหาอย่างถ่องแท้แน่ชัด เพื่อประชาชนจะได้แสดงความเห็นหรือวินิจฉัยชี้ขาดปัญหาได้ถูกต้องตรงกับเจตนารมย์

ด้วยเหตุดังนี้ ในการเสนอประเด็นปัญหาเพื่อสอบถามความเห็นของประชาชน จึงต้องมีรายละเอียดที่เกี่ยวกับประเด็นปัญหาเสนอต่อประชาชนด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีที่เป็นการออกเสียงประชามติเพื่อขอความเห็นชอบจากประชาชนต่อการแก้ไขเพิ่มเติมรัฐธรรมนูญ ก็จำเป็นต้องมีร่างรัฐธรรมนูญ (ทั้งฉบับหรือมาตรา) ที่ต้องการแก้ไขเพิ่มเติมเสนอต่อประชาชนด้วย หรือในกรณีที่เป็นการออกเสียงประชามติเพื่อยับยั้งหรือยกเลิกเพิกถอนกฎหมายฉบับใด ก็จำเป็นต้องเสนอกฎหมายดังกล่าวต่อประชาชนด้วยเช่นกัน

อนึ่ง ในการเสนอประเด็นปัญหาเพื่อขอทราบความคิดเห็นของประชาชนนั้น จำเป็นต้องมีคำตอบสำเร็จรูปให้ประชาชนออกเสียงแสดงความเห็นด้วยการเลือกคำตอบ โดยไม่เปิดโอกาสให้ประชาชนคิดคำตอบด้วยตนเอง กล่าวอีกนัยหนึ่ง การออกเสียงประชามติจะต้องไม่เปิดโอกาสให้ประชาชนเสนอทางเลือกใหม่ หรือเสนอคำตอบนอกเหนือจากคำตอบ 3 คำตอบ ที่เสนอให้เลือก คือ “เห็นด้วย” “ไม่เห็นด้วย” และ “ไม่มีความเห็น”

การออกเสียงประชามติจึงต่างกับ “การไต่สวนสาธารณะ” หรือ “ประชาพิจารณ์” (PUBLIC HEARING) ที่เปิดโอกาสให้ประชาชนผู้สนใจได้แสดงความเห็นอย่างอิสระเสรี กล่าวคือประชาชนสามารถแสดงความคิดเห็นที่เป็นข้อเสนอแนะอย่างใดก็ได้

2. บทบาทของสถาบันการออกเสียงประชามติ

บทบาททั่วไปของสถาบันการออกเสียงประชามติที่จัดตั้งขึ้นในประเทศต่างๆ ได้แก่ การส่งเสริมสนับสนุนมหานชนของประเทศ

อย่างไรก็ดี นอกจากบทบาททั่วไปแล้ว สถาบันการออกเสียงประชามติยังมีบทบาทเฉพาะในเรื่องต่อไปนี้¹⁶

- บทบาทในการรับรองความชอบธรรมต่ออำนาจปกครอง
- บทบาทในการถ่วงดุลย์อำนาจ
- บทบาทในการวินิจฉัยชี้ขาด
- บทบาทในการให้ความไว้วางใจ

¹⁵ ศาสตราจารย์ไพโรจน์ ชัยนาม, เรื่องเดียวกัน, หน้า 178

¹⁶ Humon Francis, เรื่องเดิม, หน้า 49

1) บทบาทของสถาบันการออกเสียง
**ประชามติในการรับรองความชอบธรรมต่อ
 อำนาจอปครอง** บทบาทของสถาบันการออกเสียง
 ประชามติดังกล่าวนี้ มีที่มาจากแนวคิดที่ว่าผู้แทน
 ราษฎรมีอำนาจหน้าที่ที่มีขอบเขตจำกัด ผู้แทน
 ราษฎรได้รับเลือกตั้งมาเพื่อให้ปฏิบัติหน้าที่ทาง
 การเมืองที่เป็นเรื่องปกติธรรมดาทั่วไป โดยเฉพาะ
 อย่างยิ่งหน้าที่ทางนิติบัญญัติ กฎหมายที่ผู้แทน
 ราษฎรมีอำนาจหน้าที่ที่พิจารณาและให้ความเห็น
 ชอบนั้น ควรเป็นกฎหมายที่มีเนื้อหาสาระ
 ธรรมดาทั่วไป กล่าวอีกนัยหนึ่ง ผู้แทนราษฎรไม่
 ควรมีอำนาจหน้าที่พิจารณาและวินิจฉัยชี้ขาด
 ปัญหาทางการเมืองที่สำคัญยิ่งของประเทศชาติ
 โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาที่เกี่ยวกับหลักการที่เป็น
 พื้นฐานหรือที่มาของอำนาจหน้าที่ของผู้แทน
 ราษฎร (ปัญหาที่เกี่ยวข้องหลักการตามรัฐธรรมนูญ)
 เนื่องจากว่าปัญหาดังกล่าวอยู่นอกอำนาจหน้าที่
 ของผู้แทนราษฎร แต่ควรเป็นปัญหาที่ให้
 ประชาชนซึ่งเป็นเจ้าของอำนาจอธิปไตยใช้อำนาจ
 ของตนโดยตรงในการวินิจฉัยชี้ขาดปัญหาด้วยการ
ออกเสียงประชามติ

แนวคิดที่ว่าผู้แทนราษฎรไม่ควรม
 อำนาจหน้าที่วินิจฉัยชี้ขาดปัญหาสำคัญของ
 ประเทศชาตินี้ ไม่ได้จำกัดเฉพาะปัญหาที่
 เกี่ยวกับรัฐธรรมนูญเท่านั้น แต่รวมถึงปัญหา
 สำคัญอื่นด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาที่เป็น
 พันธกรณีของประเทศชาติในอนาคต ซึ่งความ
 สำคัญของปัญหาสมควรอย่างยิ่งที่จะได้รับความ
 เห็นชอบจากประชาชน เช่น ปัญหาเกี่ยวกับการ
 ถ่ายโอนอำนาจอธิปไตยของรัฐในบางกรณีให้แก่

องค์การระหว่างประเทศ ปัญหาเกี่ยวกับการทำ
 สนธิสัญญาการเป็นพันธมิตรทางการทหาร ฯลฯ
 อย่างไรก็ตาม มีข้อสังเกตว่า แม้แต่ใน
 ประเทศประชาธิปไตยตะวันตก การตัดสินใจ
 ปัญหาทางการเมืองที่สำคัญยิ่งของประเทศชาติก็
 ไม่ได้กระทำด้วยการรับฟังความคิดเห็นของ
 ประชาชนด้วยการออกเสียงประชามติเสมอไป
 เช่น กรณีที่มีการรวมประเทศของเยอรมนีตะวัน
 ออก และเยอรมนีตะวันตกนั้น รัฐบาลของทั้ง 2
 ประเทศไม่ได้ปรึกษาประชาชนด้วยการจัดให้มี
 การออกเสียงประชามติแต่ประการใด

กรณีตัวอย่างอีกกรณีหนึ่งได้แก่ การทำ
 สนธิสัญญาการเข้าเป็นสมาชิกสหภาพยุโรป
 หรือสนธิสัญญา MAASTRICHT ปรากฏว่าใน
 บรรดา 12 ประเทศที่เป็นภาคีของสนธิสัญญา
 ดังกล่าว มีเพียง 3 ประเทศเท่านั้นที่นำปัญหา
 การเข้าเป็นสมาชิกของสหภาพยุโรปตามสนธิ
 สัญญาดังกล่าวเสนอขอความเห็นจากประชาชน
 ด้วยการออกเสียงประชามติ ทั้งๆ ที่การเข้าเป็น
 สมาชิกของสหภาพยุโรปมีผลกระทบต่ออำนาจอ
 ธิปไตยของชาติ (ตามที่สภารัฐธรรมนูญศาล
 รัฐธรรมนูญ ของฝรั่งเศสเคยให้ความเห็นไว้)

ในบางครั้งความชอบธรรมที่ได้มาจาก
 การออกเสียงประชามติก็ไม่ได้มีความหมายแต่
 ประการใด เห็นได้จากการออกเสียงประชามติที่
 จัดให้มีขึ้นเมื่อ 19 มี.ค. 1991 ในรัสเซียสมัยที่
 ยังเป็นสหภาพโซเวียต เพื่อสอบถามความเห็น
 ของประชาชนว่า สหภาพโซเวียตควรดำรงคงอยู่
 ต่อไปหรือยุบเลิกเสีย

ผลของการออกเสียงประชามติปรากฏว่า ประชาชนจำนวนสามในสี่ของประชาชนที่ออกเสียงประชามติ มีความเห็นว่าควรคงไว้ซึ่งความเป็นสหภาพโซเวียตต่อไป แต่ปรากฏว่าเพียงไม่กี่เดือนหลังจากที่มีการออกเสียงประชามติ ประธานาธิบดีของสหภาพโซเวียตกลับตัดสินใจไปในทางตรงกันข้ามกับผลของการออกเสียงประชามติ ด้วยการยุบเลิกสหภาพโซเวียต

2) บทบาทของสถาบันการออกเสียงประชามติในการถ่วงดุลย์อำนาจปกครอง

ในบางกรณีการออกเสียงประชามติมีบทบาทในการถ่วงดุลย์อำนาจปกครอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการออกเสียงประชามติ ซึ่งมีที่มาจากการริเริ่มของประชาชน (L'INITIATIVE POPULAIRE) เพราะเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนจำนวนหนึ่งตามที่กฎหมายกำหนดไว้ มีสิทธิริเริ่มร้องขอให้มีการออกเสียงประชามติ ซึ่งอาจเป็นการออกเสียงประชามติเพื่อยับยั้งการประกาศบังคับใช้กฎหมายอย่างเช่นกรณีของสวิตเซอร์แลนด์ หรือการออกเสียงประชามติ เพื่อให้มีการยกเลิกกฎหมายอย่างเช่นกรณีของอิตาลี หรือการออกเสียงประชามติเพื่อแก้ไขเพิ่มเติมรัฐธรรมนูญทั้งฉบับหรือบางส่วนอย่างเช่นกรณีของสวิตเซอร์แลนด์

เห็นได้ว่าการออกเสียงประชามติที่เกิดจากการริเริ่มของประชาชนเพื่อระงับยับยั้งการประกาศบังคับใช้กฎหมายก็ดี หรือเพื่อยกเลิกกฎหมายก็ดีล้วนแต่มีอิทธิพลต่อระบบการเมืองการปกครองของรัฐบาลทีเดียว ผลของการ

ออกเสียงประชามติที่ทำให้ประกาศบังคับใช้กฎหมายฉบับใดฉบับหนึ่งไม่ได้หรือทำให้สิ้นผลการบังคับใช้ย่อมเท่ากับเป็นการถ่วงดุลย์ฝ่ายนิติบัญญัติ (ในกรณีที่เป็นกฎหมายของฝ่ายนิติบัญญัติ) และฝ่ายบริหาร (ในกรณีที่เป็นกฎหมายของฝ่ายบริหาร)

ส่วนการออกเสียงประชามติที่เกิดจากการริเริ่มของประชาชนเพื่อแก้ไขเพิ่มเติมรัฐธรรมนูญนั้น ผลของการออกเสียงประชามติที่ทำให้มีการแก้ไขเพิ่มเติมรัฐธรรมนูญ อาจเป็นการจำกัดการใช้อำนาจของผู้ปกครอง เท่ากับเป็นการถ่วงดุลย์อำนาจปกครองนั่นเอง

3) บทบาทของสถาบันการออกเสียงประชามติในการตัดสินใจขาดข้อพิพาทระหว่างองค์กรที่มีอำนาจสาธารณะ เป็นที่ยอมรับกันว่า หลักการที่สำคัญที่สุดของการปกครองแบบประชาธิปไตย ได้แก่ หลักการอำนาจทั้งหลายในรัฐต้องมีที่มาจากประชาชน ดังนั้นในกรณีที่มีข้อขัดแย้งระหว่างองค์กรที่มีอำนาจสาธารณะก็ควรให้ประชาชนเป็นผู้ตัดสินใจขาดด้วยการออกเสียงประชามติ

ด้วยเหตุดังนี้ จึงมีรัฐธรรมนูญของหลายประเทศที่กำหนดให้มีการออกเสียงประชามติในกรณีที่มีข้อขัดแย้งระหว่างองค์กรที่มีอำนาจหน้าที่สาธารณะ

รัฐธรรมนูญไวมาร์ (ค.ศ. 1919) มีบทบัญญัติที่กำหนดถึงความเป็นไปได้ในการออกเสียงประชามติไว้ 2 กรณีด้วยกัน คือ เมื่อมีข้อขัดแย้งระหว่างประธานาธิบดีและรัฐสภาสหพันธ์ และเมื่อมีข้อขัดแย้งระหว่างสภาผู้แทนราษฎรและสภาสูงในการบัญญัติกฎหมาย โดย

ประธานาธิบดีเป็นผู้มีอำนาจตัดสินใจเสนอกฎหมายที่มีข้อขัดแย้งดังกล่าวให้ประชาชนเป็นผู้ตัดสินชี้ขาดด้วยการออกเสียงประชามติ

อย่างไรก็ดี บทบาทของสถาบันการออกเสียงประชามติในการตัดสินชี้ขาดข้อขัดแย้งนี้ในบางกรณีไม่ได้เป็นข้อขัดแย้งระหว่างองค์กรตามรัฐธรรมนูญ แต่เป็นข้อขัดแย้งระหว่างสมาชิกขององค์กร เช่น เมื่อ ค.ศ. 1975 อังกฤษมีการออกเสียงประชามติในกรณีที่พรรคแรงงานและพรรคอนุรักษนิยมมีความเห็นขัดแย้งกันเกี่ยวกับการเข้าเป็นสมาชิกของประชาคมเศรษฐกิจยุโรปของอังกฤษ

4) บทบาทของสถาบันการออกเสียงประชามติในการแสดงให้เห็นว่าประชาชนยังไว้วางใจรัฐบาล รัฐธรรมนูญของบางประเทศกำหนดให้ประมุขแห่งรัฐมีอำนาจริเริ่มร้องขอให้มีการออกเสียงประชามติเพื่อปรึกษาประชาชนเกี่ยวกับนโยบายทางการเมืองทั่วไปได้ (ไม่จำเป็นที่นโยบายดังกล่าวต้องมีความสำคัญยิ่งอย่างเช่น การทำสนธิสัญญาเป็นพันธมิตรทางการทหาร)

นโยบายทางการเมืองทั่วไปที่อาจปรึกษาประชาชนด้วยการจัดให้มีการออกเสียงประชามติ เช่น นโยบายเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม นโยบายเกี่ยวกับปัญหาบางประการของสังคม ฯลฯ ซึ่งรัฐบาลมั่นใจว่าผลของการออกเสียงประชามติ ประชาชนจะเลือกคำตอบว่า “เห็นด้วย” กับปัญหาที่สอบถามความเห็นของประชาชน

การออกเสียงประชามติที่รัฐบาลจัดให้มีขึ้นในลักษณะดังกล่าว วัตถุประสงค์ที่แท้จริงของการออกเสียงประชามติ จึงมิใช่เป็นการปรึกษาขอความเห็นจากประชาชน เพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจของรัฐบาล แต่เป็นการหวังผลในทางจิตวิทยา เพื่อแสดงว่าประชาชนยังให้ความไว้วางใจรัฐบาลอยู่ และยังเป็น การรับรองความชอบธรรมของรัฐบาลในการใช้อำนาจปกครองดำเนินนโยบายที่ประชาชนแสดงความเห็นว่า “เห็นด้วย” อันเป็นบทบาทของสถาบันการออกเสียงประชามติตาม (1) อีกด้วย



บรรณานุกรม

นันทวัฒน์ บรมานันท์. ระบบการออกเสียงแสดงประชามติ : รายงานการวิจัยเพื่อจัดทำข้อเสนอการปฏิรูปการเมืองไทย : 12 เสนอคณะกรรมการพัฒนาประชาธิปไตย. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2538.

ไพโรจน์ ชัยนาม. สถาบันการเมืองและกฎหมายรัฐธรรมนูญ : โครงการตำรา ชุดตำราลำดับที่ 5. กรุงเทพฯ : คณะกรรมการสัมมนาและวิจัย คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2524.

Francis, Hamon. **Le referendum.** Paris : L.G.D.J., 1995.

Guillaume-Hofnung, Michele. **Le referendum.** Paris : Presses Universitaires de France, Collection

“Que sais-je”, 1993.

Joel, Mekhantar. **Droit Politique et Constitutionnel.** Paris : Editions ESKA., 1999.

La Documentation Francaise, Le referendum. Paris : La Documentation Francaise, Collection “Documents d’etudes, 1997.

Suksi, Markku. **Bringing in the people : a comparison of constitutional forms and practices of the referendum.** Dordrecht : Martinus Nijhoff, 1993.

การพัฒนาศรษฐกิจไทยที่บกพร่อง : เหตุสำคัญของวิกฤตเศรษฐกิจไทย

ศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์

"มหัศจรรย์ทางเศรษฐกิจ (Asian Miracle)" เคยเป็นสมญานามที่ประเทศไทยได้รับในอดีต เนื่องจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง ซึ่งทำให้ประเทศไทยถูกยกให้เป็นแบบอย่างในการพัฒนาของประเทศที่กำลังพัฒนา รายได้เฉลี่ยของประชากรในประเทศสูงขึ้นทำให้ประชากรมีคุณภาพชีวิตที่ดี และมีการคาดการณ์ว่าหากอัตราการเจริญเติบโตยังคงต่อเนื่องอยู่ในระดับดังกล่าว เศรษฐกิจไทยอาจจะมีอัตราการเจริญเติบโตเป็นอันดับต้นๆ ของโลกเลยทีเดียว

แต่ภายในเวลาเพียงปีเดียวความรุ่งโรจน์ทางเศรษฐกิจกลับพลิกผันจากหน้ามือเป็นหลังมือกลายเป็นวิกฤตการณ์ที่รุนแรง ส่งผลให้เกิดวิกฤตการณ์ในระดับภูมิภาค และผลกระทบยังลุกลามไปยังประเทศที่อยู่นอกภูมิภาคเอเชียด้วย ผลจากวิกฤตการณ์ทำให้ธุรกิจจำนวนมากต้องปิดตัวลง อัตราการว่างงานเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วงต้น ประชาชนจำนวนมากต้องประสบกับความยากลำบาก ทั้งนี้การอ่อนตัวลงของค่าเงินบาทและการหดตัวอย่าง

รุนแรงของเศรษฐกิจไทย ทำให้ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ(Gross Domestic Product) ลดลงจนเกือบมีมูลค่าเท่ากับ 10 ปีที่ผ่านมา

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ : รากปัญหาของวิกฤต (Defective Human Resource Development: A Major Cause of Thai Economic Crisis)

ประเด็นวิกฤตการณ์เศรษฐกิจที่เริ่มต้นจากประเทศไทยได้ถูกนำมาถกเถียงอย่างกว้างขวางในแวดวงวิชาการระดับนานาชาติ การวิเคราะห์ถึงสาเหตุของวิกฤตการณ์ถูกเผยแพร่ในแง่มุมต่าง ๆ อาทิ ความไม่พร้อมของการเปิดเสรีทางการเงิน การกู้เงินจากต่างประเทศมาลงทุนในกิจการที่ไม่ก่อให้เกิดผลผลิต ความอ่อนแอของระบบสถาบันการเงิน ความไม่โปร่งใสในการให้เงินกู้ของสถาบันการเงิน ความบกพร่องของระบบการกำกับและตรวจสอบสถาบันการเงินของธนาคารกลาง การขาดความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตในประเทศ ฯลฯ

สาเหตุของปัญหาข้างต้นล้วนเป็นประเด็นที่ถูกต้องทั้งสิ้นและควรจะมีการแก้ไข

* ผู้อำนวยการสถาบันอนาคตศึกษาเพื่อการพัฒนา : Ph.D (เศรษฐศาสตร์) , มหาวิทยาลัยมอแนซ ออสเตรเลีย

อย่างครบถ้วน แต่การแก้วิกฤตการณ์ต้องลงลึกไปถึงรากของปัญหาอย่างแท้จริงด้วย เพื่อที่จะนำไปสู่ทางออกในการป้องกันและแก้ไขปัญหาย่างยั่งยืนต่อไปในอนาคต โดยรากปัญหาที่จะต้องถูกแก้ไขอย่างชุกครากถอนโคนก็คือ "ความบกพร่องในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์" ซึ่งในบทความนี้ไม่ได้มีความหมายเพียงปัญหาในระบบการศึกษาหรือการฝึกอบรมแรงงานเท่านั้นแต่กินความหมายกว้างขวางกว่านั้น โดยจะยกเฉพาะประเด็นสำคัญๆ ของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่เป็นรากปัญหาของวิกฤตเศรษฐกิจ ได้แก่

รากปัญหาในระบบการศึกษา

การศึกษาขั้นพื้นฐานเน้นปริมาณแต่ขาดคุณภาพ

แม้ว่าประเทศไทยจะสามารถพัฒนาระบบการศึกษาจนทำให้ประชาชนในประเทศเกือบทั้งหมดมีการศึกษาในชั้นประถมศึกษา ซึ่งมีความสามารถในการอ่านออกเขียนได้ แต่สัดส่วนแรงงานที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาขึ้นไปกลับมีอยู่เพียงร้อยละ 21 เท่านั้น ยิ่งไปกว่านั้นคุณภาพของผลผลิตทางการศึกษาขั้นพื้นฐานยังต่ำมาก เนื่องจากระบบการเรียนการสอนเป็นแบบท่องจำ นักเรียนไม่ได้ถูกฝึกให้คิดเป็น และผู้ที่ศึกษาขั้นพื้นฐานไม่ได้มีทักษะที่จำเป็นสำหรับการทำงานและการดำเนินชีวิตอย่างเพียงพอ เช่น ขาดความสามารถในการทำงานร่วมกัน ขาดทักษะการสื่อสารและการแก้ไขปัญหา เป็นต้น สาเหตุที่สำคัญประการหนึ่งคือครูไม่ใช่คนเก่งที่สุดของสังคมทำให้ไม่สามารถถ่ายทอด

ทอดความคิดและทักษะให้แก่นักเรียนได้ ด้วยเหตุนี้แรงงานส่วนใหญ่ที่มีอยู่ในประเทศจึงมีขีดความสามารถต่ำ และการยกระดับขึ้นไปสู่แรงงานที่มีฝีมือสูงขึ้นเป็นไปได้ยาก สภาพดังกล่าวทำให้ระบบเศรษฐกิจประสบความยากลำบากในการพัฒนาไปสู่การใช้เทคโนโลยีขั้นสูงขึ้นได้ เพราะขาดแคลนแรงงานที่จะรองรับ

อาชีวศึกษาไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด

ผลผลิตจากการศึกษาระดับอาชีวศึกษามีคุณภาพไม่ตรงความต้องการของตลาดแรงงาน นักศึกษาขาดทักษะที่จำเป็นหลายด้าน โดยเฉพาะทักษะการเขียน ทักษะในการใช้ภาษาต่างประเทศ หรือแม้แต่ทักษะในด้านวิชาชีพก็ตาม ซึ่งสาเหตุเนื่องมาจากความไม่เข้าใจในหลักการจัดการศึกษาเพื่ออาชีพ การขาดการเชื่อมโยงระหว่างสถานศึกษากับหน่วยธุรกิจและอุตสาหกรรม การขาดแคลนบุคลากรผู้สอนทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ การขาดแคลนเครื่องมือและอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัย และการขาดการสร้างมาตรฐานการศึกษา ผลผลิตจากอาชีวศึกษาจึงไม่สามารถตอบสนองความต้องการของภาคธุรกิจได้ ภาคธุรกิจจึงต้องสูญเสียค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมบุคลากรที่เข้าทำงานใหม่เพิ่มขึ้น ทำให้ต้นทุนการดำเนินงานเพิ่มสูงขึ้นและส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ

อุดมศึกษาไม่เพียงพอในสาขาที่จำเป็น

ผู้มีโอกาสเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาในปี 1997 มีเพียงร้อยละ 16.4 ของ

ประชากรวัยเรียน ซึ่งต่ำมากเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศเกาหลีใต้ซึ่งมีสัดส่วนกว่าร้อยละ 50 ญี่ปุ่นร้อยละ 40 และสิงคโปร์ร้อยละ 35 ยิ่งไปกว่านั้นจำนวนของผู้ที่ศึกษาด้านศิลปศาสตร์หรือสังคมศาสตร์ยังมากกว่าด้านวิทยาศาสตร์หรือวิทยาศาสตร์ประยุกต์โดยคิดเป็นสัดส่วนถึง 78 ต่อ 22 ส่งผลทำให้ประเทศไทยขาดแคลนบุคลากรทางด้านวิศวกรรมศาสตร์ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเป็นจำนวนมาก โดยประมาณว่าประเทศไทยมีนักวิทยาศาสตร์และวิศวกรเพียง 261 คนต่อประชากร 1 ล้านคน ในขณะที่เกาหลีใต้และสิงคโปร์มีมากกว่า 2,500 และจีนมีอยู่ถึง 350 คนต่อประชากร 1 ล้านคน ซึ่งการขาดแคลนบุคลากรเช่นนี้นับเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาประเทศ โดยเฉพาะการพัฒนาไปสู่การเป็นประเทศอุตสาหกรรม

รากปัญหาในระบบแรงงาน

การฝึกอบรมแรงงานไม่ได้รับความสำคัญ

บริษัทและสถานประกอบการในประเทศไทยส่วนใหญ่จะละเลยและไม่เห็นความสำคัญของการพัฒนาบุคลากร การฝึกอบรมพนักงานจะทำอย่างเป็นระบบเฉพาะในธุรกิจขนาดใหญ่เท่านั้น ในขณะที่สถานประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางไม่ได้มีการจัดการฝึกอบรมมากเพียงพอ หรือแทบไม่มีการฝึกอบรมบุคลากรของตนเองเลย ทั้งนี้เนื่องจากต้นทุนที่ใช้สำหรับการฝึกอบรมค่อนข้างสูงในขณะที่ไม่สามารถให้ผลประโยชน์ตอบแทนในระยะสั้น ทำให้กิจการขนาดกลางและขนาดเล็กไม่มีกำลัง

เพียงพอที่จะดำเนินการดังกล่าวได้ ดังนั้นเมื่อบุคลากรส่วนใหญ่ไม่ได้รับการฝึกอบรมและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จึงส่งผลทำให้ผลผลิตภาพของแรงงานต่ำและทำให้ผลผลิตภาพโดยรวมต่ำลงด้วย นอกจากนี้การขาดการพัฒนาทักษะฝีมือแรงงานทำให้ผลผลิตไม่มีการพัฒนาทางด้านรูปแบบและคุณภาพ ส่งผลทำให้สินค้าไม่ได้มูลค่าเพิ่มมากนัก ด้วยเหตุนี้ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจในประเทศไทยจึงด้อยลงเรื่อยๆ

ค่าตอบแทนแรงงานในสาขาที่ขาดแคลนไม่สอดคล้องกับผลผลิตภาพ

ความขาดแคลนบุคลากรในบางสาขาทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายของแรงงานและบุคลากรในระบบเศรษฐกิจ ส่งผลกระทบกลายเป็นปัญหาประสิทธิภาพการจัดสรรบุคลากรในภาพรวม และการเคลื่อนไหวของค่าตอบแทนของสาขาอาชีพที่ขาดแคลนตามกลไกราคาส่งผลต่อต้นทุนการผลิตและการดำเนินงานของธุรกิจที่ไม่สอดคล้องกับประสิทธิภาพที่แท้จริงของบุคลากร ในขณะที่บุคลากรที่อยู่ในสาขาที่ขาดแคลนไม่มีแรงจูงใจในการพัฒนาตนเองเนื่องจากไม่มีคู่แข่งมากนัก

นอกจากนั้น ผู้สำเร็จการศึกษาด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และวิศวกรรมศาสตร์จำนวนมากย้ายไปทำงานด้านการเงิน ขายประกัน การตลาด อสังหาริมทรัพย์ ฯลฯ ในช่วงเวลาที่เศรษฐกิจเฟื่องฟูเนื่องจากได้ผลตอบแทนสูงกว่า ทำให้ผลผลิตจากการศึกษาสูญเปล่าไปเป็นจำนวนมากเนื่องจากบุคลากรทำงานไม่ตรงสาขาที่สำเร็จการศึกษามา นอกจากนั้นยังทำให้ขาดแคลนบุคลากรด้านวิทยาศาสตร์

เทคโนโลยี และวิศวกรรมศาสตร์มีรุนแรงมากขึ้นไปอีก ซึ่งการขาดแคลนดังกล่าวทำให้ค่าตอบแทนของบุคคลากรในสาขาดังกล่าวยิ่งปรับตัวสูงขึ้น จนทำให้สถานประกอบการมีต้นทุนในการจ้างบุคคลากรเหล่านี้สูงกว่าประสิทธิภาพและผลิตภาพมาก

ในช่วงเวลาที่เศรษฐกิจไทยขยายตัวอย่างรวดเร็วเนื่องจากการใช้ความได้เปรียบจากค่าแรงงานราคาถูก แรงงานภาคการเกษตรที่มีค่าแรงราคาถูกกว่าไม่สามารถเคลื่อนย้ายมาสู่ภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากข้อมูลเกี่ยวกับแรงงานไม่ดี ประกอบกับการที่แรงงานบางส่วนไม่ต้องการย้ายมาทำงานในภาคอุตสาหกรรมแม้จะได้ผลตอบแทนสูงกว่าก็ตาม ทำให้การเคลื่อนย้ายแรงงานไม่เป็นไปตามกลไกตลาด ส่งผลทำให้ภาคการผลิตอุตสาหกรรมในเมืองขาดแคลนแรงงาน ต้นทุนแรงงานจึงมีราคาเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ในขณะที่การพัฒนาผลิตภาพของแรงงานถูกละเลย ค่าแรงจึงเพิ่มขึ้นเร็วกว่าผลิตภาพของแรงงาน และทำให้ความได้เปรียบด้านต้นทุนแรงงานลดลงเรื่อยๆ

ระบบแรงงานของรัฐขาดแรงจูงใจในการพัฒนาผลิตภาพบุคคลากร

การจ้างงานในระบบราชการเป็นระบบที่ไม่ก่อให้เกิดแรงจูงใจในการพัฒนาผลิตภาพของบุคคลากร เนื่องจากผลตอบแทนของการทำงานต่ำกว่าค่าจ้างของภาคเอกชนมาก ส่งผลทำให้เกิดปรากฏการณ์สมองไหลของบุคคลากรที่มีความสามารถไปสู่ภาคเอกชน ระบบการให้ความดีความชอบที่ไม่ได้วัดตามผลงานทำให้

บุคคลากรไม่มีแรงจูงใจในการพัฒนาตนเอง และบุคคลากรที่ไม่มีประสิทธิภาพก็ยังสามารถฝังตัวอยู่ในระบบราชการได้ นอกจากนี้โครงสร้างและกฎระเบียบของราชการ การรวบอำนาจการตัดสินใจสู่ส่วนกลางและอยู่ที่ผู้บริหารระดับสูง ทำให้ผู้ปฏิบัติงานมีบทบาทหน้าที่เพียงแค่การเชื่อฟังทำตามคำสั่งมากกว่าการฝึกทักษะการคิดพิจารณา ด้วยเหตุที่ข้าราชการซึ่งมีความรู้ความสามารถด้อยกว่าบุคคลากรในภาคเอกชนจึงกลายเป็นตัวถ่วงการพัฒนาของธุรกิจและเศรษฐกิจในภาพรวม

รากปัญหาในระบบการวิจัยและพัฒนา

ตลอดระยะเวลาของการพัฒนาประเทศ ประเทศไทยไม่ได้ให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนา เนื่องจากความสามารถในการแข่งขันตั้งอยู่บนข้อได้เปรียบทางด้านแรงงานราคาถูกและทรัพยากรที่มีอย่างอุดมสมบูรณ์ ทำให้ในอดีตไม่มีแรงผลักดันที่ทำให้ไทยต้องพัฒนาการวิจัยและพัฒนา ประกอบกับการซื้อเครื่องจักรหรือเทคโนโลยีจากต่างประเทศ รวมทั้งการลอกเลียนเทคโนโลยีของต่างประเทศก็มีต้นทุนที่ถูกกว่าและง่ายกว่าการพยายามพัฒนาเทคโนโลยีของตนเอง ซึ่งต้องใช้ต้นทุนที่สูงมากแต่ให้ผลตอบแทนช้า ดังนั้นธุรกิจขนาดกลางและเล็กในประเทศไทยจึงแทบไม่มีการวิจัยและพัฒนาในองค์กรเลย ในขณะที่ธุรกิจใหญ่ในประเทศก็ยิ่งขาดศักยภาพในการวิจัยและพัฒนาเนื่องจากขาดแคลนบุคคลากรที่มีความสามารถในการวิจัยและพัฒนาเพื่อประโยชน์ในเชิงพาณิชย์

การลงทุนเพื่อการวิจัยและพัฒนาในประเทศไทยมีสัดส่วนน้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศเพื่อนบ้าน การวิจัยและพัฒนาในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นการลงทุนของรัฐ ในขณะที่การวิจัยและพัฒนาของเอกชนมีสัดส่วนที่ต่ำ โดยเฉพาะงานวิจัยทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมีสัดส่วนที่ต่ำมาก แต่ถึงกระนั้นงานวิจัยที่เกิดขึ้นก็ไม่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ในเชิงพาณิชย์ เนื่องจากขาดการประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐ สถาบันการศึกษาและภาคเอกชนในการทำวิจัยและพัฒนาาร่วมกัน ดังนั้นภาคการผลิตของไทยส่วนใหญ่จึงเป็นเพียงการนำเข้าวัตถุดิบและสินค้าทุนจากต่างประเทศมาประกอบเป็นสินค้าเพื่อส่งออก โดยที่ประเทศไทยได้ส่วนต่างของกำไรเพียงเล็กน้อยเท่านั้น

การที่ภาครัฐและเอกชนไม่ให้ความสนใจในการวิจัยและพัฒนาเป็นเหตุให้ทรัพยากรบุคคลที่เกี่ยวข้องไม่ได้รับการพัฒนาในด้านความรู้ ความคิด และสติปัญญา รวมทั้งทำให้มีความต้องการนักวิจัยอาชีพค่อนข้างน้อย อันส่งผลให้ค่าตอบแทนของงานวิจัยและพัฒนาไม่สูงมากนัก ประเทศไทยจึงมีนักวิจัยในสัดส่วนเพียง 2 คนต่อประชากร 10,000 คน ในขณะที่ประเทศอุตสาหกรรมใหม่มีนักวิจัยสูงถึง 30-50 คนต่อประชากร 10,000 คน นอกจากนี้อาจารย์ในมหาวิทยาลัยส่วนใหญ่ไม่ได้รับการสนับสนุนด้านงบประมาณจึงละเลยบทบาทในการทำวิจัย ทำให้อาจารย์มหาวิทยาลัยขาดการพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ๆ โดยเฉพาะความรู้ที่ประยุกต์อย่างเหมาะสมกับบริบทท้องถิ่นของ

ไทย อันเห็นเหตุให้นักศึกษาไม่ได้รับความรู้ที่ทันพรมแดนความรู้อย่างแท้จริง

รากปัญหาในระบบวัฒนธรรม

ในหนังสือ "กระบวนทัศน์วัฒนธรรม "ต้นตอ" เศรษฐกิจถดถอย" ได้มีการวิเคราะห์ถึงรากวัฒนธรรมในสังคมไทยที่เป็นสาเหตุของวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจในปัจจุบัน เช่น "วัฒนธรรมรวยทางลัด" ปรากฏให้เห็นเช่นการที่ประชาชนทุกระดับของสังคมไทยชอบเล่นหวย เล่นการพนัน เช่นเดียวกับการซื้อขายหุ้นในตลาดหลักทรัพย์ที่ถูกใช้ให้เป็นการเก็งกำไรเพื่อหวังรวยเร็วจนทำให้เศรษฐกิจของชาติล่มจม "วัฒนธรรมใช้จ่ายสุรุ่ยสุร่าย" คนไทยมีนิสัยฟุ้งเฟ้อฟุ่มเฟือย นิยมเที่ยวเมืองนอก ใช้ของนอก ใช้จ่ายเกินตัว ทำให้ประเทศชาติขาดดุลทางการค้าและเกิดการขาดดุลบัญชีเดินสะพัด ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ถูกโจมตีค่าเงินบาทในที่สุด "วัฒนธรรมอุปถัมภ์" การให้สินเชื่อกองสถาบันการเงินกับพวกพ้องของผู้บริหารหรือนักการเมือง โดยไม่มีหลักประกันเงินกู้ที่เพียงพอ ส่งผลทำให้เกิดปัญหาหนี้เสียและลูกกลมกลายเป็นวิกฤตสถาบันการเงิน "วัฒนธรรมธนานิยม" การให้คุณค่าของเงินสูงมากจนยอมแลกกับการทำสิ่งที่ผิด โดยเฉพาะการคอร์รัปชันของนักการเมืองและข้าราชการ และการละเมิดลิขสิทธิ์ทางปัญญา เป็นต้น

สภาพสังคมยังหล่อหลอมให้คนไทยมีลักษณะชีวิตบางประการที่ส่งผลเสียต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของชาติ เช่น รักสนุก รักสบาย ไม่ชอบทำงานหนัก ไม่รักการเรียนรู้ ขาดความ

ชยัน ไม่ตรงต่อเวลา ขาดวินัย ขาดความรับผิดชอบ การไม่กล้าแสดงความคิดเห็น ขาดความมุ่งมั่น ขาดวิสัยทัศน์ ขาดความสามารถในการทำงานเป็นทีม การไม่ทำดีเลิศ เป็นต้น ประเด็นต่างๆ เหล่านี้เป็นรากแก้วของปัญหาทั้งหมดที่เกิดขึ้นในสังคมไทย ซึ่งหากไม่ได้รับการแก้ไขอย่างจริงจัง เศรษฐกิจไทยจะไม่สามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้สูงขึ้นได้ และมีความเป็นไปได้ที่วิกฤตการณ์จะหวนกลับมาอีกครั้งในอนาคต

ปฏิรูปครบวงจร : ทางออกที่ยั่งยืน

(Full Cycle Reform: Sustainable Wayout)

ความอ่อนแอทั้งด้านความรู้ความสามารถและด้านลักษณะชีวิตของคนในประเทศส่งผลให้การพัฒนาประเทศด้านต่างๆ ล้าหลังและนับวันจะยิ่งไม่สามารถแข่งขันกับประเทศอื่นๆ ได้ ฉะนั้นสิ่งสำคัญที่ประเทศไทยต้องดำเนินการอย่างเร่งด่วนในเวลานี้ก็คือ การหาแนวทางการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพและพัฒนาได้อย่างยั่งยืน ซึ่งแนวทางการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์จะประสบความสำเร็จได้ จำเป็นต้องมีการปฏิรูปด้านต่างๆ ที่เป็นอุปสรรคอย่างครบวงจร ทั้งการปฏิรูปคน ปฏิรูประบบ และปฏิรูปบริบทที่มีส่วนเกี่ยวข้องไปพร้อมๆ กัน ไม่ว่าจะเป็นด้านการศึกษา ด้านการเมือง ด้านวิทยาศาสตร์ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านกฎหมาย ฯลฯ

การปฏิรูปทางการเมือง ต้องเป็นแกนนำในการแก้ไขวิกฤตการณ์อย่างยั่งยืน ผู้บริหารประเทศต้องแสดงท่าทีที่จริงจังในการผลักดัน

และสนับสนุนการปฏิรูปด้านต่างๆ อย่างครบถ้วน รวมทั้งปกครองประเทศโดยใช้หลักการธรรมาภิบาล (good governance) เพื่อลดปัญหาการฉ้อราษฎร์บังหลวง และเปิดช่องให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการตรวจสอบการบริหารประเทศมากขึ้น

การปฏิรูประบบเศรษฐกิจ เป้าหมายการพัฒนาเศรษฐกิจต้องเป็นไปเพื่อประโยชน์แก่คนส่วนรวม โดยการกระจายรายได้ประชาชาติให้ทั่วถึง ไม่รวมศูนย์ความมั่งคั่งไว้กับคนส่วนน้อย แต่ต้องทำให้คนส่วนใหญ่พ้นขีดความยากจนและอยู่ได้อย่างมั่นคงเหมาะสมตามสถานภาพ และพัฒนาเศรษฐกิจทั้งระบบให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันให้กับประชาชน โดยการปรับโครงสร้างด้านการผลิต การสร้างความแข็งแกร่งให้กับสถาบันการเงิน การยกระดับฝีมือแรงงาน การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เป็นต้น เพื่อให้ประชาชนทุกระดับทั้งผู้ประกอบการ กลุ่มผู้บริหาร กลุ่มผู้ใช้แรงงาน ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องให้สามารถปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปได้ในโลกอนาคต

การปฏิรูปการศึกษา นับเป็นพื้นฐานของการแก้ไขวิกฤตการณ์ การศึกษาจำเป็นต้องขยายโอกาสออกไปให้ประชาชนส่วนใหญ่ได้รับการศึกษาสูงขึ้น การเปิดโอกาสให้ภาคเอกชนมีส่วนร่วมและเป็นแกนนำในการจัดการศึกษามากขึ้นเพื่อให้ผลผลิตทางการศึกษาสอดคล้องกับความต้องการของธุรกิจมากขึ้น การเปลี่ยนแปลงระบบการเรียนการสอนให้เด็กเป็นศูนย์กลาง เพื่อให้เด็กได้รับการพัฒนาความคิดมาก

กว่าการท่องจำ การปรับเกณฑ์การขึ้นเงินเดือนของครูโดยคำนึงถึงการสร้างสรรค์ผลงานทางวิชาการด้วย และปรับบัญชีเงินเดือนของครูอาจารย์ให้สูงขึ้นเพื่อให้มีส่วนจูงใจให้มีการแข่งขันในการประกอบวิชาชีพครูเพิ่มขึ้นซึ่งผลทางอ้อมให้เกิดการคัดเลือกเพื่อให้ได้กลุ่มคนที่มีความสามารถระดับสูงมาเป็นครู นอกจากนี้การผลักดันสถาบันอุดมศึกษาออกนอกระบบราชการก็มีความจำเป็นเพื่อให้ในการบริหารสถาบันอุดมศึกษามีความคล่องตัว เป็นต้น

การปฏิรูปวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี รัฐบาลควรใช้วิธีที่ขอเรียกว่า “ยุทธศาสตร์กระโดดข้าม” (Leap across Strategy) สำหรับการพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยการตั้งวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนในการพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีด้านใดด้านหนึ่งอย่างเฉพาะเจาะจง ซึ่งควรเป็นด้านที่ไทยมีศักยภาพที่จะพัฒนาสู่ระดับโลกได้ในอนาคต จากนั้นจึงให้ทุนกับบุคลากรกลุ่มหนึ่งที่มีสติปัญญาดีเพื่อไปศึกษาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีด้านดังกล่าวจากผู้เชี่ยวชาญทั่วโลก แล้วสนับสนุนให้กลับมาทำงานวิจัยและพัฒนาในสาขาดังกล่าว รวมทั้งมีระบบจูงใจ (incentives) เพื่อสนับสนุนการถ่ายทอดเทคโนโลยี (technology transfer) การสนับสนุนแหล่งเงินทุนในการวิจัยและพัฒนา และการปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิต

การปฏิรูปกฎหมาย โดยการปรับปรุงกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อป้องกันการลอกเลียนแบบและจูงใจให้คนคิดค้นนวัตกรรมมากขึ้น

การปฏิรูปสังคม เพื่อสร้างค่านิยมและวัฒนธรรมที่ดีและเอื้ออำนวยต่อการพัฒนาประเทศ ทั้งนี้ภาคต่างๆ ในสังคมต้องมีส่วนในการปฏิรูป โดยเฉพาะผู้นำประเทศ นักการเมือง ผู้นำชุมชน ครูบาอาจารย์ ศิลปิน สื่อมวลชนและผู้นำครอบครัว ต้องเป็นแบบอย่างและร่วมกันเผยแพร่และปลูกฝังค่านิยมที่ดี คนในสังคมและชุมชนร่วมสร้างวัฒนธรรมที่ส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ เช่น วัฒนธรรมการออม วัฒนธรรมการทำงานหนัก ขยันขันแข็ง วัฒนธรรมการแสวงหาความรู้ เป็นต้น

วิกฤตการณ์นับเป็นโอกาสที่ดีที่สุดสำหรับการเปลี่ยนแปลงประเทศไทย โดยการแก้ไขที่รากของปัญหาเพื่อเริ่มต้นศตวรรษใหม่ด้วยพื้นฐานของทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพ ทั้งนี้ทั้งนั้นทุกฝ่ายในสังคมต้องตระหนักถึงความสำคัญและร่วมมือกันในการผลักดันเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างสัมฤทธิ์ผล และเป็นการเปลี่ยนแปลงที่ทำให้เกิดการเติบโตของเศรษฐกิจและสังคมไทยอย่างเข้มแข็งและยั่งยืน ❖❖

บรรณานุกรม

- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. **กระบวนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อความเป็นเลิศ**. กรุงเทพฯ : คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล, 2542.
- “กระบวนการทัศนวัฒนธรรมที่ก่อให้เกิดปัญหาเศรษฐกิจถดถอย” บรรยายใน **การสัมมนาการเสริมสร้างศักยภาพสภาวัฒนธรรมจังหวัด, โรงแรมเมอริลินพัทธา จังหวัดชลบุรี, 10 พฤศจิกายน 2540**. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, 2540.
- **กระบวนการทัศนวัฒนธรรมไทย : ต้นตอ เศรษฐกิจถดถอย**. กรุงเทพฯ : ชัคเซสมิเดีย, 2542.
- **คิดค้นเพื่อชาติ : กรอบความคิดวาระการวิจัยแห่งชาติ**. กรุงเทพฯ : ชัคเซสมิเดีย, 2543.
- “ไทยต้องใช้ยุทธศาสตร์ “ก้าวกระโดด” ส่งคนดักดวงความรู้อ่อนภาคชาติ.” **สยามรัฐ**. 15 กุมภาพันธ์ 2543, หน้า 4.
- “นโยบายกระโดดข้าม...จีเอ็มโอ.” **ฐานเศรษฐกิจ**. 15 ธันวาคม 2542, หน้า 9.
- **ปฏิรูปครบวงจร : สู่ยุคเรืองรองของเมืองไทย**. กรุงเทพฯ : ชัคเซสมิเดีย, 2540.
- “ประเทศไทยกับปัญหาจีเอ็มโอ” ใน **รายการวิทยุอินเวสเตอร์ไกด์ ทางสถานีวิทยุ FM. 97, 9 ธันวาคม 2542**.
- “มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ : ทางเลือกและการเตรียมการของสถาบันราชภัฏ” บรรยายใน **การประชุมนิเทศอาจารย์ในการเปิดภาคการศึกษา, สถาบันราชภัฏพระนครศรีอยุธยา, 26 ตุลาคม 2542**. พระนครศรีอยุธยา : สถาบันราชภัฏพระนครศรีอยุธยา, 2542.
- “วิสัยทัศน์เพื่อความเป็นเลิศของครู” บรรยายใน **การสัมมนาองค์กรสมาชิกศูนย์สมาคมวิชาชีพครู, โรงแรมดิเอ็มเมอรัล กรุงเทพฯ, 25 กรกฎาคม 2540**. กรุงเทพฯ : ม.ป.ส., 2540.

..... ศึกษิตแห่งศตวรรษที่ 21 : แนวคิดปฏิรูปการศึกษาไทย. กรุงเทพฯ :
ซัคเซสมี่เดีย, 2539.

นโยบายและแนวทางการวิจัยของชาติ ฉบับที่ห้า (พ.ศ.2540-2544). กรุงเทพฯ
: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและ
สิ่งแวดล้อม, 2540.

แผนพัฒนาการศึกษาแห่งชาติ ฉบับที่ 8 (พ.ศ.2540-2544). กรุงเทพฯ : สำนัก
งานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2539.

Chalongphob Susangkarn. **Education, Labour Markets and Economic Development
: Policy Simulation Research Report no.1-2 TDRI Year-end Conference.**
Bangkok : Thailand Development Research Institute, 1991.

Middleton, John and Tzannatos, Zafiris. "Skill for Competitiveness." In
**Conference on Thailand's Dynamic Recovery and Competitiveness, UNCC,
Bangkok, 20-21 May 1998.** Bangkok : UNCC, 1998.

ธรรมชาติของความเครียดในที่ทำงาน

* เกื้อจิตร์ ชีระกาญจน์

สถานการณ์เศรษฐกิจของประเทศไทย ในขณะนี้ ได้รับคำชมจาก IMF (International Monetary Fund) ว่าเป็นประเทศที่สามารถแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจซึ่งอยู่ในภาวะวิกฤต ให้ฟื้นตัวได้อย่างรวดเร็วจนอยู่ในระดับแนวหน้า คำชมดังกล่าวที่หลายฝ่ายชื่นชม ถ้าหากเราไม่เข้าข้างตัวเองมากจนเกินไปเราก็จะรู้ว่าสภาพเศรษฐกิจในขณะนี้ยังไม่เป็นที่น่าไว้วางใจมากนัก ปัญหาคนว่างงานยังมีอยู่เป็นจำนวนมาก การปรับลดพนักงานของธุรกิจทุกขนาดไม่ว่าจะเป็นธุรกิจขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ ยังเกิดขึ้นอยู่ทั่วไป ใครที่ได้รับผลกระทบเหล่านี้ ต้องปรับตัว ปรับสภาพจิตใจจากความเครียด (stress) ที่เข้ามาเยือน หากควบคุมไม่ดี หรือไม่เคยเผชิญสถานการณ์เช่นนี้มาก่อนอาจส่งผลกระทบต่อเนื้อทั้งกับตัวเองและผู้ใกล้ชิดได้อย่างมหาดศาล ความจริงปรากฏการณ์ความเครียดสามารถเกิดขึ้นได้ทุกที่มีคนอยู่ ดังนั้นแม้ผู้ที่ยังมีงานทำในที่ทำงานก็อาจเผชิญกับความเครียดได้เช่นกัน ในบทความนี้จะนำเสนอธรรมชาติ

ของความเครียด ตัวแบบความเครียด ผลกระทบของความเครียดต่อบุคลิกภาพทั้งในด้านพฤติกรรมและโรคภัยที่ติดตามมา และวิธีการจัดการกับความเครียด

ลักษณะของความเครียด

ความเครียดเป็นปรากฏการณ์ทางอารมณ์อย่างหนึ่งที่เกิดขึ้นได้กับทุกเพศ ทุกวัย และทุกระดับในชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะวิถีชีวิตของคนทำงานมักมีปัจจัยหลายด้านที่มีแนวโน้มก่อให้เกิดความเครียดได้ง่าย นอกจากนั้นคนที่เครียดมากหรือน้อยยังขึ้นอยู่กับว่าเป็นนักสะสมความเครียดหรือไม่ กล่าวได้ว่าบุคคลแต่ละคนมีการรับรู้เรื่องความเครียดแตกต่างกัน เมื่อกล่าวถึงธรรมชาติของความเครียดจะมีมุมมองในสองเรื่องคือ ตัวที่ทำให้เกิดความเครียด หรือแหล่งของความเครียดและการตอบสนองต่อความเครียด

ซึ่งทั้ง 2 มุมมองจะเกี่ยวข้องกับรูปแบบทางจิตวิทยาและชีววิทยา (set of psychological and biological patterns), (Kaplan, Sallis, A Patterson, 1993)

การศึกษาในเรื่องความเครียดนั้น เริ่มต้นจาก Hans Selye (Seel-yay) (Mc Mahon & Mc Mahon, 1986) นักจิตวิทยาที่ทำการทดลองในช่วงปี ค.ศ. 1930 - 1950 ที่ selye เรียกว่า General Adaptation Syndrome (GAS) ซึ่งหมายถึงกระบวนการโดยทั่วไปในการปรับปรุงหรือปรับตัว ต่อความเครียดของสิ่งมีชีวิตผ่านอาการ (syndrome) ต่างๆ ซึ่งแบ่งเป็น 3 ระยะ คือ ระยะที่ 1 ระยะสัญญาณเตือน (Alarm Reaction) ระยะที่ 2 ระยะต่อต้าน (Stage of Resistance) และระยะที่ 3 ระยะปลดปล่อย (Stage of Exhaustion)

ระยะที่ 1 ระยะสัญญาณเตือน เป็นระยะที่ร่างกายจะส่งสัญญาณฉุกเฉิน (Emergency Signal) เพื่อปลุกระบบประสาทในการเตรียมตัวเพื่อรับสถานการณ์ เป็นปฏิกิริยา flight - or - fight reaction ระบบประสาทอัตโนมัติ (Sympathetic Nervous System) จะทำงานโดยการขับฮอร์โมนจากต่อมเอนโดครีน (Sherman & Bohlander, 1992) ซึ่งจะแสดงออกมาทางร่างกาย จิตใจ หรือพฤติกรรม เช่น เกิดการตึงตัวของกล้ามเนื้อ อัตราการเผาผลาญพลังงานเพิ่มขึ้น ความดันโลหิตและอัตราการเต้นของหัวใจเพิ่มขึ้น (Cocchio, 1991) มีอาการตื่นเต้นตกใจ ประหม่า ว้าวุ่น (พลู เดชะรินทร์, 2536) หรือมีอาการเตือนเมื่อเครียด โดยสังเกตความเปลี่ยนแปลงในเรื่อง

การกินอยู่หลับนอน และ การทำกิจวัตรประจำวัน เช่น เบื่ออาหาร นอนไม่หลับ มีนงเวลาทำงาน คิดอะไรไม่ออกและอารมณ์ไม่ผ่องใส โดยเฉพาะเวลาที่ควรจะสนุกสนานเฮฮา กลับไม่รู้รู้สึกสนุกสนานเท่าที่ควร (กรมสุขภาพจิต, 2541)

ระยะที่ 2 ระยะต่อต้าน เป็นช่วงที่บุคคลได้สติและรับรู้ ว่าตนได้เกิดความเครียดขึ้นแล้ว ก็พยายามหาทางออกให้กับตนเอง เพื่อผ่อนคลายความตึงเครียด และทำการรักษาสมดุลโดยการกระทำเพื่อต่อสู้ หรือต้านทานสิ่งคุกคามที่ก่อให้เกิดความเครียด ถ้าทำได้สำเร็จร่างกายก็จะเข้าสู่ภาวะสมดุลปกติ ทั้งทางร่างกายและจิตใจ แต่ถ้าทำได้เพียงบางส่วน นั้นย่อมแสดงว่ายังมีความกดดันอยู่ มันอาจจะก่อให้เกิดความเครียดเกิดขึ้นมาอีก ซึ่งถูกสะสมเอาไว้ ไม่สามารถปลดปล่อยความเครียดได้ทั้งหมดซึ่ง อนันนยช ได้ให้ข้อเสนอไว้ในหนังสือเคล็ดลับพิชิต ความเครียด 65 ขั้นตอน ไว้สำหรับต่อสู้กับความเครียด ให้ผู้ที่เครียดได้ลองปฏิบัติด้วยตนเอง ซึ่งก็อยู่ในระยะที่ 2 นี้ แต่ถ้าความเครียดนั้นยังคงมีอยู่ มันก็จะสืบคลานเข้าสู่ระยะต่อไป (อนันนยช 2541)

ระยะที่ 3 ระยะปลดปล่อย เป็นระยะที่ความเครียดได้ถูกปลดปล่อยออกไป หรืออาจปลดปล่อยแต่ยังคงมีความกดดันอยู่ ทำให้จิตใจตกอยู่ภายใต้ความกดดัน (Mc Mahon & Mc Mahon, 1986) ในความเป็นจริงแล้วความเครียดนั้นอาจส่งผลทั้งในทางบวกและในทางลบประกอบกัน และตัวที่ก่อให้เกิดความเครียดก็ไม่จำเป็นจะต้องเป็นสิ่งที่ไม่ดีเช่น การเลื่อนตำแหน่ง อาจทำให้เกิดความเครียด

และมีความวิตกกังวลกับบทบาทหน้าที่ในความรับผิดชอบใหม่ หรือพนักงาน ทำงานผิดพลาด ก็จะส่งผลให้พนักงานเกิดความเครียดได้พอๆ กัน และผลของความเครียดจะปรากฏอยู่ใน 2 ลักษณะคือ ลักษณะทางบวก (eustress) จะเกิดขึ้นเมื่อเรามีความเครียดเพียงพอที่จะจูงใจ และท้าทายเพื่อไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนลักษณะทางลบ (distress) นั้น จะเกิดขึ้นเมื่อระดับความเครียด มีมากหรือน้อยเกินไป (Braham, 1990) ในบุคคลที่มีความเครียดในระดับสูงเป็นเวลานานจะได้รับความทุกข์ทรมานจาก (Burnout ภาวะ Burnout ซึ่งเป็นภาวะที่เหนื่อยล้าสับสนอันเป็นผลมาจากการอุทิศเวลาอย่างเอาใจจดใจจ่อ (Devotion) อาจเกิดจาก ซึ่ง Burnout จะเกิดขึ้นบ่อยๆ เมื่อบุคคลมีความรู้สึกว่าการพยายามที่ได้กระทำลงไปทั้งหมดนั้นไร้ค่า (Mondy, Sharplin & Premeaux, 1990)

Maslach, 1982; Pines; Aronson & Kafry, 1981; และ Baron, 1989 ได้กล่าวถึงลักษณะของความเหนื่อยล้าไว้ 4 ประการคือ

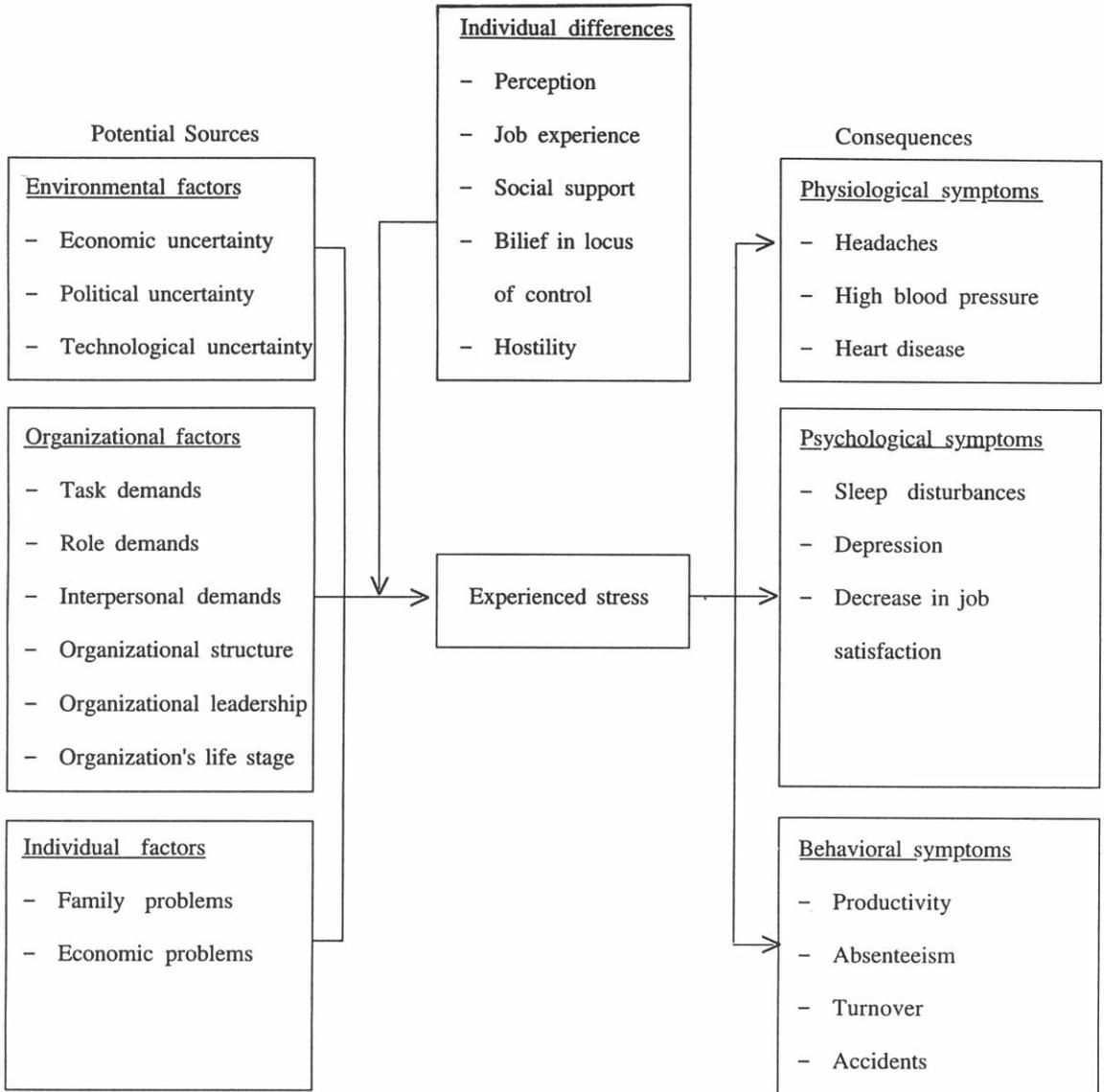
1. เหนื่อยของเหนื่อยล้า จะได้รับทุกข์ทรมานจากความอ่อนเพลียทางร่างกายรู้สึกว่ามีพลังงานในร่างกายต่ำ และรู้สึกเหนื่อยกับการทำงาน จะมีอาการตึงเครียดทางร่างกาย เช่น ปวดหัวบ่อยๆ คลื่นไส้ นอนหลับไม่เพียงพอและเปลี่ยนนิสัยการรับประทานอาหาร

2. อ่อนเพลียทางอารมณ์ เช่น เก็บกอดรู้สึกสิ้นหวัง และรู้สึกเครียดเนื่องจากภาระการทำงานหรือปัญหาที่รุมเร้าในการทำงาน

3. จะแสดงอาการอ่อนเพลียทางจิตใจและทัศนคติ เช่น เยาะเย้ยหรือมีทัศนคติในทางลบต่อผู้อื่น และมีแนวโน้มที่จะทำความเสียหายต่อตนเองต่องานรวมทั้งจะนำไปสู่การมองโลกในแง่ร้าย

4. จุดมุ่งหมายแห่งความสำเร็จในชีวิตต่ำ บุคคลที่ทรมานจาก burnout จะพบว่าเป็นบุคคลที่ขาดเป้าหมายและขาดความทะเยอทะยาน

รูปแบบของความเครียด



(ที่มา Robbins S.P. (1991) Organizational Behavior)

จากตัวแบบของความเครียด (Model of Stress) จะแสดงให้เห็นถึงแหล่งที่มาของความเครียด 3 แหล่งใหญ่ๆ ด้วยกันคือ

1. จากปัจจัยสภาพแวดล้อม เช่น
 - ความผันผวนทางเศรษฐกิจ
 - ความไม่แน่นอนทางการเมือง
 - ความเปลี่ยนแปลงทาง

เทคโนโลยี

2. จากปัจจัยสภาพขององค์กร เช่น
 - การได้รับมอบหมายภารกิจเพิ่ม
 - บทบาทที่เพิ่มขึ้น
 - ความเกี่ยวข้องระหว่างบุคคล
 - โครงสร้างองค์กร
 - ภาวะผู้นำในองค์กร
 - วงจรชีวิตขององค์กร
3. จากปัจจัยส่วนบุคคล เช่น
 - ปัญหาครอบครัว
 - ปัญหาด้านเศรษฐกิจ

นอกจากปัจจัยทั้ง 3 ดังกล่าวแล้วยังพบว่าความแตกต่างระหว่างบุคคล ก็ส่งผลต่อภาวะความตึงเครียดได้เช่นกัน เช่น การรับรู้ประสบการณ์ทำงาน แรงหนุนทางสังคม ความเชื่อในอำนาจ การมองโลกในแง่ร้าย

ดังนั้นไม่ว่าจะเป็นปัจจัยจากสภาพแวดล้อม ปัจจัยจากสภาพองค์การ ปัจจัยส่วนบุคคล และความแตกต่างของบุคคลมีผลต่อภาวะความเครียด ผลที่ตามมาหรือผลสืบเนื่องจากปัจจัยดังกล่าวข้างต้นนั้น ทำให้บุคคลมีความเครียด ซึ่งพิจารณาได้ 3 ด้านคือ 1. มีอาการทางร่างกาย 2. มีอาการทางจิตใจ และ 3. มีอาการทางพฤติกรรม

1. อาการทางร่างกาย เช่น ปวดศีรษะ ความดันโลหิตสูง โรคหัวใจ

2. อาการทางจิตใจ เช่น นอนไม่หลับ เกิดวิตกกังวล ไม่พอใจในหน้าที่การทำงาน

3. อาการทางพฤติกรรม มีความสามารถในการผลิตลดลง มีการขาดงานบ่อยขึ้น มีอัตราการเข้าออกจากงานสูงขึ้น เกิดอุบัติเหตุบ่อยขึ้น

โดยสรุปแล้วปัจจัยจากสภาพแวดล้อม ปัจจัยจากสภาพขององค์การ ปัจจัยส่วนบุคคล และความแตกต่างของบุคคล ส่งผลให้เกิดภาวะความเครียด ซึ่งมีผลกระทบต่อร่างกาย จิตใจ และมีพฤติกรรมบุคคล

โรคร้ายที่เกิดจากความเครียด

- | | |
|--------------------------------|----------------------------|
| (1) ไมเกรน | (17) ท้องผูก |
| (2) ความดันโลหิตสูง | (18) แผลในกระเพาะ |
| (3) หัวใจวาย | (19) เบาหวาน |
| (4) หลอดเลือดเลี้ยงหัวใจอุดตัน | (20) รอบเดือนผิดปกติ |
| (5) หัวใจพิการ | (21) สมรรถภาพทางเพศเสื่อม |
| (6) ใจสั้น | (22) กระเพาะปัสสาวะอักเสบ |
| (7) แผลในปาก | (23) ข้ออักเสบ |
| (8) หายใจไม่ออก | (24) ปวดหลัง |
| (9) เป็นลม | (25) ปวดคอ |
| (10) วิงเวียนศีรษะ | (26) ผมหงอก |
| (11) หอบ-หืด | (27) แผลตามผิวหนัง |
| (12) ไอ | (28) จิต, ประสาท |
| (13) กัดฟัน | (29) เส้นโลหิตในสมองตีบตัน |
| (14) จุกเสียด | (30) โรคเรื้อนทวาร |
| (15) คลื่นไส้ | (31) ไชมันในเส้นเลือดสูง |
| (16) ท้องร่วง | (32) พิษสุราเรื้อรัง |

ที่มา : อนันยช, 2541 : 8-9

บุคลิกภาพกับความเครียด

บุคลิกภาพของบุคคล คือ ลักษณะประจำตัวของแต่ละบุคคล ที่แตกต่างกันไปจากประสบการณ์การเลี้ยงดู การเรียนรู้ และการเผชิญกับสถานการณ์ความเครียด หล่อหลอมให้บุคคลมีบุคลิกภาพแตกต่างกันไป แบ่งได้ 3 ลักษณะคือ

1. บุคลิกภาพที่แข็งแกร่ง

เป็นผู้ที่มีแนวโน้มการตอบสนองต่อสถานการณ์ความเครียดในทางบวก สามารถรับมือกับความเครียดได้เหมาะสม มีทัศนคติมองโลกในแง่ดี ไม่วิตกกังวลต่อความล้มเหลว

มองความเครียดว่าเป็นสิ่งที่ทำลายความสามารถ ผู้มีบุคลิกภาพเช่นนี้ทำให้ต้านทานความเครียดได้มาก บุคคลเหล่านี้ เชื่อว่า 1) เขาสามารถควบคุมหรือมีอิทธิพลต่อเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิตของเขา 2) เขามีความรู้สึกรู้สึกผูกพันต่องานและกิจกรรมอื่นๆ ที่เขาสนใจ 3) มีมุมมองสิ่งต่างๆ ว่าตื่นเต้น ทำทายนไม่หวาดกลัว (Schultz & Schultz, 1994)

2. บุคลิกภาพแบบ

Locus of Control คือ ระดับความเชื่อของบุคลการต่อการเป็นผู้บังการชีวิต โชคชะตาของตัวเอง (Robins, S.P., 1991) Rotter,

1966. และ 1975 (Schult & Schuetz, 1994) ซึ่งเป็นบุคคลที่เชื่ออำนาจในตนเองว่า สามารถควบคุมแรงกดดันต่อเหตุการณ์ที่เปลี่ยนแปลงได้ ส่วนบุคคลที่เชื่อในอำนาจนอกตนเอง จะมองว่าชีวิตของเขาขึ้นอยู่กับเหตุการณ์ และแรงกดดันภายนอก ดังนั้น บุคคลที่มีความเชื่อในอำนาจการควบคุมตน จะมีความเครียดน้อยกว่าบุคคลที่เชื่ออำนาจนอกตน (Gemmill & Heisler, 1972)

3. บุคลิกภาพแบบ A - B

จากงานวิจัยของ Meyer Friedman และ Roy Roseman ปี 1974 (Saccuzzo, 1987) เสนอว่าบุคลิกภาพแบบ A หรือรูปแบบพฤติกรรม เป็นตัวแทนของลักษณะบุคคลที่ดี มีลักษณะของการแข่งขัน มีความพยายามต่อสู้แข่งขัน เพื่อสัมฤทธิ์ผล ทำงานแข่งกับเวลา และไม่มีความอดทน ใจร้อน นอกจากนี้ยังโกรธง่าย มีลักษณะของการชอบข่มขู่ มีความทะเยอทะยาน และก้าวร้าว ทำสิ่งต่างๆ อย่างรวดเร็วเท่าที่จะเป็นไปได้ และพยายามทำสิ่งต่างๆ หลายๆ อย่างในเวลาเดียวกัน เช่น รับประทานอาหารเช้าพร้อมกับขับรถ โดยมีจุดมุ่งหมายจะให้ทุกสิ่งทุกอย่างบรรลุในเวลาจำกัด (Beck, 1990) บุคคลประเภท A นี้ มีโอกาสเสี่ยงเป็นโรค เกี่ยวกับหัวใจก่อนอายุ 60 - 65 ปี (Braham, 1990) เนื่องจากโรคเกี่ยวกับหัวใจ มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับระดับความเครียด (พสุ เดชะรินทร์, 2536) รวมทั้งยังมีแนวโน้มที่จะคลั่งงาน (workaholics) (Mosley, Megginson & Pietu, 1989)

ส่วนบุคลิกภาพแบบ B จะตรงข้ามกับแบบ A คือมีลักษณะสบายๆ ไม่พิถีพิถันผ่อนคลายเป็น ชอบการแข่งขัน และไม่ต่อสู้แข่งขัน (Saccuzzo, 1987) เป็นคนใจเย็น มีเวลาสำหรับการออกกำลังกาย และมีความพึงพอใจกับงานที่ทำ (Mosley, Megginson & Pietii, 1989) บุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบ B นี้จะทำงานหนักได้ดี มีความเอาใจใส่ ไม่รู้สึกรู้ว่ามีความขัดแย้งกับคนและเวลา และยังพบว่า มีจำนวนน้อยมากที่เป็นโรคเกี่ยวกับหัวใจก่อนอายุ 70 ปี (Schultz & Schuelt, 1994)

วิธีการจัดการกับความเครียด

จากตัวแบบความเครียดที่กล่าวมาแล้ว จะพบว่า มีปัจจัยหลายด้านที่ทำให้เกิดความเครียด การจัดการความเครียดสามารถกระทำได้หลายวิธีทั้งในระดับบุคคล และระดับองค์การ

เทคนิคการจัดการความเครียดในระดับบุคคล ประกอบด้วย

- การออกกำลังกาย
- การรับประทานอาหารอย่างถูกต้อง
- การพักผ่อนให้เพียงพอ
- การพัฒนาอารมณ์ขัน
- การช่วยเหลือสังคม
- การพักผ่อนสัปดาห์
- การบริหารเวลา
- หลีกเลี่ยงการผลัดวันประกันพรุ่ง
- การเล่าปัญหา
- การพัฒนาปรัชญาใหม่ของชีวิต

แต่ถ้าหากระดับความเครียดรุนแรง
อาจต้องใช้เทคนิคอื่นเพิ่มเติม ได้แก่

- การควบคุมระบบการทำงานของ
ร่างกาย

- การสะกดจิต
- การผ่อนคลาย
- การควบคุมจิตใจ

เทคนิคการจัดการความเครียดใน
ระดับองค์กร ประกอบด้วย

- ลดสภาพทางกายภาพที่ก่อให้เกิด
ความเครียด

- ควบคุมสภาพหรือบรรยากาศการ
ทำงาน

- การออกแบบงานใหม่
- กำจัดงานที่มากเกินไป หรือน้อย

เกินไป

- กำหนดบทบาทของลูกจ้าง
- การให้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ
- การสื่อสารในองค์กร
- การช่วยเหลือโดยสังคม
- ฝึกอบรมการผ่อนคลายให้กับลูกจ้าง
- พัฒนาโปรแกรมทางกายภาพที่

เหมาะสม

- พัฒนาโปรแกรมการช่วยเหลือให้กับ

ลูกจ้าง

จากการนำเสนอบทความนี้ จะทำให้
ผู้อ่านได้มีความเข้าใจถึงปรากฏการณ์ของ

ความเครียด ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ทางอารมณ์
อย่างหนึ่งของมนุษย์เราที่สามารถเกิดขึ้นได้กับ
ทุกคน ไม่ว่าจะเป็นสถานการณ์เชิงบวกและลบ
เมื่อเกิดขึ้นก็มีผลกระทบที่ต่อเนื่องในการทำงาน
ของร่างกายและจิตใจ การรู้จักธรรมชาติของ
ความเครียดจะช่วยให้เราเผชิญกับความเครียดได้
อย่างเหมาะสม

ดังนั้นการจัดการความเครียด ไม่ได้ใช้
เพื่อประโยชน์เฉพาะบุคคลเท่านั้น หากใน
ระดับ องค์กรก็จำเป็นต้องให้ความสนใจกับ
ความเครียดในการทำงานด้วยเช่นกัน โดยต้อง
นับเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลกระทบต่อความมั่นคง
ขององค์กร หรือประสิทธิภาพการผลิตขององค์กร
ไม่ว่าองค์กรนั้นจะเป็นองค์กรทางธุรกิจ
หรือองค์กรในภาครัฐก็ตามประเด็นที่น่าสนใจ
ว่าความเครียดมีประโยชน์หรือไม่ หาก
ความเครียดเกิดขึ้นในระดับอ่อนๆ ควบคุมได้ ผล
กระทบจากความเครียดน่าจะทำให้คนเรามี
ความตื่นตัว มีความกระตือรือร้นไม่เฉื่อยชา
ดังนั้นการสร้างบรรยากาศในการทำงานในองค์กร
ที่มีความเครียดในระดับอ่อนๆ จะทำให้เกิด
การแข่งขันในการทำงานของสมาชิก ซึ่งน่าจะ
เป็นผลดีมากกว่าความนิ่งเฉยเฉื่อยชาของสมาชิก
ในองค์กรให้ลดลงและแปรเปลี่ยนเป็นแรงผลักดัน
ย้อนกลับ ในเชิงสร้างสรรค์ให้เกิดบรรยากาศ
การแข่งขันตื่นตัวสร้างพลังในการทำงาน และก่อให้เกิด
การพัฒนาองค์กรในที่สุด

สารอาหารและอาหารที่ช่วยคลายเครียด

ประเภท	คุณสมบัติ	อาหาร
วิตามินบี 1	บำรุงเยื่อสมอง กล้ามเนื้อหัวใจ ด้านความ หงุดหงิดง่ายหรือด้านความเชื่อมโยง อ่อน เพลีย อารมณ์แปรปรวน	นม ไข่แดง หอยนางรม ปลาหมึก อาหารทะเล ข้าวซ้อมมือ ถั่วแระ ถั่วลิสง สาหร่าย เต้าหู้ ระบุเทียม งา ดัด
วิตามินบี 2	บำรุงเนื้อเยื่อในจมูก, แก้วตา บำรุง เส้นประสาทและช่วยเสริมความสมบูรณ์ ของผิวหนังให้เปล่งปลั่ง	ดัด ไต ผัก ผลไม้ ข้าวสาลี ขนมปัง เนยแข็ง ผักบุง ไข่ปลา นม ถั่วหมัก
วิตามินบี 6	ควบคุมการทำงานของระบบประสาท, ป้องกัน โรคโลหิตจางอ่อนเพลีย, นิว ช่วยในระบบ ผลิตฮอร์โมน	ดัดสัตว์ ปลา เนย ไข่ นม เนื้อสัตว์ ข้าว ซ้อมมือ กล้วย องุ่น ข้าวโพด ถั่วเหลือง ดัด
วิตามินซี	ช่วยในระบบการสร้างฮอร์โมน รักษาระดับ คอเลสเตอรอล ดูดซึมธาตุเหล็กเข้าสู่ เส้นเลือด ฯลฯ	ผลไม้ ผักสด พริกหวาน ลูกเกด บรอกเคอรี่ มะเขือเทศ ส้ม มะนาว สเตรอเบอร์รี่
กรด แพนโททีนิก	ต้านทานเชื้อโรคต่างๆ ช่วยเปลี่ยนน้ำตาล ให้เกิดพลังงาน ทำให้ร่างกายสดชื่น หายจากความอ่อนเพลียเพลียแรง	ไข่ รำข้าว ถั่วลิสง ดอกกะหล่ำ กะหล่ำปลี บรอกเคอรี่ ผักคะน้า เนื้อสัตว์
ไบโอติน	แก้อาหารเชื่อมโยง เนื้อเยื่อ อ่อนเพลีย ลดคอเลสเตอรอลในเส้นเลือด บำรุงเซลล์ ประสาท	ไข่ เนย เนื้อสัตว์ เมล็ดพืช ผักสด ผลไม้ ถั่วเหลือง

(ที่มา : อนันยช, 2541 : 126 - 128)

เอกสารอ้างอิง

- คลายเครียดกันเถอะ. กรุงเทพฯ : กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข, ม.ป.ป.
- พสุ เดชะรินทร์. “การบริหารความเครียด (Stress management) : สาเหตุ ผลกระทบและการควบคุม.” วารสารจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 5, 20, กรกฎาคม-กันยายน 2536, หน้า 83-91.
- อนันยช (นามแฝง). **เคล็ดลับพิชิตความเครียด 65 ขั้นตอน**. กรุงเทพฯ : ไพลิน, 2541.
- Baron, Robert A. **Psychology**. 2 nd ed. Boston : Allyn and Bacon, 1992.
- Beck, Robert C. **Motivation : Theories and principles**. 3 rd ed. Englewood Cliffs : Prentice-Hall, 1990.
- Braham, Barbara J. **Calmdown : how to manage stress at work**. Glenview : Scott, Foresman, 1990.
- Kaplan, Robert M., Sallis, James F., Jr. and Platterson, Thomas L. **Health and human behavior**. New York : McGraw-Hill, 1993.
- McMahon, Frank B. and McMahon, Judith W. **Psychology : the hybrid science**. 5 th ed. Chicago : Dorsey Press, 1986.
- Miner, John B. **Industrial organizational psychology**. New York : McGraw-Hill, 1992.
- Mondy, R. Wayne and others. **Personnel, the management of human resources**. Boston : Allyn and Bacon, 1987.
- Mondy, R. Wayne, Sharplin, Arthur and Premeaux, Shane R. **Supervision**. 2 nd ed. Boston : Allyn and Bacon, 1990.
- Mosley, Donald C., Megginson, Leon C. and Pietri, Paul H., Jr. **Supervisory management : the art of working with and through people**. 2 nd ed. Cincinnati : South-Western Publishing, 1989.

- Robbins, Stephen P. **Organizational Behavior : concepts, controversies and application.** 5 th ed. Englewood Cliffs : Prentice-Hall, 1991.
- Saccuzzo, Dennis P. **Psychology from research to applications.** Boston : Allyn and Bacon, 1987.
- Schultz, Duane P. and Schultz, Sydney Ellen. **Psychology and work today : an introduction to industrial and organizational psychology.** 6 th ed. New York : Macmillan Publishing, 1994.
- Sherman, Arthur W. , Jr. and Bohlander, George W. **Managing human resources.** 9 th ed. Cincinnati : College Division, South-Western Publishing, 1992.
- Vecchio, Robert P. **Organization Behavior.** 2 nd ed. Hinsdale : Dryden Press, 1991.

เทคนิคการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์

วาสนา เสดะจันทน์

บทบาทของการประชาสัมพันธ์นับวันจะทวีความสำคัญมากยิ่งขึ้น ไม่ใช่เฉพาะแต่ในแวดวงธุรกิจเท่านั้น หน่วยงานราชการก็หันมาให้ความสำคัญกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์กันอย่างมาก เห็นได้จากความตื่นตัวของนักการเมืองทั่วไปใช้ในการหาเสียง หรือประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของพรรคการเมือง เป็นต้นเนื่องจากผลที่ได้จากการดำเนินการประชาสัมพันธ์นั้นก่อให้เกิดความชื่นชม ความประทับใจ ความรู้สึกที่ดี ซึ่งย่อมติดตรึงใจประชาชนได้ดีกว่าการโฆษณา หรือการส่งเสริมการขายแต่เพียงอย่างเดียว

ดังเช่นที่เข้าใจกันโดยทั่วไปว่าการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้น เป็นการสร้าง "ภาพลักษณ์ที่ดี" แต่ทั้งนี้ ต้องเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่อยู่บนพื้นฐานของความโปร่งใส ไม่สร้างข้อความเท็จเพื่อหลอกลวงประชาชน ไม่เช่นนั้น ผลที่จะได้รับจะกลับเป็นตรงกันข้ามแทนที่จะส่งเสริมภาพลักษณ์ กลับกลายเป็นทำลายอนาคตทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ หรือองค์กรนั้นได้ทันที

การประชาสัมพันธ์ นับเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สำคัญอย่างหนึ่ง ในการเพิ่มคุณค่า สร้างชื่อเสียงให้แก่องค์กร โดยใช้วิธีการกลุ่มนวล ค่อยเป็นค่อยไป เพื่อหวังผลในระยะยาว โดยมุ่งให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร ผลิตภัณฑ์ หรือการบริการ ซึ่งข่าวสารต่างๆ ที่เผยแพร่ออกไปนั้น จะต้องตกย้ำเจตนาที่ดีขององค์กรในด้านใดด้านหนึ่ง และกระทำอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้องค์กรนั้นแทรกซึมเข้าไปอยู่กลางใจของประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถาวร วิธีที่ใช้ นั้น จึงต้องใช้กลยุทธ์ที่เป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ เป็นทั้งเหตุและผล รวมทั้งผู้ส่งสารต้องเข้าใจถึงอารมณ์ ความรู้สึกของมนุษย์ ไปพร้อมกันด้วย ปัจจุบัน การจัดทำประชาสัมพันธ์ ได้พัฒนาไปในรูปแบบต่างๆ มากมาย ไม่ว่าจะเป็นการจัดกิจกรรม การจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ โทรทัศน์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น แต่สิ่งที่เป็นหัวใจของการสื่อสาร นั้นคือ ข่าวสาร หรือเนื้อหา ซึ่งส่วนใหญ่จะเริ่มต้นกระบวนการสื่อสาร ในรูปแบบของงานเขียนก่อน เพื่อลำดับความคิด ความ

สำคัญของข่าวสารและพัฒนาต่อไปเป็นสื่อต่างๆ ในภายหลัง

ความสำคัญของการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์

ทักษะในการเขียนนั้น นับได้ว่าเป็นทักษะในขั้นสูง อันเกิดจากการกลั่นกรองข้อมูล ทั้งจากการฟัง และการอ่าน นอกจากจะสามารถถ่ายทอดแก่ผู้อื่น โดยการเรียงร้อยเป็นถ้อยคำได้อย่างสละสลวยสวยงามแล้ว ยังต้องสังเคราะห์ หรือแก่นของเรื่อง ไปยังผู้รับสารให้รับรู้ และเข้าใจตรงตามวัตถุประสงค์อีกด้วย การถ่ายทอดเป็นตัวอักษรได้อย่างน่าสนใจ เพื่อกระตุ้นให้ผู้อ่านเกิดจินตนาการ หรือคล้อยตามได้นั้น เป็นสิ่งสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าทักษะด้านอื่น จึงต้องอาศัยความเข้าใจทางด้านภาษารวมทั้งเข้าใจวิธีการลำดับความคิด ได้อย่างชัดเจนและหลักแหลม

สำหรับการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ ส่วนใหญ่ ไม่ใช่แต่เพียงการถ่ายทอดข้อความ เผยแพร่ข่าวสารเท่านั้น แต่มุ่งหวังผลให้เกิดความพึงพอใจ ความซาบซึ้ง ความประทับใจในแก่นของเนื้อหา นั้น เช่น การเขียนสุนทรพจน์ การเขียนบทความ เป็นต้น โดยใช้จิตวิทยาการจูงใจ การเขียน จึงเป็นการสื่อสารอีกช่องทางหนึ่งของการดำเนินการประชาสัมพันธ์ที่สำคัญ ช่วยให้นักลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้สึกที่ดีต่อการบริการ ผลิตภัณฑ์ หรือองค์กร

ความสำคัญของข่าวประชาสัมพันธ์

ตามความเข้าใจของคนส่วนใหญ่ งานประชาสัมพันธ์คือการเขียนข่าวเท่านั้น ซึ่งในความเป็นจริงแล้ว การเขียนข่าวเป็นเพียงส่วนหนึ่งในงานประชาสัมพันธ์ แต่ทว่ามีความสำคัญเป็นอย่างมาก และนับเป็นความสามารถขั้นพื้นฐานที่นักประชาสัมพันธ์จะต้องเขียนข่าวได้ ด้วยความชำนาญในการหยิบยกประเด็นที่น่าสนใจ และมีคุณค่ามากพอที่จะนำเสนอในรูปแบบของข่าว ให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรไปด้วยในขณะเดียวกัน

ข่าวประชาสัมพันธ์ หรือข่าวแจก (Press Release หรือ News Release) หมายถึง ข่าวสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือองค์กรนั้นๆ ซึ่งองค์กรได้จัดทำขึ้นในรูปแบบของเอกสารข่าว เพื่อเป็นข้อมูลชี้แจงแก่หนังสือพิมพ์ หรือสื่อมวลชน โดยมุ่งหวังให้สื่อมวลชนช่วยเผยแพร่ กระจายข่าวสารนั้นต่อไปยังสาธารณชน เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องและรักษาภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรควบคู่ไปด้วยกัน

คุณค่าของข่าวประชาสัมพันธ์

เป็นที่ทราบกันดีว่าข่าวทั่วไปต้องคำนึงถึง

- ความถูกต้อง (Accuracy)
- ความสมดุล (Balance)
- ความเป็นกลาง (Objective)
- ความชัดเจน กระชับรัด ได้ใจความ (Clear and Concise)

สำหรับข่าวประชาสัมพันธ์ก็เช่นเดียวกัน นอกจากจะต้องคำนึงถึงหลักการข้างต้นแล้ว

ยังต้องเพิ่มคุณค่าในเชิงจิตวิทยา โดยเฉพาะซึ่งนำมาใช้สนับสนุนกิจกรรมทางการตลาด จะสร้างความเชื่อถือได้ดีกว่าการโฆษณาหรือการจัดส่งเสริมการขายเพียงอย่างเดียวใดอย่างหนึ่ง

ความแตกต่างระหว่างการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์กับการเขียนข่าวทั่วไป

การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ นับได้ว่าเป็นหน้าที่พื้นฐานของนักประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีความแตกต่างจากการเขียนข่าวหนังสือพิมพ์ ข่าววิทยุโทรทัศน์ ในประเด็นดังต่อไปนี้

1. จุดมุ่งหมายของการเผยแพร่ข่าว

กล่าวคือ การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์นั้น ไม่ใช่แต่เพียงจะนำเสนอข่าวสารที่เป็นความจริง เทียงตรง และกระชับรัดกุมเท่านั้น แต่ยังต้องสะท้อนถึงเจตนารมณ์ที่ดีขององค์กร ด้วยเทคนิคการชูประเด็น (Issue Management) หรือการหยิบยกประเด็นที่ส่งผลดีต่อภาพลักษณ์ขององค์กรในทิศทางที่สอดคล้องกับนโยบายขององค์กร เช่น บริษัทฯ มีนโยบายสนับสนุนทางด้านสิ่งแวดล้อม เมื่อหน่วยงานประชาสัมพันธ์ได้มีโอกาสเข้าร่วมกิจกรรมของสังคมที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม เช่น การร่วมรณรงค์เก็บขยะ รักษาความสะอาดของบริเวณหน้าบริษัทฯ เป็นต้น หน่วยงานประชาสัมพันธ์ก็สามารถหยิบยกข่าวกิจกรรมดังกล่าว จัดทำเป็นเอกสารข่าวเผยแพร่ออกไปได้

เนื่องจากทุกองค์กรต่างนิยมจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์แข่งขันกันส่งให้สื่อมวลชน เพื่อให้ข่าวของตนได้รับการตีพิมพ์ในพื้นที่อันจำกัดของ

หนังสือพิมพ์ ทำให้ในแต่ละวันสื่อมวลชนจะได้รับข่าวประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย จึงเป็นเรื่องที่จำเป็นอย่างยิ่งสำหรับนักประชาสัมพันธ์ที่จะต้องเขียนข่าวที่มีคุณค่าน่าสนใจในสายตาของนักหนังสือพิมพ์ นั่นคือข่าวนั้นต้องมีประโยชน์ต่อสาธารณชน นักประชาสัมพันธ์ที่เขียนข่าวโดยไม่คำนึงถึงเนื้อหาสาระใดๆ นอกจากมุ่งแต่เขียนเชิดชูองค์กรของตนเอง และจัดส่งให้สื่อมวลชนถึงจนเกินไป ในระยะแรกๆ อาจได้รับความร่วมมือจากสื่อมวลชนช่วยลงเผยแพร่ให้ แต่ในภายหลัง สื่อมวลชนก็จะเริ่มเบื่อหน่ายและไม่ให้ความสนใจในข่าวประชาสัมพันธ์ขององค์กรอีกเลย ซึ่งการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ที่มีเนื้อหาสาระที่เป็นประโยชน์ต่อคนหมู่มาก กระจายข่าวอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ จะช่วยให้สามารถทำประชาสัมพันธ์ในระยะยาวได้ผลดี

2. ทิศทางของผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้น

ข่าวโดยทั่วไป มุ่งเสนอข้อเท็จจริง ซึ่งบางกรณีอาจส่งผลเสียต่อผู้ที่ตกเป็นข่าวหรือองค์กรที่ตกเป็นข่าว แต่ในทางตรงกันข้าม ข่าวประชาสัมพันธ์นั้น ต้องระมัดระวังผลที่จะเกิดขึ้นให้เป็นไปในทิศทางที่ต้องการ และไม่เกิดผลในทางลบกับองค์กร

3. ลักษณะของแหล่งข่าว

ข่าวประชาสัมพันธ์จะมาจากองค์กร เป็นผู้เผยแพร่ คัดเรื่องราว และเรียบเรียงให้สื่อมวลชนพิจารณา ส่วนข่าวทั่วไป สื่อมวลชนต้องไปเสาะแสวงหาข้อมูลด้วยตนเอง โดยวิธีการต่างๆ และมีแหล่งข่าวหลากหลาย

4. ขอบเขตของข่าว

ข่าวทั่วไปจะนำเสนอข้อมูลหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นข่าวเศรษฐกิจ การเมือง สิ่งแวดล้อม สังคม บันเทิง ฯลฯ ข่าวประชาสัมพันธ์จะนำเสนอเรื่องราวเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับองค์กร หรือผลิตภัณฑ์

5. ความรวดเร็ว ทันเหตุการณ์

ข่าวทั่วไป นำเสนอความสด ใหม่ ทันต่อเหตุการณ์ แต่ข่าวประชาสัมพันธ์นั้นต้องอาศัยจังหวะเวลาที่เหมาะสม สามารถรอเวลาในการเผยแพร่ได้ในระยะหนึ่ง ทั้งนี้ อาจต้องพิจารณาความพร้อมของกิจกรรมทางการตลาด หรือกิจกรรมพิเศษที่องค์กรจัดขึ้นด้วย

ผู้ที่ประเมินคุณค่าของข่าวประชาสัมพันธ์ คือสื่อมวลชน ซึ่งอาจจะเป็นหัวหน้าข่าวหรือบรรณาธิการ โดยประเมินคุณค่าของข่าวจากเกณฑ์หลายประการ ได้แก่

- มีความสำคัญ ส่งผลกระทบต่อประชาชนในสังคม
- เป็นสิ่งที่เพิ่มความกระฉ่าง สร้างความเข้าใจแก่ประชาชน ในเรื่องที่ยังไม่ชัดเจน หรือเป็นเรื่องราวที่ประชาชนควรรู้
- เป็นสิ่งที่ประชาชนสนใจ ติดตาม มาโดยตลอด

ประเภทของข่าวประชาสัมพันธ์

โดยทั่วไป ข่าวประชาสัมพันธ์ มักเป็นข่าวเกี่ยวข้องกับนโยบาย โครงการ กิจกรรม การดำเนินงาน ผลการปฏิบัติงาน รวมทั้งความ

เคลื่อนไหวต่างๆ ขององค์กร อาจแบ่งได้เป็น 4 ประเภทหลักๆ ดังนี้

1. ข่าวแจ้งให้ทราบ (Announcement Release)
2. ข่าวรายงานการจัดกิจกรรมพิเศษ (Created News Release)
3. ข่าวเหตุการณ์เร่งด่วน (Spot News Release)
4. ข่าวตอบโต้เหตุการณ์ (Response News Release)

โครงสร้างของข่าวประชาสัมพันธ์

1. พาดหัวข่าว (Headline)

ลักษณะของพาดหัวข่าวที่ดี ควรจะใช้ข้อความที่สั้น เข้าใจได้ง่าย กระชับ ได้ใจความ สมบูรณ์ เนื่องจากเป็นส่วนสำคัญ ที่ช่วยให้ผู้อ่านเข้าใจได้ว่าข่าวนั้นมีประเด็นหรือหัวข้ออะไรที่น่าสนใจ จะสื่อความหมายโยงไปสู่เรื่องราวใด

2. วรรณนำหรือโปรย (Lead)

เป็นการสรุปความแบบย่อ โดยสรุปให้สมบูรณ์ ตามหลัก (5 Ws 1 H : Who, What, When, Where, Why and How) ควรนำเสนอเป็นย่อหน้าสั้นๆ รวบรวมประเด็นที่สำคัญไว้ อย่างกระชับ และดึงดูดความสนใจ

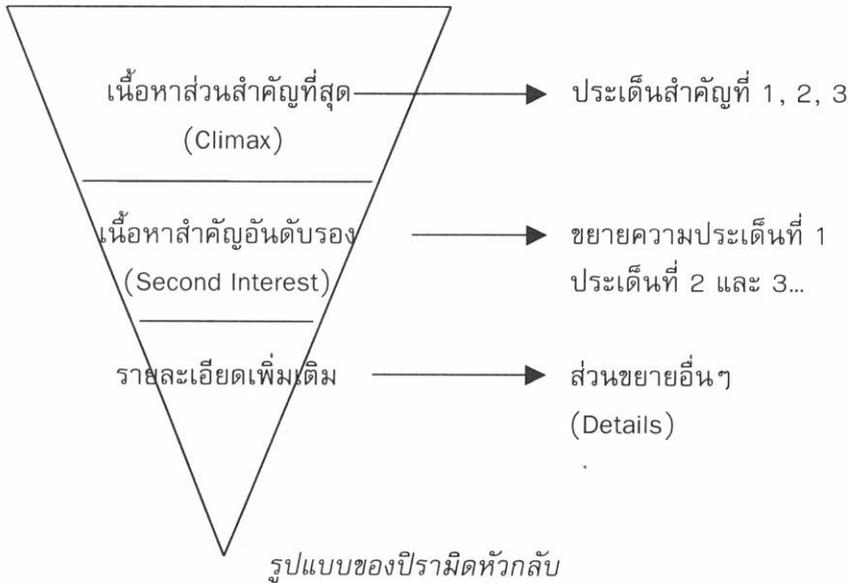
3. ส่วนเชื่อม (Neck)

ย่อหน้าส่วนเชื่อมนี้ อาจจะมีหรือไม่มีก็ได้ ขึ้นอยู่กับข่าวนั้นมีข้อมูลเบื้องหลังต้องชี้แจงเพื่อทำความเข้าใจก่อนหรือไม่ ส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะการนำเสนอรายละเอียดเพิ่มเติม

เกี่ยวกับภูมิหลังของหน่วยงาน บุคคล สถานที่ หรือเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับข่าวนั้น

4. เนื้อหาข่าว (Body)

การเขียนเนื้อหาข่าวต้องยึดรูปแบบการเขียนข่าวแบบพีรามิดหัวกลับ โดยไม่นำเสนอส่วนขยายยาวเกินความจำเป็น โดยจัดลำดับความสำคัญดังนี้¹



การเขียนข่าวในรูปแบบปิรามิดหัวกลับนี้ เป็นที่นิยมมากในการเขียนข่าว ซึ่งกำหนดประเด็นหรือใจความสำคัญๆ ไว้ตอนต้นของข่าว และเก็บส่วนขยาย รายละเอียดปลีกย่อยไว้ที่ตอนท้ายของข่าว เพื่อความสะดวกของบรรณาธิการในการอ่าน และตรวจแก้ไขข่าว

หลักในการนำเสนอข่าวประชาสัมพันธ์

1. เขียนข่าวให้เป็นลักษณะเดียวกับข่าวของหนังสือพิมพ์ ซึ่งจะใช้ภาษาและรูปแบบการเขียนแตกต่างจากการเขียนทั่วไป เช่น แหล่งข่าวเปิดเผยว่า..... แหล่งข่าวกล่าวในที่สุด

หรือ การใช้ภาษาสั้น กระชับในส่วนของหัวข้อข่าว (Headline) เช่น ปีหน้าโตโยต้าตั้งเป้าผลิต...คัน เป็นต้น

2. จัดทำในรูปแบบของเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ โดยพิจารณารูปแบบที่เหมาะสม และสะดวกต่อการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชน

3. ต้องระมัดระวังในการสะกดชื่อนามสกุล ตำแหน่งของบุคคลในข่าวให้ถูกต้อง รวมทั้งคำนำหน้าชื่อราชินิกุล บรรดาศักดิ์ต่างๆ และผู้ที่มีตำแหน่งทางวิชาการ เช่น ดร. รศ. เป็นต้น เพื่อให้เกียรติแก่บุคคลในข่าว สำหรับ

¹รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ, การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์, น. 62-64

บุคคลสามัญ ใช้คำนำหน้า คือ นาย นาง นางสาว เท่านั้น

4. ข่าวที่จัดส่งไป ต้องเหมาะสมกับสื่อมวลชนแต่ละประเภท แต่ละฉบับ เช่น หน้าศิลปวัฒนธรรมในหนังสือพิมพ์ คอลัมน์เทคโนโลยีสิ่งแวดล้อม ฯลฯ

5. ในกรณีที่มีภาพประกอบข่าวประชาสัมพันธ์ ภาพนั้นควรจะสื่อความหมายได้ อย่างง่ายๆ ว่าใครทำอะไร และจัดองค์ประกอบตำแหน่งการยืนของแต่ละคนให้มีความน่าสนใจ สีสันสดใส และบุคคลในภาพมีส่วนที่สามารถเห็นได้ชัดเจน (ซึ่งจะกล่าวเพิ่มเติมในส่วนของคำบรรยายใต้ภาพต่อไป)

กฎพื้นฐานในการจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ (Basic rules for news release)

- **ส่งข่าวให้ถูกคน (Send it to the right people)**

นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีรายชื่อหรือทำเนียบนักข่าวทั้งหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ พร้อมอยู่แล้ว หน้าที่สำคัญคือคัดเลือกรายชื่อสื่อมวลชนอย่างรอบคอบ เรียบเรียงเนื้อหาและประเด็นที่สอดคล้องกับความสนใจของสื่อมวลชนที่เลือกสรรไว้ด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ต้องหมั่นตรวจเช็ครายชื่อสื่อมวลชนและตัวสะกดให้ถูกต้องอยู่เสมอ

- **จัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ให้ถูกจังหวะ (Get it there at the right time)**

นักประชาสัมพันธ์ต้องคำนึงถึง

จังหวะเวลาแต่ละขั้นตอนการดำเนินงานของสื่อมวลชนด้วยว่าหนังสือพิมพ์ หรือรายการวิทยุ โทรทัศน์ มีกำหนดปิดเล่ม ปิดหน้า หรือออกอากาศเมื่อใด ควรจัดส่งข่าวให้ทันก่อนขั้นตอนปิดต้นฉบับ ปิดหน้า ฯลฯ เพื่อให้ข่าวขององค์กรของเราออกสู่สาธารณชนในจังหวะเวลาที่ได้กำหนดไว้

- **จัดทำให้อ่านเข้าใจได้ง่าย และตัดต่อแก้ไขได้สะดวก (Make it easy to read and sub-edit)**

สื่อมวลชนมักจะใส่ใจกับข่าวที่ช่วยให้เขาทำงานตามขั้นตอนต่างๆ ได้ง่ายขึ้น การจัดทำรูปลักษณะหน้าตาของข่าวประชาสัมพันธ์จึงเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งมีข้อเสนอแนะดังนี้

- ควรจะจัดพิมพ์เว้นวรรคตอน หรือเว้นบรรทัดไว้ ให้โล่ง สะอาดตา อ่านง่าย
- ต้องระบุชื่อองค์กร หน่วยงานที่จัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ ที่อยู่ และเบอร์โทรศัพท์เพื่อสะดวกในการติดต่อกลับ หากจัดทำไว้ในส่วนท้ายของกระดาษข่าวอย่างชัดเจนแล้ว ก็ไม่จำเป็นต้องโทรศัพท์กลับไปสอบถามสื่อมวลชนอีกว่าได้รับข่าวแล้วหรือยัง มีข้อสงสัยหรือไม่

- **ระลึกไว้เสมอว่านี่คือข่าว ไม่ใช่แผ่นพับ (Remember it's a news story not a brochure)**

ทำอย่างไรให้ผู้อ่านรู้สึกข่าวที่น่าสนใจ มีคุณค่า ในระยะเวลาอันสั้น

- เล่าเรื่องราวอย่างชัดเจนในสองย่อหน้าแรกที่เป็นเนื้อหาหลัก

- นำเสนอข้อมูลอย่างตรงไปตรงมาตามข้อมูลที่มืออยู่จริง ไม่จำเป็นต้องเขียนถ้อยคำให้สละสลวยสวยงามเหมือนคำโฆษณา เพียงแต่ยึดมั่นในข้อมูลที่เป็นจริง ถูกต้องเท่านั้น
- วางโครงสร้างของเรื่องราวก่อน เพื่อจะได้ทราบว่าข้อมูลที่เป็นส่วนขยายหรือไม่ เนื้อหาหลักควรจะวางอยู่ในส่วนใดของข่าวประชาสัมพันธ์ โดยทั่วไปจะลำดับข้อมูลที่ไม่สำคัญไว้ในส่วนท้ายๆ ของข่าว เพื่อให้บรรณาธิการสามารถคัดส่วนท้ายทิ้งไปได้ในกรณีที่พื้นที่ลงเผยแพร่นั้นมีจำกัด

● **ระลึกไว้เสมอว่ากำลังพูดกับใคร**

(Remember who you're talking to)²

ต้องเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย รู้ถึงความต้องการของเขา เขียนอย่างไรให้ดึงดูดใจสร้างความสนใจได้ โดยเขียนให้สอดคล้องกับทิศทางประเด็นข่าวของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับ

การเขียนคำบรรยายใต้ภาพ

ภาพข่าวที่ส่งให้สื่อมวลชนต้องมีคำบรรยายใต้ภาพ (Caption) ภาพข่าวช่วยให้ข่าวที่น่าสนใจมากยิ่งขึ้น การจัดวางองค์ประกอบภาพจึงเป็นสิ่งสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าเนื้อหาข่าว ภาพข่าวที่ดีควรเล่าเรื่องราวได้ด้วยตัวของมันเอง อาจจะทำหน้าที่มีป้ายชื่องานในรูปแบบต่างๆ ประกอบในภาพ เช่นจัดทำเป็นแบนเนอร์ผ้า ป้ายบนฉากหลัง ฯลฯ และควรจัดฉากในภาพให้ดูน่าสนใจ กำจัดสิ่งที่ไม่เกี่ยวข้องกับข่าว

ออกไปจากภาพ ทั้งนี้ ผู้เขียนแนะนำให้จัดวางองค์ประกอบภาพโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ ให้มีความแปลกแตกต่างออกไปจากข่าวประชาสัมพันธ์ทั่วไป และยังคงสื่อความหมายได้ตามเนื้อหาข่าวครบถ้วน

ลักษณะคำบรรยายใต้ภาพที่ดีต้องมีเนื้อหากระชับ มีพาดหัวข่าวอย่างสั้นๆ เพื่อให้ทราบว่าใครทำอะไรที่ไหนอย่างไร แต่ข่าวประชาสัมพันธ์จะไม่นิยมระบุเวลา โดยใช้คำว่า เมื่อเร็วๆ นี้ เมื่อสัปดาห์ที่ผ่านมา แทนการบอกเวลาจริง เนื่องจากการตีพิมพ์เผยแพร่ในสื่อต่างๆ นั้นไม่สามารถกำหนดระยะเวลาที่แน่นอนได้ ระยะเวลาที่เราระบุไว้อาจจะล่าช้าเกินไป และทำให้ข่าวนั้นลดความสดใหม่ ไม่น่าสนใจเท่าที่ควร

สำหรับการลำดับบุคคลในภาพ ควรให้เกียรติบุคคลที่มีเกียรติ มียศ ตำแหน่งที่สูงกว่าขึ้นก่อน ตามด้วยเจ้าภาพ ในกรณีที่เป็นการเชิญผู้แทนภาครัฐ ภาคราชการ เป็นประธานในพิธีของบริษัทเอกชน ควรให้เกียรติภาคราชการขึ้นก่อน หากในภาพนั้น มีบุคคลมากมาย อาจไม่จำเป็นต้องระบุชื่อตำแหน่งทุกท่าน เลือกเฉพาะบุคคลที่สำคัญที่สุด เพียง 1-3 คน ทั้งนี้ จำนวนบุคคลในข่าวขึ้นอยู่กับสถานการณ์และความเหมาะสม โดยต้องไม่ลืมระบุตำแหน่งที่ยืนของบุคคลเหล่านั้นในข่าวด้วย ตัวอย่างเช่น

“นายอาหาร จันทวิมล (ที่สองจากซ้าย) รองปลัดกระทรวงศึกษาธิการ รับมอบทุนการศึกษา จำนวน 120,000 บาท จากนางเกษร พันศิริ (ที่สามจากซ้าย) ผู้อำนวยการสำนักงานประชาสัมพันธ์ บริษัท เนชั่นแนลแปซิฟิก จำกัด (มหาชน) ณ อาคารเฉลิม

²Peter Sheldon Green, Wining PR Tactics. (Great Britain : Bell and Bain Ltd, Glasgow, 1994), p.47-53.

พระเกียรติ กระทรวงศึกษาธิการ เมื่อเร็วๆ นี้ เพื่อสนับสนุนโอกาสทางการศึกษาแก่เยาวชน ผู้ด้อยโอกาสในชนบททั่วประเทศ”

(ยกเว้น มีบุคคลในภาพเพียง 2 คน เท่านั้น และท่านหนึ่ง เป็นบุคคลที่คนทั่วไปรู้จัก ตีอยู่แล้ว อาจไม่จำเป็นต้องระบุตำแหน่งการยืน ในภาพได้)

รูปแบบเอกสารภาพข่าวประชาสัมพันธ์

รูปแบบเอกสารภาพข่าวประชาสัมพันธ์นี้ ไม่มีลักษณะแบบฟอร์มตายตัว ขึ้นอยู่กับนโยบายหรือแนวปฏิบัติของแต่ละองค์กร ซึ่งสื่อมวลชนจะให้ความสำคัญที่เนื้อหา หรือประเด็นของข่าวมากกว่ารูปแบบ แต่โดยทั่วไป ควรลำดับข้อมูลคร่าวๆ ดังนี้

1. ใช้เอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ที่มีหัวกระดาศระบุว่า เป็นเอกสารข่าว มีชื่อหน่วยงาน สถานที่ตั้ง หมายเลขโทรศัพท์ที่ติดต่อได้ และสัญลักษณ์ ในบางกรณี อาจมีสโลแกนของบริษัทฯ อยู่ด้วย
2. ระบุฉบับเลขที่ หรือลำดับที่ส่งข่าว ในกรณีทั่วไป ไม่นิยมระบุวันเดือนปีของข่าว เนื่องจาก
3. บางครั้งข่าวอาจถึงสื่อมวลชนล่าช้า ทำให้ดูเหมือนว่าข่าวนั้นไม่สดใหม่ และถูกทิ้งไปได้
4. จัดวางตำแหน่งภาพข่าวไว้ใต้หัวกระดาศให้ดูสะอาดตา หรือวางห่างประมาณ 3-5 บรรทัด
5. ยึดภาพข่าวด้วยเทปกาวโดยไม่จำเป็นต้องแน่นหนามากนัก เพื่อให้บรรณาธิการ

สามารถนำออกไปตีพิมพ์เผยแพร่ได้สะดวก ไม่ทำให้ภาพชำรุดเสียหาย ภาพที่ส่งไปควร จะคมชัด และมีความหมายในตัวเอง

6. พาดหัวข่าว ด้วยตัวหนา หรือขีดเส้นใต้ ใช้ขนาดตัวอักษรที่ใหญ่กว่า โดยเลือกใช้ถ้อยคำที่สุภาพ กระชับ และสื่อความหมายได้ชัดเจน
7. เว้นขอบกระดาศซ้ายขวา ให้ห่างพอสมควร เน้นอ่านง่าย สะอาดตา
8. หากเป็นไปได้ ควรเว้นระยะห่างระหว่างบรรทัดให้มากกว่าปกติ เพื่อให้บรรณาธิการตรวจแก้ไขข้อความหรือเพิ่มเติมได้สะดวกขึ้น
9. พับกระดาศข่าวให้สะอาด เรียบร้อย บรรจุในซองที่ค่อนข้างหนา เพื่อรักษาสภาพกระดาศข่าวอยู่ในสภาพดี นอกจากนี้ ซองจะต้องระบุคำว่าเอกสารข่าว ชื่อหน่วยงานที่จัดส่ง ชื่อบริษัทและโลโก้ พร้อมหมายเลขโทรศัพท์ติดต่อ

หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกข่าวประชาสัมพันธ์ของสื่อมวลชน

ปัญหาที่พบบ่อยจากการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ให้สื่อมวลชน ได้แก่

1. การเขียนข่าวที่คลุมเครือ ไม่ชัดเจน และไม่สามารถจัดวางลำดับความสำคัญของข่าวได้
2. ใช้สำนวนไม่เหมาะสม ทำให้สื่อมวลชนต้องใช้เวลาในการตรวจทานแก้ไขมากขึ้น
3. ส่งข่าวล่าช้า ไม่ทันเวลาปิดข่าว
4. ส่งข่าวผิดแห่ง

5. สอดแทรกข้อความเชิงโฆษณาสินค้าหรือองค์กร และขาดหลักฐานยืนยันรับรอง
6. เขียนช่าวยาวเกินไป
7. ระบุแหล่งข่าวไม่ชัดเจน
8. ส่งข่าวเนื้อหาซ้ำซาก และส่งบ่อยจนเกินไป

การผลการศึกษาวิจัยเรื่อง “ความคาดหวังของนักประชาสัมพันธ์และทัศนคติของผู้สื่อข่าวต่อการให้และรับข้อเสนอในเชิงผลประโยชน์” โดยนายรังษี บุรณประภาพงค์ (2539:105) ได้สรุปหลักเกณฑ์ของสื่อมวลชนในการพิจารณาคัดเลือกข่าวประชาสัมพันธ์ลงเผยแพร่ดังนี้

1. ประโยชน์ของผู้อ่าน และนโยบายข่าวของหนังสือพิมพ์
2. วิธีการเขียนข่าว และความสมบูรณ์ของเนื้อหา
3. เวลาปิดต้นฉบับ และความจำกัดของเนื้อหา
4. ความสำคัญขององค์กรที่ส่งข่าว และการทำสื่อมวลชนสัมพันธ์
5. วิธีการส่งข่าว และความถี่ในการส่งข่าว
6. การเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบอย่างถูกต้อง
7. ผลประโยชน์ที่มอบให้ผู้สื่อข่าว เช่น การจัดทัวร์สื่อมวลชน เป็นต้น

นอกจากข้อมูลดังกล่าวแล้ว จากการสอบถามสื่อมวลชนทางด้านหนังสือพิมพ์ซึ่งนับว่าเป็นสื่อหนึ่งที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย ได้ให้ข้อเสนอแนะและวิเคราะห์สถานการณ์การประชาสัมพันธ์ในปัจจุบัน เพื่อเป็นประโยชน์แก่

นักศึกษาและนักประชาสัมพันธ์ในวงการวิชาชีพ ได้นำไปประยุกต์ใช้จริงให้เหมาะสมต่อไป ดังนี้

คุณสุทธวีรธณ ตัญญพงศ์ปรัชญ์

ผู้สื่อข่าวหน้าการศึกษา หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ

การเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์นั้น โดยทั่วไปนักข่าวมองว่าเป็นข่าวบริการเป็นส่วนใหญ่ แต่ยกเว้นในบางกรณีที่ข่าวมีคุณค่ามากพอที่จะเจาะลึก หรือทำสื่อบุได้ จึงจะติดตามสอบถามรายละเอียดหรือขอสัมภาษณ์เพิ่มเติมภายหลัง ซึ่งจะได้พื้นที่มากกว่าข่าวบริการทั่วไป สำหรับภาพข่าวบริการนั้น นักข่าวจะเป็นผู้เลือกสรรข่าวลงเผยแพร่ให้ตามความเหมาะสมซึ่งไม่มีค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งสิ้น แต่มีหลักเกณฑ์การคัดเลือกข่าวประชาสัมพันธ์ พอจะสรุปได้ดังนี้

1. นโยบายของหนังสือพิมพ์ เช่น บางแห่ง มุ่งอิงหน่วยงานราชการ เป็นหลัก ข่าวของบริษัทเอกชนอาจจะไม่มีโอกาสได้รับการเผยแพร่มากนัก หรือหากได้ลง อาจจะไม่ได้รับการอ้างอิงชื่อบริษัท ชื่อผลิตภัณฑ์ เป็นต้น
2. ขึ้นอยู่กับปริมาณพื้นที่ที่สามารถลงเผยแพร่ได้ในแต่ละฉบับ
3. สิ่งที่เป็นหัวใจสำคัญของการคัดเลือกข่าวมาลง คือ ข่าวนั้นต้องมีคุณค่า หรือมีประโยชน์ต่อสังคมในวงกว้าง เช่น ข่าวการจัดเตรียมรถโดยสารในช่วงสงกรานต์ให้เพียงพอจากกรมการขนส่ง ข่าวการจัดงานลดราคาอุปกรณ์การเรียนของนักเรียน ข่าวผลการวิจัยของธนาคารกสิกรไทยถึงการใช้จ่ายของผู้ปกครองในช่วงเปิดเทอม เป็นต้น

4. ในกรณีที่เป็นภาพข่าว จะต้องเป็นภาพที่มีองค์ประกอบของภาพข่าวที่ดี คือสามารถเล่าเรื่องราวได้ด้วยภาพ และตำแหน่งของบุคคลในภาพ อยู่ในจุดที่เหมาะสม สะดวกต่อการนำไปตัด หรือปรับจัดวางในพื้นที่เล็กได้โดยไม่เสียเนื้อหาสาระสำคัญ
5. ไม่ควรถ่ายภาพที่มีฉากหลังเป็นพระบรมสาทิสลักษณ์ พระพุทธรูป ฯลฯ เนื่องจากการจัดวางภาพใหม่นั้น นักข่าวอาจจะต้องตัดบางส่วนของภาพออกไป ซึ่งถือว่าเป็นการไม่สมควรอย่างยิ่ง หากนำเสนอภาพดังกล่าวไม่สมบูรณ์
6. ควรระมัดระวังการถ่ายภาพข่าวที่มีฉากหลังเป็นวันที่เดือนปี ซึ่งหากส่งข่าวนั้นล่าช้าจะทำให้ข่าวนั้นขาดความสด ไม่เป็นที่สนใจของนักข่าว นอกนั้นก็ใช้องค์ประกอบอื่นๆ เช่น ความสัมพันธ์ที่ดีของนักข่าวและองค์กรนั้นๆ การจัดรูปแบบข่าวให้อ่านง่าย สะอาดตา
7. ในกรณีที่เป็นภาพการประชุม สัมมนา ไม่ควรตัดภาพผู้บรรยายหรือวิทยากรมาติดไว้ที่มุมของภาพ ถือว่าเป็นการจัดวางภาพที่ไม่เหมาะสมอย่างยิ่ง

คุณพัฒนเดช อาสาสรรพกิจ

นายกสมาคมผู้สื่อข่าวรถยนต์และรถจักรยานยนต์ไทย คอลัมนิสต์หลายแห่ง เช่น “อโต้-คลินิก” นสพ.กรุงเทพธุรกิจ “คอลัมน์อโต้ทอล์ค” นสพ.เดอะเนชั่น และผู้ดำเนินรายการวิทยุ “อโต้ว่าไรดี”

ข่าวประชาสัมพันธ์ในปัจจุบัน มีลักษณะเป็นข่าวสำเร็จรูปมากเกินไป จนในบางครั้งอดรู้สึกไม่ได้ว่านักประชาสัมพันธ์ถูกคนทำข่าว บางครั้ง ข่าวที่ส่งมาก็ใช้ภาษาที่อ้อมค้อม ยืดเยื้อเยิ่นเย้อ มีคำขยายมากเกินไปจนความจำเป็นทำให้อ่านแล้วหลงประเด็นไปเลยก็มีเหมือนกัน

บางครั้งก็เขียนข่าวมาอย่างกะทัดรัด ไม่มีรายละเอียดใดๆ เลย เท่ากับบังคับให้ลงข่าวไปตามนี้ ซึ่งนักข่าวต้องใช้สำนวนภาษาของตัวเองมากกว่า ที่สำคัญอย่าลืมว่าข่าวนั้น สำเนาเป็นร้อยๆ ฉบับ ส่งสำนักพิมพ์ทุกแห่งเหมือนกันหมด หากลงข่าวขององค์กรนี้ล่าช้ากว่าฉบับอื่น จะดูเหมือนว่านิตยสารหรือหนังสือพิมพ์นั้น ลอกข่าวของนิตยสารหรือหนังสือพิมพ์ฉบับก่อนหน้านี้ กลายเป็นผลเสียต่อนิตยสารหรือหนังสือพิมพ์ฉบับนั้นไป

นอกจากนี้ นักประชาสัมพันธ์ต้องพิจารณาด้วยว่า หนังสือพิมพ์ หรือนิตยสาร แต่ละฉบับ ต่างก็ต้องการความโดดเด่นและมีสไตล์เป็นของตนเอง ดังนั้น การเผยแพร่ข่าวก็ต้องให้ถูกต้องตรงตามสไตล์ของสื่อแต่ละประเภท ขอแนะนำว่านอกจากข่าวสำเร็จรูปแล้ว ควรจัดเตรียมข้อมูลรายละเอียดประกอบแนบมาพร้อมกันด้วย เพื่อนิตยสารค่ายต่างๆ จะได้ปรับภาษาให้เข้ากับสไตล์ของสื่อแต่ละแห่ง และเก็บรวบรวมข้อมูลได้อย่างครบถ้วน โดยเฉพาะภาพประกอบสำคัญมาก หากต้องการให้นักข่าวจัดทำสเกิป เพื่อที่จะได้ปริมาณพื้นที่ข่าวมากขึ้น ต้องเตรียมข้อมูลและภาพประกอบที่สวยงาม เหมาะสำหรับการเปิดเรื่อง ดำเนินเรื่อง และจบเรื่อง ภาพเหล่านั้นก็ควรจะให้เล่าเรื่องราวที่เป็น

ข่าวได้ตามลำดับเหตุการณ์ และมีรูปภาพให้
เลือกมากพอสมควร

ในด้านภาษา ควรใช้ประโยคที่ตรง
ประเด็น และชี้ให้เห็นความสำคัญของข่าวนั้น
เอกสารข่าวของต่างชาติแม้ว่าจะมีข่าวสำเร็จ
เขียนมาให้ แต่ก็มีเอกสารรายละเอียดอีกมาก
มายพร้อมภาพประกอบจำนวนหนึ่ง ซึ่งมากพอ
ที่จะนำมาตัดต่อและจัดทำสรุปได้เอง ท้ายสุดนี้
ขอให้นักประชาสัมพันธ์จัดทำเอกสารข่าวมาให้
สมบูรณ์ที่สุดในกรณีที่ข่าวน่าสนใจ แต่ให้ข้อมูล
มาขาดๆ เกินๆ ก็จะไม่ได้รับความสนใจ ซึ่งการ
ที่จะโทรกลับไปสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมนั้นเป็น
ไปได้ยากมาก

คุณศิริณี วงษ์โซ

ผู้สื่อข่าวหนารถยนต์ นสพ. ประชาชาติธุรกิจ

หากจะพิจารณาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์
ขององค์กรต่างๆ นั้น พอจะแบ่งได้เป็น
3 ประเด็น คือ

1. ข่าวที่นักประชาสัมพันธ์ต้องการ
2. ข่าวที่นักข่าวต้องการ
3. ความสัมพันธ์ระหว่างนักข่าวและนักประชาสัมพันธ์

เริ่มด้วยข่าวที่ นักประชาสัมพันธ์
ต้องการให้นักข่าวลง หรือที่เรียกทั่วไปว่าข่าว
แจก โดยส่วนใหญ่ นักประชาสัมพันธ์ไม่ค่อย
เขียนเป็นข่าว ไม่ค่อยมีเนื้อหาสาระ เช่น กรณี
ข่าวเปิดศูนย์ใหม่ ส่วนขยายเยอะมาก บางทีส่ง
มาให้ 2 แผ่น ใช้ได้จริง 2 ย่อหน้า บางบริษัทก็
ส่งมาดีมาก สัปดาห์ละ 2 ครั้ง บ้างก็ส่งข่าวไม่
สม่ำเสมอ บางครั้งส่งมาติดๆ กัน แล้วก็หายไป

นาน ส่วนใหญ่ประเด็นเนื้อหาข่าวก็ไม่น่าสนใจ
ประเภทใครมาเยี่ยม เอาดอกไม้มาให้ ฯลฯ อาจ
จะได้ลงหน้าข่าวสังคม สำหรับข่าวที่ไม่ลง
เผยแพร่ให้ ก็นำมาใช้เป็นกระดานข่าวเคลลต่อไป

ในด้านภาษาในข่าว บางแห่งชอบใช้
ภาษาลังการ ไม่เหมาะสมกับข่าว หรือขึ้นชม
องค์กรมมากเกินไป ดิฉันจะแก้ไขปรับภาษาใหม่
ทุกครั้ง ไม่เคยลงไปตามที่ส่งมาให้เลย แต่
สังเกตว่านักประชาสัมพันธ์ขององค์กรโดยตรง
หรือ In house จะเขียนข่าวได้ดีกว่า Agency ไม่รู้
ว่าเป็นเพราะได้นักข่าวช่วยเขียนหรือขัดเกลาให้
หรือเปล่า เพราะระยะหลัง วิธีการเขียนข่าวของ
หลายๆ แห่งดีขึ้นมากทีเดียว

สำหรับข่าวที่นักข่าวต้องการ หาก
เป็นเรื่องที่องค์กรต้องการประชาสัมพันธ์อยู่แล้ว
ก็ไม่มีปัญหาอะไร แต่กรณีที่นักข่าวได้เบาะแสร
บางอย่าง คนแรกที่จะติดต่อ ก็คือ นักประชาสัมพันธ์
แต่เมื่อไม่ได้รับความร่วมมือ ไม่ยอมให้
ข้อเท็จจริง กีดกันไม่ให้ติดต่อแหล่งข่าว เมื่อตี
พิมพ์ไปแล้ว ก็จะโทรมาต่อว่ากรณีที่เผยแพร่ข่าว
ในทางลบ ทั้งนี้ให้โอกาสแสดงความจริงแล้ว แต่
ก็ไม่ได้รับความร่วมมือ และนักประชาสัมพันธ์
บางรายยังบีบบังคับให้เราเปิดเผยแหล่งข่าวอีก
ซึ่งผิดจรรยาบรรณของนักข่าว

นักประชาสัมพันธ์ ควรตระหนักว่า
นักข่าวมีหน้าที่ต้องเผยแพร่ข่าวทุกด้านทั้งด้านดี
และด้านลบ ไม่ใช่จะมีพื้นที่ไว้เสนอเรื่องดีของ
องค์กรแต่เพียงอย่างเดียว ผู้บริหารต้องกล้าออก
มาพูดในสิ่งที่ไม่ชัดเจน ไม่เคลียร์ ให้สังคมเข้าใจ
ด้วย

สำหรับความสัมพันธ์ของนักประชาสัมพันธ์นั้น ไม่ชอบประเภทที่ตามใจหรือเอาอกเอาใจนักข่าวมากเกินไปจนความจำเป็น ดูเหมือนว่าเป็นการกระทำเพื่อหวังผลอย่างใดอย่างหนึ่ง และแสดงถึงความไม่จริงใจ คบกันเป็นเพื่อนก็เพียงพอแล้ว และไม่จำเป็นต้องมายื่นข้อเสนออะไรมากมาย สำหรับในด้านของความสวายนั้น ไม่สำคัญเลย สำคัญที่ความจริงใจในการติดต่อสัมพันธ์กันมากกว่า

คุณวิมล ตัน

หัวหน้าข่าวเศรษฐกิจ นสพ.มติชน

นักประชาสัมพันธ์ต้องรู้วิธีการเขียนข่าว ตอบให้ได้ว่าใครทำอะไรที่ไหนอย่างไรเมื่อไรข่าวไม่จำเป็นต้องยาวมาก อ่านแล้วต้องชัดเจน

ปัญหาของข่าวประชาสัมพันธ์ที่พบบ่อยคือ

1. ข่าวเขียนไม่สมบูรณ์ อ่านแล้วมีคำถามเกิดขึ้นในใจ ทำให้ต้องโทรกลับไปถามบางทีก็มีความผิดพลาด เช่น วันที่จัดงานผิดไม่ระบุเวลาจัดงาน ชื่อของคนที่ข่าวสะกดผิด ฯลฯ ดังนั้น ทางที่ดีควรจะตรวจสอบข่าวให้ถูกต้องก่อนที่จะส่งข่าวมา เพราะทำให้ภาพพจน์องค์กรเสียไปเยอะเลย
2. นักประชาสัมพันธ์ ควรจะต้องรู้ว่าแต่ละฉบับเล่นเรื่องไหนเป็นหลัก จะได้จับประเด็นข่าวเดียวกันนี้ ให้เหมาะสมกับแต่ละฉบับ
3. นักประชาสัมพันธ์ทำการบ้านน้อย เรียกชื่อนักข่าวผิด สะกดคำหน้าของผิด อย่างกรณีนี้คนรับข่าวเสียความรู้สึกมาก

4. คาดคั้น หรือ โหม่นนำให้ลงข่าวทั้งๆ ที่การตัดสินใจจะลงข่าวให้หรือไม่ลงให้ นั้น เป็นวิจรรณญาณของนักข่าว เป็นหน้าที่ของเรา ถ้าอยากให้ลงข่าว ก็ต้องเขียนข่าวให้น่าสนใจ ครบถ้วน เท่านั้น ข่าวก็ได้ลงอยู่แล้ว ไม่ต้องโทรมาถาม
5. นักประชาสัมพันธ์บางแห่งเข้าใจผิด คิดว่าเงินซื้อข่าวได้ ขอให้ลงข่าวให้และยินดีจ่ายเงินตอบแทน กรณีนี้ คิดว่านักประชาสัมพันธ์คงมีความสับสนในบทบาทหน้าที่ของตนเองหรือคิดว่าเป็นเรื่องที่ทำได้
6. นักประชาสัมพันธ์คิดแต่เพียงว่าจะประชาสัมพันธ์ข่าวให้องค์กร ในทางกลับกัน นักข่าวก็มองหาแต่ข่าวที่น่าสนใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง บริษัทที่ปรึกษาด้านประชาสัมพันธ์ หรือ PR Agency มักจะส่งข่าวตามความต้องการของลูกค้า ไม่ได้คำนึงถึงคุณค่าของข่าว ว่าข่าวนั้นอยู่ในความสนใจของประชาชนมากน้อยแค่ไหน เมื่อความต้องการขัดแย้งกัน ย่อมทำให้เกิดปัญหา ตรวจสอบก่อนว่าข่าวนั้นผู้อ่านจะสนใจหรือไม่ สอดคล้องกับสไตล์ของหนังสือพิมพ์ที่ต้องการหรือไม่ บางแห่งเขาไม่มีพื้นที่ลงรูป ก็จะส่งรูปให้ลงอยู่รำไป สำหรับภาพข่าวก็ต้องถ่ายให้ชัดเจน รู้จักและเข้าใจวิธีการจัดภาพ บางครั้ง นักประชาสัมพันธ์ละเอียดตรงนี้ ส่งภาพมาแต่คนเดิมภาพ ดูน่าเกลียด
7. การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ที่ดี ควรจะทำให้นักข่าวรู้สึกสนใจอยากอ่านต่อไป บางคนใช้ภาษาแปลมาจากภาษาอังกฤษ อ่านแล้วไม่รู้เรื่อง เป็นภาษาที่เข้าใจยาก ทำให้ข่าว

นั้นไม่น่าสนใจ ควรจะปรับให้เป็นภาษาไทยที่อ่านแล้วรู้สึกสนใจ เข้าใจง่าย ไม่ใช่ว่าสักแต่จะเขียนข่าว โดยหวังให้นักข่าวลงให้เท่านั้น

สำหรับคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์นั้น ไม่จำเป็นต้องมีคุณสมบัติที่ช่างพูด เพราะนักข่าวเองก็ต้องอาศัยนักประชาสัมพันธ์เพื่อสอบถามหาข่าวอยู่แล้ว นักประชาสัมพันธ์เป็นด่านแรกที่เจอกับนักข่าว นักประชาสัมพันธ์ที่ดีต้องให้ความช่วยเหลือนักข่าวให้คำตอบที่ชัดเจน สำหรับนักข่าวก็มีความต้องการเพียงไม่กี่อย่าง เช่น กรณีเกิดเหตุเพลิงไหม้ คนแรกที่จะโทรไปหาคือนักประชาสัมพันธ์ เพื่อให้อำนวยความสะดวก จัดหาคนที่ตอบได้มาให้ ไม่ต้องมาตอบเสียเอง และอย่าใช้คำพูดว่าไม่ให้ข่าว แต่ควรเลี้ยง หรือปฏิเสธให้นุ่มนวล อาจบอกว่าขงนี่ยังไม่สะดวก ขอเลื่อนเป็นวันอื่นก่อนนะ เป็นต้น ประเภทที่พูดเก่ง แต่ไม่ได้ประโยชน์อะไรเลยนั้น นักข่าวก็ไม่ให้ความร่วมมือในที่สุด

คุณยุวดี มณีกุล

ผู้ช่วยหัวหน้าข่าวส่วนจุดประกาย

นสพ. กรุงเทพธุรกิจ

ก่อนอื่นต้องทำความเข้าใจว่าคอลัมน์ศิลปวัฒนธรรมนี้ ประกอบด้วยส่วนที่เป็นศิลปะกับวัฒนธรรม นำเสนอข่าวที่เกี่ยวข้องกับศิลปะหรือ Fine Art ได้แก่ จิตรกรรม ประติมากรรม ภาพพิมพ์ ข่าวที่ส่งมาก็จะมาจาก Gallery หอศิลป์ ธนาคารที่สนับสนุนด้านศิลปวัฒนธรรม หรือแม้แต่ศิลปินที่โปรโมทงานของตนเอง

สำหรับด้านวัฒนธรรม ได้แก่ ข่าวที่เกี่ยวข้องกับสังคม วิธีการดำเนินชีวิตของชุมชน ข่าวเหล่านี้ก็จะมาจากสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (สวช.) กรมศิลปากร ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร สถาบันการศึกษาต่างๆ และเครือข่ายซิเมนต์ไทย ซึ่งเนื้อหาข่าวทั่วไป จะเป็นข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับงาน ศิลปิน สถานที่จัดแสดง มีรายละเอียดชัดเจน และส่งล่วงหน้านาน

ปัจจุบัน มีปรากฏการณ์ใหม่ คือเปิดโอกาสให้นักข่าวตอบแบบสอบถามปลายเปิด แสดงความสนใจในหัวข้อที่ต้องการจะให้จัดรวมทั้งให้ข้อเสนอแนะต่างๆ นับว่าเป็นเรื่องที่ดีมาก ทำให้นักข่าวกับนักประชาสัมพันธ์ได้มาพบกัน หากดูร่วมกันได้ จะได้ว่านักข่าวสนใจอะไร จับประเด็นอะไรอยู่

นักประชาสัมพันธ์ควรจะเพิ่มเติมความรู้ในด้านที่ตนเองต้องไปเกี่ยวข้อง เช่น หากจะเขียนข่าวด้านศิลปวัฒนธรรม ก็ต้องศึกษาความรู้ด้านนี้บ้าง นอกเหนือจากทักษะพื้นฐานด้านประชาสัมพันธ์ เพื่อที่จะได้เตรียมข้อมูลหรือจับประเด็นให้ตรงความต้องการของนักข่าว แทนที่จะสร้างความรำคาญ แต่เท่าที่ผ่านมา การเตรียมเอกสารเบื้องต้นของแหล่งข้อมูลที่กล่าวไปแล้ว มีความพร้อมมากกว่า

กรณีที่บางองค์กรพยายามจะจัดกิจกรรมทางการตลาด แล้วอ้างว่าเป็นการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม เช่น กรณีห้างสรรพสินค้าจะจัดงานศิลปหัตถกรรม 4 ภาค แล้วบอกว่าเป็นงานส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม ดิฉันก็จะไม่ไปร่วมงานเพราะไม่ตรงกับประเด็นที่เราสนใจ น่าจะส่งข่าวนี้ให้หน้าการตลาดมากกว่า

โครงการประชาสัมพันธ์ที่ดีๆ ก็มี เช่น โครงการรักเมืองไทยกับยางสยาม ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะมีที่ปรึกษาดี มีนักวิชาการที่เชี่ยวชาญ นับว่าเป็นการจับประเด็นได้ชัดเจน เข้าใจความหมายของศิลปวัฒนธรรม นอกจากนี้ ต้องมีความพิเศษ แปลกใหม่ เช่น กรณีการไปลงพื้นที่ในชุมชนหนึ่ง ซึ่งมีวิถีชีวิตที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมอันดีงาม แม้ว่าจะเป็นสิ่งเล็กน้อยที่ห่างไกล เราก็สนใจจะไปเจาะเพิ่มเติม

สำหรับด้านภาษาการเขียนข่าวของนักประชาสัมพันธ์นั้น โดยส่วนตัวแล้ว ไม่ค่อยคาดหวังมากนัก เพราะเป็นหน้าที่ของนักข่าวที่ต้องขัดเกลาแก้ไขอยู่แล้ว สำหรับรูปแบบของข่าว หรือกระดาดข่าว เป็นเพียงเปลือกนอกที่เติมแต่ง ไม่มีความสำคัญต่อการพิจารณาเผยแพร่ข่าว อาจจะช่วยแค่สบายตา แล้วก็นำไปรีไซเคิลต่อไป หากเป็นกระดาดดีหน่อย ก็เขียนสั้นดีเท่านั้นเอง

คำแนะนำสำหรับนักประชาสัมพันธ์ ก็คงจะบอกว่า

1. ให้เป็นตัวของตัวเอง เป็นธรรมชาติ
2. ศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับสายที่ตนเองรับผิดชอบอยู่
3. ต้องเข้าใจด้วยว่านักข่าวไม่ได้มีพื้นที่ให้ลงข่าวขององค์กรใดองค์กรหนึ่งเท่านั้น พื้นที่ตรงนี้ มีไว้สำหรับหลากหลายองค์กร

จากข้อมูลดังกล่าว จะเห็นได้ว่าสื่อมวลชนให้ความสำคัญกับคุณค่าของข่าวมากกว่ารูปลักษณะของข่าว สำหรับการออกแบบกระดาด

ข่าว ของข่าว ให้มีความสวยงามนั้น เป็นเพียงส่วนประกอบที่ช่วยต่อยอดภาพลักษณ์ขององค์กรเท่านั้น แต่ไม่ได้มีอิทธิพลต่อการนำเสนอข่าวทางสื่อต่างๆ มากนัก นอกจากนี้ นักประชาสัมพันธ์จึงควรจัดองค์ประกอบของข่าวให้มีความเหมาะสม โดยเฉพาะการจัดองค์ประกอบภาพ ต้องให้สามารถสื่อความหมายได้อย่างชัดเจน และมีความคิดสร้างสรรค์ เพื่อให้ข่าวนั้นมีความโดดเด่น มีคุณค่าทั้งต่อองค์กร สังคม และในสายตาของสื่อมวลชน

คุณค่าของข่าวประชาสัมพันธ์ ขึ้นอยู่กับความถูกต้องแม่นยำของข้อมูล (Accuracy) ความสมดุล (Balance) ความเป็นกลาง (Objective) และความชัดเจน กระชับรัด ได้ใจความ (Clear and concise) และยังต้องเพิ่มคุณค่าทางจิตใจ โดยนำหลักจิตวิทยามาใช้ และสำหรับการใช้ภาษาที่เหมาะสม ผลดีคือสามารถสร้างความน่าเชื่อถือได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้ สื่อมวลชนจะเป็นผู้ประเมินข่าวเหล่านี้ว่ามีคุณค่ามากพอที่จะช่วยเผยแพร่ต่อไปหรือไม่ ดังนั้น นักประชาสัมพันธ์ควรเลือกสรรข่าวสารหรือเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม

การเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ แตกต่างจากการเขียนข่าวทั่วไปในหลายๆ ด้าน ได้แก่ จุดมุ่งหมายของการเผยแพร่ข่าว ทิศทางหรือผลที่ต้องการ ลักษณะของแหล่งข่าว ขอบเขตของข่าว ความรวดเร็วและทันเหตุการณ์ โดยมีโครงสร้างข่าวหลักๆ คือ พาดหัวข่าว วรรคนำหรือโปรย ส่วนเชื่อม เนื้อหาข่าว โดยลำดับเนื้อหาที่สำคัญที่สุดก่อนและเรียงไปจนถึงสำคัญน้อยที่สุดตามลำดับ นอกจากการเขียนข่าว

ในรูปแบบทั่วไปแล้ว นักประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่จะใช้ประโยชน์จากภาพเหตุการณ์สำคัญต่างๆ ขององค์กรนี้ เผยแพร่ประกอบกับคำบรรยายใต้ภาพ จึงต้องจัดวางตำแหน่งให้เหมาะสมและวางรูปประโยคที่เข้าใจได้ง่าย เริ่มด้วยใครทำอะไรที่ไหนอย่างไร ตามด้วยส่วนขยายที่สั้น กระชับ และได้ใจความ เป็นต้น

นอกจากความสามารถในการคิดเลือกประเด็นข่าว และเขียนข่าวได้อย่างชัดเจนถูกต้องแล้ว นักประชาสัมพันธ์ยังต้องแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับสื่อมวลชนอย่างสม่ำเสมอ เพื่อปรับปรุงแนวทางการเขียนให้สอดคล้องเหมาะสมกับความมุ่งหมายขององค์กรและความต้องการของสื่อมวลชนด้วยในขณะเดียวกัน เพื่อประโยชน์ในการเผยแพร่ข่าวสารสู่สาธารณชนต่อไป

ข้อมูลความรู้ในการเขียนข่าวดังที่ได้เสนอแล้วนั้น เป็นเพียงพื้นฐานรูปแบบและหลักการโดยทั่วไป ซึ่งนักประชาสัมพันธ์ที่ดีจะต้องคิดค้นรูปแบบช่องทางนำเสนอและแสวงหาช่องทางสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายอย่างเหมาะสม และด้วยวิธีการใหม่ๆ ที่น่าสนใจอยู่เสมอ หากจะให้การสื่อสารประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพที่สุด ควรเผยแพร่เนื้อหาสาระที่ต้องการในหลากหลายช่องทาง และนักประชาสัมพันธ์จะต้องประยุกต์และบริหารสื่อต่างๆ ให้ผสมกันในทิศทางเดียว เช่น องค์กรต้องการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับวิธีการใช้โทรศัพท์บ้านพกพา หรือ PCT ก็ต้องจัดทำในรูปแบบบทความในหนังสือพิมพ์ หรือในนิตยสาร โดยเขียนลงวารสารหรือจดหมายโดยตรงถึง

ลูกค้า จัดทำข่าวแจกถึงสื่อมวลชน นำเสนอในอินเทอร์เน็ต ไปปพลิเคชันหรือโบรชัวร์ ฯลฯ ในช่วงระยะเวลาใกล้เคียงและต่อเนื่องกันไป ดังนั้นจึงขอแนะนำเทคนิคบางประการเพื่อประโยชน์ในการสร้างสรรค์งานเขียนให้เป็นไปตามเป้าหมาย

เทคนิคการเขียนที่ดี

1. การเขียนที่ดี ต้องเริ่มจากการตั้งเป้าหมายของการเขียน และวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการเลือกภาษาที่ใช้ และกระบวนการทางจิตวิทยาที่จะสื่อสารให้ได้เป้าหมายตามที่ต้องการ
2. หัวใจของวิธีการเขียน
 - จัดระเบียบความคิดให้เป็นไปตามลำดับ (Organization of Thoughts)
 - จัดทำเค้าโครง (Outline)
 - วิธีการเขียนต้องมีประเด็นชัดเจน (Clear concept)
 - เริ่มด้วยประเด็นหลักและขยายความให้สมเหตุสมผล และไม่ควรมีประเด็นปลีกย่อยมากเกินไป
 - ประเด็นหลัก ประเด็นรอง และประเด็นย่อย ควรมีความยาวหรือพื้นที่ลดหลั่นลงตามสัดส่วน (Proportion of Issues)
 - แต่งประโยคหลักและประโยคสนับสนุนให้มีความสอดคล้องเกี่ยวเนื่องกัน (Rationalization)
 - รักษามาตรฐานการใช้ภาษาให้เป็นหนึ่งเดียว (Consistency) เช่น ไม่ควรใช้คำว่า "ปิกนิก" สลับกับ "ปิกนิก" หากจะ

เลือกใช้แบบใด ก็ใช้แบบนั้นเป็นมาตรฐานขององค์กรตลอดไป

3. การขัดเกลาการเขียน (Re-writing) การที่จะเพิ่มความน่าเชื่อถือให้งานเขียน กระทำได้โดยการตรวจสอบสำนวนภาษา และตัวสะกดให้มีความถูกต้อง เลือกแบบตัวอักษรได้เหมาะสมกับเนื้อหา ศัพท์ที่ใช้แสดงความรู้อของผู้เขียน และมีความสละสลวยของภาษาเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น

หลักการเขียนให้ได้ผลดี

Hill และ Knowlton ได้แนะนำไว้ในหนังสือ Critical Issues in Public Relations ว่า

1. จงเขียนในลักษณะที่เปิดเผย ชัดเจน อย่าคลุมเครือ จริงใจ ยุติธรรม และซื่อตรง
2. เขียนให้ตรงประเด็นที่ต้องการอธิบายด้วยภาษาของตนเอง
3. อย่าเขียนยกย่องเชิดชูมากเกินไป หรือดูถูกเหยียดหยามผู้ใดผู้หนึ่ง
4. ใช้คำธรรมดา ไม่ต้องเล่นคำหรือแต่งเติมเสริมความมากไปกว่าความเป็นจริง
5. เขียนหรือกล่าวถึงเพียงเรื่องเดียว อย่าพูดหลายเรื่องในเวลาเดียวกัน
6. อย่าพยายามใช้ตัวเลข สถิติ แต่ให้ยกตัวอย่างที่เข้าใจได้ง่ายๆ จากเรื่องราวทั่วไปในชีวิตประจำวัน³

ผู้คนส่วนใหญ่มักเข้าใจว่าการประชาสัมพันธ์นั้นเป็นการสร้างภาพ เนื่องจากมองเห็นความแตกต่างระหว่างแก่นแท้หรือตัวตนที่แท้จริงกับเปลือกนอกหรือภาพลักษณ์ที่ปรากฏ และมักจะมองว่าผู้ที่จะดำเนินงานประชาสัมพันธ์

ต้องมีบุคลิกรูปร่างหน้าตาที่สวยงาม รวมทั้งการพูดจาที่อ่อนหวาน เพียงเท่านั้นก็สามารถเป็นนักประชาสัมพันธ์ได้แล้ว ดังเช่น การทำงานของแผนกต้อนรับ เป็นต้น ซึ่งนั่นเป็นเพียงส่วนหนึ่งของงานด้านการประชาสัมพันธ์เท่านั้น

คงต้องยอมรับว่าเสน่ห์ของการประชาสัมพันธ์นั้น อยู่ที่ผลงานที่สำเร็จออกไปสู่สายตาสังคม บางครั้งผลของงานทำให้องค์กรมีชื่อเสียงอย่างมากเกินความคาดหมาย และมีอิทธิพลมากทำให้นักประชาสัมพันธ์บางคนเกิดความสับสนในบทบาทหน้าที่ของตนเอง แทนที่จะทำงานเบื้องหลัง คอยปิดทองหลังพระ เพื่อเสริมสร้างคุณค่าให้องค์กร กลับกลายเป็นทำงานเบื้องหน้าเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ให้แก่ตนเอง จึงเป็นเรื่องที่สมควรต้องรณรงค์ให้ทุกคนได้หันกลับมามองงานประชาสัมพันธ์กันใหม่

แท้จริงนั้น การทำประชาสัมพันธ์ คือ การบริหาร การวางแผนและการจัดการด้านสื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพให้ได้ผลตรงตามเป้าหมายขององค์กร โดยอยู่บนพื้นฐานของความปรารถนาดีอย่างจริงใจ ผู้เขียนพยายามตอบคำถามในประเด็นนี้ เพราะแก่นแท้ของนักประชาสัมพันธ์ คือ จิตใจที่ดีงาม งามในการทำงานอย่างโปร่งใส งามในการพูดจาให้ข้อเท็จจริงใจ งามในการบริการแก่สื่อมวลชน ประชาชน ด้วยความสุภาพและเท่าเทียมกัน เปรียบได้เป็นกระจกสะท้อนให้ผู้อื่นมองเห็นเจตนารมณ์ที่จริงจังและจริงใจขององค์กร

เนื่องจากธรรมชาติของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้น คือการเผชิญหน้ากับปัญหาจุกจิกที่เกิดขึ้นได้ตลอดเวลา ทั้งจากการรับมือ

³Peter Sheldon Green, Winning PR Tactics. (Great Britain : Bell and Bain Ltd, Glasgow, 1994) p.77

กับปัญหาความขัดแย้งกับหน่วยงานอื่นๆ และปัญหาการผลิตสื่อต่างๆ ในระยะเวลาที่จำกัด ผู้ที่จะทำงานด้านนี้ได้ จึงต้องมีวุฒิภาวะทางอารมณ์ พร้อมทั้งเผชิญหน้ากับความกดดันต่างๆ ด้วยความอดทน และใจเย็น คุณสมบัติพื้นฐานของนักประชาสัมพันธ์ จึงจำเป็นต้องเลือกเฟ้นผู้ที่มีทัศนคติที่ดีต่อสังคม มองโลกในแง่ดี และมีอารมณ์ขัน ประกอบกับความมีน้ำใจไมตรี ความเมตตากรุณา มีความรักและความเข้าใจเพื่อนมนุษย์และหวังดีต่อกันอย่างจริงจัง สิ่งเหล่านี้ล้วนต้องใช้ระยะเวลาเป็นเครื่องพิสูจน์ ผลของการทำประชาสัมพันธ์เช่นนี้ จะผูกพันสื่อมวลชนสาธารณชนไว้กับองค์กรได้ยาวนานกว่าวิธีการอื่น

สำหรับการที่จะบริหารสื่อแต่ละประเภทได้ นักประชาสัมพันธ์ต้องรู้จักสื่อให้มากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นสื่องานพิมพ์ต่างๆ เช่นวารสาร รายงานประจำปี แผ่นพับ โปสเตอร์ ฯลฯ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น ท้ายสุด ปัญหาใหญ่ของนักประชาสัมพันธ์คือการสื่อสาร การรู้จักเลือกใช้สาร จะสื่อไปอย่างไรในช่องทางต่างๆ ไปยังกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้ ซึ่งนับวัน ช่องทางการสื่อสารได้ปรับเปลี่ยนไปตามเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นอินเทอร์เน็ต การสร้างเว็บไซต์ การสื่อสารด้วยตู้ Kiosk เป็นต้น

ข้อควรคำนึงในการจัดทำประชาสัมพันธ์ในปัจจุบัน

1. อย่าดูถูกความคิดของประชาชน

ปัจจุบันนี้ ผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจเท่าทันจุดมุ่งหมายของกิจกรรมทางการตลาดที่องค์กรต่างๆ จัดขึ้นเป็นอย่างดี ดังนั้น จึงควรนำเสนออย่างจริงใจและตรงไปตรงมา ไม่ต้องไปอ้อมค้อม หรือบิดเบือนความจริงใดๆ

2. ปฏิบัติต่อสื่อมวลชนด้วยความทัดเทียมกัน

ไม่ควรเลือกบริการโดยแบ่งแยกค่าใช่หรือสังกัดใดๆ และไม่จำเป็นต้องสรรเสริญเยินยอสื่อมวลชนมากเกินไปจนความจำเป็น จะเป็นการสนับสนุนให้กลายเป็นธรรมเนียมปฏิบัติที่ไม่ดีในวงการแล้ว ยังลดคุณค่าของงานประชาสัมพันธ์ลงไปด้วย ฟังระลึกรั้วเสมอว่า สื่อมวลชนเปรียบเสมือนเพื่อนสนิทที่สามารถพึ่งพาอาศัยกันได้ทั้งในยามสุขและยามทุกข์ แม้จะไม่อยู่ในฐานะนักประชาสัมพันธ์และสื่อมวลชนก็ตาม ความสัมพันธ์ในลักษณะนี้จะสร้างความผูกพันกันได้ในระยะยาว

3. อย่าหลงทางไปกับกลยุทธ์ทางการตลาด

โดยละเอียดการประชาสัมพันธ์เพื่อสังคม ซึ่งหลักในการทำประชาสัมพันธ์เพื่อสังคมนั้น ไม่ควรนำเสนอเรื่องราวที่ไกลตัว แต่หยิบยกเอาจุดเด่นขององค์กรมาประยุกต์ สรรหาวิธีการนำเสนอที่แตกต่างและมีรสนิยมควบคู่กันไปกับการประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการตลาด

4. ยึดมั่นในการบริการอย่างแท้จริง ทั้งต่อสื่อมวลชน บุคลากรภายในและภายนอกองค์กร

5. เรียนรู้ทักษะทางนิเทศศาสตร์ให้ครอบคลุมทุกด้าน

ไม่ว่าจะเป็น งานการพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ โฆษณา ฯลฯ และติดตาม เทคโนโลยีใหม่ๆ ให้ทันเหตุการณ์อยู่เสมอ

6. นำหลักพุทธศาสนาเป็นแนวทางดำเนิน งานประชาสัมพันธ์

ให้อยู่ในกรอบแห่งความดีงาม นอกจากนี้แล้วยังช่วยเตือนสติ ชัดเกล้าจิตใจ และเป็นที่พักในยามที่ต้องเผชิญหน้ากับปัญหาที่ยาก เกินกว่าจะแก้ไขได้อีกด้วย

7. เรียนรู้ที่จะบริหารคน สื่อ และงบประมาณไปพร้อมๆ กัน ด้วยความมั่นคงทางอารมณ์

แม้ว่า Peter Sheldon Green ผู้เรียบเรียงหนังสือ "Winning PR Tactic" กล่าวไว้ว่า

"A picture is worth a thousand words" หมายถึงภาพหนึ่งนั้นมีค่าสื่อความหมายได้เท่ากับคำพูดนับพันคำ⁴

แต่ต้องยอมรับกันว่าในวงการประชาสัมพันธ์นั้น การทำงานเขียนนั้นสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เพราะเป็นสื่อตัวอักษรและคำพูดที่สะท้อน และแอบแฝงไว้ด้วยภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์หรือองค์กรของเราตลอดเวลา อันจะนำไปสู่การสร้างหรือรักษาไว้ซึ่งภาพลักษณ์ที่ต้องการในที่สุด

การเขียนที่เผยแพร่ทางสิ่งพิมพ์นั้น จำเป็นต้องระมัดระวังทั้งภาษา และความถูกต้องของข้อมูลเป็นอย่างมาก เนื่องจากจะเป็นหลักฐานนำไปประกอบการอ้างอิงในอนาคตต่อไป

การเขียนเป็นหัวใจของงานด้านการประชาสัมพันธ์ เนื่องจากเป็นหนึ่งในทักษะทางนิเทศศาสตร์ ในการที่จะถ่ายทอดเนื้อหาสาระอันสลับซับซ้อน ให้กลายเป็นเรื่องที่น่าสนใจได้ง่าย ผู้เขียนขอเปรียบเทียบงานนิเทศศาสตร์เป็นดังเช่น น้ำเชื่อมที่ผสมกับตัวยา ที่ช่วยให้รับประทานได้ง่ายและช่วยบรรเทาอาการป่วยไข้ได้ ในขณะเดียวกัน แต่นิเทศศาสตร์ไม่ใช่ลูกกวาด หลากสีสัน ที่สวยงามดึงดูดใจแต่ไม่ได้ให้ประโยชน์ใดๆ แก่ร่างกายเลย ผู้ที่ประกอบอาชีพด้านสื่อสารมวลชน จึงควรแสวงหาสิ่งที่เป็นแก่นสารของตนเอง ในด้านใดด้านหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของสังคม ศิลปวัฒนธรรม กฎหมาย การเมือง ฯลฯ แล้วใช้ความรู้ทางนิเทศศาสตร์ถ่ายทอดความคิดความรู้เหล่านี้ออกมาสร้างสรรค์สังคม

การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ เป็นวิธีการหนึ่งในการถ่ายทอดสาระ หรือสิ่งที่เป็นจุดเด่นของผลิตภัณฑ์หรือองค์กร ที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม ผ่านช่องทางการสื่อสารในหลากหลายรูปแบบ จากข้อมูลที่เป็นจริง และใช้วิธีการนำเสนอที่สร้างความน่าเชื่อถือ รวมทั้งสรรหาวิธีการสร้างสรรค์สื่อให้มีความแปลกใหม่ ซึ่งนอกจากจะเอื้อประโยชน์ในทางสังคมแล้วยังต้องส่งเสริมผลิตภัณฑ์ หรือองค์กรให้บรรลุเป้าหมายทางการตลาดไปพร้อมๆ กันอีกด้วย การประชาสัมพันธ์จึงนับเป็นงานที่ยากและท้าทายอีกสาขาหนึ่งในงานด้านการสื่อสารมวลชน ❖❖

⁴ วิจิตร อวระกุล. เทคนิคการประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 2. (กรุงเทพฯ สำนักพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541) หน้า 110

บรรณานุกรม

รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ, การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์, กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 62 - 64

วิจิตร อวະกุล เทคนิคการประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2541

Green, Peter Sheldon. **Winning PR tactics effective techniques to boost your
sales.** London : Peter Sheldon Green, 1994.

การใช้สีในการสร้างสาร เพื่องานประชาสัมพันธ์

บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ

สี (colour) นับว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญประการหนึ่งในการสร้างสารเพื่องานประชาสัมพันธ์ เนื่องจากสีมีส่วนสำคัญในการช่วยสื่อความหมายของสารที่เราสร้างขึ้นและทำการสื่อสารออกไป สีช่วยสร้างความสมจริงสมจังให้กับสาร รวมทั้งช่วยดึงดูดความสนใจของผู้รับสารที่เราต้องการสื่อสารด้วย นอกจากนี้สียังมีประโยชน์อีกมากมายในการช่วยเพิ่มประสิทธิผลของการสื่อสาร ด้วยเหตุว่าสีสามารถส่งผลกระทบในทางจิตวิทยาต่อผู้รับสาร ซึ่งสามารถจูงใจ อารมณ์ ความคิดและความเชื่อของผู้รับสารให้คล้อยตามสารที่เราต้องการสื่อได้ รวมทั้งสียังสามารถสร้างความพึงพอใจต่อผู้รับสารหรือผู้บริโภคในทางตลาดได้อีกด้วย ทั้งนี้ เราอาจสรุปถึงวัตถุประสงค์ของการใช้สีในการสร้างสารเพื่องานประชาสัมพันธ์ ได้ดังนี้

- 1) เพื่อช่วยสร้างความสมจริงสมจังให้กับสารที่สร้างขึ้น
- 2) เพื่อช่วยสร้างความเหมือนหรือความต่างให้เกิดขึ้นในการรับรู้ของผู้รับสาร

3) เพื่อช่วยเน้นสาระของสารที่เราต้องการสื่อความหมาย

4) เพื่อช่วยสร้างความดึงดูดใจแก่ผู้รับสาร

5) เพื่อช่วยกระตุ้นให้ผู้รับสารเกิดอารมณ์คล้อยตามสารที่ต้องการสื่อ

สีคืออะไร?

เมื่อพูดถึง "สี" (colour) ผู้คนโดยทั่วไปต่างก็รู้จักคำนี้ และสามารถแยกแยะออกได้ถึงความแตกต่างกันของสีต่างๆ ว่าเป็นสีแดง สีขาว สีน้ำเงิน เหล่านี้เป็นต้น แต่เมื่อถามว่า "สีคืออะไร?" เชื่อกันว่าหลายท่านอาจนึกไม่ออกเช่นกันว่าจะให้คำจำกัดความกับ "สี" ว่าอย่างไร

พจนานุกรมวิทยาศาสตร์และศัพท์เทคนิคของแมคกรอว์ฮิลล์ ให้คำจำกัดความว่า "สี คือคำทั่วๆ ไปที่หมายถึงองค์ประกอบความยาวคลื่นของแสง อ่างอิงเฉพาะสิ่งที่มองเห็น" และพจนานุกรมอีกฉบับหนึ่งกล่าวว่า "สีคือคุณสมบัติที่มองเห็นได้ของรูปทรง หรือสสารที่

แยกแยะออกจากคุณสมบัติพิเศษอื่น และขึ้นกับองค์ประกอบสเปกตรัมของแสงที่ส่งมาจากหรือสะท้อนออกจากสิ่งนั้น” (อ้างใน Morton Walker, พลังแห่งสีสัน แปลโดยเกรียงศักดิ์ กำลังสินเสริม, 2538 : 23)

ส่วนในทางจิตวิทยา “สี” หมายถึงสิ่งที่เห็นและเป็นการรับรู้ด้วยการมองเห็นของมนุษย์ สีสามารถสร้างพลังในการโน้มน้าวชักจูงความคิด เปลี่ยนแปลงการกระทำ ตลอดจนก่อให้เกิดปฏิกิริยาและส่งผลต่อสภาวะต่างๆ ของมนุษย์ได้เช่น ด้านสรีระ จิตใจ และอารมณ์ เป็นต้น ดังนั้น ในที่นี้ เราจะกล่าวถึงสี ลักษณะและผลกระทบทางสีในเชิงจิตวิทยา ในสถานะที่เป็นองค์ประกอบหนึ่งในการสร้างและสื่อความหมายของสารในการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์หรือการโฆษณา

อย่างไรก็ตาม ก่อนที่จะกล่าวถึงรายละเอียดและการใช้สีในเชิงจิตวิทยาเพื่อการสร้างสารประชาสัมพันธ์ในลำดับต่อไปนั้น จะขอสรุปถึงคุณสมบัติของสีตามทฤษฎีสีต่างๆ โดยสังเขปเพื่อเป็นการทำความเข้าใจเกี่ยวกับสีเป็นเบื้องต้นก่อน

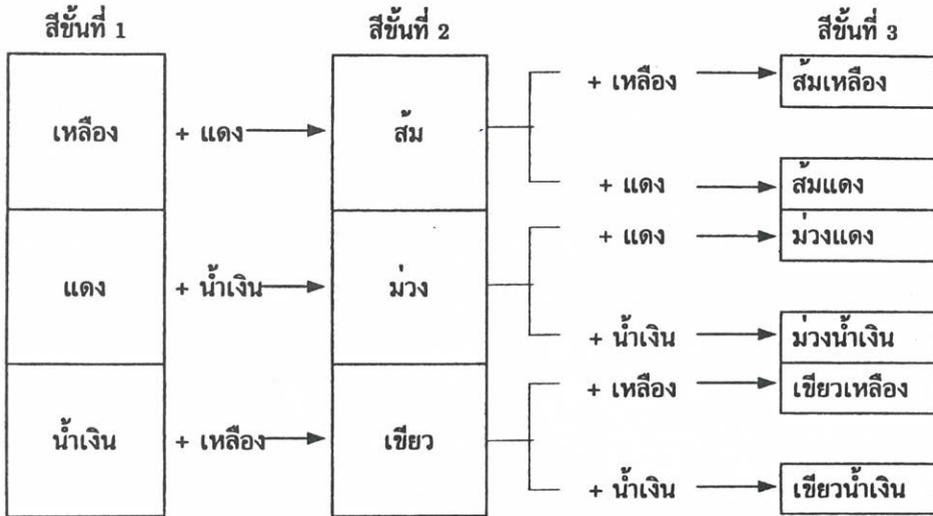
ทฤษฎีสี (Theory of Colour)

ทฤษฎีสีตามที่ได้มีนักวิชาการทางศิลปะรวบรวมไว้มีอยู่ด้วยกัน 4 ทฤษฎี ดังนี้

(สุรชาติ เกษประสิทธิ์ และสนั่น คิ้วฮก, 2542 : 26-27)

1) ทฤษฎีของนักเคมีและจิตรกร ได้ศึกษาถึงคุณสมบัติทางเคมีของสี ซึ่งสรุปได้ว่าสีจะมีแม่สี (Primary Colours) อยู่ด้วยกัน 3 สี ได้แก่ สีแดง เหลือง น้ำเงิน และจากแม่สีทั้ง 3 สามารถมาผสมกันด้วยวิธีการสลับคู่ ซึ่งจะเกิดเป็นสีขั้นที่ 2 (Secondary Colour) ซึ่งจะได้อีก 3 สีคือ สีเขียว สีส้ม และสีม่วง จากนั้นก็จะเป็นการผสมสีขั้นที่ 2 กับแม่สีทีละคู่ จะได้สีเพิ่มขึ้นอีก 6 สี เป็นสีขั้นที่ 3 (Tertiary Colour) ได้แก่ สีส้มเหลือง สีส้มแดง สีเขียวเหลือง สีเขียวน้ำเงิน สีม่วงแดง และสีม่วงน้ำเงิน

นอกจากนี้ถ้านำทุกสีมาผสมกันจะได้สีเทาแต่เกือบดำ เรียกว่าสีกลาง (Neutral Colours) หรือถ้านำแม่สีทั้ง 3 มาผสมกันก็ได้สีกลางเช่นเดียวกัน



2) ทฤษฎีของนักจิตวิทยา ได้ศึกษาถึง อิทธิพลของสีที่มีต่อความรู้สึกและพฤติกรรมของ มนุษย์ และทฤษฎีสีของนักจิตวิทยาได้กำหนด แม่สีไว้ 4 สีคือ แดง เหลือง น้ำเงิน และเขียว ซึ่งนักจิตวิทยาเชื่อว่าสีดังกล่าวส่งอิทธิพลต่อ ความรู้สึกและอารมณ์ของมนุษย์อย่างมาก อิทธิพลของสีในเชิงจิตวิทยาจึงเป็นเรื่องสำคัญ สำหรับจิตรกรนักออกแบบ ตลอดจนนักสร้าง สารเพื่องานประชาสัมพันธ์และงานโฆษณาที่จะ ต้องศึกษาให้รู้และเข้าใจการใช้สีตามแนวทฤษฎี

นี้ ทั้งนี้ อิทธิพลและผลกระทบในทางจิตวิทยา ของสีจะได้กล่าวละเอียดอีกครั้งในเรื่องดังกล่าว

3) ทฤษฎีของนักฟิสิกส์ ได้ศึกษาคุณสมบัติของสีในด้านความเข้มของแสง ซึ่งตาม ทฤษฎีนี้มีแม่สีอยู่ 3 สีด้วยกันคือ น้ำเงิน เขียว แดง เรียกว่า "แม่สีวิทยาศาสตร์" ทั้งนี้ ถ้าหากนำ แสงของสีเหล่านี้มาผสมกันจะได้แสงสีขาว แต่ถ้า นำแสงสีทั้ง 3 ผสมสลับคู่กันจะได้เป็นแสงสีชั้นที่ 2 ดังนี้

แสงสีน้ำเงิน	+	แสงสีเขียว	=	แสงสีฟ้า (Cyan)
แสงสีน้ำเงิน	+	แสงสีแดง	=	แสงสีแดงชมพู (Mayenta)
แสงสีเขียว	+	แสงสีแดง	=	แสงสีเหลือง (Yellow)

4) ทฤษฎีของศิลปิน ศิลปินจะศึกษาสีในแง่ของการกำหนด หรือแสดงออกถึงอารมณ์ความรู้สึก ตามเนื้อหาและแนวคิด ทฤษฎีสีของศิลปินได้กำหนดแม่สีเป็น 6 สีตามการเรียงตัวของสีสายรุ้ง ยกเว้นสีครามเพียงสีเดียว แม่สีทั้ง 6 สี ได้แก่ ม่วง น้ำเงิน เขียว เหลือง แสด แดง

เมื่อพิจารณาจากทฤษฎีสีทั้ง 4 ทฤษฎีกับหลักการสร้างสรรค์เพื่องานประชาสัมพันธ์ และหลักการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์แล้ว อาจสรุปได้ว่าในการสร้างสรรค์เพื่องานประชาสัมพันธ์นั้นทฤษฎีสีที่มีความเกี่ยวพันและต้องนำมาพิจารณาใช้อย่างใกล้ชิด น่าจะเป็นทฤษฎีสีของนักจิตวิทยา และศิลปิน เนื่องจากการเน้นถึงการถ่ายทอดอารมณ์ ความรู้สึก และเน้นถึงอิทธิพล ตลอดจนผลกระทบของสีต่อความรู้สึกของมนุษย์ หมายถึงว่าในแง่ของการสื่อสาร สีถือว่าเป็นสารประเภทหนึ่งในรูปแบบของอวัจนะสาร ซึ่งมีรหัสความหมาย (code) ในตัวของมันเองที่จะสื่อถึงสัญลักษณ์และความหมายไปยังผู้รับสาร และแน่นอนที่สุด ผู้สร้างสรรค์ประชาสัมพันธ์โดยใช้สีประกอบในการสร้างสรรค์ซึ่งอยู่ในฐานะผู้ส่งสารย่อมมีวัตถุประสงค์ที่จะให้ผู้รับสารได้รับรู้และเข้าใจในรหัสความหมายของสาร (สี) ที่สื่อออกไป และที่สำคัญที่สุดผู้ส่งสารย่อมคาดหวังว่า การใช้สารสีนั้นจะเกิดผลในการดึงดูดใจหรือโน้มน้าวใจผู้รับสารให้คล้อยตามสารที่ต้องการสื่อออกไปนั่นเอง

อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาให้ลึกลงไปอีก การใช้สีในการสร้างสรรค์เพื่องานประชาสัมพันธ์ หรืองานโฆษณา ก็อาจจะต้องพิจารณาถึงทฤษฎีสีที่เหลืออีก 2 ทฤษฎีด้วยคือทฤษฎีสีของนักเคมีและการจัดการ และทฤษฎีสีของนักฟิสิกส์ ทั้งนี้ในทฤษฎีสีของนักเคมีและจิตรกรเป็นการลู่วงถึงคุณสมบัติทางเคมีของสี เป็นลักษณะพื้นฐานของสีนั่นเอง ซึ่งในการสร้างสรรค์คงต้องพิจารณาใช้ในแง่ของอุปกรณ์ ส่วนทฤษฎีสีของนักฟิสิกส์ ก็คงต้องพิจารณาประยุกต์ใช้ในกรณีที่ใช้สีในการสร้างสรรค์ประชาสัมพันธ์นั้นมีเรื่องของแสงเข้ามาเกี่ยวข้อง กรณีเช่นนี้ย่อมเป็นที่แน่ชัดว่า แสงสีต่างๆ ย่อมต้องถูกนำมาพิจารณาใช้ประกอบในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ด้วย และแสงสีดังกล่าวต่างก็มีผลกระทบต่อการรับรู้ และความรู้สึกต่อมนุษย์เช่นกัน รวมทั้งแสงสีต่างๆ กันโดยเฉพาะแสงไฟต่างๆ จะมีผลต่อความแปรปรวนในการรับรู้สีของมนุษย์ ซึ่งจะส่งผลต่อความรู้สึกอันเกิดจากอิทธิพลของสีด้วย

ดังนั้น กล่าวโดยสรุปแล้วนักสร้างสรรค์ในงานประชาสัมพันธ์ก็ตงงานโฆษณาก็ดี ควรจะมีการศึกษาหาความรู้ในเรื่องเกี่ยวกับสีตามทฤษฎีสีทั้ง 4 ทฤษฎีดังกล่าวข้างต้น เพราะทุกทฤษฎีสามารถประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์เพื่องานประชาสัมพันธ์และงานโฆษณาได้ทั้งหมด เพียงแต่อาจไม่ต้องลงรายละเอียดลึกมากเหมือนเช่น

จิตรกร ศิลปิน หรือมัณฑนากร ซึ่งเป็นผู้มีวิชาชีพ
ที่จะต้องใช้สีโดยตรง

คุณลักษณะเฉพาะตัวของสี

สีมีคุณลักษณะพิเศษเฉพาะ 3 ประการ
คือ

1. ความเป็นสี (Hue) หมายถึง คุณ
ลักษณะว่าเป็นสีอะไรนั่นเอง เช่น สีแดง สีเขียว
สีน้ำเงิน เป็นต้น

2. น้ำหนักของสี (Value) หมายถึง
ความสว่าง-ความมืดหรือความอ่อนความแก่
ของสี ทั้งนี้การทำให้สีมีน้ำหนักมากขึ้นหรือ
อ่อนลง มักจะใช้วิธีผสมสีขาวลงไป ซึ่งจะทำให้
สีค่อยๆ อ่อนลง จากเข้มที่สุดจนถึงจางที่สุดตาม
ปริมาณสีขาวที่ผสมลงไป

3. ความเข้มของสี (Intensity) หมายถึง
ถึงความสดหรือความบริสุทธิ์ของสี กล่าวคือสี
ทุกสีจะมีความเข้มสุดเมื่อเป็นสีเข้ม (Hue)

ความสดจะลดลงเมื่อเติมสีดำลงไปจะทำให้ความ
เข้มของสีนั้นลดลงหรือหม่นลงตามลำดับ

วรรณะของสี (Tone of Colour)

ปกติสีตามธรรมชาติจะมีทั้งหมด 12 สี
คือเป็นสีของแม่สีและการผสมของสีในสีขั้นที่ 2
และขั้นที่ 3 ซึ่งรวมกันเรียกว่า "วงจรัสสี" และใน
วงจรัสสีจะแบ่งเป็น 2 วรรณะสี หรือโทนสี ได้แก่
วรรณะสีร้อน (Warm tone) กับ วรรณะสีเย็น
(Cool tone)

- วรรณะสีร้อน (Warm tone) ได้แก่ สี
เหลือง เหลืองส้ม แดงส้ม แดง ม่วงแดง และม่วง

- วรรณะสีเย็น (Cool tone) ได้แก่ สี
เหลือง เหลืองเขียว เขียว น้ำเงิน
เขียว น้ำเงิน ม่วงน้ำเงิน และม่วง

ทั้งนี้จะสังเกตได้ว่า สีเหลืองและม่วงจะ
อยู่ในวรรณะสีร้อนและเย็นอย่างละครึ่ง ดังนั้นถือ
กันว่าสีเหลืองและม่วงจึงเป็นสีวรรณะกลาง
(จันทรา มาศสุพงศ์, 2540 : 21)



ที่มา : ชุด นิมเสมอ (2534 : 58)

ภาพที่ 1 : แสดงวงจรสีและวรรณะสี

สีกลมกลืนและสีตรงข้ามกัน (Harmacy and Complementary)

สีกลมกลืนกัน	สีตรงข้ามกัน
แดง - น้ำเงิน, ทอง	เหลือง - ม่วง
เขียว - ครีม	ส้ม - น้ำเงิน
ม่วง - กุหลาบ	แดง - เขียว
ส้ม - ขาว - น้ำเงิน	แสด - เขียวน้ำเงิน
เขียว - ขาว - น้ำเงิน	ส้มเหลือง - ม่วงคราม
แดง - ขาว - ม่วงดำ	เขียวเหลือง - ม่วงแดง
ส้ม - ม่วงแดง	
น้ำเงิน - น้ำตาล	
แดง - ดำ - ส้ม	
แดง - ดำ - เหลือง	
ส้ม - ดำ - เหลือง	

ที่มา : จันทรา มาศสุวงศ์, 2540 : 23-24 และสุรชาติ เกษมประสิทธิ์และสนั่น คิวฮก, 2542 : 29

ลักษณะของสีและผลกระทบ

ทางจิตวิทยาของสี (Psychology of colours)

โดยปกติสีแต่ละสีจะมีลักษณะเฉพาะอันเป็นเอกลักษณ์ประจำแต่ละสี และมีวิธีเฉพาะในการส่งผลกระทบต่อความรู้สึกนึกคิด หรืออารมณ์ของผู้ชม หรือผู้รับสาร ทั้งนี้จากการวิจัยพบว่าสีแต่ละสีมีลักษณะและส่งผลกระทบดังต่อไปนี้ (Morton Waler, แปลโดยเกรียงศักดิ์ กำลังสินเสริม, 2538 : 35-40)

สีแดง เป็นสีที่ก่อวณประสาทสัมผัสได้อย่างรวดเร็ว โยงใยถึงพลังอำนาจ ภาวะปรี่กระเป๋รา ความตื่นเต้นของชีวิต ในด้านบวกสีแดงสามารถกระตุ้นความเข้มแข็ง ความสนุกสนาน ความสุขและความรัก สีแดงนับเป็นหนึ่งในสีหลักของไฟ อย่างไรก็ตาม สีแดงโดยตัวมันเองแล้วเป็นสีที่อบอุ่น ส่วนในด้านลบ สีแดงนำมาซึ่งความกลัว อารมณ์ตื้นหนาที่ควบคุมไม่ได้ ราคะ ความทะเยอทะยานและความโกรธเกิดเหตุ

นอกจากนี้สีแดงที่มีลักษณะเฉดสีแตกต่างกันอาจให้ผลต่อการกระตุ้นอารมณ์ความรู้สึกที่ต่างกันออกไป การสื่อความหมายที่ต่างกันออกไป เช่น สีแดงเข้มของสีเลือดหมู กระตุ้นในลักษณะกายตื้นหนา สีแดงเข้มของ

โลหิตแทนทุกขัทรมานของชีวิต ส่วนเฉดสีชมพู นุ่มนวลช่วยปลุกหรือก่อให้เกิดความรักของมารดาขึ้น

สีส้ม เป็นสีที่บ่งบอกถึงความคิดสร้างสรรค์ และความทะเยอทะยาน ความมักใหญ่ใฝ่สูง พร้อมด้วยกิจกรรมที่เปี่ยมพลัง นอกจากนี้สีส้มยังช่วยสร้างความภาคภูมิใจ และความรู้สึกปกป้องรักษาตัวเอง สีส้มในพีชและผักหลายชนิด บ่งบอกถึงสีแห่งการบำรุงกำลัง ในส่วนของแร่ธาตุ สีส้มแทนการดึงดูดของธาตุ ทำงานคล้ายแรงยึดเหนี่ยวของอะตอม

สีเหลือง เป็นสีแห่งความสนุกสนาน รื่นรมย์ สีแห่งความฉลาดรอบรู้ ความเข้าใจและการหยั่งรู้โดยสัญชาตญาณชั้นสูงสุด นอกจากนี้สีเหลืองยังบ่งบอกถึงความสมบูรณ์ ความแข็งแรงและความดี

ในแง่ดีเลิศ - สีเหลืองเป็นตัวแทนของความสมบูรณ์ของจิตวิญญาณ ความสงบสุขและการพักผ่อน ความหนุ่มสาว ความสรวลเสเฮฮา รื่นเริง สดชื่นขึ้นเมื่อใช้เป็นสีทาผนังห้อง

ในด้านบวก - สีเหลืองบ่งบอกถึงความเมตตากรุณา ความคิดสร้างสรรค์

Johnson & Johnson

สัมผัสจากคุณ...
บทกวีอันอบอุ่นที่สุดสำหรับลูก

การสัมผัส หรือโอบกอดลูกน้อยด้วยความอ่อนโยน จะช่วยให้ทารกสงบ รอดภัย ทั้งยังส่งผลที่ดีต่อ
การพัฒนาศักยภาพของเขาในอนาคต ด้วยคุณสมบัติของคุณ ผ่านเบบี๋จ๊อบบี้ จอห์นสัน ที่ผ่านการทดสอบทางการแพทย์แล้วว่า
อ่อนละมุนแม้ผิวบอบบาง เพื่อให้ลูกน้อยรู้สึกสบายตัว และได้รับการเสริมสร้างพัฒนาการอันเจริญเติบโตร่วมกับ
*ผลิตภัณฑ์นี้ถูกพัฒนาขึ้นโดย "จอห์นสัน แอนด์จอห์นสัน" ผู้เป็น 394 และประจักษ์ ณ. 10520 สหพันธ์คุณแม่เลี้ยงลูกในประเทศไทย สมาคมพยาบาลวิชาชีพ
สมาคมพยาบาลแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์
สมาคมพยาบาลวิชาชีพแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์
สมาคมพยาบาลวิชาชีพแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์
สมาคมพยาบาลวิชาชีพแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์

จอห์นสัน เบบี้ และสัมผัสจากคุณ
สื่อภาษา... แห่งทั่วโลก

Johnson's baby powder

ภาพที่ 2 สัมผัสที่อบอุ่นช่วยให้ลูกนุ่มนวล ปังบอกถึงความรักของแม่

ในแง่ลบ - สีเหลืองถ้าสว่างเกินไปหรือใช้บ่อยเกินไปจะกระตุ้นเร้าประสาทอย่างมากสามารถก่อให้เกิดการกวนทางจิตจนถึงขั้นทำลายเสียหายได้ นอกจากนี้ในด้านลบยังหมายถึงสีแห่งความขลาด อคติ และการทำลายล้าง

สีเขียว เป็นสีแห่งธรรมชาติ สีของสิ่งแวดล้อมที่ดี ให้ความรู้สึกเย็นสบายแก่ผู้ชม ในด้านบวก สีเขียวช่วยให้คนที่รู้สึกอ่อนล้าทั้งร่างกายและจิตใจได้ผ่อนคลาย มีพลังในการบำบัดรักษาสูง ช่วยปลดปล่อยโลมให้รู้สึกเย็น เป็นสีแห่งสันติสุข ส่วนในด้านลบ สีเขียวแสดงถึงความเห็นแก่ตัว ความอิจฉาริษยาและความเกียจคร้าน

นอกจากนี้สีเขียวในแต่ละเฉดสีก็ให้ความรู้สึกหรือสื่อความหมายที่แตกต่างกันออกไป เช่น

- สีเขียวคล้ำ, สีเขียวเข้มให้ความรู้สึกห่อเหี่ยวถึงขั้นอ่อนล้า

- สีเขียวเหลือง กระตุ้นถึงความกว้างขวางของจิตใจ

- สีเขียวใบไม้ หมายถึงชีวิตใหม่ การเกิดใหม่ ความเบิกบานใจ

สีน้ำเงิน เป็นสีของความสงบ เยือกเย็น และความหวัง ในขณะที่สีแดงกระตุ้นอารมณ์กิเลสตัณหา สีน้ำเงินกลับช่วยผ่อนคลายทำให้สงบลงได้ ในทางบวกสีน้ำเงินเป็นตัวแทนแห่งความมีสติจะ สำนึกแห่งความดี แสดงถึงการปกป้องคุ้มครอง ส่วนในด้านลบการมีสีน้ำเงินมากเกินไปก่อให้เกิดอาการเก็บกดนำความเศร้ามาสู่คนที่สุขภาพสมบูรณ์ได้

สีคราม เป็นสีที่อยู่ระหว่าง สีน้ำเงินกับสีม่วง ในทางบวกสีครามแทนถึงความมีเหตุผลผนวกรวมกับความคิดสร้างสรรค์ บ่งบอกถึงการเปลี่ยนแปลง แรงความเติบโตที่ท้านายได้ ส่วนในแง่ลบ สีครามแทนความเฉื่อยชาเมื่อยล้าจิตใจอ่อนล้า บ่งบอกถึงการพยายามต่อสู้ฟันฝ่าอุปสรรคที่ปราศจากความสำเร็จ

กินของนอกยิ่งบ่อย เวลาของชาติยิ่งเหลือน้อย



ปี 2540 ประเทศไทยสูญเสียเงินกว่า 3,500 ล้านบาท เพื่อแลกกับผลไม้สดที่มีคุณค่าทางอาหาร
ไม่ได้มากไปกว่าผลไม้บ้านเรา นับจากนี้ ก่อนที่จะตามใจปาก เคี้ยวใจตัวเองสักนิด เพราะเรา
ไม่เหลือเวลาให้ผลัดวันประกันพรุ่งอีกแล้ว... เศรษฐกิจพังยับยั้ง ถ้ารักไทยให้ถูกทาง
บริษัทที่ปรึกษาโครงการ... ร่วมแรงร่วมใจรักไทย



ชื่อเรื่อง : แอปเปิ้ล

ภาพที่ 3 : ภาพจากสื่อประชาสัมพันธ์รณรงค์ของโครงการ “รักไทยให้ถูกทาง” แสดงถึงการใช้
สีแดงในด้านลบ กระตุ้นให้เกิดความรู้สึกน่ากลัว ให้รู้สึกถึงภัยที่กำลังคุกคามเข้ามา
อันเกิดจากกิเลสตัณหาที่ไปนิยมชมชอบสินค้าต่างประเทศ

สีม่วง แทนแรงกระตุ้นที่ดี ยกกระดับความปรารถนาทะเยอทะยาน และช่วยเพิ่มพูนส่งเสริมการอุทิศจิตวิญญาณให้กับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ สีม่วงอาจแสดงถึงความเจริญเฟื่องฟู ความมั่งคั่ง และผลผลิตที่เพิ่มขึ้น แสดงออกถึงความเป็นนายของตัวเอง ขยายขอบเขตความคิดสร้างสรรค์ให้สูงขึ้น สร้างสำนักแห่งความมีอำนาจดุจกษัตริย์ จะสังเกตได้ว่าเสื้อคลุมสีม่วงมักจะใช้เป็นเครื่องหมายสัญลักษณ์แทนกษัตริย์และความมีอำนาจมาตั้งแต่โบราณกาลแล้ว

สีขาว เป็นสีของความบริสุทธิ์ผุดผ่อง แทนถึงความดี ความสะอาดสดใส พลังของแสง สีขาวหมายถึงการเอาชนะบุคคลที่หลอกหลวง มุ่งร้าย พยาบาท เกลียดชัง อิจฉาริษยาและรุนแรง ทำลายล้าง นอกจากนี้แสงสีขาวหมายถึงการพัฒนาซึ่งล้ำธรรมเนียมอันยิ่งใหญ่

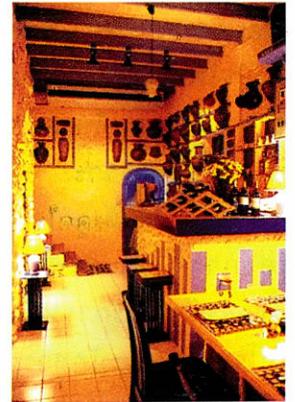
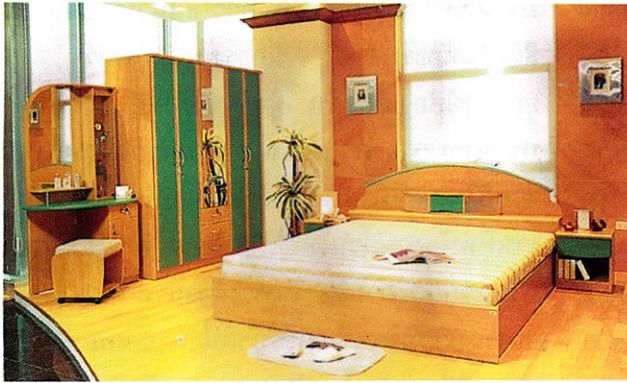
สีดำ บ่งบอกถึงการไร้ซึ่งแสงสว่าง ความมืด มนต์ดำ สีดำเป็นสีที่ตรงข้ามกับสีขาว ใช้เป็นสีของการไว้ทุกข์และแทนการสูญเสียชีวิตหรือความตาย สีดำแสดงถึงความโศกเศร้า เสียใจ แทนการสูญเสียคนรัก นอกจากนี้ในด้านลบ สีดำยังบ่งบอกถึงการก่ออาชญากรรม ความป่าเถื่อน

จะสังเกตได้ว่าเรามักเรียกคนไม่ดีหรือสิ่งไม่ดีด้วยคำว่า "ดำ" ต่อท้ายหรือนำหน้า เช่น คนใจดำ พวกมนต์ดำ ดำอำมหิต เป็นต้น

อย่างไรก็ตามในแง่บวก สีดำอาจแสดงถึงเกียรติยศความมีการศึกษา ความละเอียดลออ อำนาจ ความเคร่งครัดในหน้าที่ ความน่าเชื่อถือในอำนาจหน้าที่ เช่น เสื้อครุยของผู้พิพากษาและทนายความจะเป็นสีดำ

สีน้ำตาล สีน้ำตาลเป็นสีหนักและบ่งบอกถึงความเข้มงวด ในแง่บวก สีน้ำตาลแทนความหมายของความอุดมสมบูรณ์ ความแข็งแกร่งของไม้ยืนต้น หรือหมายถึงพระแม่ธรณี ส่วนในแง่ลบ สีน้ำตาลแสดงถึงการเสื่อมสลาย ผุพัง และการตายของธรรมชาติ ลดความกระปรี้กระเปร่า กำจัดพลังธรรมชาติ

การใช้สีน้ำตาลในการตกแต่งบ้านหรือเสื้อผ้า ควรใช้แต่น้อยและถ้าให้ดีควรใช้ร่วมกับสีอื่นๆ เช่น สีขาว แดง ส้มและเหลือง เป็นต้น สีน้ำตาลเหมาะที่จะใช้เป็นฉากหลังของสิ่งสวยงามอื่นๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งยังช่วยเน้นย้ำความสวยงามของสีอื่นๆ เมื่อใช้เป็นสีของกรอบหรือขอบสี



ภาพที่ 4 : แสงสีเหลืองช่วยสร้างความสว่างไสว สบายสบาย

และช่วยขับให้เฟอร์นิเจอร์ภายในดูสดใสแบบ



ภาพที่ 5 : สีเหลืองช่วยสร้างความสว่างไสว สดใส ด้วยเหตุนี้ในการสร้างสารเพื่อการประชาสัมพันธ์จึงมีการนำสีเหลืองมาใช้เป็นสีพื้นกันมาก รวมทั้ง หลายองค์กรได้ใช้สีเหลืองมาประกอบเป็นสีในตราสัญลักษณ์ (Logo) ด้วย

สื่กับความพึงพอใจของผู้รับสาร

ผู้บริโภคจำนวนมากที่ตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการจากความพึงพอใจที่มีต่อสื่ ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะพึงพอใจสื่ของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์สื่ของเครื่องแบบที่พนักงานบริการสวมใส่ หรือตัดสินใจซื้อเพราะการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ที่มีสีสันดึงดูดใจ โน้มน้าวใจให้เกิดความต้องการก็ได้ ดังนั้นเรื่องการใช้อย่างเป็นเรื่องสำคัญประการหนึ่งที่นักประชาสัมพันธ์ นักโฆษณาและนักการตลาดต้องระมัดระวังพิจารณาใช้ด้วยความละเอียดรอบคอบ จากผลการวิจัยของเฟเบอร์ เบอร์เรน ที่ปรึกษาด้านสื่ของบริษัท Brunwick-Ballke-Collender ผู้ผลิตโต๊ะบิลเลียดในสหรัฐอเมริกาพบว่าแม่บ้านอเมริกันไม่ยอมรับโต๊ะบิลเลียดที่หุ้มสักหลาดสีเขียวไว้ในบ้าน เพราะทำให้นึกถึงโรงบิลเลียดชั้นต่ำและบ่อนพนัน เบอร์เรนจึงแนะนำให้เปลี่ยนสักหลาดเป็นโทนออกสีม่วง ผลปรากฏว่าทำให้ยอดขายพุ่งสูงขึ้นมาก (Morton Walker, พลังแห่งสื่สัน แพลโดยเกรียงศักดิ์ กำลัง-สินเสริม, 2538 : 88)

สื่กับสภาวะการทำงานก็มีความสัมพันธ์ มีการศึกษาวิจัยพบว่าคนส่วนใหญ่มีความรู้สึกมั่นคงและปลอดภัยเมื่อทำงานในสภาวะแวดล้อมที่เป็นสีเขียว นอกจากนี้ยังพบว่าคนที่ทำงานในสภาวะแวดล้อมสีเขียวจะรู้สึกปวดต้อ้น้อยครั้งกว่า และไม่รุนแรงเท่ากับคนที่ทำงานในบริเวณที่ทาสีอื่น แนวโน้มดังกล่าวจึงเป็นเหตุผลหลักที่สีเขียวถูกนำไปใช้ในโรงพยาบาล คลินิกและห้องผ่าตัดเพื่อผลของการบรรเทาอาการเจ็บปวด และความไม่สบายต่างๆ

อีกประการหนึ่ง ปฏิกริยากระทบต่อสื่ระหว่างเพศชายและหญิงก็มีความแตกต่างกันด้วยสำหรับสื่บางสื่ เช่น การใช้สีน้ำเงินอ่อนหรือสีฟ้าในห้องทำงาน มีการทดสอบพบว่า ญอญภูมิห้องเดียวกัน ผู้ชายจะรู้สึกอุ่นกว่าผู้หญิงประมาณ 5 องศา ดังนั้นเราสามารถใช้ประโยชน์จากสื่ในกรณีนี้ได้กล่าวคือในห้องทำงานหรือโรงงานที่พนักงานส่วนใหญ่เป็นผู้ชาย ควรใช้สีฟ้าทาภายนอกและภายใน ในทางตรงข้ามหากมีผู้หญิงทำงานมากกว่า ควรทาสีน้ำตาลอ่อนจะดีกว่า เพราะสีนี้จะให้ความรู้สึกอบอุ่นกับผู้หญิงมากกว่า

ในด้านเชื้อชาติก็เช่นเดียวกัน ผู้รับสารหรือผู้บริโภคที่มีเชื้อชาติต่างกันจะมีความพึงพอใจหรือมีปฏิกริยาตอบสนองต่อสื่ในลักษณะที่แตกต่างกัน จากการศึกษาของ Dr. Richard Veda พบว่าชาวอิตาเลียนจะรักรถสีเทาและสีเหลืองมากกว่าสีอื่นๆ ในขณะที่ชาวสวีดิชชอบรถสีน้ำเงิน เพราะแสดงถึง "สัมผัสแห่งความมีระดับ" ส่วนชาวอังกฤษโดยทั่วไปจะชอบรถสีแดง สีฟ้าเข้ม และสีขาว เช่นเดียวกับชาวอเมริกันที่นิยมรถสีแดงสำหรับรถขนาดเล็ก รองลงมาเป็นสีแดงอ่อนปนน้ำตาล สีขาว สีน้ำเงินอ่อนและน้ำเงินเข้ม ส่วนรถขนาดกลางและขนาดใหญ่ชาวอเมริกันมักจะนิยมใช้รถสีแดงอ่อนปนน้ำตาล สีขาว สีน้ำเงินเข้ม สีน้ำเงินอ่อน และสีเทาปนน้ำเงิน

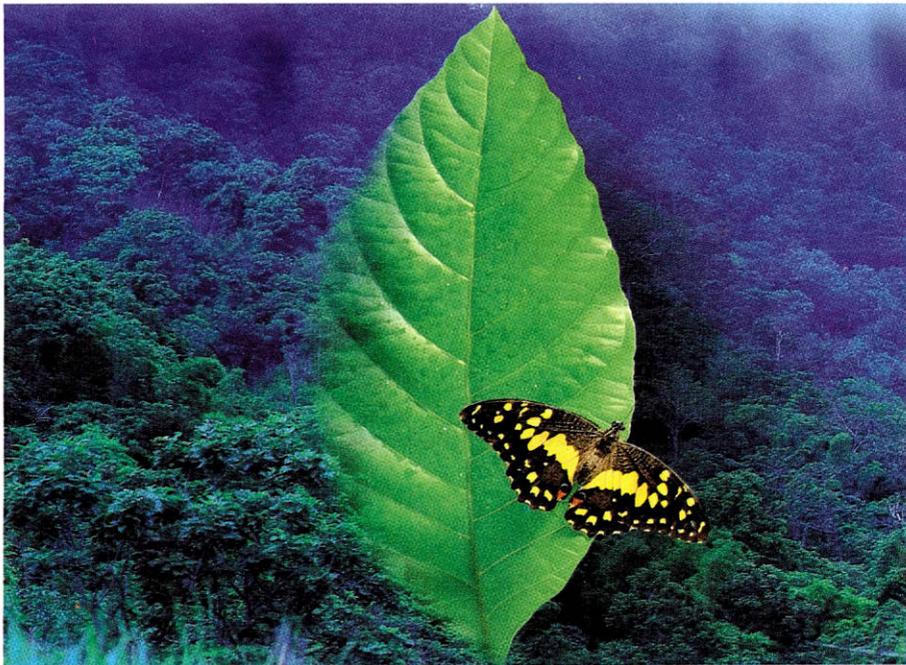
วัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นหรือภูมิภาคก็เป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่มีผลต่อความพึงพอใจต่อสื่ ซึ่งเป็นสิ่งที่นักสร้างสรรค์ต้องระมัดระวังเป็นอย่างยิ่ง เช่นกรณีของสายการบิน



ภาพที่ 6 : สีเขียวนิยมใช้กับผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมและการดูแลสุขภาพสุขภาพ

จากภาพบน แสดงถึงการใช้สีเขียวกับผลิตภัณฑ์ยาอมชนิดหนึ่งที่ต้องการบ่งบอกถึงที่มาว่ามาจากสมุนไพรธรรมชาติ

ส่วนภาพล่างเป็นภาพประกอบเกี่ยวกับสารประชาสัมพันธ์กิจกรรม “โครงการปลูกป่าถาวรเฉลิมพระเกียรติของ ป.ต.ท.” ดังนั้นจึงใช้ภาพป่าไม้ สีเขียวของใบไม้และความเป็นธรรมชาติ เป็นภาพประกอบเพื่อให้เกิดความรู้สึกคล้อยตามและประทับใจ



โครงการปลูกป่าถาวรเฉลิมพระเกียรติของ ปตท.
 “ปลูกป่าด้วยหัวใจ...ปลูกหัวใจคนรักป่า”

ยูไนเต็ดแอร์ไลน์ เมื่อครั้งแรกเริ่มเปิดตลาดสู่โตเกียว ได้ใช้สี่ชาวคาร์เนชั่นเป็นสี่สำหรับชุดเครื่องแบบของลูกเรือและพนักงานบริการ แต่กลับเป็นความผิดพลาดอย่างมหันต์เนื่องจากในวัฒนธรรมญี่ปุ่น สี่ชาวเป็นสัญลักษณ์แห่งความตายและการไว้ทุกข์ จนในที่สุดฝ่ายบริหารต้องเปลี่ยนไปใช้ชุดเครื่องแบบพนักงานที่เป็นสีแดงแทน

ศาสนาก็เป็นตัวแปรอีกประการหนึ่งที่มีผลต่อการตอบสนองต่อสี่ เมื่อไม่นานมานี้มีบริษัทเอกชนรายหนึ่งได้จัดทำรายการส่งเสริมการตลาด โดยการแจกของที่ระลึกสำหรับผู้มาใช้บริการของบริษัท โดยของที่ระลึกดังกล่าวได้จัดทำเป็นประเป๋าขนาดเล็กและใช้สี่สดๆ หลากสี ประกอบกันเช่น แดง เขียว เหลือง น้ำเงิน ซึ่งผลปรากฏว่าไม่ค่อยได้รับการตอบสนองจากผู้ใช้บริการในจังหวัดอื่นๆ มากนัก ยกเว้นในสี่จังหวัดชายแดนภาคใต้ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าชาวมุสลิม ที่นิยมชมชอบและเข้ามาใช้บริการเพื่อแลกของที่ระลึกดังกล่าวเป็นจำนวนมาก จากตัวอย่างดังกล่าวก็แสดงให้เห็นได้ว่า ผู้รับสารหรือผู้บริโภคที่นับถือศาสนาแตกต่างกันจะมีความนิยม ความพึงพอใจ และการตอบสนองต่อสี่ในลักษณะที่แตกต่างกันด้วย ซึ่งก็เป็นอีกตัวแปรหนึ่งที่นักสร้างสารต้องพิจารณาประกอบในการสร้างสารเพื่องานประชาสัมพันธ์เช่นกัน

อิทธิพลของการใช้สีกับสารประชาสัมพันธ์

จากลักษณะสีและผลกระทบของสีดังกล่าวข้างต้น เราอาจสรุปถึงอิทธิพลของการใช้สีกับสารประชาสัมพันธ์ ได้ดังนี้

1. สีช่วยดึงดูดความสนใจของผู้รับสารได้ โดยปกติสารประชาสัมพันธ์ที่เป็นสีย่อมน่าสนใจกว่าสารประชาสัมพันธ์ที่เป็นขาวดำ

2. สีช่วยดึงดูดอารมณ์ให้ผู้รับสารคล้อยตาม เนื่องจากสีแต่ละสีมีผลกระทบต่ออารมณ์และความรู้สึกของมนุษย์แตกต่างกันออกไป เช่น สารประชาสัมพันธ์ที่สื่อสำหรับเด็กมักใช้สีอ่อนๆ ดูสะอาด นุ่มนวล บริสุทธิ์ ในขณะที่สารประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสินค้าแฟชั่น หรือวัยรุ่นมักนิยมสีในโทนร้อนจำพวกสีสดๆ เป็นต้น

3. สีช่วยเสริมความรู้สึกด้านจิตนาการรวมทั้งช่วยเสริมภาพลักษณ์ของสินค้าหรือหน่วยงานนั้นๆ ด้วย เช่น สีทองให้ความรู้สึกหรูหรา โอ่อ่า ร่ำรวย สีเทาทำให้ดูเคร่งขรึม สีเหลืองทำให้ดูสว่าง สดใส หรือสีแดงทำให้รู้สึกร้อนแรง เร่งเร้า เป็นต้น

4. สีช่วยสร้างความมีชีวิตชีวาให้กับสารประชาสัมพันธ์นั้น เพราะจะช่วยให้ภาพหรือข้อความประชาสัมพันธ์ดูมีสีสัน มีความเหมือนจริงมากขึ้น เช่น ภาพอาหารหากใช้สีขาวดำย่อมดูมีชีวิตชีวาหรือเรียกร้องความสนใจได้ไม่เท่าภาพสี หรือภาพทะเล การใช้สีเหมือนจริงจะชวนให้ดูมีบรรยากาศที่น่าคล้อยตามมากกว่าทะเลเป็นสีขาวดำ เป็นต้น

5. สีช่วยสร้างความประทับใจครั้งแรกของการรับสารประชาสัมพันธ์ เนื่องจากความรู้สึกตื่นเต้น น่าสนใจ

6. สีช่วยให้เกิดความจดจำที่ติดตรึงและลึกซึ้งมากขึ้น



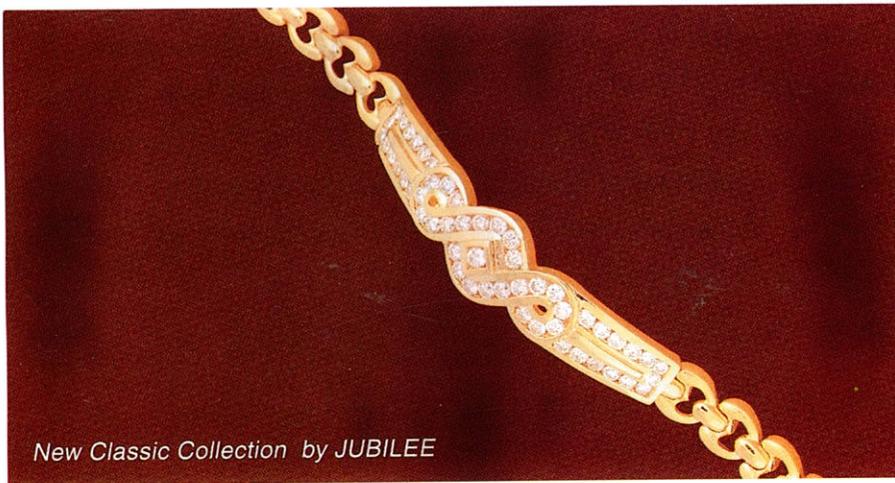
The Professionals

ส่วนที่ยากที่สุดของธุรกิจการส่งออกอาจไม่ใช่การหาตลาดแห่งใหม่
 หากคือการเลือกทั้งที่รู้ว่ามีความเสี่ยง
 บริการรับประกันการส่งออกจากธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย
 บริการเพื่อเสริมความมั่นใจให้ผู้ส่งออกไทย สู้ตลาดการค้าใหม่ที่กว้างไกลกว่า

วันนี้ผู้ส่งออกมืออาชีพอย่างคุณสามารถก้าวสู่ตลาดการค้าใหม่ ที่เปี่ยมด้วยโอกาสที่สดใสมากกว่า
 โดยไม่ต้องกังวลกับปัญหาจากความเสี่ยงในการชำระค่าสินค้า
 เพราะบริการรับประกันการส่งออก จากธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย
 พร้อมรับประกันและชดเชยค่าสินค้าแก่ผู้ส่งออกไทยในตลาดการค้าทั่วโลก
 สอบถามรายละเอียดการให้บริการได้ที่ ฝ่ายรับประกันการส่งออกฯ และสาขาทุกแห่ง

EXIM
 THAILAND
 ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย

ภาพที่ 7 : สีสันตาลบ่งบอกถึงความแข็งแกร่ง ความเข้มข้น เช่นเดียวกับความเป็นมืออาชีพของ EXIM BANK นั่นเอง



ภาพที่ 8 : การใช้สีสันน้ำตาลเป็นฉากหลังช่วยเน้นย้ำความสวยงาม ความสุขใส่ของทองคำและเพชร ซึ่งเป็นสาระของภาพได้เป็นอย่างดี

อย่างไรก็ตาม อิทธิพลและผลกระทบของสีที่มีต่อผู้รับสารก็มีใช้ว่าจะเป็นเช่นที่กล่าวมาเสมอไป แต่ยังคงขึ้นอยู่กับสภาวะแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรม ตลอดจนวัยวุฒิอีกด้วย เช่น เมื่อเราอายุมากขึ้นผลของสีต่างๆ ที่มีต่อความรู้สึกถึงความตื่นเต้นเร้าใจ แต่เมื่ออายุมากขึ้นเป็นผู้ใหญ่ก็มักจะเปลี่ยนไปชอบสีที่อ่อนลงมา และดูมันคงขึ้น ดังนั้นในการเลือกใช้สีเพื่อการสร้างสารในงานประชาสัมพันธ์ไม่ว่าจะเป็นสารนิเทศทัศน์ก็ดี สารวจนะก็ดี ควรจะต้องคำนึงกลุ่มเป้าหมายด้วยว่าเป็นใคร อยู่ในบริบททางสังคมและวัฒนธรรมเช่นไร เพื่อจะได้ใช้สีในการสื่อความหมายได้อย่างเหมาะสม

นอกจากสีจะให้ผลทางอารมณ์ต่อผู้ดูแล้ว สียังมีผลต่อการรับรู้ (Perception) อีกด้วย กล่าวคือสีจะดูเปลี่ยนไปเมื่ออยู่ในสภาพแวดล้อมต่างกัน สีวรรณะร้อนเช่นสีแดง สีส้มจะดูมีขนาดใหญ่และอยู่ใกล้กว่าที่เป็นจริงเมื่อจัดให้อยู่ใกล้กับสีวรรณะเย็น เช่น สีฟ้าหรือสีน้ำเงิน สีอ่อนจะดูกว้างขึ้นเมื่อวางอยู่บนพื้นสีที่มีตกว่าเป็นต้น นอกจากนี้ สีอ่อนจะทำให้วัตถุที่เป็นจุดเด่นนั้นดูใหญ่ขึ้น แต่สีเข้มจะทำให้วัตถุที่เป็น

จุดเด่นดูขนาดลดลง ดังนั้นหลักการเลือกสีในการประกอบภาพหรือตัวอักษร จึงต้องจัดผสมให้พอเหมาะพอดี ไม่ควรใช้สีหลากหลายเกินไป มิฉะนั้นแทนที่จะช่วยสื่อความหมายได้ดีขึ้น กลับทำให้เกิดความสับสนแก่ผู้รับสารได้

อีกประการหนึ่ง สำหรับกรณีที่มีการสร้างสารเพื่องานประชาสัมพันธ์ ทั้งสารที่เป็นภาพและตัวอักษรประกอบอยู่ด้วยกัน ควรเลือกใช้สีประกอบภาพและตัวอักษรจะต้องใช้ในลักษณะที่เสริมกัน เพื่อให้เกิดการเห็นที่ชัดเจนและรู้ได้ง่าย (Legibility) ซึ่งจะเป็นเช่นนี้ได้ต้องอาศัย "ความเปรียบต่างของภาพ" ทั้งนี้ หากเราต้องการให้ตัวอักษรมีความเด่น มองเห็นได้อย่างชัดเจน ภาพประกอบนั้นก็จะต้องมีความเปรียบต่างระหว่างสีของตัวอักษรกับสีพื้นผิวค่อนข้างสูง เช่นตัวอักษรสีเหลืองจะดูเด่นชัดขึ้น เมื่ออยู่บนพื้นสีเทา แต่จะลดลงเมื่ออยู่บนพื้นสีขาว และอาจจะมองเกือบไม่เห็นหรืออ่านไม่ออกเลยเมื่ออยู่บนพื้นสีเหลือง จากตารางที่ 1 จะแสดงให้เห็นว่าพื้นและตัวอักษรหรือภาพสีใด เมื่อนำมาใช้ด้วยกันแล้วจะเห็นได้ชัดเจนดีที่สุด



ภาพที่ ๑ : เปรียบเทียบภาพพวงมาลัย
ระหว่างภาพชายกับขวา เห็นได้
ว่าภาพขวามือดูมีชีวิตชีวา เพราะ
มีสีสันและความสมจริงสมจัง
มากกว่า

อีกประการหนึ่งสำหรับภาพขวามือ ซึ่ง
เป็นสารประชาสัมพันธ์งานเทศกาลสงกรานต์
ได้ใช้พื้นภาพด้านบนเป็นสีเหลือง ซึ่งเน้นถึง
ความสดใส ความสนุกสนานเฮฮาของงาน
ดังกล่าว

*Having Full Fun
with a variety of Thai-made products!
Amazingly impressed
by spectacular Thai Folk Show!*

SONGKRAN
FESTIVAL 2000

15 - 23 April 2000
10.00 - 20.00 hrs.
At Zone C Ground, 2nd floor, Atrium & Plaza
Queen Sirikit National Convention Center

Organized by: S.C. Management & Development Co., Ltd.
Supported by: WONG 2000, BANGKOK, PHOTOPAPER, and others.
Sponsored by: and others.

ตารางที่ 1 : แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสีพื้นกับสีของตัวอักษรหรือภาพที่ใช้ด้วยกันแล้ว จะเห็นได้ชัดเจนดีมาก

สีพื้น	ควรใช้กับตัวอักษรสี
ขาว	แดง เขียว น้ำเงิน ดำ น้ำตาล ม่วง
เหลือง	แดง น้ำเงิน ดำ น้ำตาล เขียว
ฟ้าอ่อน	เหลือง น้ำตาล ม่วง ดำ น้ำเงินแก่ แดง
น้ำเงินแก่	แดง เขียว เหลือง ขาว
เขียวอ่อน	น้ำเงิน แดง ดำ
เขียวแก่	ดำ ขาว เหลือง
แดงอ่อน	เขียว ดำ น้ำเงิน
แดงแก่	เขียว ขาว เหลือง
น้ำตาลแก่	ดำ ขาว เหลือง เขียวอ่อน
น้ำตาลอ่อน	เขียว น้ำเงินแก่ แดงแก่ ดำ
เทาอ่อน	น้ำเงินแก่ แดง ดำ
ดำ	ขาว แดง ฟ้า เขียว

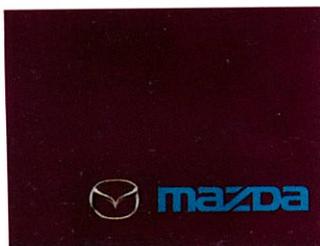
ที่มา : สมควร กวียะ และธนิต ภูศิริ, 2540. กระบวนการสำรวจสร้างสารสนเทศทัศน์ : 568.



ภาพที่ 10 : ตัวอักษรสีม่วงหรือลายเส้นสีเหลืองจะมองเห็นได้เด่นชัดเมื่ออยู่บนพื้นสีม่วงหรือน้ำเงิน



ภาพที่ 11 : เช่นเดียวกันตัวอักษร ลายเส้น หรือภาพสีด้าจะมองเห็นได้ง่าย และชัดเจนเมื่ออยู่บนพื้นสีเหลือง ดังเช่นภาพจากโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์การลงทุนในประเทศไทยของ BOI ที่ยกมาเป็นตัวอย่าง



ภาพที่ 12 : ในขณะที่เดียวกันสีฟ้าหรือน้ำเงินค่อนข้างจะถูกกลืน เมื่อนำไปวางบนพื้นสีม่วง

ดังนั้น กล่าวโดยสรุปได้ว่า สี่เป็นองค์ประกอบสำคัญยิ่งประการหนึ่งในการสร้างสารเพื่อการสื่อสารในทุกประเภท ทุกระดับไม่ว่าจะเป็นเพื่องานประชาสัมพันธ์ งานโฆษณา หรืองานสารนิเทศโดยทั่วไปก็ตาม เพราะสี่จะช่วยสร้างความดึงดูดใจแก่ผู้รับสาร ช่วยในการสื่อความหมายของสารให้ชัดเจนและเข้าใจง่ายยิ่งขึ้น หากเราเลือกใช้สื่ออย่างถูกวิธีและมีความ

พอเหมาะพอดีกับสารและสื่อที่ใช้ ด้วยเหตุนี้ นักสร้างสารที่ดี ไม่ว่าจะเป็นนักสร้างสารในด้านงานประชาสัมพันธ์ งานโฆษณาหรืองานด้านการวาดก็ตาม จะต้องรู้จักวิธีการใช้สื่อได้อย่างชาญฉลาด พิจารณาด้วยความละเอียดรอบคอบ เพราะจะนำไปสู่ความสัมฤทธิ์ผลทางการสื่อสารและทางการตลาด บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ได้เป็นอย่างดี ❖❖

บรรณานุกรม

- จันทร์มาศ ผ่องศรี. 2540. **หลักนิทรรศการ**. กรุงเทพมหานคร : โอ.เอส.พรีนเตอร์ เฮาส์.
- ดารณี พานทอง พาลุสุข. 2531. **กลยุทธ์การสร้างสรรคงานโฆษณา**. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์อักษรไทย.
- สมควรว กวียะ และธนิศ ภูศิริ. 2540. **กระบวนการสร้างสารนิเทศทัศน์** ในเอกสารการสอนชุดวิชาการสื่อสาร สาขาศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. พิมพ์ครั้งที่ 5, นนทบุรี : โรงพิมพ์ขอบพิมพ์.
- สุรชาติ เกษประสิทธิ์ และสนั่น คิ้วฮก. 2542. **ความรู้พื้นฐานศิลปกรรม**. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ พี เอส พี.
- วิจิตร อวาทะกุล. 2539. **การประชาสัมพันธ์ หลักและวิธีปฏิบัติ**. พิมพ์ครั้งที่ 4 กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.
- Morton Walker. 2538. **พลังแห่งสี** แปลโดยเกรียงศักดิ์ กำลังสินเสริม. กรุงเทพมหานคร : เอช.เอ็น.กรุ๊ป.
- Ralph Fabri. 2536. **ทฤษฎีสี่** แปลโดยสมเกียรติ ตั้งนโม. กรุงเทพมหานคร : โอเดียนสโตร์.

การใช้กระจกอย่างมีประสิทธิภาพ (ตอนที่ 2)

แปลและเรียบเรียงโดย
ติกะ บุนนาค

หลังจากที่ได้กล่าวถึงเรื่องพื้นฐานของกระจก และคุณสมบัติโดยทั่วไปของกระจกกันไปแล้ว เรื่องต่อไปที่จะต้องกล่าวถึงก็คือ ชนิดและแบบของกระจกที่ใช้กับอาคารและบ้านพักอาศัยในปัจจุบันกันบ้าง

กระจกที่ใช้กับอาคารและบ้านพักอาศัยแบ่งได้ 10 แบบใหญ่ ๆ คือ

1. กระจกใสบานเดี่ยว (Single - Glazed Clear Glass)
2. กระจกสีเทาหรือบรอนซ์บานเดี่ยว (Single - Glazed Bronze or Gray Tinted Glass)
3. กระจกใสสองชั้น (Double Glazed Clear Glass)
4. กระจกสีเทาหรือสีชาสองชั้น (Double - Glazed Bronze or Gray Tinted Glass)

5. กระจกสีสองชั้นประสิทธิภาพสูง (Double - Glazed High - Performance Tinted Glass)
6. กระจกสองชั้นแบบยอมให้แสงผ่านได้มากแต่ความร้อนผ่านได้น้อย (Double - Glazed High Solar Gain Low - E Glass)
7. กระจกสองชั้นแบบยอมให้แสงผ่านปานกลางแต่ความร้อนผ่านได้น้อย (Double - Glazed Moderate Solar Gain Low - E Glass)
8. กระจกสองชั้นแบบยอมให้แสงและความร้อนผ่านได้น้อย (แบบเลือกมีสี) [Double - Glazed Low Solar Gain Low - E Glass (Spectrally Selective)]

อาจารย์ประจำภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหการ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต : วศ.ม. (เทคโนโลยีอุตสาหกรรม)
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

** "Efficient Windows" Oregon University, U.S.A. in (URL) www.efficientwindows.org, 1999.

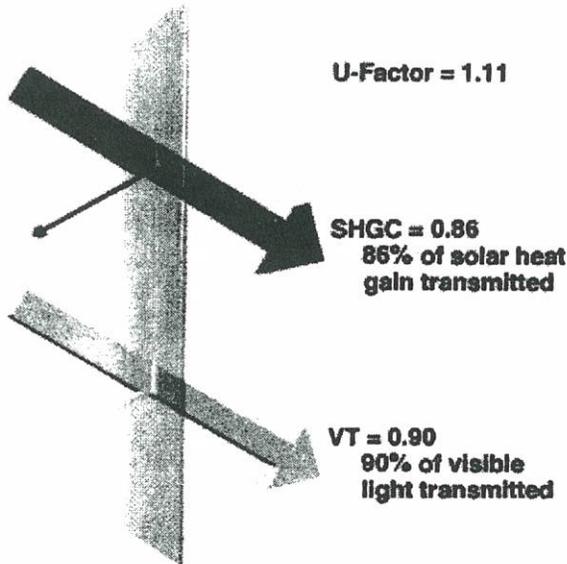
9. กระจกสามชั้นแบบยอมให้แสงผ่านปานกลางแต่ความร้อนผ่านได้น้อย (Triple – Glazed Moderate Solar Gain Low – E Glass)

10. กระจกสามชั้นแบบยอมให้แสงและความร้อนผ่านได้น้อย (แบบเลือกรังสี) [Triple – Glazed Low Solar Gain Low – E Glass (Spectrally Selective)]

1) กระจกใสบานเดียว

การทำงานและประสิทธิภาพการส่งผ่านความร้อนและแสงของกระจกใสแผ่นเดียวได้แสดงไว้ในรูปที่ 1 ซึ่งค่าทั้งหมดจะขึ้นอยู่กับ

กับการติดตั้งกระจก ทิศทาง และตำแหน่งของกระจก ความสัมพันธ์ของการเลือกติดตั้งกระจกบานเดียว โดยใช้กระจกใสจะขึ้นตรงกับทิศทางซึ่งกระจกใสจะยอมให้แสงและความร้อนผ่านเข้ามาได้มากที่สุด ดังนั้นจึงควรเลือกให้เหมาะสมกับลักษณะพื้นที่ จากรูปที่ 1 ค่าที่ได้จะเกิดขึ้นจากการวัดค่าที่กึ่งกลางของกระจก ค่าเหล่านี้จะเป็นค่าในการเปรียบเทียบผลของกระจกที่จะติดตั้งต่างชนิดกันเท่านั้น แต่ไม่ได้เป็นตัวแปรในการเลือกผลิตภัณฑ์ของกระจกเนื่องจากการติดตั้งกระจกนั้น การเลือกกรอบกระจกก็เป็นอีกปัจจัยที่มีผลกับการเลือกกระจก ดังแสดงในตารางที่ 1



รูปที่ 1 แสดงคุณสมบัติของกระจกใสบานเดียว

								
Frame	Aluminum	Aluminum with Thermal Break	Wood	Wood Clad	Vinyl	Composite or Hybrid	Insulated Vinyl	Fiberglass
U-Factor	1.25	1.08	0.90	0.90	0.90	0.90		
SHGC	0.76	0.70	0.63	0.63	0.63	0.63		
VT	0.74	0.69	0.64	0.64	0.64	0.64		

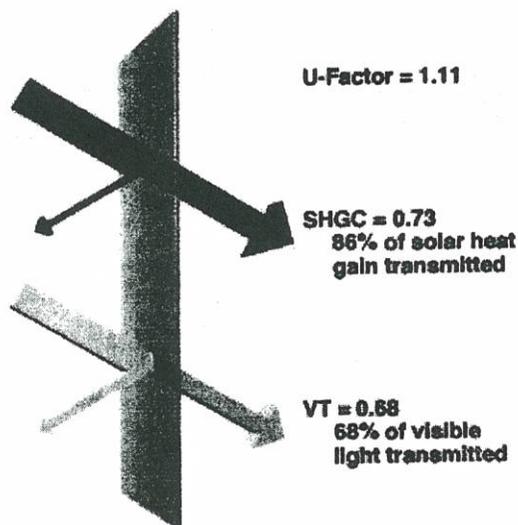
Note: The thermal performance properties of specific glazings and frames can vary depending on product design and materials. The results presented here are averages. Consult specific manufacturers for NFRC rated U-factors and SHGCs for products of interest.

ตารางที่ 1 แสดงคุณสมบัติของการติดตั้งกระจกใสบานเดียวกับกรอบชนิดต่างๆ

2) กระจกสีเทาหรือสีบรอนซ์บานเดียว

การใช้สีเทาหรือสีบรอนซ์ในการเคลือบกระจกมีจุดประสงค์เพื่อลดความร้อนที่ส่งผ่านเข้ามาในบ้าน แต่เมื่อกระจกถูกเคลือบแล้วการมองเห็นผ่านกระจกจะลดลงไปด้วย นั่นคือ ปริมาณแสงส่งผ่านเข้ามาในห้องจะลดลงตามหากเปรียบเทียบกับการใช้กระจกใสบานเดียว หรือกระจกเคลือบสีเขียวหรือสีฟ้าแล้ว

จะพบว่า ค่าการส่งผ่านแสงของกระจกเหล่านี้จะมีมากกว่ากระจกสีเทาหรือบรอนซ์ ดังนั้นหากต้องการลดปริมาณแสงแดดจ้าหรือลดความร้อนผ่านกระจกแล้วควรเลือกกระจกสีเทาหรือบรอนซ์เพื่อใช้แทนกระจกใสหรือกระจกสีอื่นๆ ซึ่งรูปที่ 2 และตารางที่ 2 แสดงถึงคุณสมบัติของกระจกสีเทาหรือบรอนซ์บานเดียว และคุณสมบัติของการติดตั้งกระจกกับกรอบชนิดต่างๆ



รูปที่ 2 แสดงคุณสมบัติของกระจกสีเทาหรือบรอนซ์บานเดียว

								
Frame	Aluminum	Aluminum with Thermal Break	Wood	Wood Clad	Vinyl	Composite or Hybrid	Insulated Vinyl	Fiberglass
U-Factor	1.25	1.08	0.90	0.90	0.90	0.90		
SHGC	0.65	0.60	0.54	0.54	0.54	0.54		
VT	0.56	0.52	0.48	0.48	0.48	0.48		

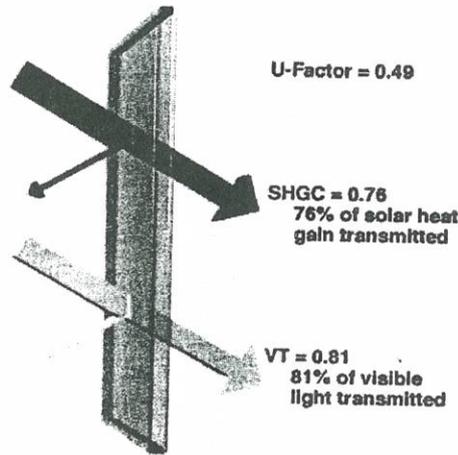
Note: The thermal performance properties of specific glazings and frames can vary depending on product design and materials. The results presented here are averages. Consult specific manufacturers for NFRC rated U-factors and SHGCs for products of interest.

ตารางที่ 2 แสดงคุณสมบัติของกระจกสีเทาหรือบรอนซ์กับกรอบชนิดต่างๆ

3) กระจกใสสองชั้น

การใช้กระจกใสสองชั้น ซึ่งระหว่างกระจกทั้งสองจะแยกจากกันด้วยช่องอากาศ การติดตั้งกระจกคู่เมื่อเปรียบเทียบกับกระจกเดี่ยวแล้วจะลดการสูญเสียความร้อนไปได้ครึ่งหนึ่งจากช่องอากาศที่เป็นฉนวนระหว่างชั้น

ของกระจก นอกจากจะเป็นการลดการไหลของความร้อนแล้วการใช้กระจกแบบนี้จะทำให้การส่งผ่านของแสงและความร้อนผ่านเข้ามาได้สูงแต่จะออกไปได้ยาก ดังนั้นการใช้กระจกแบบนี้จะเหมาะสมกับเขตอากาศหนาวมากกว่าเขตอากาศร้อนดังแสดงในรูปที่ 3 และตารางที่ 3



รูปที่ 3 แสดงคุณสมบัติของกระจกใสสองชั้นที่มีช่องอากาศครึ่งนิ้ว

								
Frame	Aluminium	Aluminium with Thermal Break	Wood	Wood Clad	Vinyl	Composite or Hybrid	Insulated Vinyl	Fiberglass
U-Factor	0.79	0.64	0.49	0.49	0.49	0.49	0.44	0.44
SHGC	0.68	0.62	0.56	0.56	0.56	0.56	0.59	0.59
VT	0.67	0.62	0.58	0.58	0.58	0.58	0.62	0.62

Note: The thermal performance properties of specific glazings and frames can vary depending on product design and materials. The results presented here are averages. Consult specific manufacturers for NFRC rated U-factors and SHGCs for products of interest.

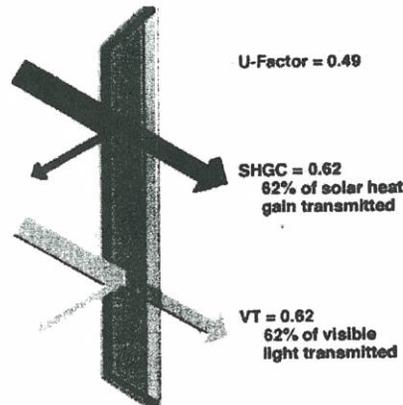
ตารางที่ 3 แสดงคุณสมบัติของกระจกใสสองชั้นกับกรอบชนิดต่างๆ

4) กระจกสีเทาหรือสีบรอนซ์สองชั้น

กระจกสองชั้นที่เคลือบสีเทาหรือสีบรอนซ์จะมีลักษณะเป็นกระจกสองแผ่นวางขนานกัน โดยกระจกแผ่นหน้าจะเป็นกระจกที่เคลือบสีเทาหรือบรอนซ์ส่วนกระจกแผ่นหลังจะเป็นกระจกที่ไม่เคลือบสี (กระจกใส) โดยกระจกชนิดนี้จะลดการสูญเสียความร้อนลงครึ่งหนึ่งเนื่องจากช่องอากาศที่เป็นฉนวนระหว่างชั้นของกระจก จุดประสงค์ที่สำคัญในการใช้กระจกชนิดนี้ ก็เพื่อลดการรับความร้อนจากแสงอาทิตย์และยังลดปริมาณแสงที่ผ่านเข้ามาในห้องด้วย

เมื่อเปรียบเทียบกับกระจกใสสองชั้น, หรือกระจกหนึ่งชั้น ที่เคลือบสีอื่นๆ เช่น สีเขียว หรือ สีฟ้า ที่มีปริมาณแสงส่องผ่านได้มากกว่า

ดังนั้นกระจกชนิดนี้จึงลดปริมาณความร้อนส่องผ่านเข้าในอาคารได้ดีกว่าการใช้กระจกใสสองชั้น หรือกระจกสองชั้น ที่เคลือบสีอื่นๆ ซึ่งในการเคลือบจะไม่มีผลกับค่า U-Factor แต่จะมีผลในการลดการรับแสงอาทิตย์ ดังนั้นจึงเหมาะที่จะใช้ในเขตอากาศร้อน ดังแสดงในรูปที่ 4 และตารางที่ 4



รูปที่ 4 แสดงคุณสมบัติของกระจกสีเทาหรือบรอนซ์สองชั้นที่มีช่องอากาศครึ่งนิ้ว

Frame	Aluminum	Aluminum with Thermal Break	Wood	Wood Clad	Vinyl	Composite or Hybrid	Insulated Vinyl	Fiberglass
U-Factor	0.79	0.64	0.49	0.49	0.49	0.49	0.44	0.44
SHGC	0.57	0.52	0.46	0.46	0.46	0.46	0.49	0.49
VT	0.50	0.47	0.44	0.44	0.44	0.44	0.47	0.47

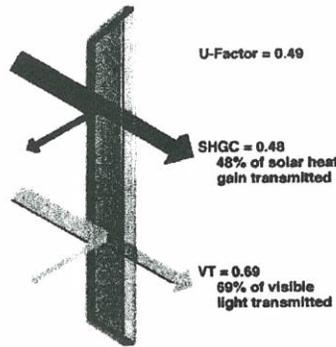
Note: The thermal performance properties of specific glazings and frames can vary depending on product design and materials. The results presented here are averages. Consult specific manufacturers for NFRC rated U-factors and SHGCs for products of interest.

ตารางที่ 4 แสดงคุณสมบัติของกระจกสีเทาหรือบรอนซ์สองชั้น เพื่อใช้กับกรอบชนิดต่างๆ

5) กระจกสองชั้นประสิทธิภาพสูง

กระจกสองชั้นประสิทธิภาพสูงเป็นกระจกที่สามารถเลือกรังสีที่จะส่งผ่านเข้ามาในอาคารได้ ดังนั้นกระจกชนิดนี้จะลดการสะสมความร้อนจากแสงอาทิตย์ได้มากกว่ากระจกที่เป็นสีเทาหรือสีบรอนซ์โดยปริมาณแสงที่ส่งผ่านเข้ามาจะมีปริมาณที่ใกล้เคียงกับกระจกใส

กระจกชนิดนี้จัดเป็นกระจกที่มีประสิทธิภาพสูงในการป้องกันรังสีความร้อนจากแสงอาทิตย์ไม่ให้ผ่านเข้ามาในบ้านหรืออาคารได้ นอกจากนี้ยังสามารถกันรังสีที่ไม่ต้องการได้ตามธรรมดา กระจกชนิดนี้จะมีสีสีเขียวหรือสีฟ้าและสามารถป้องกันรังสี UV โดยที่ไม่ลดค่า U-Factor ลง ดังแสดงในรูปและตารางที่ 5



รูปที่ 5 แสดงคุณสมบัติของกระจกสองชั้นประสิทธิภาพสูง

Frame	Aluminum	Aluminum with Thermal Break	Wood	Wood Clad	Vinyl	Composite or Hybrid	Insulated Vinyl	Eiberglass
U-Factor	0.79	0.64	0.49	0.49	0.49	0.49	0.44	0.44
SHGC	0.46	0.41	0.37	0.37	0.37	0.37	0.38	0.38
VT	0.57	0.53	0.49	0.49	0.49	0.49	0.53	0.53

Note: The thermal performance properties of specific glazings and frames can vary depending on product design and materials. The results presented here are averages. Consult specific manufacturers for NFRC rated U-factors and SHGCs for products of interest.

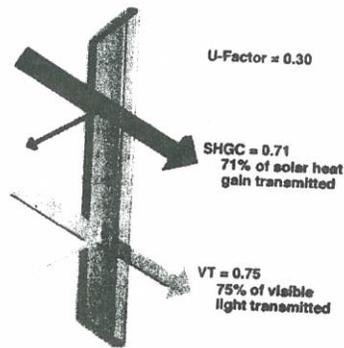
ตารางที่ 5 แสดงคุณสมบัติของกระจกสองชั้นประสิทธิภาพสูงเมื่อติดตั้งกับกรอบชนิดต่างๆ

6) กระจกสองชั้น ที่ยอมให้แสงผ่านมากแต่ความร้อนผ่านได้น้อย

กระจกชนิดนี้จะเป็นกระจกที่ยอมให้แสงผ่านมากแต่ความร้อนผ่านได้น้อย โดยการอัดก๊าซอาร์กอนที่ชั้นกลางระหว่างกระจก โดยกระจกบานหน้าจะเป็นกระจกที่ยอมให้รังสีผ่านน้อยและเคลือบแข็ง (Low - E Glass) กระจกชนิดนี้จะลดการสูญเสียความร้อนแต่ยอมให้แสงผ่านเข้ามาได้ ดังนั้นกระจกชนิดนี้จึงเหมาะที่จะใช้กับอาคารที่ตั้งในบริเวณที่มีอากาศร้อน หรือ

ในประเทศเขตร้อนซึ่งเป็นทางเลือกในการป้องกันความร้อนสะสมในอาคารแบบทางอ้อมวิธีหนึ่ง ซึ่งประโยชน์ที่ได้รับจะเป็นการลดความร้อนสะสมจากแสงอาทิตย์ โดยตรงอันเป็นที่มาของภาวะความร้อนของระบบปรับอากาศ

ในการติดตั้งกระจกแบบนี้จะเหมาะสมอย่างยิ่งที่จะใช้ในประเทศที่อยู่ในเขตอากาศร้อนแต่จะไม่เหมาะสมที่จะใช้ในเขตอากาศหนาว ซึ่งต้องการการสะสมความร้อนไว้ในอาคาร ดังแสดงในรูปที่ 6 และตารางที่ 6



รูปที่ 6 แสดงคุณสมบัติของกระจกสองชั้นที่ยอมให้แสงผ่านมากแต่ความร้อนผ่านน้อย

								
Frame	Aluminum	Aluminum with Thermal Break	Wood	Wood Clad	Vinyl	Composite or Hybrid	Insulated Vinyl	Fiberglass
U-Factor	0.64	0.52	0.36	0.36	0.36	0.36	0.30	0.30
SHGC	0.64	0.58	0.52	0.52	0.52	0.52	0.55	0.55
VT	0.62	0.57	0.53	0.53	0.53	0.53	0.57	0.57

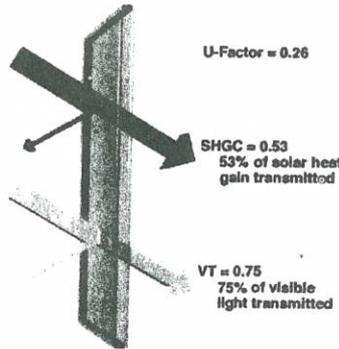
Note: The thermal performance properties of specific glazings and frames can vary depending on product design and materials. The results presented here are averages. Consult specific manufacturers for NFRC rated U-factors and SHGC's for products of interest.

ตารางที่ 6 แสดงคุณสมบัติของกระจกสองชั้นที่ยอมให้แสงผ่านมากแต่ความร้อนผ่านน้อยกับกรอบแบบต่างๆ

7) กระจกสองชั้น แบบยอมให้แสงผ่านปานกลางแต่ความร้อนผ่านได้น้อย

กระจกแบบนี้จะเป็นกระจก (Low - E Glass) ที่เคลือบผิวแบบบางๆ (Soft Coat Product) ขึ้นกับกรรมวิธีของการเคลือบกระจกผลิตภัณฑ์ Low - E Glass ที่เคลือบผิวแบบบางๆ จะทำให้รับแสงอาทิตย์ที่เหมาะสมเข้ามาได้มากขึ้น ซึ่งกระจกแบบนี้จะสามารถใช้ได้ทั้ง

ในเขตร้อนและเขตหนาว เนื่องจากมีการยอมให้แสงผ่านปานกลาง และความร้อนผ่านเข้ามาได้ปานกลางด้วย ซึ่งค่าของการใช้พลังงานจึงขึ้นอยู่กับแบบของอาคารและการใช้งาน แต่กระจกแบบนี้ยังมีผลดีกับประเทศเขตอากาศร้อนมากกว่าเขตอากาศหนาว ซึ่งต้องสะสมความร้อนไว้ในบ้านมากที่สุด ดังแสดงในรูปที่ 7 และตารางที่ 7



รูปที่ 7 แสดงคุณสมบัติของกระจกสองชั้นแบบยอมให้แสงผ่านปานกลางความร้อนผ่านได้น้อย

Frame	Aluminum	Aluminum with Thermal Break	Wood	Wood Clad	Vinyl	Composite or Hybrid	Insulated Vinyl	Fiberglass
U-Factor	0.61	0.49	0.33	0.33	0.33	0.33	0.27	0.27
SHGC	0.49	0.45	0.40	0.40	0.40	0.40	0.42	0.42
VT	0.62	0.58	0.53	0.53	0.53	0.53	0.58	0.58

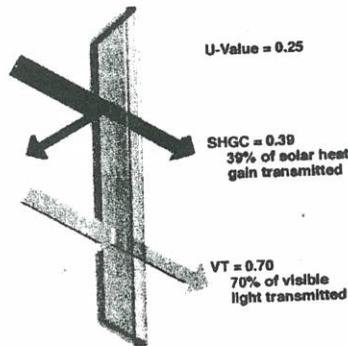
Note: The thermal performance properties of specific glazings and frames can vary depending on product design and materials. The results presented here are averages. Consult specific manufacturers for NFRC rated U-factors and SHGCs for products of interest.

ตารางที่ 7 แสดงคุณสมบัติของกระจกสองชั้นแบบยอมให้แสงผ่านปานกลางความร้อนผ่านได้น้อยเมื่อใช้กับกรอบชนิดต่างๆ

8) กระจกสองชั้นแบบยอมให้แสงและความร้อนผ่านน้อย

กระจกแบบนี้เป็นกระจก (Low - E Glass) ที่อัดอาร์กอนไว้ตรงชั้นกลางจะมีการเคลือบกระจกแบบบางๆ อีกทั้งยังมีการเคลือบด้วยผิวเลือกรังสีเพื่อลดการส่งผ่านความร้อนและการสูญเสียความร้อนในห้อง และป้องกันความร้อนจากแสงอาทิตย์ภายนอกผ่านเข้ามา อีกทั้งกระจกชนิดนี้ยังให้ระดับการมองเห็นสูง

กว่า และยังลดแสงผ่านได้ดีอีกด้วย การติดตั้งกระจกชนิดนี้จึงเหมาะสมกับประเทศเขตอากาศร้อนมากๆ เช่นในเขตทะเลทรายซึ่งจะต้องลดปริมาณของภาวะความร้อนของเครื่องปรับอากาศลงให้มากที่สุด ทำให้การใช้พลังงานของอาคารลดลงได้มาก ดังนั้นกระจกแบบนี้จึงไม่เหมาะสมอย่างยิ่งที่จะใช้กับประเทศเขตหนาว ดังแสดงในรูปที่ 8 และตารางที่ 8



รูปที่ 8 แสดงกระจกสองชั้นแบบยอมให้แสงและความร้อนผ่านได้น้อย

Frame	Aluminum	Aluminum with Thermal Break	Wood	Wood Clad	Vinyl	Composite or Hybrid	Insulated Vinyl	Fiberglass
U-Factor	0.60	0.48	0.32	0.32	0.32	0.32	0.26	0.26
SHGC	0.38	0.34	0.30	0.30	0.30	0.30	0.31	0.31
VT	0.57	0.53	0.50	0.50	0.50	0.50	0.53	0.53

Note: The thermal performance properties of specific glazings and frames can vary depending on product design and materials. The results presented here are averages. Consult specific manufacturers for NFRC rated U-factors and SHGCs for products of interest.

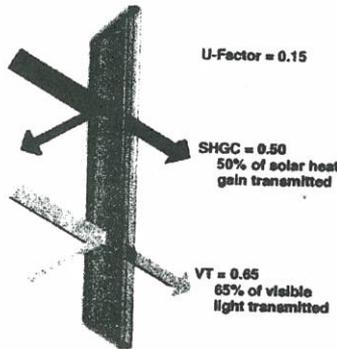
ตารางที่ 8 แสดงคุณสมบัติของกระจกสองชั้นแบบยอมให้ความร้อนและแสงผ่านได้น้อยเมื่อติดตั้งกับกรอบชนิดต่างๆ

9) กระจกสามชั้นแบบยอมให้แสงผ่านได้ปานกลางความร้อนผ่านได้น้อย

กระจกชนิดนี้จะให้ค่าอัตราการสูญเสียความร้อนต่ำมากที่สุด (Low - U Factor) ในกรณีนี้จะใช้การติดตั้งกระจกสามชั้น โดยมี การเคลือบ (Low - E) สองชั้นคือ ชั้นนอกและ ชั้นกลางและมีหนึ่งชั้นที่เติมก๊าซอาร์กอน (ครึ่ง นิ้ว) หรือก๊าซคริปตัน (Krypton) (0.25 นิ้ว) โดยทั่วๆ ไปจะอยู่ระหว่างชั้นนอกสุด ส่งผลให้มี ค่าการส่งผ่านความร้อนต่ำ กระจกชั้นกลางจะมี

การติดฟิล์มได้ ในกระจกบางแบบสามารถเพิ่ม กระจกชั้นกลางเป็นสี่ชั้น โดยมีสองชั้นเป็นกระจก หรือซิงด้วยฟิล์มตรงกลางสองแผ่นแทนกระจก รวมเป็นสองชั้นตรงกลาง

การใช้กระจกสามชั้นจะลดประโยชน์ จากการใช้แสงอาทิตย์ลงไปมาก กระจกชนิดนี้ จึงเหมาะสมที่จะใช้กับประเทศที่อยู่ในเขตอากาศ หนาวมากๆ เพราะตัวกระจกจะลดการสูญเสีย ความร้อนจากภายในบ้านที่สะสมเข้ามาในช่วงมี แดดได้ ดังแสดงในรูปที่ 9 และตารางที่ 9



รูปที่ 9 แสดงกระจกสามชั้นแบบยอมให้แสงผ่านปานกลางและความร้อนผ่านได้น้อย

Frame	Aluminum	Aluminum with Thermal Break	Wood	Wood Clad	Vinyl	Composite or Hybrid	Insulated Vinyl	Fiberglass
U-Factor			0.26	0.26	0.26	0.26	0.18	0.18
SHGC			0.38	0.38	0.38	0.38	0.39	0.39
VT			0.46	0.46	0.46	0.46	0.49	0.49

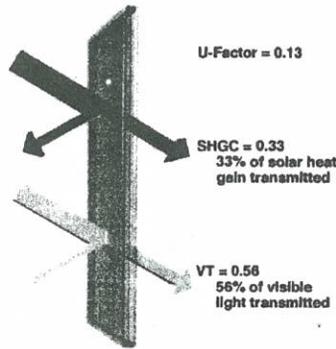
Note: The thermal performance properties of specific glazings and frames can vary depending on product design and materials. The results presented here are averages. Consult specific manufacturers for NFRC rated U-factors and SHGCs for products of interest.

ตารางที่ 9 แสดงคุณสมบัติของกระจกสามชั้นแบบยอมให้แสงผ่านปานกลางและความร้อนผ่านได้น้อยติดตั้งกับกรอบชนิดต่างๆ

10) กระจกสามชั้นที่ยอมให้แสงและความร้อนผ่านได้น้อย (แบบเลือกรังสี)

กระจกสามชั้นแบบเลือกรังสีจะให้ อัตราการสูญเสียความร้อนต่ำมาก โดยติดตั้ง กระจกสามแผ่นและเคลือบ (Low - E) สอง แผ่น อัดก๊าซอาร์กอน (ครึ่งนิ้ว) หรือคริปตัน (0.25 นิ้ว) ในชั้นแรกเพื่อลดความร้อนส่งผ่าน กระจกตรงกลางสามารถใช้กระจกหรือใช้การ

ซึ่งด้วยฟิล์มก็ได้ในบางกรณีและในบางแบบ สามารถใช้ได้เป็น 4 ชั้นคือ เป็นกระจกสองแผ่น หนึ่งหลังตรงกลางซึ่งด้วยฟิล์มสองชั้น นอกจากนี้กระจกบานนอกยังเคลือบด้วยผิวเลือกรังสีทำให้ ความร้อนผ่านเข้ามาได้บางส่วนจึงเหมาะที่จะ ใช้ได้ทั้งในเขตร้อนและเขตหนาว ดังรูปที่ 10 และตารางที่ 10 ❖❖



รูปที่ 10 แสดงกระจกสามชั้นที่ยอมให้แสงและความร้อนผ่านได้น้อย (แบบเลือกรังสี)

Frame	Aluminum	Aluminum with Thermal Break	Wood	Wood Clad	Vinyl	Composite or Hybrid	Insulated Vinyl	Fiberglass
U-Factor			0.24	0.24	0.24	0.24	0.17	0.17
SHGC			0.25	0.25	0.25	0.25	0.26	0.26
VT			0.40	0.40	0.40	0.40	0.43	0.43

Note: The thermal performance properties of specific glazings and frames can vary depending on product design and materials. The results presented here are averages. Consult specific manufacturers for NFRC rated U-factors and SHGCs for products of interest.

ตารางที่ 10 แสดงคุณสมบัติของกระจกสามชั้นที่ยอมให้แสงและความร้อนผ่านได้น้อย (แบบเลือก รังสี) เมื่อใช้กับกรอบชนิดต่างๆ

Energy Demand Forecasting in Thailand

Aumnad Phdungsilp

1. Introduction

Estimates of future energy demand are a critical element of energy planning, at either the aggregate consumption level or the sectoral level. One of the most important reasons for making projections of future energy demand is the lead time required for supply projects. Since a typical baseload electric power plant takes between 5 and 10 years to build, investment decisions must also be made with a 5 to 10 year lead time. Similarly natural gas pipelines, LNG projects, and other capital intensive energy supply projects invariably are predicated upon some estimate of future demand. It is, therefore necessary to properly plan for meeting the future energy demand of the country, to avoid supply shortages in future. The goal of this study is to use historic evidence to make a quantitative of future energy demand in the country. In this study aggregate energy demand, commercial energy and renewable energy in the term of final energy were forecasted to the year 2010 by sectors using time-trend analysis, energy-GDP elasticity and econometric method.

The energy consumption in Thailand is usually disaggregated into 4 sectors, namely, industry; transportation; agriculture; and residential & commercial. In the past 10 years, the transportation sector has been the largest consumer of energy with a growth rate of 7.1 percent in the final energy consumption. The final energy consumption growth rates for the rest of the sectors : industry; residential & commercial; and agriculture sectors have been 7.2, 2.6 and 1.5 percent respectively.

2. Data

There are three types of data : consumption data, macroeconomic activity data and price data. The data collected are annual time series in each sectors of the country from 1984 through 1998. All the consumption data from the Thailand Energy Situation is published by the Department of Energy Development and Promotion, Ministry of Science, Technology and Environment[1]. Income figure of the country from the Office of the National Economic and Social Development Board[3]. All the price data are from the National Energy Policy Office.

* Lecturer, Faculty of Engineering, Dhurakijpundit University : B.Ind.Tech (Mechanical Engineering), Sripatum University, Thailand. Post Grad. Cert. (Renewable Energy Systems) United Nation University, Japan at Indian Institute of Technology, Delhi, India.

3. Methodology

The methodologies adopted for assessing the energy demand include time – trend analysis and energy – GDP elasticity. We also tried an alternate approach to the econometric model. All the approach, both total and sectoral energy demand have been considered which annual observation data from 1984 to 1998. In this study, aggregate energy demand including commercial energy and renewable energy were forecast to the year 2010.

3.1 Energy Demand Forecasting Using Trend Analysis

Based on the past fifteen years (1984 – 1998) data on the total energy consumption (TEC) in Thailand the following linear regression relationship of TEC with time (t) has been developed.

$$\text{TEC(in ktoe)} = 12892 + 2525.24 t \quad ; R^2 = 96.7821 \quad (1)$$

With t = 1 for 1984

Once again an attempt to undertake a time trend analysis of the sectoral energy consumption was made and the following regression relations were obtained.

$$\text{TEC}_{\text{ind.}} = 2625.74 + 975.132 t \quad ; R^2 = 91.7439 \quad (2)$$

$$\text{TEC}_{\text{Tran.}} = 3279.85 + 1177.61 t \quad ; R^2 = 95.8885 \quad (3)$$

$$\text{TEC}_{\text{Agri.}} = 1390.25 + 27.1357 t \quad ; R^2 = 38.7848 \quad (4)$$

$$\text{TEC}_{\text{Res\&Com.}} = 5595.9 + 345.379 t \quad ; R^2 = 88.3236 \quad (5)$$

The poor value of R^2 for agriculture sector is due to large fluctuation in annual values. Fig.1 shows the above regression relations graphically. It may be noted that the energy consumption in industry and transportation sectors of Thailand is increasing very rapidly. The energy consumption in residential & commercial sector is also showing moderate growth but the energy consumption in the agriculture sector is varying very little. Table 1 presents the sectoral energy consumption values as obtained using equation (2) – (5). The total energy consumption values obtained by summing up the sectoral values are compared with the total as obtained from equation (1).

Table 1. Projected Energy Consumption by Sectoral Using Trend Analysis. (ktoe)

Year	Industry (a)	Transportation (b)	Agriculture (C)	Res. & Com. (d)	Total	
					a+b+c+d	Eq.1
2000	19,203	23,299	1,851	11,467	55,820	55,821
2005	24,079	29,187	1,987	13,194	68,447	68,447
2010	28,954	35,075	2,123	14,921	81,073	81,073

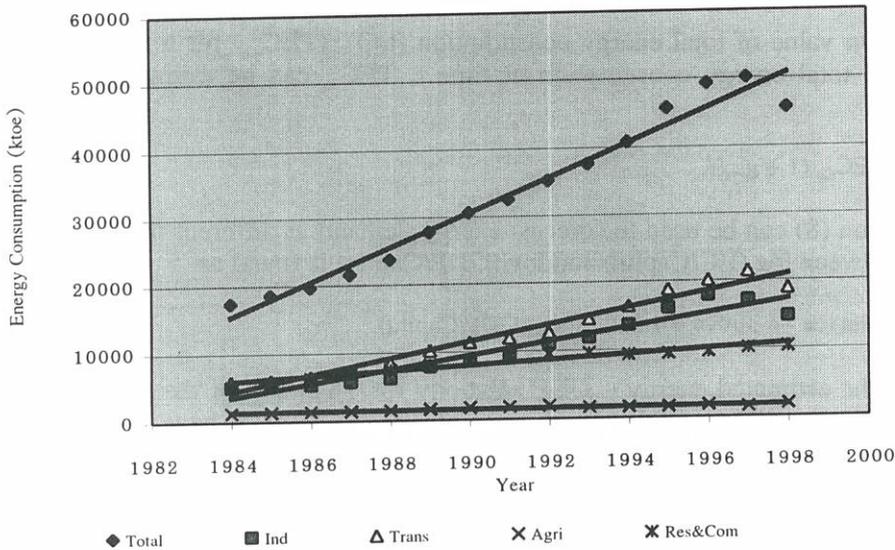


Fig. 1 Time Variation of Energy Consumption in Thailand.

3.2 Energy Demand Forecasting Based on Energy – GDP Elasticity.

The energy – GDP elasticity is defined as the ratio of the percentage change required in energy consumption to the percentage change in GDP. In other words the energy – GDP elasticity indicates the required percentage increase in energy consumption for a unit percentage increase in the GDP. For most of the developing countries with poor infrastructure the energy – GDP elasticity is greater than 1 in contrast with the developed countries where its value is usually less than 1. Thus, in most of the developing countries the growth rates of energy consumption have to be more than the desired growth rate in GDP. The energy planning exercise should accordingly be conducted. In the present work an attempt has been made to estimate the energy – GDP elasticity for the whole economy as well as for four different sectors. This was done by obtaining a log–log relationship between the total energy consumption (TEC) and GDP of the following form :

$$\log (\text{TEC}) = a + b \log (\text{GDP}) \tag{6}$$

It can be shown that the coefficient in equation (6) is the energy – GDP elasticity. The energy – GDP elasticity can also be estimated for different sectors. The energy – GDP elasticity (EGE) can be used for energy demand forecasting. If the desired GDP growth rate is g_{GDP} then from the definition of energy – GDP elasticity, the growth rate in total energy consumption (g_{TEC}) can be estimated as

$$\begin{aligned} g_{TEC} &= g_{GDP} * (\text{energy} - \text{GDP elasticity}) \\ &= g_{GDP} * EGE \end{aligned} \quad (7)$$

For a known value of total energy consumption ($t=0$), ($TEC_{t=0}$) for a reference year the future value of total energy consumption at time t , $TEC_{t=t}$ can be estimated from the equation

$$TEC_{t=t} = TEC_{t=0} (1 + g_{TEC})^t \quad (8)$$

This equation (8) can be used to forecast energy demand at different times in future. The relationship between $\log(TEC/Capita)$ and $\log(GDP/Capita)$ is found as

$$\log(TEC/Capita) = -4.36494 + 1.01945 \log(GDP/Capita) \quad (9)$$

Therefore the estimated energy – GDP elasticity for Thailand for the period 1984 – 1998 is 1.01945. Three different GDP growth rates of 7%, 5% and 3% have been assumed for high, medium and low growth scenarios respectively. The energy – GDP elasticity (EGE) has been assumed to be the same as estimated above. Table 2. presents the energy demand projection for the three different growth rate scenarios. It may be noted that the projected energy consumption value 81,073 ktoe for the year 2010 as obtained by time trend analysis in Table 1. is very close to the value obtained for the medium growth rate scenario of Table 2.

Table 2. Estimated Energy Demand Based on Energy–GDP Elasticity Method (ktoe).

Year	High growth rate (7%)	Medium growth rate (5%)	Low growth rate (3%)
2000	52,427	50,453(55,821)	48,512
2005	74,004	64,699(68,447)	56,400
2010	104,460	82,968(81,073)	65,571

* In the parenthesis are the values obtained from time trend analysis (Eq.1)

3.2.1 Sectoral Energy – GDP Elasticity.

A similar attempt has also been made by determining sectoral energy – GDP elasticity. In this case, the energy – GDP elasticity for four different sectors of the economy has been estimated based on the sectoral energy consumption data and the contribution of the respective sectors to GDP.

$$\log(TEC_{Ind.}) = a + EGE_{Ind.} \log(GDP_{Ind.}) \quad (10)$$

$$\log(TEC_{Trans.}) = a + EGE_{Trans.} \log(GDP_{Trans.}) \quad (11)$$

$$\log(TEC_{Agri.}) = a + EGE_{Agri.} \log(GDP_{Agri.}) \quad (12)$$

$$\log(TEC_{R \& C.}) = a + EGE_{R \& C.} \log(GDP_{R \& C.}) \quad (13)$$

For certain values of assumed growth rates for the sectors and the values of respective energy – GDP elasticity obtained from equations (10) – (13), the future energy consumption of each sector can be estimated from the expression.

$$TEC_{Ind.,t} = TEC_{Ind.,t=0} (1 + g_{TEC,Ind.})^t \quad (14)$$

$$TEC_{Trans.,t} = TEC_{Trans.,t=0} (1 + g_{TEC,Trans.})^t \quad (15)$$

$$TEC_{Agri.,t} = TEC_{Agri.,t=0} (1 + g_{TEC,Agri.})^t \quad (16)$$

$$TEC_{R \& C.,t} = TEC_{R \& C.,t=0} (1 + g_{TEC,R \& C.})^t \quad (17)$$

Where

$$g_{TEC,Ind.} = g_{GDP,Ind.} * EGE_{Ind.} \quad (18)$$

$$g_{TEC,Trans.} = g_{GDP,Trans.} * EGE_{Trans.} \quad (19)$$

$$g_{TEC,Agri.} = g_{GDP,Agri.} * EGE_{Agri.} \quad (20)$$

$$g_{TEC,R \& C.} = g_{GDP,R \& C.} * EGE_{R \& C.} \quad (21)$$

The average GDP growth rate (%) in different sectors for the last 5 year (1994 – 1998) are 4%, 5%, 1.5% and 4.5% for industry, transportation, agriculture and residential & commercial sector respectively. The GDP growth rates are used for estimation of energy demand in four different sectors using expressions (18) – (21). The energy – GDP elasticity for industry, transportation, agriculture and residential & commercial sectors are 0.958854, 1.07831, 0.570456 and 0.620061 respectively. Table 3 shows the projections of energy consumption in different sectors.

Table 3. Future Projections of Sectoral Energy Consumption Base on Energy-GDP Elasticity (ktoe).

Year	Industry	Transportation	Agriculture	Res. & Com.
2000	15,833	20,944	1,912	10,834
2005	19,111	27,232	1,996	12,432
2010	23,067	35,407	2,082	14,266

3.2 Econometric Method

In the econometric method the model developed determines the total demands for energy in the industry, transportation, agriculture and residential & commercial sectors. In the industry sector, the dependent variable is the total energy demand in industry sector. The independent variables are the GDP produce by industry sector, the average energy price, percent share of manufacturing sector, and demand lagged one year. The transportation sector, the total energy demand is a function of GDP in this sector, average energy price, GDP per capita and a lagged value of demand. Similarly to residential & commercial sector, the total energy demand is considered as a function of GDP from the sector, average energy price, number of population and a lagged value of demand. Except for the agriculture sector the model consists of two equation : an equation for petroleum product and electricity. Both of the equations are a function of GDP, average energy price, number of the areas for planting and a lagged value.

All the estimation has been made in the logarithmic form based on the observations in the past ten years (1989-1998) on final energy consumption in each sector. The estimation of the model is given in Table 4. All the equations are satisfactory in terms of their goodness-of-fit (adjusted R²). The lower R² of the petroleum product is in the equation in

agriculture sector, relative to the large fluctuation in annual values of this sector. In this methodology the the forecast of total energy demand of the country is obtained by summing up the forecasting of each model. The Fig 2. hows the projection of the total energy demand as obtained by 3 different methods.

Table 4. Estimated Models in each sectors.

	Dependent variables				
	Log EC _{Ind}	log EC _{Trans}	log EC _{Res. & Com.}	log PP _{Agri}	log EE _{Agri}
Constant	-27.493	-1.85173	14.7156	6.86516	28.2224
Lag dependent	-0.472124	-0.342851	0.172771	0.276161	-0.193393
log GDP _{Ind}	1.64017				
log Price _{Ind}	0.1753				
log SM	4.22673				
log GDP _{Trans}		2.11493			
log Price _{Trans}		0.100195			
log GDP/Cap.		-1.0505			
log GDP _{Res&Com}			0.172771		
log Price _{Res&Com}			0.235785		
LogPopulation			-13.5941		
log GDP _{Agri}				0.17996	0.003856
LogpricePP _{Agri}				0.375511	
LogpriceEE _{Agri}					2.14395
logArea.				-0.36467	-2.01982
R²	97.1534	98.8629	96.1576	51.1216	96.2516

Table 5. Projected Energy Demand by Econometric Method. (ktoe).

Year	Industry	Transportation	Agriculture	Res. & Com.
2000	19,360	24,479	2,233	11,002
2005	24,394	31,267	2,304	12,389
2010	29,428	38,054	2,375	13,777

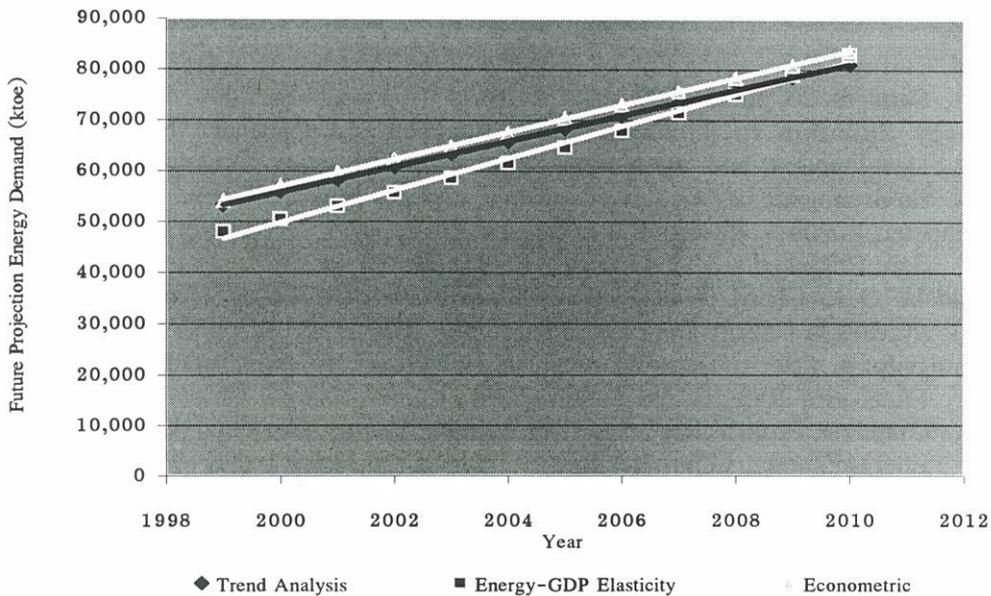


Fig 2. Total Energy Demand Projection by Different Method.

4. Conclusions and Recommendation

A preliminary attempt to forecast the final energy demand (total as well as sectoral) for Thailand has been made in the work, using different approaches. The time-trend analysis forecasts a final energy demand of 81,073 ktoe for the year 2010 which is equal to the summing up of results from sectoral forecasting. A similar figure for energy consumption for 2010 is arrived using energy – GDP elasticity method for a GDP growth rate of about 5 percent. In the econometric method, the result shows that by the same year, the total energy demand will reach 83,634 ktoe. Interestingly, the total projected sectoral energy consumption values base on individual time – trend analysis for each sector matches very closely with the projected aggregated energy consumption. Also, the total energy demand values obtained from three different approach are closely.

The present study is a modest attempt towards understanding some issues relating to the energy demand of the country. Future research could be directed at number of issues, in particular, to develop econometric models for the individual fuel including renewable energy. The other suggested research are development of detailed Reference Energy System (RES) for the country using data on energy extraction, transmission & distribution and utilization, to prepare various demand – supply balancing, strategies and analysis their investment implication and to analysis energy – economy – environment interaction. ❖❖

BIBLIOGRAPHY

- Dahl, Carl A. "Forecasting Energy Demand in the Developing World." **Energy Sources**. 20, pp.875-889
- Energy Situation in Thailand 1998**. Bangkok : Department of Energy Development and Promotion, Ministry of Science Technology and Environment, 1998.
- Kleinpeter, Maxime. **Energy Planning and Policy**. New York : John Wiley & Son, 1995.
- Maddala, G.S., Chern, Wen S. and Gill, Gurmukh S., editor. **Econometric Studies in Energy Demand and Supply**. New York : Praeger, 1978
- Phdungsilp, A. **Energy Demand Analysis and Potential Assessment of Fossil Fuels and Renewables in Thailand**. United Nations University Post-Graduate Project Report on Renewable Energy Systems, Centre for Energy Studies, Indian Institute of Technology, Delhi, India, 1998.
- Rene, C., Hi-chun, P and Ramani, K.V. **Integrated Energy Planning : A Manual Vol. I**. Kuala Lumpur : Asian and Pacific Development Centre, 1985.
- Statistical Yearbook Thailand, No.43, 1996**. Bangkok : National Statistical Office, Office of the Prime Minister, 1997.

ความคลาดเคลื่อนในการใช้มาตรฐานค่า กับผู้มีการศึกษาน้อย

รศ.ดร.สรชัย พิศาลบุตร

วีรยา วิชาชีวะวรรณ

โดยทั่วไป มาตรฐานค่าเป็นเครื่องมือที่ใช้วัดพฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้ที่เราสนใจศึกษาที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เช่น วัดพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าหรือบริการที่สนใจ วัดความพึงพอใจของคณงานที่มีต่อสวัสดิการด้านรักษาพยาบาลที่ได้รับ หรือวัดความคิดเห็นของชาวกรุงเทพฯที่มีต่อการสร้างถนนเลียบแม่น้ำเจ้าพระยา มาตรฐานค่ามีหลายแบบ เช่น แบบบรรยายเป็นข้อความแบบกำหนดเป็นตัวเลข และแบบกำหนดเป็นกราฟเส้นตรง แต่ละแบบต่างก็มีข้อดีข้อเสียแตกต่างกันไป แต่แบบที่นิยมใช้กันมากในปัจจุบันคือ แบบบรรยายเป็นข้อความและกำหนดเป็นตัวเลขกำกับไว้ที่ข้อความนั้นๆ ด้วยเนื่องจากสามารถใช้ได้กับผู้ที่เราสนใจศึกษาในทุกๆ กลุ่ม โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มที่มีการศึกษาน้อย การใช้มาตรฐานค่าแบบนี้ยังสามารถกำหนดได้หลายระดับ เช่น 3 ระดับ 5 ระดับ 7

ระดับ หรือ 9 ระดับ จำนวนระดับที่กำหนดขึ้นใช้วัดยังมีจำนวนเท่าไร ความถูกต้องเชื่อถือได้ของการวัดพฤติกรรมหรือความคิดเห็นก็ยิ่งมากเพียงนั้น แต่การใช้จำนวนระดับที่มากขึ้น จะมีปัญหาในด้านการกำหนดพฤติกรรมหรือความคิดเห็นในรูปข้อความภาษาไทย และปัญหาเกี่ยวกับความสามารถในการแยกแยะระดับพฤติกรรมและความคิดเห็นระดับต่างๆ

สำหรับประเทศไทยจำนวนระดับของมาตรฐานค่าที่นิยมใช้กันอยู่ระหว่าง 3 ถึง 7 ระดับ ขึ้นอยู่กับกลุ่มที่จะทำการสำรวจ อาจจะสามารถกล่าวได้ว่ามาตรฐานค่า 5 ระดับ นิยมใช้กันทั่วไป ในการสำรวจพฤติกรรมและความคิดเห็นมากที่สุด

ความเชื่อถือได้ของการใช้มาตรฐานค่าในการวัดพฤติกรรมและความคิดเห็นนอกจากขึ้นอยู่กับจำนวนระดับของมาตรฐานค่าที่ใช้แล้ว ยังขึ้นอยู่กับความสามารถในการเชื่อมโยง

รองอธิการบดีฝ่ายวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต : Ph.D. (สาขาสถิติ) Oklahoma State University, U.S.A

** สถิติศาสตรบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ระหว่างระดับของมาตรฐานค่าที่ตอบกับพฤติกรรมที่ปฏิบัติจริงหรือระดับบริการที่ได้รับจริง ตลอดจนประโยชน์ได้เสียจากการตอบเกี่ยวกับเรื่องนั้นๆ ดังนั้นการปรับระดับมาตรฐานค่าที่ตอบด้วยความสัมพันธ์ระหว่างมาตรฐานค่าที่ตอบกับมาตรฐานค่าที่ควรจะเป็นจริง ซึ่งได้จากการสอบถามพฤติกรรมหรือความคิดเห็นที่สะท้อนถึงมาตรฐานค่าที่ควรจะเป็นจริงจะสามารถใช้มาตรฐานค่าเพื่อวัดพฤติกรรมหรือความคิดเห็นได้ใกล้เคียงกับที่ควรเป็นจริงได้มากขึ้น

จากการสอบถามผู้ที่มีการศึกษาน้อยได้แก่ ผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับประถมศึกษาจำนวน 200 คน ผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับ

มัธยมศึกษา 152 คน และผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับอาชีวศึกษา 61 คน ซึ่งคาดว่าจะมีปัญหาในการเชื่อมโยงระหว่างระดับของมาตรฐานค่าที่ตอบกับพฤติกรรมที่ปฏิบัติจริงหรือระดับบริการที่ได้รับจริงเกี่ยวกับพฤติกรรมที่ทำการรับประทานอาหาร 3 มื้อปกติของวันที่ผ่านมา พฤติกรรมต่างๆ ที่ทำในแต่ละวันของช่วงวันทำงานปกติของอาทิตย์ที่ผ่านมา และพฤติกรรมต่างๆ ที่ทำในแต่ละวันของช่วงอาทิตย์ที่ผ่านมา ซึ่งเป็นตัวแทนของการใช้มาตรฐานค่า 3 ระดับ 5 ระดับ และ 7 ระดับ ตามลำดับ โดยมีคำถามสำหรับผู้ที่มีการศึกษาในแต่ละกลุ่มดังนี้

1. คำถามที่ใช้มาตรฐานค่า 3 ระดับ

คุณชอบทำกิจกรรมต่อไปนี้ ที่เกี่ยวข้องกับมารับประทานอาหารมื้อปกติ 3 มื้อในวันที่ผ่านมาอย่างน้อยเพียงใด กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่สอดคล้องกับความชอบของคุณมากที่สุด

การรับประทานอาหาร 3 มื้อปกติในวันที่ผ่านมา	ชอบ	เฉย ๆ หรือไม่แน่ใจ	ไม่ชอบ
1) คุณชอบรับประทานอาหารตรงเวลาหรือไม่			
2) คุณชอบล้างมือก่อนรับประทานอาหารหรือไม่			
3) คุณชอบดื่มน้ำระหว่างรับประทานอาหารหรือไม่			
4) คุณชอบแปรงฟันหลังรับประทานอาหารหรือไม่			

กรุณาตอบคำถามต่อไปนี้ สำหรับกิจกรรมที่คุณทำเมื่อวานนี้เกี่ยวกับการรับประทานอาหารมื้อปกติ 3 มื้อ

- 1) เมื่อวานนี้ คุณรับประทานอาหารตรงเวลากี่มื้อ.....
- 2) เมื่อวานนี้ คุณล้างมือก่อนรับประทานอาหารกี่มื้อ.....
- 3) เมื่อวานนี้ คุณดื่มน้ำระหว่างรับประทานอาหารกี่มื้อ.....
- 4) เมื่อวานนี้ คุณแปรงฟันหลังรับประทานอาหารกี่มื้อ.....

2. คำถามที่ใช้มาตรประมาณค่า 5 ระดับ

คุณชอบทำกิจกรรมต่อไปนี้มากน้อยเพียงใดใน 5 วันทำงานปกติ (ตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันศุกร์) ของอาทิตย์ที่ผ่านมา กรุณาภาเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่สอดคล้องกับความชอบของคุณมากที่สุด

การทำกิจกรรมในวันทำงาน 5 วัน ตั้งแต่ วันจันทร์ถึงวันศุกร์ของอาทิตย์ที่ผ่านมา	ชอบมาก	ชอบ	เฉย ๆ หรือ ไม่แน่ใจ	ไม่ค่อย ชอบ	ไม่ชอบ เลย
1) ในวันที่คุณต้องไปทำงาน คุณชอบตื่นนอน ก่อนตี 5 หรือไม่					
2) คุณชอบอ่านหนังสือพิมพ์ก่อนเวลาทำงานหรือไม่					
3) คุณชอบฟังรายงานการจราจรทางวิทยุในช่วง ก่อนหรือระหว่างเดินทางไปทำงานหรือไม่					
4) คุณชอบดื่มเครื่องดื่มบำรุงกำลังทุกวันทำงานหรือไม่					
5) คุณชอบออกกำลังกายหลังเลิกงานหรือไม่					

กรุณาตอบคำถามต่อไปนี้ สำหรับกิจกรรมที่คุณทำใน 5 วันทำงานปกติ (ตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันศุกร์) ของอาทิตย์ที่ผ่านมา

- 1) ใน 5 วันทำงานของอาทิตย์ที่แล้ว คุณตื่นนอนก่อนตี 5 กี่วัน.....
- 2) ใน 5 วันทำงานของอาทิตย์ที่แล้ว คุณอ่านหนังสือพิมพ์ก่อนเวลาทำงานกี่วัน.....
- 3) ใน 5 วันทำงานของอาทิตย์ที่แล้ว คุณฟังรายงานการจราจรทางวิทยุในช่วงก่อนหรือระหว่างเดินทางไปทำงานกี่วัน.....
- 4) ใน 5 วันทำงานของอาทิตย์ที่แล้ว คุณดื่มเครื่องดื่มบำรุงกำลังกี่วัน.....
- 5) ใน 5 วันทำงานของอาทิตย์ที่แล้ว คุณออกกำลังกายหลังเลิกงานกี่วัน.....

3. คำถามที่ใช้มาตรฐานประมาณค่า 7 ระดับ

คุณชอบทำกิจกรรมต่อไปนี้มากน้อยเพียงใดในแต่ละวันของอาทิตย์ที่ผ่านมา (ตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันอาทิตย์) กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่สอดคล้องกับความชอบของคุณมากที่สุด

กิจกรรมที่ทำในแต่ละวันของอาทิตย์ที่ผ่านมา	ชอบมาก	ชอบ	ค่อนข้างชอบ	เฉยๆหรือไม่แน่ใจ	ไม่ค่อยชอบ	ไม่ชอบ	ไม่ชอบเลย
1) คุณชอบตื่นนอนก่อนตี 5 ทุกวันหรือไม่							
2) คุณชอบอ่านหนังสือพิมพ์รายวันหรือไม่							
3) คุณชอบฟังวิทยุทุกวันหรือไม่							
4) คุณชอบดูโทรทัศน์ทุกวันหรือไม่							
5) คุณชอบออกกำลังกายทุกวันหรือไม่							
6) คุณชอบเข้านอนก่อน 3 ทุ่มทุกวันหรือไม่							

กรุณาตอบคำถามต่อไปนี้ สำหรับกิจกรรมที่คุณทำในช่วงอาทิตย์ที่แล้ว (ตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันอาทิตย์)

- 1) เมื่ออาทิตย์ที่แล้ว คุณตื่นนอนก่อนตี 5 เป็นเวลากี่วัน.....
- 2) เมื่ออาทิตย์ที่แล้ว คุณอ่านหนังสือพิมพ์รายวันเป็นเวลากี่วัน.....
- 3) เมื่ออาทิตย์ที่แล้ว คุณฟังวิทยุกี่วัน.....
- 4) เมื่ออาทิตย์ที่แล้ว คุณดูโทรทัศน์กี่วัน.....
- 5) เมื่ออาทิตย์ที่แล้ว คุณออกกำลังกายกี่วัน.....
- 6) เมื่ออาทิตย์ที่แล้ว คุณเข้านอนก่อน 3 ทุ่มกี่วัน.....

สามารถสรุปผลที่สำคัญได้ดังต่อไปนี้

1. คำตอบสำหรับคำถามที่ใช้มาตรฐานค่าซึ่งมีจำนวนระดับน้อยกว่า จะมีความคลาดเคลื่อนจากพฤติกรรมที่ปฏิบัติจริงหรือบริการที่ได้รับจริงต่ำกว่ามาตรฐานค่าซึ่งมีจำนวนระดับมากกว่า

2. คำตอบสำหรับคำถามที่ใช้มาตรฐานค่าของผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าจะมีความคลาดเคลื่อนต่ำกว่าคำตอบของผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า

3. ความสัมพันธ์ระหว่างมาตรฐานค่าที่ตอบ (A) กับมาตรฐานค่าที่ควรจะเป็นจริง (R) ซึ่งใช้ปรับระดับคำตอบให้ใกล้เคียงกับที่ควรจะเป็นจริงมากที่สุดที่หาได้จากความสัมพันธ์ระหว่างคำตอบที่ได้จากคำถามที่ใช้มาตรฐานค่าระดับต่างๆข้างต้นกับพฤติกรรมที่ปฏิบัติจริงหรือบริการที่ได้รับจริง เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ตอบและระดับของมาตรฐานค่า เป็นดังนี้

ระดับการศึกษา	ระดับของมาตรฐานค่า	สมการที่ใช้ปรับระดับคำตอบ
ประถมศึกษา	3	$R = 3.91 - 4.53A^{-1}$
	5	$R = -1.80 + 1.23A$
	7	$R = -1.76 + 1.08A$
มัธยมศึกษา	3	$R = 0.71A$
	5	$R = -1.32 + 2.96 \ln A$
	7	$R = 0.66 + e^{3.06A}$
อาชีวศึกษา	3	$R = 3.91 - 4.53A^{-1}$
	5	$R = 4.81 - 8.80A^{-1}$
	7	$R = 0.83A$

การปรับระดับคำตอบของมาตรฐานค่าที่ได้จากการสำรวจด้วยความสัมพันธ์

ข้างต้น จะทำให้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากมาตรฐานค่ามีความถูกต้องเชื่อถือได้มากขึ้น



ผลสรุปจากวิทยานิพนธ์ระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ เกี่ยวกับ กฎหมายแรงงาน

เรียบเรียงโดย

ณัฐสิทธิ์ พุฒิวิศารทภาคย์

กฎหมายคุ้มครองแรงงานเป็นกฎหมายในส่วนที่เกี่ยวกับธุรกิจเอกชนทั้งภาคอุตสาหกรรม, พาณิชยกรรม และการบริการที่กำลังเติบโตของประเทศ โดยรัฐมีมาตรการทางกฎหมายให้ความคุ้มครองแก่ผู้ใช้แรงงานโดยมีการกำหนดวันทำงานปกติ ชั่วโมงการทำงาน การทำงานล่วงเวลา เวลาพัก วันหยุด และวันลาสำหรับผู้ใช้แรงงานเพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานแรงงานระหว่างประเทศ คือ อนุสัญญาและข้อเสนอแนะขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ (Conventions and Recommendations of International Labour Organization)

นับตั้งแต่ประเทศไทยได้มีการตรากฎหมายคุ้มครองแรงงานในรูปของพระราชบัญญัติแรงงาน พ.ศ.2499 จนถึงประกาศกระทรวงมหาดไทยว่าด้วยการคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2515 ซึ่งใช้บังคับมาเป็นเวลานาน บทบัญญัติบางประการของกฎหมายคุ้มครองแรงงานที่ออกตามประกาศคณะปฏิวัติฉบับที่ 103

ให้อำนาจรัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทยออกประกาศกระทรวงมหาดไทยว่าด้วยการคุ้มครองแรงงาน พ.ศ.2515 อันมีฐานะเป็นกฎหมายลำดับรอง เพื่อให้ลูกจ้างได้รับความเป็นธรรมและเหมาะสมกับสภาพการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน จึงได้มีการตราพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ.2541 ออกมาใช้บังคับแทนประกาศกระทรวงมหาดไทยเรื่องการคุ้มครองแรงงาน พ.ศ.2515 เช่น กำหนดให้ลูกจ้างมีสิทธิลาเพื่อทำหมั้นและหยุดงานได้ตามที่แพทย์กำหนดและออกไปรับรอง (มาตรา 32) กำหนดให้ลูกจ้างมีสิทธิลาพักผ่อนได้ตามข้อบังคับเกี่ยวกับการทำงาน (มาตรา 34) กำหนดให้ลูกจ้างมีสิทธิลาฝึกอบรมหรือพัฒนาความรู้ความสามารถที่กำหนดไว้ในกฎกระทรวง (มาตรา 36) ซึ่งมีได้มีการบัญญัติไว้ในประกาศกระทรวงมหาดไทยว่าด้วยการคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2515 หรือ นายจ้างกำหนดให้ลูกจ้างทำงานทุกประเภทไม่เกิน 8

ชั่วโมงต่อวัน และไม่เกิน 48 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ เว้นแต่งานที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพและความปลอดภัยของลูกจ้าง ไม่เกิน 7 ชั่วโมงต่อวันและไม่เกิน 42 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ (มาตรา 23) แตกต่างไปจากกฎหมายคุ้มครองแรงงานฉบับเดิม คือ กำหนดตามประเภทของงานสำหรับงานอุตสาหกรรม กำหนดให้ลูกจ้างทำงานไม่เกิน 48 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ [ข้อ 3 (1)] งานขนส่งทางบกไม่เกินวันละ 8 ชั่วโมง [ข้อ 3 (2)] งานที่อาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพหรือร่างกายของลูกจ้างไม่เกิน 42 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ [ข้อ 3(3)] งานพาณิชยกรรม หรืองานอื่นๆ ไม่เกินสัปดาห์ละ 54 ชั่วโมง [ข้อ 3(4)] หรือ การกำหนดให้ลูกจ้างมีสิทธิลาป่วยได้เท่าที่ป่วยจริงโดยได้รับค่าจ้าง (มาตรา 32) ซึ่งแตกต่างไปจากกฎหมายคุ้มครองแรงงานฉบับเดิม คือ กำหนดให้ลูกจ้างลาป่วยได้เพียงปีละ 30 วันทำงาน รวมทั้งงานเกษตรกรรม งานประมงทะเล งาน

บรรทุกหรือขนถ่ายสินค้าเรือเดินทะเล งานที่รับไปทำที่บ้าน งานขนส่งทางบก และงานอื่นตามที่กำหนดในพระราชกฤษฎีกาจะกำหนดในกฎกระทรวงให้มีการคุ้มครองแรงงานกรณีต่างๆ แตกต่างไปจากพระราชบัญญัตินี้ได้ (มาตรา 22) โดยให้อำนาจแก่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมออกกฎกระทรวงเพื่อให้ความคุ้มครองแรงงานแก่ผู้ใช้แรงงานบางประเภทเป็นพิเศษมากกว่าการใช้แรงงานทั่วไป

จึงเห็นได้ว่าพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 ได้มีการแก้ไขตลอดจนปรับปรุงส่วนของการใช้แรงงานทั่วไป ให้เหมาะสมกับสภาพการณ์ทั่วไปที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การใช้แรงงานทั่วไปตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 : ศึกษาเปรียบเทียบกับอนุสัญญาและข้อ เสนอแนะขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ มีดังนี้

จาตุรนต์ แก่นศึกษา. "การใช้แรงงานทั่วไปตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 : ศึกษาเปรียบเทียบกับอนุสัญญาและข้อเสนอนแนะขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ." วิทยานิพนธ์ ปริญญานิติศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุรนารี, 2542.

อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิติพงศ์ หังสพฤกษ์

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาเฉพาะบทบัญญัติในหมวด 2 เรื่องการใช้แรงงานทั่วไปตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 เปรียบเทียบกับอนุสัญญาและข้อเสนอนแนะขององค์การแรงงานระหว่างประเทศและกฎหมายคุ้มครองแรงงานของประเทศบรูไน ประเทศ

อินโดนีเซีย ประเทศมาเลเซีย ประเทศสิงคโปร์ ประเทศฟิลิปปินส์ เพื่อหาแนวทางหรือมาตรการที่เหมาะสมมาแก้ไขและปรับปรุงกฎหมายที่บังคับใช้อยู่ในปัจจุบันให้เหมาะสมและสอดคล้องกับอนุสัญญาและข้อเสนอนแนะขององค์การแรงงานระหว่างประเทศมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้

เพื่อให้มีประสิทธิภาพที่ดียิ่งขึ้นอันเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนากฎหมายคุ้มครองแรงงานให้เหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน ซึ่งผลการศึกษาพบว่า พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ.2541 ยังไม่สอดคล้องกับอนุสัญญาและข้อเสนอแนะขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ

นอกจากการใช้แรงงานทั่วไปแล้ว ยังได้มีการกล่าวถึงการใช้และการคุ้มครองแรงงานเด็กด้วย ซึ่งมีประวัติและวิวัฒนาการการใช้และคุ้มครองแรงงานเด็ก เริ่มจากประเทศอังกฤษ

เป็นประเทศแรกที่มีการใช้และคุ้มครองแรงงานเด็ก และมีอิทธิพลสำคัญต่อการคุ้มครองแรงงานเด็กในประเทศต่างๆ และได้มีผู้ศึกษาเปรียบเทียบ เรื่อง การคุ้มครองการใช้แรงงานเด็กตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ.2541 : ศึกษาเปรียบเทียบกับมาตรฐานแรงงานระหว่างประเทศและกฎหมายต่างประเทศ ได้แก่ ลาว เวียดนาม เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ บรูไน และอินโดนีเซีย โดยแยกหัวข้อการเปรียบเทียบตามลักษณะของการคุ้มครองการใช้แรงงานเด็ก

วิวัฒน์ ว่องวิวัฒน์ไวยะ.

การคุ้มครองการใช้แรงงานเด็กตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ.2541 : ศึกษาเปรียบเทียบกับมาตรฐานแรงงานระหว่างประเทศและกฎหมายต่างประเทศ. วิทยานิพนธ์ ปริญญานิติศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2542.

อาจารย์ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติพงศ์ หังสพฤกษ์,

ศาสตราจารย์เกษมสันต์ วิลาวรรณ

จากการศึกษาพบว่า การคุ้มครองแรงงานเด็กตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ.2541 ยังไม่สามารถแก้ไขปัญหาใช้แรงงานเด็กได้อย่างสมบูรณ์ เนื่องจากยังมีบทบัญญัติบางประการที่ไม่สอดคล้องกับมาตรฐานแรงงานระหว่างประเทศ และมีได้ให้ความคุ้มครองแรงงานเด็กโดยเท่าเทียมกันในงานบางประเภท เช่น การกำหนดให้สามารถใช้แรงงานเด็กในสถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิงได้ เป็นต้น ซึ่งถือว่าการกำหนดไว้ต่ำกว่ามาตรฐานแรงงานระหว่างประเทศและในเรื่องการตรวจสุขภาพแรงงานเด็กก็ไม่มีกำหนดไว้ นอกจากนี้ในส่วนที่

เกี่ยวกับมาตรการการตรวจแรงงานและบทกำหนดโทษก็ยังไม่เด็ดขาดเพียงพอ โดยเฉพาะในเรื่องมาตรการการลงโทษนายจ้างสำหรับการฝ่าฝืนการใช้แรงงานเด็กก็ไม่มีสภาพการบังคับใช้ที่แน่นอน นายจ้างอาจหลุดพ้นจากการถูกดำเนินคดีอาญาตามกฎหมายด้วยเพียงปฏิบัติตามคำสั่งของเจ้าพนักงานตรวจแรงงานเท่านั้น ดังนั้นจึงขอเสนอให้มีการแก้ไขกฎหมายฉบับนี้รวมทั้งออกกฎกระทรวงเพิ่มเติมเพื่อกำหนดการคุ้มครองแรงงานเด็กให้มีลักษณะเป็นรูปธรรมมากขึ้น เช่น การกำหนดให้งานในสถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิงเป็นงานอันตรายที่ห้ามเด็กอายุ

ต่ำกว่า 18 ปีทำ การกำหนดอายุขั้นต่ำในแต่ละประเภทของงานอันตรายให้แตกต่างกันตามความเหมาะสมแต่ละช่วงอายุของแรงงานเด็ก การกำหนดชั่วโมงทำงานของแรงงานเด็กไว้เป็นพิเศษน้อยกว่าชั่วโมงการทำงานของแรงงานโดยทั่วไป การกำหนดอัตราโทษให้สูงขึ้นหรือเพิ่มมาตรการลงโทษในลักษณะพักใบอนุญาตโรงงานหรือสั่งปิดกิจการเพื่อให้นายจ้างเกิดความเกรงกลัว ซึ่งจะส่งผลให้สภาพการบังคับใช้พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ.2541 โดยเฉพาะหมวด 4 การใช้แรงงานเด็กเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการคุ้มครองการใช้แรงงานเด็กอย่างจริงจังและสอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงของประเทศไทยในขณะนี้โดยไม่ก่อให้เกิดสภาพการว่างงานที่เพิ่มมากขึ้น และยืนอยู่บนหลักการที่ว่าการพัฒนาปรับปรุงกฎหมายคุ้มครองแรงงานให้มีประสิทธิภาพอย่างแท้จริงจะเป็นหนทางหนึ่งที่สำคัญในการสร้างความมั่นคงทางสังคมและเศรษฐกิจของประเทศไทยในขณะนี้และต่อไปในอนาคต ทั้งยังจะเป็นการช่วยนำพาประเทศไทยให้สามารถหลุดพ้นภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจในขณะนี้ไปได้อีกประการหนึ่งด้วย

สำหรับคนพิการที่มีอายุในช่วงวัยแรงงานส่วนใหญ่ประสงค์จะประกอบอาชีพเพื่อเลี้ยงตนเองและครอบครัวเหมือนเช่นคนปกติทั่วไปเท่าที่จะสามารถกระทำได้อันจะเห็นได้จากในสถานฟื้นฟูสมรรถภาพคนพิการ คนพิการต่างมุ่งมั่นที่จะฟื้นฟูสมรรถภาพในด้านต่างๆ ให้กลับคืนมามากที่สุด แต่เมื่อคนพิการผ่านการฟื้นฟูสมรรถภาพในด้านต่างๆ คนพิการกลับมีปัญหาในเรื่องการมีงานทำ ทั้งนี้เป็นเพราะยังมีกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับจำนวนมากที่จำกัดสิทธิและการเลือกปฏิบัติในการประกอบอาชีพหรือการมีงานทำของคนพิการ ปัญหาดังกล่าวนับว่าเป็นอุปสรรคที่สำคัญอย่างยิ่งต่อการมีงานทำของคนพิการ ทำให้มีผู้ทำการศึกษา เรื่อง กฎหมายและการจำกัดสิทธิคนพิการในการมีงานทำ โดยวิเคราะห์บทบัญญัติของกฎหมายและผลในทางกฎหมายภายในประเทศที่เกี่ยวกับสิทธิคนพิการเพื่อเปรียบเทียบกับหลักสากลระหว่างประเทศและเพื่อพิจารณามาตรการและแนวความคิดในเรื่องสิทธิคนพิการที่เหมาะสมกับประเทศไทย

วิสูตร บุญญาพงษ์พันธ์

กฎหมายและการจำกัดสิทธิคนพิการในการมืงงานทำ

วิทยานิพนธ์

ปริญญา นิติศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2542.

อาจารย์ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิติพงษ์ หังสพฤกษ์,

รองศาสตราจารย์ วิริยะ นามศิริพงศ์พันธุ์

จากการศึกษาเปรียบเทียบพบว่า กฎหมายที่คุ้มครองสิทธิเสรีภาพของคนพิการ อาทิกฎหมายรัฐธรรมนูญ ยังมีปัญหาและข้อบกพร่องอยู่มาก เช่น ปัญหาที่เกิดจากบทบัญญัติในรัฐธรรมนูญไม่ได้บัญญัติหลักประกันสิทธิในคนพิการมีสิทธิเท่าเทียมกับบุคคลอื่นหรือเลือกปฏิบัติต่อคนพิการไว้อย่างชัดเจน อีกทั้งยังพบว่า กฎหมายที่ส่งเสริมให้คนพิการมีงานทำ คือ พระราชบัญญัติการฟื้นฟูสมรรถภาพคนพิการ พ.ศ.2534 ยังมีปัญหาและข้อบกพร่องอยู่มาก เช่น ปัญหาเกี่ยวกับการนับจำนวนตามระบบสัดส่วน ปัญหาเกี่ยวกับผลการบังคับใช้กฎหมาย ปัญหาเกี่ยวกับการกำหนดสัดส่วนให้คนพิการเข้ารับราชการหรือเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ ปัญหาการขาดแรงจูงใจในการจ้างงานคนพิการ จึงได้พิจารณาเปรียบเทียบถึงบทบัญญัติที่เหมาะสมจากกฎหมายเพื่อการคุ้มครองแรงงานบุคคลพิการของประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศญี่ปุ่นมาใช้ เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขและปรับปรุงพระราชบัญญัติฟื้นฟูสมรรถภาพคนพิการ พ.ศ.2534

ปัญหาในเรื่องการจ้างงานคนพิการนั้น นอกจากปัญหาทางด้านกฎหมายแล้ว ยังมีปัญหาเกี่ยวกับการใช้ดุลยพินิจของเจ้าหน้าที่ในการตีความกฎหมาย ซึ่งส่วนใหญ่จะมีเจตคติไป

ในทางลบต่อคนพิการ ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่ทำให้คนพิการมิได้รับการจ้างงาน ดังนั้นนอกจากข้อเสนอแนะให้มีการตัดข้อความที่จำกัดสิทธิในการมืงงานทำของคนพิการออกไปจากกฎหมายและระเบียบข้อบังคับแล้ว ยังมีข้อเสนอแนะประการอื่นๆ เพื่อให้การคุ้มครองสิทธิในการมืงงานทำของคนพิการได้ผลอย่างจริงจัง กล่าวคือ เสนอให้เข้าเป็นภาคีสมาชิกอนุสัญญาในกฎหมายระหว่างประเทศที่เกี่ยวกับสิทธิและการมืงงานทำของคนพิการเสนอให้ออกกฎหมายหรือแก้กฎหมายภายในให้สอดคล้องกับกฎหมายระหว่างประเทศที่ประเทศไทยได้เข้าเป็นภาคีสมาชิก เสนอให้แก้ไขเพิ่มเติมรัฐธรรมนูญโดยกำหนดหลักประกันสิทธิขั้นพื้นฐานของคนพิการอย่างแจ่งชัด และกำหนดให้มีองค์กรบังคับให้เป็นไปตามสิทธิที่รัฐธรรมนูญบัญญัติไว้ อย่างมีประสิทธิภาพ

ลูกจ้างมีสิทธิในการรวมตัวกันเป็นสหภาพแรงงานเป็นมาตรการที่มีความสำคัญเพื่อคุ้มครองลูกจ้างไม่ให้ต้องตกอยู่ในสภาพที่เสียเปรียบนายจ้างจนเกินไป เพราะนายจ้างอยู่ในฐานะที่ได้เปรียบทางเศรษฐกิจ และสิทธิอย่างเดียวที่จะทำให้ลูกจ้างอยู่ในฐานะที่เสมอภาคกับนายจ้างได้ก็คือ สิทธิในการรวมตัวกันเป็นสหภาพแรงงาน โดยลูกจ้างสามารถที่จะ

ก่อตั้งหรือเข้าเป็นสมาชิกของสหภาพแรงงานได้อย่างอิสระโดยปราศจากการแทรกแซงหรือการเลือกปฏิบัติอย่างใด ๆ ทั้งจากฝ่ายนายจ้างและรัฐ ซึ่งถือเป็นสิทธิขั้นมูลฐานของประชาชน

สหภาพแรงงานในประเทศไทยได้เริ่มมีการจัดตั้งขึ้นเป็นครั้งแรก นับตั้งแต่ปี พ.ศ.2499 โดยพระราชบัญญัติแรงงาน พ.ศ.2499 ที่ออกมาใช้บังคับได้ให้สิทธิแก่ลูกจ้างโดยทั่วไปให้มีสิทธิในการรวมตัวจัดตั้งเป็นสหภาพแรงงานประเภททั่วไป ซึ่งมีความสอดคล้องกับหลักการของอนุสัญญาขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรักษาความ

สัมพันธ์อันดีระหว่างนายจ้างกับลูกจ้างในการประกอบธุรกิจอาชีพการงานร่วมกัน และเพื่อปรับปรุงแก้ไขสภาพการจ้างให้เหมาะสม ดังนั้นสิทธิในการรวมตัวเป็นสหภาพแรงงานจึงเป็นสิทธิที่มีความสำคัญต่อลูกจ้างในการแจ้งข้อเรียกร้อง หรือเจรจาต่อรองกับนายจ้างเพื่อคุ้มครองและรักษาไว้ซึ่งผลประโยชน์ของลูกจ้าง ซึ่งมิงานวิจัย เรื่อง สิทธิในการรวมตัวเป็นสหภาพแรงงานตามกฎหมายไทย : ศึกษาเปรียบเทียบกับมาตรฐานแรงงานขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ กล่าวไว้ดังต่อไปนี้

ชัยวัฒน์ วิเศษสวัสดิ์ สิทธิในการรวมตัวเป็นสหภาพแรงงานตามกฎหมายไทย : ศึกษาเปรียบเทียบกับมาตรฐานแรงงานขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ. วิทยานิพนธ์ ปริญญานิติศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2542.
 อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติพงษ์ หังสพฤกษ์

ผลการวิจัยพบว่า กฎหมายแรงงานของประเทศไทยในปัจจุบันที่มีบทบัญญัติในการให้ความคุ้มครองสิทธิในการรวมตัวกันเป็นสหภาพแรงงาน คือ พระราชบัญญัติแรงงานสัมพันธ์ พ.ศ. 2518 ที่ให้สิทธิแก่ลูกจ้างในการจัดตั้งสหภาพแรงงาน สหพันธ์แรงงาน หรือสภาองค์การลูกจ้าง แต่ถึงอย่างไรก็ตามกฎหมายยังไม่สามารถที่จะให้ความคุ้มครองหรือให้หลักประกันอย่างเพียงพอ เพราะกฎหมายที่ออกมาได้กำหนดข้อจำกัดที่เป็นอุปสรรคในการรวมตัวเป็นสหภาพแรงงานอยู่มาก อาทิเช่น ข้อกำหนดในเรื่องของการจัดตั้ง การกำหนดคุณสมบัติของผู้ที่จะใช้สิทธิในการจัดตั้ง การให้อำนาจแก่นาย

ทะเบียนในการพิจารณาว่าจะรับจดทะเบียนสหภาพแรงงานที่จัดขึ้นใหม่หรือไม่ การแบ่งประเภทของสหภาพแรงงานหรือการไม่มีบทคุ้มครองผู้เริ่มก่อการ เป็นต้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งพระราชบัญญัติพนักงานรัฐวิสาหกิจสัมพันธ์ พ.ศ. 2534 ที่ได้มีการแยกพนักงานรัฐวิสาหกิจออกจากพระราชบัญญัติแรงงานสัมพันธ์ พ.ศ. 2518 ทำให้พนักงานรัฐวิสาหกิจไม่สามารถจัดตั้งสหภาพแรงงาน หหมดสิทธิในการเจรจาต่อรองกับผู้บริหารของรัฐ และเป็นการขัดกับหลักการของอนุสัญญาขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการแก้ไขและปรับปรุงให้ดีขึ้น

งานวิจัยนี้ได้ศึกษาถึงเรื่องสหภาพแรงงานโดยเน้นเฉพาะเรื่อง ปัญหากฎหมายที่เกี่ยวกับสิทธิในการรวมตัวเป็นสหภาพแรงงานในประเทศไทยที่เกิดขึ้นจากบทบัญญัติแห่งพระราชบัญญัติแรงงานสัมพันธ์ พ.ศ. 2518 และพระราชบัญญัติพนักงานรัฐวิสาหกิจสัมพันธ์ พ.ศ. 2534 โดยศึกษาเปรียบเทียบกับมาตรฐานขององค์การแรงงานระหว่างประเทศและกฎหมายแรงงานของประเทศญี่ปุ่น สิงคโปร์ และฟิลิปปินส์ ในประเด็นต่างๆ มีดังนี้

การจัดตั้งสหภาพแรงงาน เห็นควรให้ยกเลิกการจำกัดประเภทของสหภาพแรงงาน และให้มีการจัดตั้งสหภาพแรงงานได้อย่างเสรี

การจัดตั้งสมาคมพนักงานรัฐวิสาหกิจ ควรให้สิทธิแก่พนักงานรัฐวิสาหกิจสามารถจัดตั้งเป็นสหภาพแรงงานได้ และมีสิทธิในการเจรจาต่อรอง ยื่นข้อเรียกร้อง เช่นเดียวกับสหภาพแรงงาน

วัตถุประสงค์ของสหภาพแรงงานและสหพันธ์แรงงานเหมาะสมแล้ว ส่วนวัตถุประสงค์ของสภาองค์การลูกจ้างและสมาคมพนักงานรัฐวิสาหกิจ เห็นควรแก้ไขให้มีวัตถุประสงค์ในการคุ้มครองสิทธิประโยชน์ ให้มีสิทธิในการยื่นข้อเรียกร้อง หรือเจรจาต่อรอง และให้มีสิทธิในการนัดหยุดงานได้

การให้อำนาจแก่นายทะเบียน เห็นควรลดอำนาจของนายทะเบียนลง ควรจะให้สหภาพแรงงานดำเนินกิจการไปได้ด้วยตนเอง มีอำนาจในการตัดสินใจว่าจะดำเนินกิจการไปในทิศทาง

ใดหรือในการสั่งให้เลิกสหภาพแรงงาน ควรให้ศาลยุติธรรมเป็นผู้พิจารณาตัดสิน

อำนาจหน้าที่ของสหภาพแรงงาน เห็นว่ามีการกำหนดไว้มีความเหมาะสมอยู่แล้วและเป็นการสอดคล้องกับหลักการของอนุสัญญาฉบับที่ 87 (3)

บทคุ้มครองตามพระราชบัญญัติแรงงานสัมพันธ์ในมาตรา 99 และมาตรา 121-127 เรื่องการกระทำที่ไม่เป็นธรรมมีหลักเกณฑ์ที่สอดคล้องกับอนุสัญญาฉบับที่ 98 เห็นว่ามีความเหมาะสมดีอยู่หลายประการ ส่วนพระราชบัญญัติพนักงานรัฐวิสาหกิจสัมพันธ์ พ.ศ.2534 เห็นควรให้มีการกำหนดบทลงโทษสำหรับการกระทำที่ไม่เป็นธรรม อันอาจเป็นผลให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์การไม่สามารถทำงานอยู่ได้ สมควรที่จะมีบทลงโทษทางอาญา ทั้งโทษปรับและโทษจำคุกด้วย

ทั้งนี้เพื่อจะได้หาแนวทางหรือมาตรการที่ดีที่มีความเหมาะสมมาแก้ไขและปรับปรุงกฎหมายที่บังคับใช้อยู่ในปัจจุบันให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้นอันเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาระบบแรงงานสัมพันธ์ให้มีความเจริญก้าวหน้า และส่งผลให้เกิดความเป็นธรรมขึ้นในสังคม

นอกเหนือจากนี้พบว่ายังมีงานวิจัยที่สอดคล้องและได้กล่าวถึงสหภาพแรงงานอีกเรื่องหนึ่ง คือ ข้อจำกัดสิทธิทางกฎหมายแรงงานของสหภาพแรงงานภาครัฐวิสาหกิจ ซึ่งได้มุ่งศึกษาข้อจำกัดสิทธิของสมาคมพนักงานรัฐวิสาหกิจในเรื่องที่ทำให้องค์การดังกล่าวไม่มีความเข้มแข็ง มีดังนี้

จุมพล โปธิปลั่ง. “ข้อจำกัดสิทธิทางกฎหมายแรงงานของสหภาพแรงงานภาครัฐวิสาหกิจ.”
วิทยานิพนธ์ ปริญญานิติศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2542.
อาจารย์ที่ปรึกษา รุ่งศาสตราจารย์ ดร.วิจิตรา วิเชียรชม,
ดร.พีรพันธุ์ พาลุสุข.

จากการศึกษาพบว่า สมาคมพนักงาน
รัฐวิสาหกิจถูกจำกัดสิทธิในการรวมเป็นองค์กร
ลูกจ้าง การมีส่วนร่วมในองค์กรไตรภาคี การมี
ส่วนร่วมในการบริหาร การทำข้อตกลงเกี่ยวกับ
สิทธิประโยชน์ การร่วมเจรจาต่อรอง การนัด
หยุดงาน และความคุ้มครอง ซึ่งได้มีแนวทางให้
แก้ไขพระราชบัญญัติพนักงานรัฐวิสาหกิจ
สัมพันธ์ พ.ศ.2534 โดยให้พนักงานรัฐวิสาหกิจ
มีสิทธิ จัดตั้ง ดำเนินงาน รวมตัวเป็นองค์กร
ลูกจ้างได้ โดยอิสระ ในรูปของสหภาพแรงงาน
รัฐวิสาหกิจ ทั้งนี้โดยคำนึงถึงจำนวนสมาชิกที่
เป็นพลังในการต่อรอง มีสิทธิในการมีส่วนร่วม
ในองค์กรไตรภาคีอย่างเป็นสัดส่วน มีสิทธิใน
การบริหาร และมีสิทธิทำข้อตกลงเกี่ยวกับสิทธิ
ประโยชน์ได้อย่างกว้างขวางขึ้น รวมทั้งมีสิทธิใน
การร่วมเจรจาต่อรองได้อย่างอิสระปราศจาก
การแทรกแซง และที่สำคัญมีสิทธินัดหยุดงาน
อันถือเป็นอาวุธสำคัญในการต่อรอง

ข้อพิพาทแรงงาน (Labour Dispute)
นั้น เป็นข้อขัดแย้งระหว่างนายจ้างกับลูกจ้างที่
เกี่ยวกับสภาพการจ้าง ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่จะ
ต้องมีวิธีการที่จะระงับข้อพิพาทแรงงานที่เกิดขึ้น
นั้นให้เป็นที่ยุติสิ้นสุดลงไปโดยรวดเร็ว และ
รักษาความสัมพันธ์อันดี สำหรับวิธีการระงับข้อ
พิพาทแรงงานมี 2 วิธี คือ

1. การไกล่เกลี่ยข้อพิพาทแรงงานโดยพนักงาน
ประนีประนอมข้อพิพาทแรงงาน พยายามให้ทั้ง 2
ฝ่าย สามารถตกลงประนีประนอมกันมากที่สุด
2. การชี้ขาดข้อพิพาทแรงงาน เป็นขั้นตอนที่ต่อ
เนื่องมาจากการไกล่เกลี่ยข้อพิพาทแรงงาน
หากยังมีข้อพิพาทแรงงานบางข้อหรือทั้งหมด
ที่ยังไม่สามารถตกลงกันได้อีก ต้องเข้าสู่
กระบวนการชี้ขาดข้อพิพาทแรงงาน ซึ่ง
สามารถแบ่งแยกออกได้เป็น 2 ประเภทคือ
 - การชี้ขาดข้อพิพาทแรงงานโดยบังคับ
(Compulsory Labour Arbitration)
 - การชี้ขาดข้อพิพาทแรงงานโดยสมัครใจ
(Voluntary Labour Arbitration)การระงับข้อพิพาทแรงงานโดยผู้ชี้ขาด
ข้อพิพาทแรงงานเป็นการระงับข้อพิพาทแรงงาน
ที่เกิดขึ้นโดยสมัครใจ โดยการที่ฝ่ายนายจ้าง
และฝ่ายลูกจ้างตกลงการแต่งตั้งผู้ชี้ขาดข้อพิพาท
แรงงานขึ้นมา เพื่อทำหน้าที่พิจารณาและชี้ขาด
ข้อพิพาทแรงงานที่ตกลงกันไม่ได้นั้นให้ระงับสิ้น
ไป และคู่กรณีทั้ง 2 ฝ่าย ต้องยอมรับผลของคำชี้
ขาดข้อพิพาทแรงงาน โดยต้องปฏิบัติตามคำชี้
ขาดข้อพิพาทแรงงานโดยเคร่งครัดด้วย ซึ่งได้มี
ผู้ทำการศึกษาในเรื่อง การระงับข้อพิพาท
แรงงานโดยผู้ชี้ขาดข้อพิพาทแรงงานตาม

พระราชบัญญัติแรงงานสัมพันธ์ พ.ศ. 2518
เปรียบเทียบกับ การชี้ขาดโดยอนุญาโตตุลาการ

ตามพระราชบัญญัติอนุญาโตตุลาการ พ.ศ.
2530 สอดคล้องกับเรื่องดังกล่าวข้างต้น

โชติพัฒน์ พรหมโชติ.

“การระงับข้อพิพาทแรงงานโดยผู้ชี้ขาดข้อพิพาทแรงงานตามพระราชบัญญัติแรงงานสัมพันธ์” พ.ศ. 2518 เปรียบเทียบกับการชี้ขาดโดยอนุญาโตตุลาการ ตามพระราชบัญญัติอนุญาโตตุลาการ พ.ศ.2530.”
วิทยานิพนธ์ ปริญญานิติศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต,
2542.

อาจารย์ที่ปรึกษา

ศาสตราจารย์ ดร.ธีระ ศรีธรรมรักษ์,
อาจารย์วิชัย อธิยะนนทกะ.

ผลการวิจัยเมื่อศึกษาเปรียบเทียบแล้วพบว่า สาเหตุสำคัญที่ทำให้การชี้ขาดข้อพิพาทแรงงานโดยผู้ชี้ขาดข้อพิพาทแรงงาน ไม่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายเท่าที่ควร คือ การขาดความชัดเจนแน่นอนของหลักกฎหมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการไม่มีหลักกฎหมายเกี่ยวกับเรื่องการบังคับให้ปฏิบัติตามสัญญาผู้ชี้ขาดข้อพิพาทแรงงาน ในทำนองเดียวกับบทบัญญัติมาตรา 10 แห่งพระราชบัญญัติอนุญาโตตุลาการ พ.ศ.2530 จึงเป็นการสมควรที่จะมีบทบัญญัติในกรณีดังกล่าวนี้ขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้คู่กรณีต้องดำเนินการตามวิธีการระงับข้อพิพาทแรงงานโดยผู้ชี้ขาดข้อพิพาทแรง

งานตามที่ตกลงกันไว้โดยเคร่งครัด เพื่อก่อให้เกิดความนิยม มีประสิทธิภาพ และความเชื่อถือในวิธีการระงับข้อพิพาทแรงงานโดยผู้ชี้ขาดข้อพิพาทแรงงานมากยิ่งขึ้นต่อไป

ซึ่งผลของการระงับข้อพิพาทแรงงานตามกฎหมายแรงงานนั้น ทั้งนี้เพื่อมิให้เกิดกรณีปิดงาน (Lock-Out) โดยฝ่ายนายจ้าง หรือการนัดหยุดงาน (Strike) โดยฝ่ายลูกจ้าง เพื่อป้องกันมิให้ธุรกิจการงานต้องเสียหายไปอันเนื่องมาจากการปิดหรือการนัดหยุดงานซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อกระเทบกระเทือนต่อเศรษฐกิจของประเทศได้



บรรณานุกรม

- จาตุรนต์ แก่นศึกษา. “การใช้แรงงานทั่วไปตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 : ศึกษาเปรียบเทียบกับอนุสัญญาและข้อเสนอแนะขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ.” วิทยานิพนธ์ ปริญญานิติศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, 2542.
- จุมพล โพธิ์ปลั่ง. “ข้อจำกัดสิทธิทางกฎหมายแรงงานของสหภาพแรงงานภาครัฐวิสาหกิจ.” วิทยานิพนธ์ ปริญญานิติศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, 2542.
- ชัยวัฒน์ วิเศษสวัสดิ์. “สิทธิในการรวมตัวเป็นสหภาพแรงงานตามกฎหมายไทย : ศึกษาเปรียบเทียบกับมาตรฐานแรงงานขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ.” วิทยานิพนธ์ ปริญญานิติศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, 2542.
- โชติพัฒน์ พรหมโชติ. “การระงับข้อพิพาทแรงงานโดยผู้ชี้ขาดข้อพิพาทแรงงานตามพระราชบัญญัติแรงงานสัมพันธ์ พ.ศ. 2518 เปรียบเทียบกับการชี้ขาดโดยอนุญาโตตุลาการ ตามพระราชบัญญัติอนุญาโตตุลาการ พ.ศ. 2530.” วิทยานิพนธ์ ปริญญานิติศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, 2542.
- วิวัฒน์ ว่องวิวัฒน์ไวยยะ. “การคุ้มครองการใช้แรงงานเด็กตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 : ศึกษาเปรียบเทียบกับมาตรฐานแรงงานระหว่างประเทศและกฎหมายต่างประเทศ.” วิทยานิพนธ์ ปริญญานิติศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, 2542.
- วิสูตร บุญญาพงษ์พันธ์. “กฎหมายและการจำกัดสิทธิคนพิการในการมีงานทำ.” วิทยานิพนธ์ ปริญญานิติศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, 2542.

ขอเรียนเชิญ ท่านดิษย์เก่า มธบ. ที่รักและนับถือ สมัครเป็นสมาชิกวารสารสุทธิปริทัศน์

รองศาสตราจารย์ ดร.สรชัย พิศาลบุตร
(บรรณาธิการ)

ใบสมัครสมาชิก วารสาร “สุทธิปริทัศน์”

ชื่อ-นามสกุล

สถานที่ทำงาน

.....

ประสงค์จะสมัครเป็นสมาชิกวารสาร “สุทธิปริทัศน์” 1 ปี 2 ปี 3 ปี

สถานที่ส่งวารสาร

.....

.....

สถานที่ติดต่อ

.....

.....

โทรศัพท์

สถานภาพสมาชิก สมาชิกใหม่

สมาชิกเก่า หมายเลข.....

อัตราค่าสมาชิก 1 ปี จำนวน 3 ฉบับ เป็นเงิน 120 บาท

อัตราค่าสมาชิก 2 ปี จำนวน 6 ฉบับ เป็นเงิน 200 บาท

อัตราค่าสมาชิก 3 ปี จำนวน 9 ฉบับ เป็นเงิน 280 บาท

ชำระค่าสมาชิกโดย ธนาคาร

เช็คธนาคาร.....เลขที่.....

อื่น ๆ (ระบุ).....จำนวน.....บาท

ลงชื่อ.....ผู้สมัคร

()

ธนาคาร หรือเช็คจ่ายในนาม “มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์”

110/1-4 ถนนประชาชื่น เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10210

โทร. 954-7300 ต่อ 323

(ส่งจ่าย ปทจ. หลักสี่)



SUDDHIPARITAD

DHURAKIJPUNDIT UNIVERSITY JOURNAL

Vol.14 No.43 May-August 2000 ISSN 0857-2670

The Illegal Tuning of Transmission Signals

Professor Somchai Drabyavanija

Assoc. Prof. Dr.Vira Lochaya

■ The Referendum

Professor Dr.Kriangsak Charoenwongsak

■ Defective Human Resource Development : A Major Cause of the Thai Economic Crisis

Kuajit Cherakan

■ The Nature of Stress in the Workplace

Wasana Setachandana

■ Effective PR Writing Techniques

Boonyoo Khorpomprasert

■ Creative Colour Application in Message Design for PR

Tika Bunnag

■ The Efficient Utilization of "Windows" in Engineering Architecture

Aumnad Phdungsil

■ Energy Demand Forecasting in Thailand

Assoc. Prof. Dr.Sorachai Bhisalbutra

■ Errors in Using Estimation Scale for People with Limited Education.

Weeraya Rawichutiwan

Nattasith Putivisartpark

■ Summary M.A. Program Theses of Dhurakijpundit University Concerning Labour Laws