



วารสารร่วมพิทักษ์

ROMPHRUEK JOURNAL



การบริหารจัดการองค์กรขนาดย่อม : (Small Business Management)



สาขาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์
ISSN 0125-7609 ปีที่ 36 ฉบับที่ 1 มกราคม - เมษายน 2561
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ : KRIRK UNIVERSITY



วารสารร่มพฤกษ์ : ROMPHRUEK JOURNAL
ปีที่ 36 ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน 2561 ISSN 0125-7609
การบริหารจัดการองค์กรขนาดย่อม (Small Business Management)

เจ้าของ	มหาวิทยาลัยเกริก
บรรณาธิการ	สังกัด
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวิมล วงศ์สิงห์ทอง	มหาวิทยาลัยเกริก
กองบรรณาธิการ	สังกัด
รองศาสตราจารย์ ดร.ประภาส ปิ่นตบแต่ง	มหาวิทยาลัยศรีปทุม
รองศาสตราจารย์ ดร.กัลยา ตันศิริ	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
รองศาสตราจารย์ ดร.สมศักดิ์ สามัคคีธรรม	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.สุกัญญา บุรณะเดชาชัย	มหาวิทยาลัยบูรพา
รองศาสตราจารย์ ดร.จำลอง โพธิ์บุญ	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.สยาม อรุณศรีมรกต	มหาวิทยาลัยมหิดล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิพัฒน์ นนทนาธรณ์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรากุล สุโคตรพรหมมี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วุฒิ สุขเจริญ	สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น
รองศาสตราจารย์ ดร.วีไลลักษณ์ รัตนเพียรธัมมะ	มหาวิทยาลัยเกริก
รองศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญประภา ภัทรานุกรม	มหาวิทยาลัยเกริก
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรรัตน์ กุลสุจริต	มหาวิทยาลัยเกริก
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ	มหาวิทยาลัยเกริก
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุจิตรา สามัคคีธรรม	มหาวิทยาลัยเกริก
ที่ปรึกษาด้านภาษา	
ดร.ผกาพันธ์ ภูมิจิตร	มหาวิทยาลัยเกริก
สำนักงาน	ศูนย์วิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเกริก เลขที่ 3 ซอยรามอินทรา 1 ถนนรามอินทรา เขตบางเขน กรุงเทพฯ 10220
โทรศัพท์	0-2552-3500-9 ต่อ 402
e-mail	romphruek.kru@gmail.com

บทความทุกเรื่องที่ดีพิมพ์ในวารสารร่มพฤกษ์ฉบับนี้ เป็นทัศนะและข้อคิดเห็นของผู้เขียนเท่านั้น
มิใช่ทัศนะของมหาวิทยาลัยเกริกหรือกองบรรณาธิการ การนำบทความส่วนใดส่วนหนึ่งหรือทั้งหมด
ไปตีพิมพ์เผยแพร่ต้องได้รับอนุญาต



วารสารร่วมพฤษภ : มหาวิทยาลัยเกริก
ROMPHRUEK JOURNAL : KRIRK UNIVERSITY
วารสารวิชาการด้านสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์

วารสารร่วมพฤษภ มหาวิทยาลัยเกริก เป็นวารสารวิชาการที่รองรับการเผยแพร่ผลงานด้านสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ โดยให้ความสำคัญกับศาสตร์ทางการบริหาร การจัดการ สังคมศาสตร์ นิเทศศาสตร์ นิติศาสตร์ และศิลปศาสตร์ ซึ่งตีพิมพ์มากกว่าสามทศวรรษ เน้นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยอันมีผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตและสังคมไทย สร้างองค์ความรู้ใหม่ โดยมุ่งเน้นให้เกิดการพัฒนางานวิจัยที่มีคุณภาพทางวิชาการเพื่อสังคม อีกทั้งตระหนักถึงความสำคัญของการขยายบทบาททางวิชาการต่อสังคมวงกว้าง และการพัฒนามหาวิทยาลัยให้เป็นแหล่งความรู้ที่มาจากผลงานวิจัยของอาจารย์ นักวิจัย นักวิชาการและนักศึกษา เพื่อเข้าสู่การเป็นสังคมฐานความรู้ (Knowledge Based Society) โดยจัดพิมพ์ปีละ 3 ฉบับและเผยแพร่ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์

ทั้งนี้ กองบรรณาธิการรับพิจารณาและตีพิมพ์บทความซึ่งไม่เคยเสนอเพื่อขอตีพิมพ์ หรือไม่เคยเผยแพร่ในเอกสารฉบับอื่นๆ มาก่อนหน้านี้ และต้องไม่ใช่บทความวิจัยจากงานวิจัยในชั้นเรียน โดยบทความที่จะได้รับการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารร่วมพฤษภนั้นต้องผ่านการพิจารณาให้ความคิดเห็น และตรวจแก้ไขทางวิชาการจากผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งไม่ทราบชื่อผู้แต่งและผู้แต่งไม่ทราบชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ (Double Blind Peer Review) ในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง ที่กองบรรณาธิการวารสารฯ คัดสรรก่อนลงพิมพ์ อย่างน้อย 2 ท่าน บทความทั้งหมดที่ตีพิมพ์ในวารสารร่วมพฤษภ มหาวิทยาลัยฯ สงวนลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ.2537

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเผยแพร่วิทยากร และความรู้ใหม่ๆ ในสาขาวิชาที่เปิดการเรียนการสอนในมหาวิทยาลัย
2. เพื่อส่งเสริมอาจารย์ผู้สอนในสาขาวิชาต่างๆ ตลอดจนผู้ทรงคุณวุฒิในการนำเสนอผลงานทางวิชาการ
3. เพื่อเป็นเอกสารประกอบการศึกษาในระดับอุดมศึกษา



วารสารร่วมพฤษภ : มหาวิทยาลัยเกริก
ROMPHRUEK JOURNAL : KRIRK UNIVERSITY
วารสารวิชาการด้านสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์

กำหนดการออกวารสาร ปีการศึกษาละ 3 ฉบับ

ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน

ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม

ฉบับที่ 3 กันยายน – ธันวาคม

ปี พ.ศ.2561 วารสารร่วมพฤษภรับตีพิมพ์บทความในประเด็นด้านสังคมศาสตร์
และมนุษยศาสตร์ ผู้สนใจส่งบทความโดยลงเบียนสมาชิกวารสารร่วมพฤษภที่
<https://www.tci-thaijo.org/index.php/romphruekj/user/register> หรือ
สมาชิกเดิม ThaiJO ใช้ username และ password ที่มีสมัครสมาชิกวารสาร
ร่วมพฤษภได้ หรือติดต่อสอบถามรายละเอียดที่ 02-552-3500-9 ต่อ 402



วารสารร่มพญักษ์ที่อยู่ในมือผู้อ่านเล่มนี้เป็นฉบับที่ 1 (มกราคม – เมษายน 2561) ประจำปีที่ 36 ที่ประกอบด้วย เนื้อหาสาระด้าน “การบริหารจัดการองค์กรขนาดย่อม” ประกอบด้วยบทความวิชาการ จำนวน 3 เรื่อง และบทความวิจัยจำนวน 6 เรื่อง ซึ่งล้วนแต่เป็นบทความที่น่าสนใจ มีคุณค่าทางวิชาการ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานของตนหรือธุรกิจได้อย่างกว้างขวาง

บทความแรก เป็นงานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำกับดูแลกิจการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและผลการดำเนินงานสำหรับอุตสาหกรรมผลิตอาหารในประเทศไทย” ของ ดาวพระศุกร์ ทองกลิ่น และคณะ ศึกษาอิทธิพลของลักษณะของเจ้าของกิจการ ด้วยวิธีการวิเคราะห์ถดถอยพหุ บทความที่ 2 เป็นงานวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์ผู้บริโภคเชิงลึกในอาเซียน:กรณีศึกษาเปรียบเทียบ ประเทศลาว ประเทศเมียนมาร์ และประเทศไทย” ของณัย ว่างเย็น และ ปฐมา สตะเวทิน ที่ค้นพบว่า แม้ทั้ง 3 ประเทศจะมีวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกัน แต่พฤติกรรมผู้บริโภคยังแตกต่างกันในหลายด้าน บทความที่ 3 เป็นบทความวิชาการเรื่อง “มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาด การช่วยเหลือของรัฐบาลและมาตรการปกป้องทางการค้า : ศึกษาว่ามาตรการใดเป็นมาตรการที่เหมาะสมขององค์การการค้าโลก” ของ พัทธมน งามล้ำวง และ กอปรเกียรติ ปิยสิรานนท์ ที่สรุปให้เห็นว่าในยุคโลกาภิวัตน์ ประเทศต่างๆ ต้องป้องกันตลาดการค้าภายในประเทศด้วยวิธีใด บทความที่ 4 เป็นบทความวิชาการเรื่อง “ภาวะผู้นำขององค์การสมัยใหม่” ของ ปิยะพงษ์ ทองดี เสนอแนวคิดที่น่าสนใจว่า การจะขับเคลื่อนองค์การใดๆ ไม่สามารถรอการตัดสินใจจากผู้ใดคนหนึ่ง แต่ทุกคนต้องมีภาวะผู้นำ

บทความที่ 5 เป็นบทความวิจัย เรื่อง “การวิเคราะห์และสร้างตัวแบบความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพสังคมและความสุขของประชาชนด้วยการใช้เหมืองข้อมูล” ของธนวรรณ วิสุทธิรัตน์ และ สรุสิทธิ์ วชิรขจร ที่นำเทคนิคเหมืองข้อมูลมาสร้างแบบจำลองคุณภาพสังคมที่ดีเพื่อใช้ทำนายแนวโน้มความสุขของประชาชนได้อย่างน่าสนใจ บทความที่ 6 เป็นบทความวิชาการเรื่อง “การเจริญสติสัมโพชฌังค : การสื่อสารภายในบุคคลกับการรักษาผู้ติดเชื่อเฮโรอีน/เอดส์จากตราบาป” ของ บวรสรรงค์ เจียคำรงค์ ได้นำเสนอแนวทางการรักษาผู้ติดเชื่อฯ โดยไม่ต้องพึ่งพาเครื่องมือภายนอก แต่ให้ใช้จิตรักษา ซึ่งนับเป็นทางเลือกที่ต้นทุนต่ำและให้ผลที่คุ้มค่า บทความที่ 7 เป็นบทความวิจัยเรื่อง “การเสริมสร้างจริยธรรมสื่อมวลชนไทยเชิงพุทธบูรณาการ” ของ นงคณาถ ทานวิไล ที่เสนอให้ผู้ประกอบอาชีพสื่อมวลชน นำหลักพุทธธรรม 5 หลักธรรม เสริมเข้ากับหลัก



วารสารร่มพฤษภ : มหาวิทยาลัยเกริก
ROMPHRUEK JOURNAL : KRIRK UNIVERSITY

จริยธรรมวิชาชีพ บทความที่ 8 เป็นบทความวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานโรงสีข้าวอินทรีย์ขนาดเล็กจังหวัดเชียงใหม่โดยตัวแบบจำลองอ้างอิงการดำเนินงานโซ่อุปทาน” ของ ศิริรัตน์ ตรีวัฒนาวุฒิ และคณะ ที่เสนอแนะแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของโรงสีข้าวอินทรีย์ขนาดเล็ก และ บทความที่ 9 เป็นบทความวิจัยเรื่อง “การมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชน” ของ ประคอง สุคนธจิตต์ และคณะ ให้แนวคิดว่าการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชนจะประสบความสำเร็จได้ ต้องได้รับความร่วมมืออย่างเข้มแข็งจากคนในชุมชนเท่านั้น

ท้ายนี้ กองบรรณาธิการวารสารร่มพฤษภ หวังเป็นอย่างยิ่งว่า วารสารฉบับนี้จะเป็นประโยชน์กับผู้อ่านทุกท่าน และขอขอบคุณที่ให้ความสนใจติดตามวารสารอย่างต่อเนื่อง แล้วพบกันใหม่ฉบับหน้าค่ะ

กองบรรณาธิการวารสารร่มพฤษภ

บทความประจำฉบับ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำกับดูแลกิจการของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมและผลการดำเนินงานสำหรับอุตสาหกรรม ผลิตอาหารในประเทศไทย Factors Influencing Corporate Governance of SMEs and Performance for Food Processing Industry in Thailand ดาวพระศุภร์ ทองกลิ่น ปิยะฉัตร จารุธีรศานต์ อภิชา บัญญัติภรณานต์ และ บุญชอบ พุ่มไพจิตร : Dawprasug Thongglin Piyachart Jarutirasarn Apicha Boonpattarakan and Boonchop Poompaichit	9
เรื่องราวในโฆษณามีการบอกเล่าอย่างไร? กรณีศึกษาเปรียบเทียบ ประเทศลาว ประเทศเมียนมาร์ และประเทศไทย How is Advertisement's Story Told? A Comparative Case Study of Lao PDR, Myanmar and Thailand दनัย वंग्येन และ ปฐมา สตะเวทิน : Danai Wangyen and Patama Satawedin	33
มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาด การช่วยเหลือของรัฐบาล และมาตรการป้องกันทางการค้า : ศึกษาว่ามาตรการ ใดเป็นมาตรการที่เหมาะสมขององค์การการค้าโลก Anti-dumping, Subsidies, and Safeguards : Which is the best measure for WTO members? พัชฌมณ งามลำยวง และ กอปรเกียรติ ปิยสิรานนท์ : Phatchamon Ngamlamyuang and Korbkiat Piyasirananda	55

ภาวะผู้นำขององค์กรสมัยใหม่	67
----------------------------	----

Leadership of Modern Organization

ปิยะพงษ์ ทองดี : Piyaphong Thongdi

การวิเคราะห์และสร้างตัวแบบความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพสังคม	89
--	----

และความสุขของประชาชนด้วยการใช้เหมืองข้อมูล

An Analysis and Model Building of the Relationship between
Social Quality and Happiness of Population by Using Data Mining

ธนวรรณ วิสุทธิรัตน์ และ สุรสิทธิ์ วชิรขจร :

Thanawan Visutthirat and Surasit Vajirakachorn

การเจริญสติสัมโพชฌงค์ : การสื่อสารภายในบุคคลกับการรักษาใจ	111
---	-----

ผู้ติดเชื้อเอชไอวี/เอดส์จากตราบาป

Bojjhanga Mindfulness : an intrapersonal - communication of
HIV/AIDS Infected Individuals Spiritual Therapy to

“Stigmatise” Discourse

บวรสรศักดิ์ เจี้ยคำรง : Bavonsan Chiadamrong

แนวทางการเสริมสร้างจริยธรรมสื่อมวลชนไทยเชิงพุทธบูรณาการ	135
---	-----

The Way to Promote Ethics for Thai Media Using Buddhist Integration

นงคณาถ ห่านวิไล : Nongnat Hanwilai

การวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานโรงสีข้าวอินทรีย์ขนาดเล็กจังหวัดเชียงใหม่ 157

โดยตัวแบบจำลองอ้างอิงการดำเนินงานโซ่อุปทาน

Supply Chain Analysis of Small Organic Rice Mills in

Chiang Mai Province Using Supply Chain Operations Reference

(SCOR) Model

ศิริรัตน์ ตรงวัฒนาวุฒิ ปิยวรรณ สิริประเสริฐศิลป์ และ ชัยวัฒน์ ใบไม้ :

Sirirat Trongwattanawuth Piyawan Siriprasertsin and Chaiwat Baimai

การมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชน 181

Public Participation in Community Economic Management

ประคอง สุขนธจิตต์ สุนันทา งามเดโช และ ดาวพันธ์ เฉลยพงษ์ :

Prakong Sukhonthajit Sunanta Ngamdecho and Daopun Chaleoypong

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำกับดูแลกิจการ ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและผลการ ดำเนินงานสำหรับอุตสาหกรรมผลิตอาหาร ในประเทศไทย

Factors Influencing Corporate Governance of SMEs
and Performance for Food Processing Industry in
Thailand

ดาวพระศุภร์ ทองกลิ่น ปิยะฉัตร จารุธีรศานต์ อภิชา บุญภัทรภานต์
และ บุญชอบ พุ่มไพจิตร

Dawprasug Thongglin Piyachart Jarutirasarn Apicha Boonpattarakan
and Boonchop Poopaichit





ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำกับดูแลกิจการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและผลการดำเนินงานสำหรับอุตสาหกรรมผลิตอาหารในประเทศไทย

Factors Influencing Corporate Governance of SMEs and Performance for Food Processing Industry in Thailand

ดาวพระศุกร์ ทองกลิน¹ ปิยะฉัตร จารุธีรศานต์²
อภิชา บัญญัติรณานันต์³ และ บุญชอบ พุ่มไพจิตร⁴

Dawprasug Thongglin Piyachart Jarutirasarn
Apicha Boonpattarakan and Boonchop Poompaichit

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของลักษณะเจ้าของกิจการจริยธรรมในองค์กร และการติดต่อสื่อสารแบบสองทางทั้งในฐานะตัวแปรต้นและตัวแปรปรับ ที่ส่งผลกระทบต่อการกำกับดูแลกิจการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และเพื่อศึกษาถึงอิทธิพลของการกำกับดูแลกิจการของวิสาหกิจขนาดกลางและ

¹ นักศึกษาปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ที่อยู่ 594 อัมรินทร์นิเวศน์ 2 แขวงคลองกุ่ม เขตบึงกุ่ม กทม. โทรฯ : 085-9983011 email : dawprasug@hotmail.com

² อาจารย์ที่ปรึกษาคุณิพนธ์ อาจารย์ประจำหลักสูตรโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ที่อยู่ 2086 ถนนรามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240 โทรฯ : 089-7991974 email : Jarutirasarn@hotmail.com

³ อาจารย์ที่ปรึกษาคุณิพนธ์ โทรฯ : 099-0536622 email : apicha1961@yahoo.com

⁴ อาจารย์ที่ปรึกษาคุณิพนธ์ ที่อยู่ 79/344 หมู่บ้านส้มमार แขวงบางชัน เขตคลองสามวา กทม. โทรฯ : 083-4492318 email : Boonchob_p@hotmail.com

ขนาดย่อม ที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเจ้าของกิจการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกลุ่มอุตสาหกรรมผลิตอาหารที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล จากการเก็บข้อมูลจริงผู้วิจัยได้รับการตอบกลับมาเท่ากับ 192 ตัวอย่างซึ่งคิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 24.90

ผลการศึกษาพบว่า ความสามารถทางสังคม จริยธรรมความห่วงใย จริยธรรมความยุติธรรม การติดต่อสื่อสารแบบสองทาง การติดต่อสื่อสารแบบสองทางในฐานะตัวแปรปรับมีอิทธิพลต่อความสามารถส่วนบุคคล จริยธรรมความห่วงใย ซึ่งมีอิทธิพลทางบวกต่อการกำกับดูแลกิจการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม นอกจากนี้ยังพบว่า มีตัวแปรที่ได้รับการสนับสนุนในทิศทางตรงกันข้ามอีก 1 ตัวแปร คือ การติดต่อสื่อสารแบบสองทางในฐานะตัวแปรปรับที่มีอิทธิพลต่อจริยธรรมความยุติธรรม ซึ่งมีอิทธิพลในเชิงลบต่อการกำกับดูแลกิจการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และผลการศึกษายังได้ชี้ให้เห็นว่าการกำกับดูแลกิจการที่ดีส่งผลให้มีผลการดำเนินงานทางการเงิน มีความสามารถในการแข่งขัน และมีการเจริญเติบโตของลูกค้านำใหม่เพิ่มขึ้นด้วย

คำสำคัญ : การกำกับดูแลกิจการ; ผลการดำเนินงาน; อุตสาหกรรมผลิตอาหาร

Abstract

The objectives of this research were to 1) analyze the characteristics of the entrepreneurs, organizational ethics, and two-way communication as the direct and moderator variables that affected the corporate governance of the small and medium enterprises and 2) evaluate the influence of the corporate governance of the small and medium enterprises on the management. This was a quantitative research. The population were small and medium enterprises listed in the Food Processing Industry Club registered as the legal entity with the Department of Industrial Works. For this research, the researcher had received 192 returned questionnaires (24.90%).



The results were that social ability, ethics of care, ethics of justice, two-way communication, and two-way communication as moderator variables which affected the ethics of care showed positive direct influence on the corporate governance of small and medium enterprises. Besides, it showed that there was one variable supported in the opposite direction, that variable was the two-way communication as the moderator variable which affected ethics of justice. The results also showed that good corporate governance could make financial performance, competitive and new customers increased.

Keywords : Corporate Governance; Performance; Food Processing Industry

บทนำ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ “เอสเอ็มอี” (Small and Medium Enterprises: SMEs) ถือเป็นธุรกิจที่สำคัญอย่างยิ่งของ ระบบเศรษฐกิจ ซึ่งมีจำนวนวิสาหกิจทั้งหมดอยู่ในสัดส่วนที่สูงมาก ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.72 ในปี 2558 นอกจากนี้เมื่อพิจารณาจากจำนวนการจ้างงาน พบว่ามีกิจการจ้างงานเกิดขึ้นในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมคิดเป็นสัดส่วนที่สูงเมื่อเทียบกับสัดส่วนการจ้างงานทั้งหมดของวิสาหกิจในภาพรวม โดยมีสัดส่วนการจ้างงานคิดเป็นร้อยละ 80.45 ในปี 2558 (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2558) ซึ่ง SMEs นั้นได้รับการสนับสนุนและอยู่ภายใต้การดูแลของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) นอกจากนี้รัฐบาลโดยเฉพาะในช่วงประมาณ 10 ปีที่ผ่านมาจะให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการพัฒนาในด้านต่างๆ ของ SMEs เป็นอย่างมาก จึงทำให้มีธุรกิจ SMEs ที่ประสบความสำเร็จและเป็นที่ยอมรับกันดี แต่อย่างไรก็ตามในประเทศไทยก็ยังคงมี SMEs ที่ยังคงประสบปัญหาในการทำธุรกิจอยู่เป็นจำนวนมาก จนทำให้เกิดการเลิกกิจการในสัดส่วนที่สูงมาก ซึ่งปัญหาส่วนใหญ่คือ ปัญหาด้านการตลาด ด้านความสามารถในการแข่งขัน ปัญหาด้านการขาดบุคลากรที่มีความสามารถ ปัญหาด้านเจ้าของกิจการขาดประสบการณ์ในการบริหารจัดการ จึงทำให้การบริหารจัดการ

ไม่มีประสิทธิภาพ ส่งผลให้องค์กรขาดความน่าเชื่อถือ และทำให้เกิดปัญหาด้าน
เงินทุน เนื่องจากธนาคารไม่ให้สินเชื่อเพราะไม่มีหลักประกัน ไม่มีผลงานที่น่าเชื่อถือ
มาก่อน (ณัฐพล ลีลาวัดมนานันท์, 2555)

จากสถานการณ์และปัญหาของ SMEs ดังกล่าว จึงเป็นสาเหตุจำเป็นที่ SMEs
จะต้องมีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับองค์กร
ทำให้องค์กรมีความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้น ซึ่งแนวทางหนึ่งที่สามารถนำมาใช้
เพื่อแก้ไขปัญหาต่าง ๆ เหล่านั้น คือการสร้าง การกำกับดูแลกิจการที่ดีให้กับองค์กร
เพราะการกำกับดูแลกิจการที่ดีมีบทบาทในการเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน สร้างความ
ไว้วางใจในด้านความโปร่งใสและการปฏิบัติที่เป็นธรรม (เมธา สุวรรณสาร, 2552)
และในปัจจุบันการกำกับดูแลกิจการส่วนใหญ่จะมีหลักการและแนวทางปฏิบัติที่
กำหนดขึ้นสำหรับบริษัทขนาดใหญ่ในขณะที่การรับรู้การกำกับดูแลกิจการของ SMEs
มีน้อย จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยลักษณะของเจ้าของ ด้าน
ความฉลาดทางอารมณ์ ลักษณะทางบุคลิกภาพ จริยธรรมองค์กรและการติดต่อ
สื่อสารแบบสองทางทั้งในฐานะตัวแปรต้นและตัวแปรปรับว่าปัจจัยใดบ้างที่จะส่งผล
ให้ SMEs สามารถสร้างการกำกับดูแลกิจการที่ดีได้ ประกอบกับศึกษาต่อยอดว่าการ
กำกับดูแลกิจการที่ดีนั้นจะช่วยทำให้องค์กรมีผลการดำเนินงานทั้งทางการเงิน ความ
สามารถในการแข่งขัน และการสร้างลูกค้าใหม่ ได้ดีขึ้นด้วยหรือไม่ ซึ่งผลการวิจัยที่ได้
นี้จะสามารถนำมาเป็นแนวทางในการสนับสนุนและส่งเสริมให้ SMEs มีระบบและวิธี
การบริหารจัดการที่เหมาะสมจนสามารถสร้างเป็นความเข้มแข็งอย่างยั่งยืนให้กับ
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของลักษณะของเจ้าของกิจการในด้านความฉลาดทาง
อารมณ์ และลักษณะทางบุคลิกภาพ จริยธรรมองค์กร และการติดต่อสื่อสารแบบสอง
ทางทั้งในฐานะตัวแปรต้นและตัวแปรปรับที่มีต่อการกำกับดูแลกิจการของวิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อม
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการกำกับดูแลกิจการของวิสาหกิจขนาดกลางและ
ขนาดย่อมที่มีต่อผลการดำเนินงาน



ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัยในครั้งนี้มีทั้งหมด 3 ด้าน ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา/ตัวแปร การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำกับดูแลกิจการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและผลการดำเนินงานสำหรับอุตสาหกรรมผลิตอาหารในประเทศไทย ผู้วิจัยจะได้ทำการศึกษาตัวแปรต่างๆ ซึ่งประกอบด้วย

1.1 ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วยลักษณะของเจ้าของกิจการในด้านความฉลาดทางอารมณ์ ลักษณะทางบุคลิกภาพ ตัวแปรจริยธรรมในองค์กร และการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง

1.2 ตัวแปรปรับ คือ การติดต่อสื่อสารแบบสองทางที่มีอิทธิพลต่อความฉลาดทางอารมณ์ ลักษณะทางบุคลิกภาพ จริยธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อการกำกับดูแลกิจการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

1.3 ตัวแปรคั่นกลาง คือ การกำกับดูแลกิจการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งจะส่งผลต่อตัวแปรตาม

1.4 ตัวแปรตาม คือ ผลการดำเนินงาน

2. ขอบเขตด้านพื้นที่ การวิจัยนี้ศึกษาเฉพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทอุตสาหกรรมผลิตอาหารในประเทศไทยเท่านั้น

3. ขอบเขตด้านเวลา การวิจัยนี้ดำเนินการศึกษาระหว่างเดือนมีนาคม พ.ศ.2558 – เดือนกันยายน พ.ศ. 2560

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการ

จากการให้ความหมายของการกำกับดูแลกิจการทั้งในและต่างประเทศ สรุปได้ว่าการกำกับดูแลกิจการ หมายถึง ระบบที่มีการบริหารจัดการบริษัทที่มีประสิทธิภาพ โปร่งใส ตรวจสอบได้ โดยต้องมีจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ และคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายซึ่งจะส่งผลให้เกิดความน่าเชื่อถือในการดำเนินธุรกิจและทำให้ธุรกิจสามารถดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืน สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) การกำกับดูแลกิจการจะเกี่ยวข้องกับบทบาทของผู้เป็นเจ้าของและผู้จัดการ ซึ่งจะช่วย

ในการวางกฎ ระเบียบ เพื่อเป็นการตรวจสอบการทำงาน รวมถึงการกำหนดอำนาจ ในการบริหารที่เหมาะสม โดยไม่เอาเปรียบต่อผู้มีส่วนได้เสียอื่น และเพื่อเป็นการตรวจสอบ ผลการดำเนินงานทางการเงินที่จะเกิดขึ้นจากการบริหารงานด้วย (Joshua and Charles, 2007) ซึ่งในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยมีมิติของการกำกับดูแลกิจการประกอบด้วย ความโปร่งใส ความรับผิดชอบ และการมีส่วนร่วมตามแนวคิดของหน่วยงานที่ เกี่ยวข้องดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 สรุปแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับมิติการกำกับดูแลกิจการ

แนวคิดทฤษฎีของ	มิติการกำกับดูแลกิจการ		
	ความรับผิดชอบ	ความโปร่งใส	การมีส่วนร่วม/บทบาท ของผู้มีส่วนได้เสีย
สำนักงบประมาณ	/	/	
คณะกรรมการเพื่อพัฒนา ระบบการกำกับดูแลกิจการ	/	/	
สำนักนายกรัฐมนตรี	/	/	/
มนุษย์ วัฒนโกเมร	/	/	/
ตลาดหลักทรัพย์	/	/	/

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำกับดูแลกิจการ

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี วรรณกรรมและเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทั้งในประเทศและต่างประเทศพบว่ามีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำกับดูแลกิจการใน หลากหลายด้านไม่ว่าจะเป็นแนวทางการบริหารจัดการ นโยบายภาครัฐ การตลาดส่งออก ปัจจัยการผลิต และปัจจัยด้านอื่น ๆ แต่สำหรับงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้เลือกใช้ตัวแปร อิสระซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการกำกับดูแลกิจการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด ย่อมได้แก่

1. ปัจจัยด้านลักษณะของเจ้าของซึ่งประกอบด้วย

1.1 ความฉลาดทางอารมณ์ซึ่งเป็นส่วนประกอบที่สำคัญที่ผู้บริหารจะต้อง มีความฉลาดในการบริหารจัดการกับอารมณ์ของตนเอง รู้ทันอารมณ์ และ



ความต้องการของผู้อื่น เพื่อสร้างความพึงพอใจและการตอบสนองต่อความต้องการของบุคคลากรในองค์กรและผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายได้อย่างเหมาะสม และจะส่งผลต่อการกำกับดูแลกิจการที่ดีตามแนวคิดของ Goleman (1998) ซึ่งประกอบด้วย (1) ความสามารถส่วนบุคคล และสาเหตุที่สนใจศึกษาความสามารถส่วนบุคคลนั้น เนื่องจาก ความสามารถส่วนบุคคลเป็นความสามารถที่ผู้บริหารจะสามารถรู้ทันอารมณ์และความต้องการของตนเองและสามารถควบคุมอารมณ์ที่จะใช้ในการบริหารจัดการได้อย่างเหมาะสม (2) ความสามารถทางสังคม สาเหตุที่สนใจศึกษาองค์ประกอบนี้เนื่องจาก ความสามารถทางสังคมนั้นเป็นความสามารถที่ผู้บริหารจะสามารถรู้และเข้าใจอารมณ์และความต้องการของผู้อื่น ซึ่งจะส่งผลให้สามารถปรับตัวเข้ากับกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและการสามารถติดต่อทำธุรกิจหรือทำงานร่วมกันได้อย่างราบรื่น

1.2 ลักษณะทางบุคลิกภาพถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการกำกับดูแลกิจการที่ดีเช่นกัน ซึ่งลักษณะทางบุคลิกภาพเกิดจากลักษณะภายในของบุคคลซึ่งจะส่งผลออกมาเป็นพฤติกรรมหรือการกระทำ ตามแนวคิด The Big five Model ของ Costa and McCare (1992) ซึ่งประกอบด้วย (1) การเป็นคนเปิดเผย ซึ่งมีสาเหตุที่สนใจจะศึกษาลักษณะทางบุคลิกภาพด้านนี้เนื่องจากผู้บริหารจำเป็นจะต้องมีลักษณะทางบุคลิกภาพที่เป็นคนใจกว้าง เปิดเผย ยอมรับความคิดเห็นของพนักงานซึ่งจะทำให้พนักงานมีความรู้สึกถึงการเอาใจใส่และเกิดการยอมรับในตัวผู้บริหาร (2) การเป็นคนมีความรู้สึกผิดชอบชั่วดี มีสาเหตุที่ทำให้สนใจที่จะศึกษา คือ หากผู้บริหารมีความรู้สึกผิดชอบชั่วดี จะทำให้สามารถแยกแยะถึงความถูกต้องและไม่ถูกต้องได้ และจะส่งผลให้มีการบริหารจัดการที่ยุติธรรมไม่เอาเปรียบผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง

2. ปัจจัยด้านจริยธรรมองค์การ ซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญในการทำธุรกิจที่จะสามารถสร้างความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ตามหลักการของ Gilligan (2008) ประกอบด้วยตัวแปรสองตัว คือ

2.1 จริยธรรมความห่วงใยโดยมีสาเหตุที่จะศึกษาจริยธรรมด้านนี้เนื่องจากความห่วงใยใส่ใจผู้อื่นทำให้ผู้บริหารทราบถึงปัญหาและอุปสรรคที่พนักงานหรือผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายกำลังมี ซึ่งจะสามารถทำให้มีโอกาสเข้าไปช่วยเหลือหรือหาแนวทางแก้ไขได้อย่างเหมาะสมและจะส่งผลให้พนักงานและผู้มีส่วนได้เสียรู้สึกดีและมีความเต็มใจที่จะร่วมงานกับองค์กร

2.2 จริยธรรมความยุติธรรม สาเหตุที่สนใจศึกษา คือการที่องค์กรหรือผู้บริหารมีความเป็นธรรมและความยุติธรรมในการทำธุรกิจ ไม่เอาเปรียบผู้อื่นจะนำมาซึ่งความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้า พนักงาน คู่ค้าและบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องในการทำธุรกิจได้

3. การติดต่อสื่อสารแบบสองทาง สาเหตุที่สนใจศึกษาเรื่องนี้เพราะการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง คือ สื่อสารเพื่อการทำความเข้าใจระหว่างกันผ่านข้อมูลข่าวสาร ซึ่งจะต้องมีช่องทางการสื่อสารที่ดี ทัวถึง โดยการสื่อสารแบบสองทางเป็นวิธีการส่งข้อมูลโดยมีการย้อนกลับของข้อมูลซึ่งจะส่งผลให้ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารเข้าใจในความหมายที่สื่อไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งจะทำให้สามารถแก้ไขปัญหาทุกอย่างได้อย่างรวดเร็วและทันต่อเวลาและจะทำให้การกำกับดูแลกิจการเป็นไปด้วยความราบรื่นและเหมาะสม ตามแนวคิดทฤษฎีของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552) สุพานี สฤกษ์วานิช (2552) สร้อยตระกูล อรรถมานะ (2552) วิชาส ทองสุทธิ (2553) ภาวิณี เพชรสว่าง (2552) และ วิรัช สงวนวงค์วาน (2551)

เมื่อองค์กรมีการกำกับดูแลกิจการที่ดีแล้ว ย่อมจะส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งผลการดำเนินงานขององค์กร ถือว่าเป็นหัวใจสำคัญที่องค์กรที่แสวงหาผลกำไรต่างมุ่งหวัง โดยผู้วิจัยแบ่งผลการดำเนินงานออกเป็น 3 องค์ประกอบคือ

1. ผลการดำเนินงานทางการเงิน ซึ่งหมายถึงกำไรที่ได้รับจากการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน (Shang & Marlow, 2004 : 230)
2. ความสามารถในการแข่งขัน เนื่องจากการกำกับดูแลกิจการที่ดีจะส่งผลให้องค์กรมีความสามารถในการแข่งขันที่ดี และเมื่อมีความสามารถในการแข่งขันที่ดีสามารถสร้างการยอมรับและความพึงพอใจให้กับลูกค้า ลูกค้าเกิดการยอมรับและพึงพอใจในสินค้าและบริการแล้วนั้น จะทำให้องค์กรมี
3. การเจริญเติบโตของลูกค้าใหม่ ซึ่งลูกค้าถือเป็นหัวใจสำคัญของการอยู่รอดของทุกองค์กรหรือธุรกิจ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการกับกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยถือว่าเจ้าของกิจการนั้น



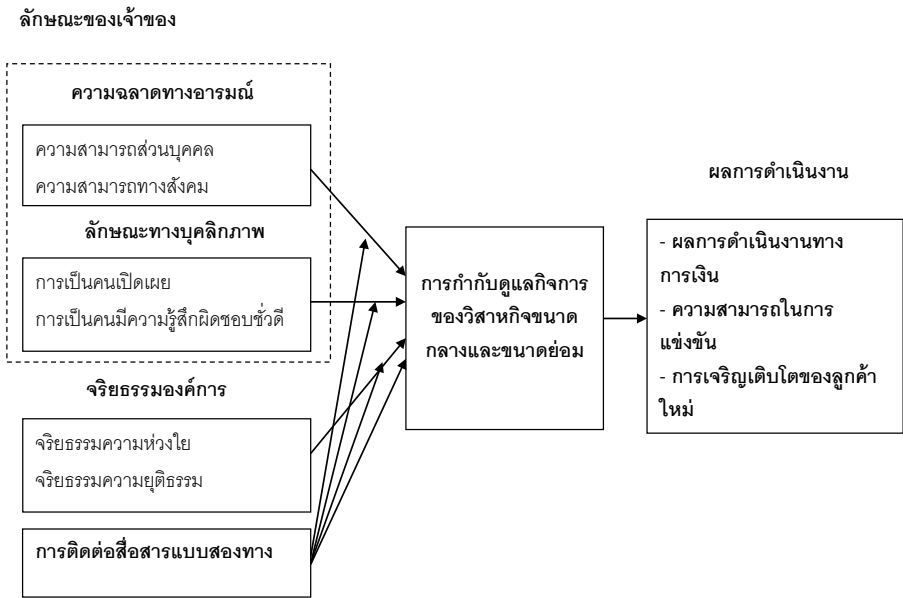
เป็นบุคคลที่มีความสำคัญต่อการบริหารจัดการองค์การ ซึ่งงานวิจัยของ April (2005) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวของ SMEs ในประเทศนามิเบีย พบว่าเจ้าของกิจการถือเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลให้เกิดความล้มเหลวขององค์การ งานวิจัยของ Smith and Watkins (2012) ซึ่งได้ทำการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับ SMEs ในแถบแอฟริกาใต้ และพบว่าอุปสรรคและความล้มเหลวของ SMEs มีหลายด้านซึ่งหนึ่งในนั้นที่สำคัญคือ เจ้าของกิจการไม่ทราบปัญหาหรือความเสี่ยงที่แท้จริงที่ตนเองเผชิญอยู่ รวมถึงไม่มีเทคนิคในการบริหารจัดการความเสี่ยงที่เกิดขึ้นได้อย่างแท้จริงจึงไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้ ดังนั้นความฉลาดทางอารมณ์ เป็นสิ่งสำคัญที่จะใช้ในการตัดสินใจในการบริหารกิจการซึ่ง ผู้บริหาร หรือผู้นำจำเป็นต้องมีเพื่อลดความผิดพลาดในการบริหารจัดการโดยงานวิจัยของ Luu (2013) พบว่าความฉลาดทางอารมณ์เป็นเหมือนพื้นฐานที่อยู่ภายใต้จิตใจของบุคคลซึ่งเป็นตัวเชื่อมโยงการกระทำและสร้างความเชื่อมั่นระหว่างกันในกลุ่มสมาชิกและส่งผลให้เกิดความรับผิดชอบในสังคม มีจริยธรรมและซบเซ่ลื่อนให้เกิดการกำกับดูแลกิจการ ในขณะที่งานวิจัยของ Gladson and Augustine (2008) พบว่า ผู้นำที่มีความฉลาดทางอารมณ์จะสามารถจัดการกับความรู้สึกลึกซึ้งของสมาชิกในกลุ่มได้ดี

สำหรับงานวิจัยด้านลักษณะทางบุคลิกภาพของ Barrick and Mount (2001) พบว่าลักษณะทางบุคลิกภาพในด้านของการเป็นคนเปิดเผย และการเป็นคนที่มีความรู้สึกผิดชอบชั่วดี ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้บริหารหรือเจ้าของกิจการ นอกจากนี้งานวิจัยของ Agrawal (2009) ยังพบว่าลักษณะทางบุคลิกภาพของผู้บริหารถือเป็นสิ่งสำคัญและเกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกิจการ และรายงานของ OECD (2009b) กล่าวว่าปัญหาของการกำกับดูแลกิจการคือ การที่เจ้าของธุรกิจหรือผู้บริหารขาดความซื่อสัตย์จนทำให้กิจการล้มละลาย ซึ่งพฤติกรรมที่ไม่ซื่อสัตย์สุจริตนั้นเป็นผลมาจากลักษณะทางบุคลิกภาพที่อยู่ในของผู้บริหารหรือเจ้าของกิจการ ดังนั้นหากจะแก้ไขหรือป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น จึงต้องแก้ไขที่ลักษณะทางบุคลิกภาพ ความรู้สึกนึกคิดภายในให้กับผู้บริหารซึ่งจะส่งผลมายังพฤติกรรมที่แตกต่างกันในแต่ละสถานการณ์

สำหรับจริยธรรมเป็นปัจจัยหลักที่จะส่งผลให้เกิดการกำกับดูแลกิจการที่ดีได้ โดยงานวิจัยของ ศิลปพร ศรีจันเพชกร (2554) พบว่า การที่องค์การจะดำเนินธุรกิจให้

สามารถเติบโตและยั่งยืนได้นั้น องค์กรจะต้องยึดมั่นต่อจริยธรรมทางธุรกิจและกระทำในสิ่งที่ถูกต้องต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย ส่วนงานวิจัยของ Lori, Ann and Robert (2010) พบว่าหากผู้บริหารไม่มีจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจจะทำให้เกิดการใช้อำนาจที่มีอยู่ในมือไปในทางที่ผิดและก่อให้เกิดความขัดแย้งในการบริหารงานระหว่างผู้ถือหุ้นและผู้บริหาร และงานวิจัยของ Rossouw (2005) พบว่าจริยธรรมมีความเกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกิจการในทางบวก

และจากการทบทวนแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจึงนำมาสู่กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัยดังนี้



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย



วิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำกับดูแลกิจการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมผลิตอาหารในประเทศไทย โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อทำการทดสอบสมมติฐาน

ประชากร

ประชากรหรือหน่วยการวิเคราะห์ (Unit of analysis) คือ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในกลุ่มอุตสาหกรรมผลิตอาหารที่ขึ้นทะเบียนกับกรมโรงงานอุตสาหกรรมทั้งหมดในประเทศไทย จำนวน 4,670 แห่ง (กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2559)

จากสมการที่มีตัวแปรอิสระมากที่สุดในงานวิจัยนี้ คือมีจำนวน 13 ตัวแปร การวิเคราะห์ด้วยเทคนิควิธีถดถอยเชิงพหุจะต้องมีจำนวนตัวอย่าง 20 ตัวอย่างต่อ 1 ตัวแปร (Hair et al., 2010) ด้วยเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 20 ตัวอย่างต่อ 1 ตัวแปร เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่มีขนาดใหญ่ ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่างจึงเท่ากับ 260 ตัวอย่าง (13×20)

การสุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยจะใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) จากรายชื่อของอุตสาหกรรมผลิตอาหารขนาดกลางและขนาดย่อม ที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล และขึ้นทะเบียนกับกรมโรงงานอุตสาหกรรมในประเทศไทย โดยสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในระดับเจ้าของกิจการ (ผู้ประกอบการ) 1 คนต่อ 1 วิสาหกิจ ฯลฯ และเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่าง 260 ตัวอย่าง ผู้วิจัยจะต้องส่งแบบสอบถามออกไปเท่ากับ 771 ตัวอย่าง โดยแบ่งออกเป็น วิสาหกิจขนาดกลาง 274 แห่ง และวิสาหกิจขนาดย่อมเท่ากับ 497 แห่ง

วิธีการเก็บข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามที่มีคำถามครอบคลุมวัตถุประสงค์การวิจัยและกรอบแนวคิดกับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งมีรูปแบบของการวิจัยเชิงปริมาณที่ใช้ คือการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) ประเภทของการวิจัยที่นำมาใช้ คือ การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้วิธีการให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self-administered Questionnaires)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความสอดคล้องกันของตัวชี้วัดหรือข้อความที่ใช้วัดตัวแปรตัวเดียวกัน โดยใช้การวิเคราะห์ความเชื่อมั่น (Reliability Analysis) เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคอัลฟา (Cronbach's alpha) และจากผลการวิเคราะห์ผู้วิจัยได้ตัดตัวแปรด้านความฉลาดทางอารมณ์ออก 1 ข้อ ซึ่งมีค่า Item-Total Correlation 0.284 ซึ่งต่ำกว่า 0.3 ซึ่งทำให้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเพิ่มขึ้นจาก 0.710 เป็น 0.784 นอกจากนี้ยังได้ตัดตัวแปรด้านลักษณะทางบุคลิกภาพ 1 ข้อ ซึ่งมีค่า Item-Total Correlation 0.255 ซึ่งต่ำกว่า 0.3 ออกและทำให้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเพิ่มขึ้นจาก 0.614 เป็น 0.633

สำหรับการวัดความเที่ยงตรงแบบรวมศูนย์ (Convergent validity) ผู้วิจัยได้ใช้วิธีวิเคราะห์ปัจจัยยืนยัน (confirmatory factor analysis) ซึ่งเป็นการวัดความเที่ยงตรงแบบรวมศูนย์ด้วยค่า composite reliability จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าตัวแปรทุกตัวมีค่า Lambda ของตัวบ่งชี้สูงกว่า 0.6 และค่า t-values ทั้งหมดมีค่ามากกว่า 1.96 ($p < 0.05$)

และเมื่อพิจารณาจากค่าดัชนีความสอดคล้องของการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยันพบว่ามีความผ่านเกณฑ์การพิจารณา ดังนี้

ดัชนีความสอดคล้อง	เกณฑ์การพิจารณา	ค่าที่ได้จากการศึกษา
Normed chi-square (X^2/df)	<3.00	1.96
Normed Fit Index (NFI)	>.90	0.921
Non-Normed Fit Index (NNFI)	>.90	0.963
Comparatove Fit Index (CFI)	>.90	0.966
Incremental Fit Index (IFI)	>.90	0.966
Relative Fit Index (RFI)	>.90	0.916
Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)	<0.05	0.0492



นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการที่ Anderson (1987: 525-541) ได้เสนอแนะไว้ใน การทดสอบความเที่ยงตรงแบบแตกต่างกัน (Discriminant Validity) ซึ่งพบว่า ค่าสหสัมพันธ์ (correlation) บวกกับค่าผิดพลาดมาตรฐาน (Standard error) ของตัวแปร แต่ละคู่กันไม่รวม 1 อยู่ด้วยแสดงว่าตัวแปรแต่ละตัวมีความแตกต่างกันและไม่ซ้ำซ้อนกัน หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลที่ผ่านเกณฑ์แล้วไปทำการทดสอบสมมติฐานด้วย วิธีการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

สรุปผลและอภิปรายผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามจากผู้ที่มีคุณสมบัติตรงตามที่กำหนดและให้ความร่วมมือจำนวน 192 ตัวอย่าง โดยส่วนใหญ่เป็นวิสาหกิจขนาดย่อมคิดเป็นร้อยละ 59.90 ที่เหลือเป็นวิสาหกิจขนาดกลางคิดเป็นร้อยละ 40.10 โดยผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดเป็นเจ้าของกิจการ ซึ่งอยู่ในตำแหน่งประธานกรรมการคิดเป็นร้อยละ 84.40 รองลงมาคือตำแหน่งกรรมการบริหารคิดเป็นร้อยละ 15.60 ซึ่งเป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 51.60 ที่เหลือเป็นเพศหญิงร้อยละ 48.40 และมีการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 56.80 รองลงมาคือระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 31.80 และเมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 192 คน ซึ่งได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับระยะเวลาที่ดำเนินธุรกิจโดยเฉลี่ยคือ 12.91 ปี และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 8.50 และอายุของผู้ตอบแบบสอบถามเฉลี่ยอยู่ที่ 41.74 ปี และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 10.14

ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำกับดูแลกิจการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า

1. ความฉลาดทางอารมณ์ด้านความสามารถทางสังคม จริยธรรมความห่วงใย จริยธรรมความยุติธรรม การติดต่อสื่อสารแบบสองทาง การติดต่อสื่อสารแบบสองทางในฐานะตัวแปรปรับที่ส่งผลต่อความสามารถส่วนบุคคล จริยธรรมความห่วงใย และจริยธรรมความยุติธรรม เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำกับดูแลกิจการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งสามารถสรุปและอภิปรายผลได้ดังนี้

- 1.1 ความฉลาดทางอารมณ์ด้านความสามารถทางสังคมจะมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการกำกับดูแลกิจการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเทียบเคียงได้

กับงานวิจัยของ Luu (2013) ที่กล่าวว่า ความฉลาดทางอารมณ์เป็นพื้นฐานในจิตใจของคนที่ จะเชื่อมโยงการกระทำและสร้างความเชื่อมั่นระหว่างกันในกลุ่มซึ่งจะส่งผลในการขับเคลื่อนให้เกิดการกำกับดูแลกิจการ ส่วนงานวิจัยของ Gladson and Augustine (2008) กล่าวว่าผู้นำที่มีความฉลาดทางอารมณ์สามารถจัดการและรับมือกับอารมณ์ของสมาชิกในกลุ่มได้ส่งผลต่อความสามารถในการกำกับดูแลกิจการอย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 จริยธรรมความห่วงใยจะมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการกำกับดูแลกิจการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเทียบเคียงกับแนวคิดของ Botes (2000) ซึ่งกล่าวว่าจริยธรรมความห่วงใยนั้นเป็นวิธีการทางจริยธรรมที่จะช่วยสร้างให้เกิดการมีส่วนร่วม สร้างความสัมพันธ์ ความสามัคคีและจะช่วยตอบสนองความต้องการของผู้อื่น เพื่อหลีกเลี่ยงความขัดแย้งได้ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Lori , Ann and Robert (2010) ซึ่งพบว่าองค์การควรมีจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจเพื่อป้องกันการใช้อำนาจในทางที่ผิดและก่อให้เกิดความขัดแย้งในการบริหารงาน นอกจากนี้ งานวิจัยของ Luu (2014) ซึ่งได้ศึกษาเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการและการสร้างตราสินค้าและพบว่าจริยธรรมส่งผลให้การกำกับดูแลกิจการมีประสิทธิภาพและจริยธรรมความห่วงใยส่งผลกระทบต่อ การกำกับดูแลกิจการ

1.3 จริยธรรมความยุติธรรมจะมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการกำกับดูแลกิจการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่คล้ายคลึงกันของ McCarthy and Puffer (2002) ที่พบว่าบริบทหนึ่งของการกำกับดูแลกิจการเกิดจากความเชื่อถือในระบบการทำงานและความเชื่อถือในตัวผู้บริหารที่จะต้องมีการมีจริยธรรมความยุติธรรมในการบริหารงาน ซึ่งจะทำให้องค์การมีความโปร่งใสในการดำเนินงาน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดที่คล้ายกันของ ศิลปพร ศรีจันเพชร (2554) ที่กล่าวว่า การที่องค์การจะดำเนินธุรกิจให้เติบโตได้อย่างยั่งยืนนั้น องค์การจะต้องยึดมั่นต่อจริยธรรมและกระทำในสิ่งที่ถูกต้องต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย การปลูกฝังจริยธรรมให้อยู่คู่กับธุรกิจจะช่วยลดปัญหาทางจริยธรรมและทำให้ธุรกิจเติบโตได้อย่างยั่งยืน

1.4 การติดต่อสื่อสารแบบสองทางจะมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการกำกับดูแลกิจการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ใกล้เคียง



กันของ Young and Thyil (2009) ที่พบว่าการกำกับดูแลกิจการที่มีประสิทธิภาพจะสะท้อนให้เห็นถึงการรับรู้ขององค์การเกี่ยวกับผลกระทบของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อความสำเร็จขององค์การ โดยเฉพาะอย่างยิ่งบทบาทที่สำคัญของพนักงานซึ่งเป็นกุญแจสำคัญในการดำเนินงานที่ยั่งยืน เนื่องจากเป็นผู้มีส่วนได้เสียหลักและเป็นผู้มีส่วนสำคัญในการทำกำไร และงานวิจัยของ Baldo (2012) ที่ศึกษาเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม และการกำกับดูแลกิจการของธุรกิจ SME ในอิตาลีและพบว่า การติดต่อสื่อสารขององค์การส่งผลกระทบต่อการกำกับดูแลกิจการในแง่ของความโปร่งใสในกระบวนการตัดสินใจและการเปิดเผยเกี่ยวกับนโยบายของบริษัทที่ชัดเจน และเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและตัดสินใจอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ นอกจากนี้ Bloisi et al. (2007) ยังพบว่า การติดต่อสื่อสารถือเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้การทำงานขององค์การมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลอีกด้วย

1.5 การติดต่อสื่อสารแบบสองทางในระดับสูงจะส่งผลให้อิทธิพลของความสามารถส่วนบุคคลที่มีต่อการกำกับดูแลกิจการเพิ่มสูงขึ้นกว่ากรณีที่มีการติดต่อสื่อสารแบบสองทางอยู่ในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือหากองค์การมีการติดต่อสื่อสารแบบสองทางนั้น ช่วยให้เจ้าของกิจการได้มีโอกาสพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับพนักงานและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมากขึ้น ทำให้เกิดความเข้าใจระหว่างกัน และส่งผลให้ความสามารถส่วนบุคคลของเจ้าของที่มีอิทธิพลต่อการกำกับดูแลกิจการเพิ่มสูงขึ้น

1.6 การติดต่อสื่อสารแบบสองทางในระดับสูงจะส่งผลให้อิทธิพลของจริยธรรมความห่วงใยที่มีต่อการกำกับดูแลกิจการเพิ่มสูงขึ้นกว่ากรณีที่มีการติดต่อสื่อสารแบบสองทางอยู่ในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งคล้ายคลึงกันกับแนวคิดของ Alexander and Warren (2000) จริยธรรมความห่วงใย (Ethics of care) คือการมีความห่วงใย ใส่ใจผู้อื่น เช่น การเอาใจใส่ มีความเห็นอกเห็นใจ และการสร้างมิตรภาพที่ดี และแนวคิดของ Botes (2000) ซึ่งกล่าวว่า จริยธรรมความห่วงใย ถือว่าเป็นวิธีการทางจริยธรรมในแง่ของการสร้างการมีส่วนร่วม สร้างความสัมพันธ์ความสามัคคีและตอบสนองความต้องการของผู้อื่น ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งสำคัญในการมีจริยธรรมในการตัดสินใจในแต่ละสถานการณ์ รวมถึงเพื่อหลีกเลี่ยงความขัดแย้งและส่งเสริมความเข้าใจร่วมกันเกี่ยวกับการตัดสินใจทางจริยธรรม ดังนั้น

การติดต่อสื่อสารแบบสองทางจึงเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยส่งเสริมให้เกิดการสร้าง
มิตรภาพและความสัมพันธ์ที่ีระหว่างกัน

1.7 การติดต่อสื่อสารแบบสองทางในระดับสูงจะส่งผลให้อิทธิพลของ
จริยธรรมความยุติธรรมที่มีต่อการกำกับดูแลกิจการลดลงกว่ากรณีที่มีการติดต่อสื่อสาร
แบบสองทางอยู่ในระดับต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ หาก
องค์การมีการติดต่อสื่อสารแบบสองทางในระดับต่ำจะส่งผลทำให้จริยธรรมความ
ยุติธรรมที่มีอิทธิพลต่อการกำกับดูแลกิจการเพิ่มสูงขึ้น แต่ถ้าหากองค์การมีการติดต่อ
สื่อสารแบบสองทางสูงจะส่งผลต่อจริยธรรมความยุติธรรมที่มีอิทธิพลต่อการกำกับ
ดูแลกิจการลดน้อยลงหรือค่อนข้างคงที่

2. การกำกับดูแลกิจการจะมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน ซึ่งสามารถสรุปและ
อภิปรายผลได้ดังนี้

2.1 การกำกับดูแลกิจการจะมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อความสามารถในการ
แข่งขันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ใกล้เคียง
กันของ Cheng, Collins and Huang (2006) ซึ่งพบว่าบริษัทที่มีการกำกับดูแล
กิจการที่ดีมีการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินที่โปร่งใสจะส่งผลให้ต้นทุนของเงินลงทุนลด
ลง งานวิจัยของ Joshua and Nicholas (2007) พบว่าการกำกับดูแลกิจการนั้นช่วย
เพิ่มความสามารถในการแข่งขันและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของ SMEs ได้
เป็นอย่างดี อีกทั้งยังสามารถช่วยให้องค์กรได้มีกลยุทธ์ใหม่ ๆ เพื่อนำมาใช้ในการ
ดำเนินธุรกิจ เช่นเดียวกับ Zenovia , Hans, Ovidiu ,and Anca (2014) ซึ่งกล่าว
ว่าโดยทั่วไปแล้ว SMEs จำเป็นต้องมีกลยุทธ์การทำธุรกิจใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองต่อ
การเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง และเพื่อสร้างโอกาสในการพัฒนาธุรกิจให้ประสบ
ความสำเร็จในระยะยาว นอกจากนี้ OECD (2004 : 11) กล่าวว่า การกำกับดูแล
กิจการเป็นองค์ประกอบสำคัญประการหนึ่งในการเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขัน
และสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจรวมทั้งสร้างความมั่นใจให้แก่นักลงทุนและผู้มีส่วนได้เสีย

2.2 การกำกับดูแลกิจการจะมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการเงินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่สามารถเทียบ
เคียงกันได้ในเรื่องผลการดำเนินงานนี้ เช่นงานวิจัยของ Shleifer and Vishny (1997)
ซึ่งพบว่า การกำกับดูแลกิจการที่ดีจะช่วยให้ผู้ลงทุนมีโอกาสได้รับผลตอบแทนจากการ



ลงทุนได้มากกว่าองค์การที่ไม่มีการกำกับดูแลกิจการ ส่วนงานวิจัยของ Mayer (1997) ซึ่งได้ศึกษาเกี่ยวกับ การกำกับดูแลกิจการ ความสามารถในการแข่งขัน และผลการดำเนินงาน พบว่าการกำกับดูแลกิจการสร้างการเติบโตให้กับองค์การทำให้องค์การบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ Joshua and Charles (2007) ได้ทำการศึกษาการกำกับดูแลกิจการสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศกาน่า และพบว่า การกำกับดูแลกิจการนั้นสามารถช่วยให้การบริหารจัดการมีความเข้มแข็งมากขึ้น มีโอกาสสร้างการเติบโตและสร้างผลกำไรได้มากขึ้น และสอดคล้องกับ Bauer, Frijins, Otten and Tourani-Rad (2008) พบว่าบริษัทที่มีการกำกับดูแลกิจการที่ดีจะมีผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพมากกว่าบริษัทที่ไม่มีการกำกับดูแลกิจการถึง 15 เปอร์เซ็นต์ต่อปี

2.3 การกำกับดูแลกิจการจะมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการเจริญเติบโตของลูกค้าน้อยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยในแนวอื่นที่คล้ายคลึงกันของ Young and Thyil (2009) ที่พบว่า การกำกับดูแลกิจการช่วยให้เกิดการรับรู้ในตราสินค้าซึ่งส่งผลไปยังความเชื่อถือที่เกิดขึ้นในสินค้าให้กับลูกค้า ทำให้ลูกค้ามีความสนใจและเลือกซื้อสินค้ารวมถึงมีมั่นใจในการบอกต่อหรือแนะนำสินค้าให้กับบริษัทอื่น นอกจากนี้งานวิจัยของ Fatima and Lars (2008) ซึ่งได้ศึกษาเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการที่มีการบริหารงานโดยมีความยุติธรรมและมีความรับผิดชอบในองค์การของ SME-bank ในประเทศสวีเดน พบว่าองค์การที่มีความยุติธรรมและมีความรับผิดชอบในการบริหารจัดการนั้นจะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการซื้อสินค้าและบริการและทำให้มีการซื้อซ้ำ

และเมื่อพิจารณาจากค่า Standardized Beta พบว่าการกำกับดูแลกิจการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานมากที่สุดลำดับแรกคือ ความสามารถในการแข่งขัน รองลงมาคือ การเจริญเติบโตของลูกค้าน้อย และลำดับสุดท้ายคือ ผลการดำเนินงานทางการเงิน

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ข้อเสนอแนะสำหรับนำไปใช้ในเชิงปฏิบัติ จากผลการวิจัยพบผู้วิจัยได้นำมาวิเคราะห์และสรุปเป็นข้อเสนอแนะ สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ทั้งในกลุ่มอุตสาหกรรมผลิตอาหารและสามารถนำไปประยุกต์กับอุตสาหกรรมอื่น ซึ่งเรียงตามลำดับความสำคัญ เพื่อให้มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

1. วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมควรมีการจัดระบบการติดต่อสื่อสารแบบสองทางระหว่างพนักงานในทุกระดับให้มากขึ้น เพื่อการสื่อสารข้อมูลหรือรายงานปัญหาและแก้ปัญหาได้อย่างรวดเร็วและส่งเสริมให้พนักงานได้เข้ามามีส่วนในการแสดงความคิดเห็น
2. วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมควรมีการกำหนด กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ รวมถึงผลตอบแทน ที่เป็นธรรม และมีการบริหารจัดการที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ รวมถึงต้องมีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่ายอย่างเหมาะสม ซึ่งจะทำให้พนักงานและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเกิดความเชื่อถือและยอมรับในตัวองค์กร ซึ่งจะส่งผลทำให้เกิดความจงรักภักดีและร่วมทำกิจกรรมต่าง ๆ ก็องค์กรอย่างยั่งยืนต่อไป
3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมควรมีการส่งเสริมให้ผู้บริหารมีความฉลาดทางอารมณ์ ด้านความสามารถทางสังคม เพื่อจะได้เข้าใจความต้องการของผู้อื่นและตอบสนองได้อย่างเหมาะสม

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

1. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพิ่มเติม โดยการปรับประยุกต์จากกรอบแนวคิดงานวิจัยนี้ กับกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอื่นที่ไม่ใช่กลุ่มอุตสาหกรรมผลิตอาหาร เพื่อยืนยันผลการวิจัยและเพื่อจะได้ข้อค้นพบใหม่ ๆ ที่จะเป็นประโยชน์ต่อไป
2. การศึกษาในครั้งนี้พบว่าการติดต่อสื่อสารแบบสองทางในฐานะตัวแปรปรับที่มีอิทธิพลต่อจริยธรรมความยุติธรรมในทางลบหรือทางตรงกันข้ามที่ส่งผลต่อการกำกับดูแลกิจการซึ่งถือเป็นข้อค้นพบที่น่าสนใจ ดังนั้นสำหรับการศึกษารั้งต่อไปอาจมีการศึกษาในลักษณะเดิมแต่เปลี่ยนกลุ่มเป้าหมายใหม่ เพื่อยืนยันผลการวิจัยและหาว่าปัจจัยใดที่ทำให้ผลการวิจัยออกมาเหมือนเดิมหรือแตกต่างกันออกไป



เอกสารอ้างอิง

- กรมโรงงานอุตสาหกรรม. สถิติโรงงานอุตสาหกรรมปี 2558. (15 มีนาคม 2559). สืบค้นจาก <http://www.diw.go.th/hawk/content.php?mode=spss58>.
- ณัฐพล ตีลาวัฒนานันท์. (2555). ปัญหาของ SMEs ไทย. Business Opportunity Center. (3 กันยายน 2558). สืบค้นจาก http://boc.dip.go.th/index.php?option=com_content&view=article&id=353&Itemid=14
- ภาวิณี เพชรสว่าง. (2552). พฤติกรรมองค์กร. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : ซีวีแอล การพิมพ์.
- เมธา สุวรรณสาร. (2552). ก้าวสู่การกำกับดูแลกิจการที่ดีขององค์กร, Information Technology Governance. (8 มิถุนายน 2559). สืบค้นจาก <http://www.itgthailand.com>.
- วิภาส ทองสุทธิ. (2553). พฤติกรรมองค์กร. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : อินทภาษา.
- วิรัช สงวนวงศ์วาน. (2551). การจัดการและพฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพฯ : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). การจัดการและพฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- ศิลปิน ศรีจันเพชร. (2554). กลไกการกำกับดูแลกิจการ : การกำกับดูแลกิจการเพื่อสร้างมูลค่ากิจการ, พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : อัมรินทร์พรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- สร้อยตระกูล (ตวยานนท์) อรรถมานะ. (2552). พฤติกรรมองค์กร ทฤษฎีและการประยุกต์. พิมพ์ครั้งที่ 4 กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ไตรมาสที่ 1 ปี 2558. (เดือนมกราคม - มีนาคม 2558). (31 สิงหาคม 2558). สืบค้นจาก <http://www.sme.go.th/SiteCollectionDocuments/White%20Paper/2544/ch1.pdf>.
- สุพานี สฤณีวานิช. (2552). พฤติกรรมองค์กรสมัยใหม่ : แนวคิดและทฤษฎี. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- Agrawal, A., Knoeber, C.R. (1996). Firm Performance and Mechanisms to control agency problem between managers and shareholders. *Journal of financial and Quantitative analysis*, 31(3), 377-397.
- Alexander., W ,Warren., F. (2000). An Ethics of Care or an Ethics of Justice. *Journal of Business Ethics*, 27(1), 125-136.
- Anderson, James C. (1987). “An Approach for Confirmatory Measurement and Structural Equation Modeling of Organizational Properties,” *Management Science*, J. L. Kellogg Graduate School of Management, Northwestern University, Evanston, Illinois 60201.
- April W. I. (2005). *Critical factors that influence the success and failure of SMEs in Namibia in the Khomas Region*, Degree of Master of Commerce (Business Management), University of Stellenbosch. Retrived June, 2016, from <http://scholar.sun.ac.za/handle/10019.1/3316>
- Baldo, M. D., (2012). *Corporate social responsibility and corporate governance in Italian SMEs: The experience of some “spirited businesses.”* Department of Business Studies, University of Urbino, Journal of Management and Governance.
- Barrick, M.R., Mount, M. K., and Judge, T.A. (2001). Personality and performance at the beginning of the new millennium : What do we know and where do we go next?. *International Journal of Selection and Assessment*, 9(1/2) , 9-11.
- Bauer, R., Frijns, B., Otten, R. and Tourani-Rad, A. (2008). The impact of corporate governance on corporate performance: evidence from Japan. *Pacific-Basin Finance Journal*, 16, 236-251.
- Bloisi, W., Cook, C.W., and Hunsaker, P.L. (2007). *Management & organizational Behaviour*. 2nd edition. Maidenhead : McGraw-Hill.



- Botes A. (2000). *A comparison between the ethics of justice and the ethics of care.* (August, 2017). Retrived from <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/11114990>.
- Cheng, C.S.A., Collins, D. & Huang, H.H. (2006). Shareholder rights, financial disclosure and the cost of equity capital. *Review of Quantitative Finance and Accounting.* 27(2),175-186.
- Costa, P.T. Jr., & McCare, R.R. (1992). *NEO Personality Inventory-Revised (NEO-PI-R) and NEO Five-Factor Inventory (NEO-FFI) Professional manual.* Psychological Assessment Resources: Odessa, FL. (April, 2017). Retrived from https://en.wikipedia.org/wiki/Revised_NEO_Personality_Inventory
- Fatima, V., Lars, S. (2008). The impact of corporate fairness on the bank-SME relationship. *Journal of Financial Regulation and Compliance,* 16 (4),290-298.
- Gilligan, C. (2008). *Moral Orientation and Moral Development The Feminist Philosophy Reader.* Book By Alison Bailey and Chris J. Cuomo. Boston : McGraw-Hill.
- Gladson, N. and Augstine, I. A. (2010). Marketing in governance : emotional intelligence leadership for effective corporate governance. *Corporate Governance,*10 (2) ,18-20.
- Goleman, D. (1998). What Makes a Leader?. *Harvard Business Review.* (July, 2017) Retrived from <https://scopetraining.com.au/wp-content/uploads/2015/10/Daniel-Goleman-What-makes-a-leader-article-R0401H-PDF-ENG.pdf>
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., & Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis.* Seventh Edition. Prentice Hall, Upper Saddle River : New Jersey.

- Joshua A. and Charles K.D. Adjasi. (2007). Corporate governance and the small and medium enterprises sector : theory and implications Corporate Governance. *The international journal of business in society*, 7(2),111-122.
- Joshua A. and Nicholas Biekpe. (2007). Corporate governance, ownership structure and performance of SMEs in Ghana : Implication for financing opportunities. *The international journal of business in society*, 7(3), 288-300.
- Lori, V. R., Ann, K. B. and Robert, W. K. (2010). New Directions in Corporate Governance and Finance : Implications for Business Ethics Research. *Business Ethics Quarterly*, 20 (4), 673-694.
- Luu ,T. T. (2013). Emotional intelligence as the departure of the path to corporate governance. *Corporate Governance*. 13 (2), 148-168.
- Luu., T.T. (2014). Corporate governance and brand performance. *Management Research Review*, 37(1), 45-68.
- McCarthy, D. and Puffer, S. (2002). Corporate governance in Russia : towards a European, US, or Russian model?. *European Management Journal*, 20 (6), 630-640.
- OECD Report. (2009b). *Corporate Governance and the Financial Crisis : Key Findings and Main Messages*. (May, 2017) Retrived from <http://www.oecd.org/corporate/ca/corporategovernanceprinciples/43056196.pdf>.
- Rossouw, G.J. (2005). Business ethics and corporate governance : a global survey. *Business & Society*, 44 (1) , 32-39.
- Shang, K. C., & Marlow, P. B. (2005). Logistics capability and performance in Taiwan’s major manufacturing firms Transportation Research Part E. *Logistics and Transportation Review*. 41 (3), 217-234.



- Shleifer & Vishny. (1997). A Survey of Corporate Governance. *Journal of Finance*, 52(2), 737-783.
- Smith, Y. and Watkins, J.A. (2012). *A literature review of small and medium enterprises (SME) risk management practices in South Africa*, Department of Internal Auditing and Management Accounting, Cape Peninsula University of Technology, South Africa.
- Young, S. and Thyl, V. (2009). Governance, employees and CSR : integration is the key to unlocking value. *Asia Pacific Journal of Human Resources*, 47 (2), 67-185.
- Zenovia, C., Hans, J., Ovidiu-Niculae., and Anca, B. (2014). From strategic decisions to corporat-e governance in the SMEs sector in Germany. *Studia Universitatis Babes-Bolyai Oeconomica*, 59 (3), 57-67.

บทที่

2

เรื่องราวในโฆษณามีการบอกเล่าอย่างไร? กรณีศึกษาเปรียบเทียบ ประเทศลาว ประเทศเมียนมาร์ และประเทศไทย

How is Advertisement's Story Told?

A Comparative Case Study of Lao PDR, Myanmar
and Thailand

दनई वंग्येन และ ปฐมา สตะเวทิน

Danai Wangyen and Patama Satawedini





เรื่องราวในโฆษณามีการบอกเล่าอย่างไร? กรณีศึกษาเปรียบเทียบ ประเทศลาว ประเทศเมียนมาร์ และประเทศไทย

How is Advertisement's Story Told?

A Comparative Case Study of Lao PDR, Myanmar and Thailand

दनई वंगयेन¹ และ ปฐมา สตะเวทิน²

Danai Wangyen and Patama Satawedin

Abstract

ASEAN becomes an important economic hub of the world. The study aimed to examine how advertisements, in terms of product category, plot, key message, type of light, duration, time, location, music, major character, minor character, and antagonist in the advertisements from Lao PDR, Myanmar, and Thailand were comparatively presented. The content from Lao Star (Lao PDR), MRTV4 (Myanmar), and Channel 7 (Thailand) collected between 19.00 and 22.00 or prime time was analyzed. The findings revealed that generally speaking overall cultural gaps were found in these three ASEAN countries at a certain level.

¹ Graduate Student, Master of Communication Arts Program, Bangkok University Address : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ อาคาร 2 ชั้น 2 ถ.พระราม4 พระโขนง คลองเตย กทม 10110 Tel. 089-769-8085 Email : danai.w@bu.ac.th

² Assistant Professor, Director, Master of Communication Arts Program, Bangkok University / Email : patama.s@bu.ac.th

People living in Myanmar and Thailand shared some cultural similarities. Likewise, it was not so much difficult for Thai marketing communicators and advertisers to attract people living in Laos PDR. This study contributes to such marketing communicators and advertisers to consider the threesome's cross-cultural convergences and divergences.

Keywords : Advertising; Storytelling; Consumer Behavior; ASEAN

บทคัดย่อ

อาเซียนนั้นกำลังกลายเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจที่สำคัญระดับโลก ในการศึกษารั้วนี้มีจุดมุ่งหมาย เพื่อศึกษาการเล่าเรื่องของสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ในกลุ่มประเทศอาเซียนที่เกี่ยวข้องกับ กลุ่มของสินค้า โครงเรื่อง แก่นของเรื่อง การใช้แสง ระยะเวลา ความถี่ สถานที่ ดนตรี ตัวละครหลัก ตัวละครรองและตัวละครขัดแย้ง โดยเปรียบเทียบสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ระหว่างประเทศลาว ประเทศเมียนมาร์และประเทศไทย โดยเนื้อหาที่นำมาเปรียบเทียบนั้นนำมาจากช่องรายการโทรทัศน์ที่มีความนิยมมากที่สุดได้แก่ ช่องลาวสตาร์ของประเทศลาว ช่อง MRTV 4 ของประเทศเมียนมาร์และช่อง7ของประเทศไทย เป็นตัวแทนในการวิจัยและเลือกใช้เวลาในช่วงไพรม์ไทม์ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ผู้ชมมากที่สุดคือตั้งแต่เวลา 19.00น. - 22.00น. ผลการวิจัยพบว่า โดยภาพรวมแล้ว ช่องว่างทางวัฒนธรรมยังถูกพบอยู่ในสามประเทศอาเซียน ประชากรในประเทศเมียนมาร์ และประเทศไทยมีความวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกัน เช่นเดียวกัน ไม่ใช่เรื่องยากอะไรสำหรับนักสื่อสารการตลาด และนักโฆษณาของประเทศไทยในการผลิตชิ้นงานโฆษณาที่สามารถดึงดูดความสนใจให้กับประชาชนชาวลาว งานวิจัยชิ้นนี้มีประโยชน์สำหรับนักสื่อสารการตลาด และนักโฆษณาในการพิจารณาถึงความเหมือน และความแตกต่างทางวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นของประเทศอาเซียนทั้งสามประเทศ

คำสำคัญ : การโฆษณา; การเล่าเรื่อง; พฤติกรรมผู้บริโภค; อาเซียน



Introduction

The Association of Southeast Asian Nations, ASEAN consists of ten countries; Brunei Darussalam, Cambodia, Indonesia, Lao PDR, Malaysia, Myanmar, Philippines, Singapore, Thailand and Vietnam. Because of huge return on investment forecasted (Kawazu, 2013), the emergence of this energizes many countries around the globe including Japan to invest in the market. Ipsos (2013) had foreseen that there would be enormous changes in population structure and proportion, socio-economic development, infrastructure advancement, betterment of wellness, and connection around the world. It was also mentioned that in future there would be more demand for natural and organic foods, demand for functional foods. In particular, those which were claimed to fortify with high nutrients and health support. As consumers demanded for healthy foods, and more novel foods, packaged foods were increasingly positioned as “smarter” or “better-for-you” products, It also discovered that, ‘nail art, eyelash obsessions, feel good body & the mind, skin whitening, and cosmetic surgery & medical tourism’ are the hot items nowadays.

JWT (2013) presented that, ‘consumers responded well to similar types of advertising, both in content and tone. Humour, story-telling and simple product demonstration had a high degree of resonance. It demonstrated that how a particular brand can attract customers. The use of celebrities, on the other hand, scored surprisingly low.

The studies above are consistent with the target of ASEAN as “one vision, one identity, one community”. From time to time, self-representation of a particular country’s infrastructure is arguably projected (for example, Frith, 2003; JWT, 2013). As JWT (2013 : 15) obviously underlined that “Southeast Asians are balancing traditional

values with growing economies rather successfully, they are not trading the old with the new". This study, therefore, aimed to examine how the advertisements' stories were told by comparing between those in Lao PDR, Myanmar, and Thailand.

In summary, the meanings of the stories that were told by people were framed and constructed by an integral part of socio-cultural context of such countries (Havanon, 2009). Bell (2003 : 97) restated that broader the societal patterns of meaning, and so doing acknowledge the discursive context within which participants' stories were enmeshed'. To reach the goal, the study of product category, duration, frequency, basic plot, theme, lighting, music, location, and character, taken and applied from the study of Kaliszewski (2012) is mainly focused.

It is important to state at this point that even though the three countries studied share their geographical similarity, i.e. ASEAN area, their socio-cultural differences can be found at a certain level. And, that can affect on the meaning of the advertisements' stories told and presented. As a result of this, the researchers explain advertising and consumer behaviour country by country. The details are as follows.

Advertising and consumer behaviour in Lao PDR

Because Thailand and Lao PDR are closely interconnected, there is no odd when Laotian and Thai products are relatively similar and interchanged (Tangmeesang, 2013). Media consumption is also included. According to the study of Wiroonrat et al. (2013), Laotians enjoy watching Thai television programmes, especially on the Royal Thai Army Radio and Channel 7 and that can influence on their decision making on consuming Thai commodities. For example, the study of Koummalasy (2010) revealed that, due to perceived value, Laotians would like to buy Thai motorcycle brand rather than Chinese counterparts.



Advertising and consumer behaviour in Myanmar

Thanks to Envirosell, its research can provide consumer insight in Lao PDR, Myanmar, and Thailand as follows. People in Myanmar love music and is, therefore, applied in all advertisements. They, likewise, 'can be divided into three groups: the conservative, the contemporary and the cosmopolitan'. The majority of them are the cosmopolitan. They are followed by the conservative and the contemporary, respectively. The cosmopolitan are extrovert, adaptable to a new thing, and rather modern whilst the conservative, as it is named, are nationalistic and are unlikely to accept changes. While the former group goes shopping in large shopping areas, the latter are addicted to markets situated within the area or the region they live. They are not crazy in shopping as do Thais, though (Tangmeesang, 2013). With the reason of ease of access and not too far from home, the Burmese people nowadays do not always shop at modern places, traditional ones, though since the first three places they go shopping are grocery stores, supermarkets, and roadside vendor or stores (Ho & Meng, 2016).

Quite similar to the ASEAN trend shown above, Burmese people has now enjoyed with the products like television, air-conditioners, washing machines, and skin whiteners (Tangmeesang, 2013). More presently, Burmese citizens have spent money on food and groceries, health care, mobile phones, equal to household products and new clothes, education, personal care products, equal to utility bills and transportation, eating out, equal to entertainment, house rent, and loan installments, accordingly (Nielsen, 2015). Even being not a high-tech society, also, trendy, smart mobile phones are also confirmed of high popularity among people in Myanmar (Kurabayashi, 2013; Pimolsaengsuriya, 2016). Influences from South Korea, Thailand, and Japan could be

reasoned (Anonymous, 2015). As for the matter of beauty, milk consumption could help Burmese citizens more beautiful and healthy when higher rate of milk is produced (American Dairy Products Institute, 2014). Because of having more concerns on saving money and staying healthy, likewise, they prefer living and cooking at home, not much smoking and drinking (Deloitte, 2016). Specifically, they love eating both national and international cuisine (Maw & Piansoongnern, 2014). Ho & Meng (2016) further revealed that ‘taste, quality and price are the top three attributes prioritised by Myanmar consumers when purchasing consumables such as Beverages, Confectionery, Packaged Foods, Personal Hygiene Products and Tobacco’. Although it is the digital era, personal media like friends, colleagues, and relatives are the most popular channel of seeking out for product and/or service information. It is followed by a mass medium like television, billboards, events, in-store promotions, print media, social media, radio, and others respectively. Especially for the tobacco category, information from persons is highly influential. More potential of television than personal platforms can be seen in the categories of beverages (non-alcoholic), packaged foods, and personal hygiene products.

In order to reach people in Myanmar effectively, above all, local language should be used (Tangmeesang, 2013). Effective, persuasive advertising content should also include the giving of unaware solving clarification; the presentation of self, even women; immediate, prompt response; local-knowledge and -belief attachment; the building of belief or trust in his/her own power and ability; respect to the advancement of technology, particularly trendy, smart mobile phones; the making of ordinary people as well-known stars, celebrities, and net idols; and the making of them feel escape from pressure (Pimolsaengsuriya, 2016).



Advertising and consumer behaviour in Thailand

By understanding advertising in Thailand, Pongsapitaksanti (2010) conducted a study comparing advertising in Thailand and Japan. Its findings can be considered in having much smaller advertising market in Thailand than Japan, in Western-styled advertising in Thailand while own-styled in Japan, in management and hierarchical diversity, and in no collaboration between Thai and Japanese advertising agencies. Nonetheless, Gannon and Pillai (2010 : 34) made clear about Thailand that ‘... its core values overlap with those of the United States. But it is clearly different from the United States, and the Thai Kingdom is an apt metaphor for capturing the essential features of this land of freedom’.

Thailand is rather an indulgent country because her inhabitants are of having hopes and believes that good things will happen in the future and saving their money for not further future, but for present happiness, i.e. taking a break (Nielsen, 2015). Their consumption is outstandingly changed and similar to their neighbouring country, i.e. Myanmar alike. Shopping online and cooking can rarely be seen. Rather, they prefer spending their lives in large shopping areas and ordering food to eat at home. Thai people do not believe in what they do not see by their own eyes. In contrast, trust and credibility can increase and be ensured by seeing products and/or services in reality, for the first matter. For the latter, this is not only because of convenience, but also its lower price than cooking by Thai people themselves and having low rate of waitresses (Kurabayashi et al., 2013). Thai people, likewise, somewhat, concern their health and wellness (American Dairy Products Institute,

2014; Kawazu, 2013) as American Dairy Products Institute (2014) revealed higher manufacture of milk product. Especially those who are living in cities are also a fashionista when they like buying clothing and footwear, consumer electronics, and appliances (Deloitte, 2017). As addressed by Nathalang (1998 : 246), '[i]t is wise, however, to make an intelligent choice of adaptation to things modern, and to add that to our own and encourage people to steer their own course of cultural changes and educational development'.

Even focusing on ladies whose socio-economic is middle and who are living in the seven capital and big cities and in the seven ASEAN including Singapore, Kuala Lumpur in Malaysia, Bangkok in Thailand, Jakarta in Indonesia, Manila in the Philippines, Ho Chi Minh City in Vietnam, and Yangon in Myanmar, more interestingly, specifically, and clearly, by considering how women consumers in such seven nations perceive, how they buy products and/or services, and how they engage into brand, Hakuhodo (2015) classified them into five types of brand-conscious cosmopolitans, smart careful shoppers, family and community first, fickle trendies, and sensitive selfies. Above all, the family and community first own the highest proportion while the brand-conscious cosmopolitans are found least. Although careful shopping style fails into these two group, as it is named, the latter group has the highest brand consciousness, but not for the former one. Family and community involvement products and/or services are of highest need among the family and community first.



The conceptual framework was as follows :

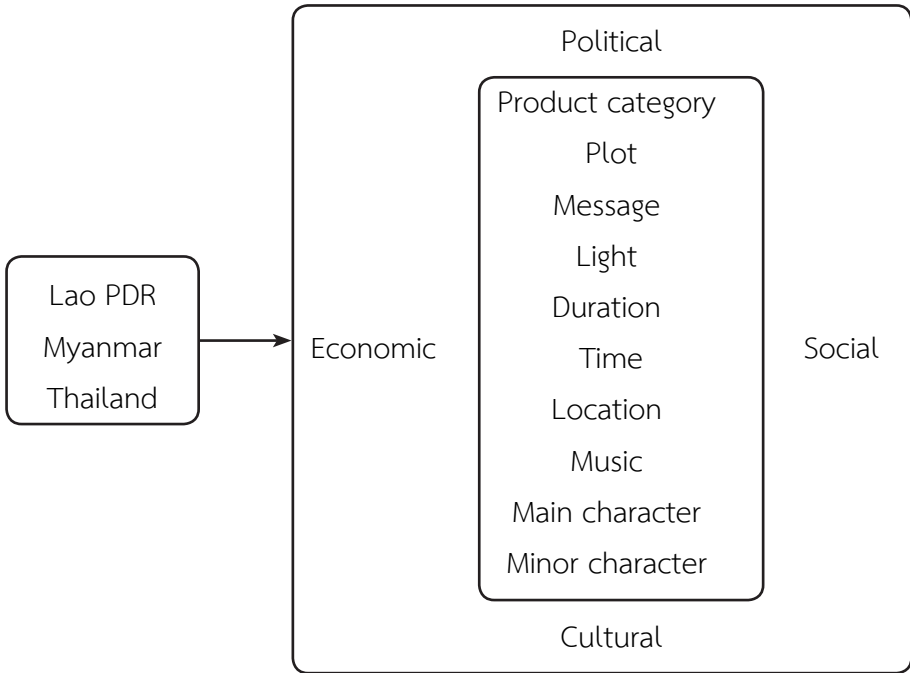


Figure 1: The conceptual framework

Methodology

Out of 10 ASEAN countries, only three countries including Lao PDR, Myanmar, and Thailand gave access for videotaping via C-band width. In selecting the studied channels, popularity was the inclusion criteria. The highest-rating channels were Laostar (Lao PDR), MRTV4 (Myanmar), and Channel 7 (Thailand). Later on, the content from three-day advertisements broadcasted during prime time, i.e. 7.00 pm – 10.00 pm was scrutinised.

There were 238 advertisements in total. In details, those could be divided into 27 advertisements from Lao PDR, 145 advertisements from Myanmar, and 166 advertisements from Thailand. It was important to

bear in mind, once again, that, applied from the study of Kaliszewski (2012), data was analysed in product category, duration, frequency, basic plot, theme, lighting, music, location, and character. Especially product category was categorised into four groups including:

1. Food and dining category includes food and dining; and beverages.
2. Niche product category includes personal care and beauty; health and healthcare; shopping, retail and apparel; and children's products.
3. Information technology category includes automotive; telecommunications; and technology.
4. Daily life category includes travel services; sports, recreation, and hobbies; financial services; the home; and household product.

By referring to Christopher Booker, Changing Minds Organisation (n.d.), likewise, seven plots- overcoming the monster (i.e., 'hero and the bad guy'); rags to riches (i.e., 'success and crisis'); the quest (i.e., 'seeking and finding'); voyage and return (i.e., 'boldly exploring'); comedy (i.e., 'from confusion to enlightenment'); tragedy (i.e., 'the price of fatal flaws'); and rebirth (i.e., 'finding the personal light') were used and scrutinised.

As stated above, such advertisements' content was analysed. Based upon intercoder reliability coefficient presented by Holsti (1969), as shown below, the intercoder reliability coefficient value was 0.08.

$$\text{Reliability} = 2M / N_i + N_j$$

By M = The number of agreed items between the intercoder 1 and the intercoder 2

N_i = The total number of items for the first-time coding

N_j = The total number of items for the second-time coding

It was important to note at this point that due to accessibility to C-Band width, the television advertisements launched in the three ASEAN countries including Lao PDR, Myanmar, and Thailand were studied only.



Findings

As stated above, the findings section was elucidated in nine parts, i.e. product category, duration, frequency, plots, theme, lighting, music, location, and character. The researchers shall draw a conclusive table for easy understanding as follows :

Table 1 : A comparative conclusion of how the advertisements' stories were communicated

Factor/Country	Lao PDR	Myanmar	Thailand
Product category	Information technology	Health and wellness	Food and drinks
Duration	31 – 60 seconds	30 seconds	
Frequency	Once		
Plots	Rebirth	Voyage and return	
Theme	Outstanding	Self-confidence	
Lighting	Very sunny, very bright, and playing with light		
Music	Original song, instrument, and electronic music style		
Location	Non-natural setting	Natural setting	
Main character	Human		
Minor character	Automotive	Cosmetics	Food

Table 1, in general, predominantly showed the similarities in storytelling between the advertisements in Myanmar and those in Thailand. There were some exceptions in product category launched during the studied period of time and minor character. Just across the borders, nonetheless, the Laotian advertisements were told quite different from their neighbours, in terms of product category, duration, plots, theme, location, and minor character. The country shared its

convergence with Myanmar and Thailand only in the lights of frequency, lighting, music, and main character. The details of a particular factor of analysis were elaborated as follows.

Product category

During that prime time, surprisingly, in Lao PDR, Myanmar, and Thailand, product consumption was totally differently found. In details, Laotians enjoyed something modern, advanced commodities, information technology category at 47 per cent, for instance, Toyota motor, Lifan motorcycle, Unitel 3G phone network, and Win Phone Mobile. People living in Myanmar had more concerns on their health and wellness since niche products like personal care and beauty, health and healthcare, shopping, retail and apparel, and children's products were much higher consumed than other product categories at 66 per cent. The examples of the Burmese advertisements were Shwe Pyi Nan tanaka powder, Lactacyd White Intimate feminine hygiene, Listerline mouthwash, Alinamin-F supplementary food, and Revlon cosmetics. Thailand was likely to be an eating and drinking society in ASEAN because food and drinks advertisements were presented most at 37 per cent, for example, Coke soft drink, Yum Yum Cup instant noodle, and Ferrero Rocher chocolate. It was not too far from food and beverages category when niche products and information technology categories were equally launched at second, for example, Trakrataybin salol et menthol mixture, Cita skincare, I-Mobile smart phone digital television, and AIS mobile network.

Duration

Advertisers in Thailand and Myanmar should create and develop an advertisement whose length was not longer than half minutes. Shortest concentration and memory was exploded among Thai when



almost all Thai advertisements studied, i.e. at 99 per cent were created and launched less than 30 seconds. Quite close to Thai people, i.e. 86 per cent, it was Burmese advertisements. Longer concentration and memory was, i.e. 31-60 seconds, nevertheless, discovered first among Laotians at 64 per cent and more than 60 seconds acquired second. Such differences could be reasoned by low advertising cost and completeness. A long-form advertisement was not of popularity, though.

Frequency

With budget and time constraints and more prominence of digital advertising nowadays, probably, advertisements of these triple countries were predominantly launched only once. Thailand ranked first at 84 per cent and was followed by Myanmar at 71 per cent and Laos PDR at 52 per cent, respectively. Even having a very little number, only in Lao PDR, Toyota Motor, Singh Corporations and Manchester United advertisements were broadcasted up to four times. Brand recognition and remembrance could vitally be reasoned.

Basic plot

All Lao PDR, Myanmar, and Thailand might be discovering from political and economic sufferings and reform, voyage and return and rebirth were the top two storylines primarily employed in advertisements. This was because these two techniques could lighten up their lives and make them more positive, entertained, and excited. Their lives and societies were not as bad and tragic that tragedy plot must be represented in these three countries advertisements. Likewise, Thailand probably was in a worse political and economic position than their neighbouring counterparts when comedy plot was recalled only in Thailand.

A small difference was found between these three countries, in terms of voyage and return and rebirth storylines. That was to say,

voyage and return was plotted most in Myanmar and Thailand at 59 per cent and 31 per cent, respectively. It was the other way round for Lao PDR when rebirth plot was created most in this country at 31 per cent. The ranks were changed, i.e. while rebirth plot was used at second in Myanmar and Thailand, voyage and return one was ranked second for Lao PDR.

Theme

Following to the situation described in the product category and the basic plot, Burmese and Thais had probably a need of boosting self-confidence, especially in Myanmar at 19 per cent (in Thailand) and 42 per cent (in Myanmar). That was to say, personal care and beauty was of high concern among Burmese citizens in order to make them more confident. For example, Nivea roll on in Myanmar and Nature Gift coffee in Thailand.

In contrast, Laotians would like to be more outstanding than the past. The example of the commercial was Beer Lao Gold.

Lighting

As discovered above, voyage and return plot and rebirth was most enjoyable among Laotians, Burmese, and Thais. It was not odd when dark light and scene were not presented in advertisements, from very sunny, very bright to playing with light, though. The Changing Minds Organisation (n.d.) explained the voyage and return that ‘may start light and pleasurable but after a while confusion and darker problems appear. Being in a strange land, the hero has to trust locals, who do not all turn out to be trustworthy and archetypal characters.’ and rebirth stories that ‘tell of change, renewal and transformation. They start with the hero under the shadow of a corrupting influence that may make the hero seem evil or at least misguided’ (Changing Minds Organisation, n.d.).



Music

Music was considered in three perspectives including originality of a song, instrument, a goal of using the song, and music style.

The use of an original song, that of an instrument, and electronic music style were of high acceptance in these three ASEAN countries at 80 per cent, 59 per cent, and 35 per cent for Lao PDR, 89 per cent, 57 per cent, and 19 per cent for Myanmar, and 95 per cent, 83 per cent, and 22 per cent for Thailand.

Myanmar and Thailand got along well to each other because their citizens enjoyed listening to something that could encourage their mood and sentiment. In contrast, those people in Laos PDR needed a deeper feelings and action of not only empathy, but also sympathy.

Location

Natural setting, like home could attract Burmese and Thai consumers most whereas Laotians appreciated non-natural setting, like graphics. A graphic scene could produce a vivid, real, and modern picture and that could make information-technology products that Laotians fell in love more attractive and best buy. The example of the commercial in Lao PDR was Lao Toyota retailers.

Character

Three types of characters, i.e. main character, minor character, and antagonist character were scrutinised. Although location for production was somewhat different, being played by a human was triggered. Following to this, also, Laotian advertisers only used other major characters like gift, smart phone, place, telecommunications, and agricultural crops, accordingly. A very little use of agricultural crops as a major character was reflected in Burmese commercials.

In terms of a minor character, it varied according to a particular country's popular product category. In details, as a technology lover,

automotive, unsurprisingly, was predominantly used as a minor character most in Laotian commercials. Likewise, as a personal care and beauty fan, Burmese advertisers employed cosmetics as a minor character. Food was treated as a minor character in Thailand because her citizens loved eating.

Conclusion and discussion

Cultural gaps were found in these three ASEAN countries at a certain level, generally speaking. People living in Myanmar and Thailand shared some cultural similarities. It was probably surprising that those living in Lao PDR were pleasantly exposed to Thai television programmes, especially aired on the Royal Thai Army Radio and Channel 7 (Wiroonrat et al., 2013). Also, 70 per cent of people from Lao PDR liked consuming Thai commodities. On the one hand, the country was dominated by a single party system. It was usual that the country's media were under control. On the other hand, production of consumer product was limited, importing from other countries, especially from Thailand, instead. It was easily for Thailand to launch products and/or services in Lao PDR (Ministry of Foreign Affairs of Thailand, 2013). However these research findings revealed the odds of its cultural differences from their neighbouring countries, especially a storytelling. Cultural restraint, i.e. conserving some national culture and traditions- its national custom could be reasoned.

As consistently projected by Tangmeesang (2013) and Nielsen (2015), in terms of product category, totally different, Burmese citizens fell in love with beauty and personal concern. It could be reasoned that Thai cuisine was one of the outstanding benchmarks of the country and it was one of the basic needs, Thai people developed food and beverage businesses and advertisements.



Because ASEAN populations were digital active users, Lao PDR and Myanmar accordingly were not listed as the top five digital-user countries (see Kemp, 2015), they were eager to be real digital active users. Such needs and wants drove generating mobile and high technology commercials. Especially for Burmese people, more consumption on mobile technology could be pictured (Kurabayashi, 2013; Nielsen, 2015; Pimolsaengsuriya, 2016).

Although Laos PDR, Myanmar, and Thailand share their physical region, this study contributes to marketing communicators and advertisers in designing and producing advertisements that can meet with the cross-cultural audiences. Otherwise, the company can waste its money and cannot make audience reacted to the products as expected and cannot optimise profits in return. As widely spoken, one who knows the enemy and knows himself will not be in danger in a hundred battles.

References

- Anonymous. (2015). *The new wave of consumerism in Myanmar*. (9 February 2017) Retrieved from <http://www.myanmarinsider.com/the-new-wave-of-consumerism-in-myanmar/>.
- American Dairy Products Institute (2014). *Dairy consumption for ASEAN member states will double by 2050*. (25 January 2017) Retrieved from <https://www.adpi.org/tabid/74/mid/419/newsid419/2551/Dairy-Consumption-for-ASEAN-Member-States-Will-Double-by-2050/Default.aspx>.
- Bell, A. (2003). *A narrative approach to research*. (15 March 2018) Retrieved from <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ881749.pdf>.
- Changing Minds Organisation. (n.d.). *Booker's seven basic plots*. (10 February 2017) Retrieved from http://changingminds.org/disciplines/storytelling/plots/booker_plots/booker_plots.htm.

- Changing Minds Organisation. (n.d.). *Rebirth*. (10 February 2017) Retrieved from http://changingminds.org/disciplines/storytelling/plots/booker_plots/rebirth.htm.
- Changing Minds Organisation (n.d.). *Voyage and return*. (10 February 2017) Retrieved from http://changingminds.org/disciplines/storytelling/plots/booker_plots/voyage_return.htm.
- Deloitte. (2017). *The Thailand consumer survey: Onwards and upwards*. (9 February 2017) Retrieved from <https://www2.deloitte.com/sg/en/pages/consumer-industrial-products/articles/thailand-consumer-survey.html>.
- Frith, K.T. (2003). Advertising and the homogenization of cultures: Perspectives from ASEAN. *Asian Journal of Communication*, 13(1), 37-54. doi: 10.1080/01292980309364830
- Gannon, M.J. & Pillai, R. (2010). *Understanding global cultures: Metaphorical journeys Through 29 nations, clusters of nations, continents, and diversity (4th ed.)*. London: Sage.
- Hakuhodo. (2015). *Five types of female consumers in seven ASEAN markets*. (25 January 2017) Retrieved from http://www.hakuhodo.jp/seikatsusha/research/pdf/2015_2.pdf.
- Havanon, N. (2009). Narrative approach : The turning point of social science research. *Journal of Mekong Societies*, 5(2),1-22.
- Ho, E. & Meng, P.W. (2016). *The Myanmar consumer survey: Golden land, golden Opportunities* (9 February 2017) Retrieved from <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/jp/Documents/consumer-business/cp/jp-cp-ci2016mm-eng-1227.pdf>.
- Holsti, O. R. (1969). *Content analysis for the social sciences and humanities*. MA : Addison-Wesley Publishing Company.
- Ipsos. (2013). *Bringing you the ASEAN way*. (1 February 2017) Retrieved from https://www.ipsos.com/sites/default/files/asean_pulse-1_2013.pdf.



- JWT (2013). *ASEAN consumer report: ASEAN consumers & the AEC*. (1 February 2017) Retrieved from https://d3ftitl17j4lal.cloudfront.net/a4bd1048-007c-45ec-ad51-85fdc2411e76-all_documents.pdf.
- Kaliszewski, S. (2012). *Through a narratological lens: An analysis of the storytelling elements in award-winning advertisements*. (15 March 2018) Retrieved from https://warwick.ac.uk/fac/arts/theatre_s/cp/research/publications/madiss/ccps_a4_ma_gmc_sk.pdf.
- Kawazu, N. (2013). *Consumer trends and expansion of retail markets in growing ASEAN economies*. (9 February 2017) Retrieved from <https://www.nri.com/global/opinion/papers/2013/pdf/np2013182.pdf>.
- Kemp, S. (2015). *Digital landscape of Southeast Asia in Q4 2015*. (16 February 2017) Retrieved from <https://www.techinasia.com/talk/digital-southeast-asia-q4-2015>.
- Koummalasy, D. (2010). *Comparative of Lao consumer's perception toward Thai and Chinese motorcycle. Thesis: International College, University of the Thai Chamber of Commerce*. (31 January 2017) Retrieved from <http://eprints.utcc.ac.th/4337/1/228785.pdf>.
- Kurabayashi, T., Niimi, Y., & Yatsunami, S. (2013). *Understanding ASEAN consumer markets through country-specific questionnaires*. (25 January 2017) Retrieved from <https://www.nri.com/~media/PDF/global/opinion/papers/2013/np2013192.pdf>.
- Maw, K. & Piansoongnern, O. (2014). *Consumer buying behavior of fast foods in Myanmar*. (25 January 2017) Retrieved from <http://www.som.siu.ac.th/wp-content/uploads/2014/09/Consumer-Buying-Behavior-of-Fast-Foods-in-Myanmar.pdf>.

- Ministry of Foreign Affairs of Thailand (2013). Open curtain ideas : Potential Thai products in Lao PDR. (6 February 2017) Retrieved from <http://www.mfa.go.th/business/th/articles/88/31580>.
- Myanmar Insider. (2015). *The new wave of consumerism in Myanmar*. (25 January 2017) Retrieved from <http://www.myanmarinsider.com/the-new-wave-of-consumerism-in-myanmar/>.
- Nathalang, E. (1998). *A reflection on culture and education: The case of Thailand on approaching the 21st century*. In E. Thumboo. Cultures in ASEAN and the 21st century. Singapore: UniPress.
- Nielsen. (2015). *Myanmar's young population and increasing consumer purchasing power fuels opportunities for brands*. (9 February 2017) Retrieved from <http://www.nielsen.com/apac/en/insights/news/2015/winning-in-myanmar.html>.
- Nielsen (2015). *Southeast Asian consumer confidence hits new record high*. (6 February 2017) Retrieved from <http://www.nielsen.com/apac/en/insights/news/2015/southeast-asian-consumer-confidence-hits-new-record-high.html>.
- Pimolsaengsuriya, S. (2016). *Ten consumer mega-trends in Myanmar*. (25 January 2017) Retrieved from <http://www.nationmultimedia.com/news/business/EconomyAndTourism/30288676>.
- Pongsapitaksanti, P. (2010). *A comparison of Thai and Japanese advertising agencies*. (2 February 2017) Retrieved from http://www.asia.tu.ac.th/journal/EA_Journal53_1/Art5.pdf.
- Tangmeesang, O. (2013). Envirosell offers ASEAN consumer insights. The Nation, 21 January 2013. (1 February 2017) Retrieved from <http://www.nationmultimedia.com/news/business/EconomyAndTourism/30198284>.



Wiroonrath, S., Lertputtharak, S., Krstanin, D., & Wongtana-anek, T. (2013). The influence of Thai television media on Lao people's consumption of Thai products: A case study in Vientiane. *Journal of Graduate School of Commerce Burapha Review*, 8(1), 41-55.

มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาด การช่วยเหลือของ
รัฐบาล และมาตรการป้องกันทางการค้า : ศึกษา
ว่ามาตรการใดเป็นมาตรการที่เหมาะสมขององค์การ
การค้าโลก

Anti-dumping, Subsidies, and Safeguards :
Which is the best measure for WTO members?

พัทชมณ งามล้ำวาง และ กอปรเกียรติ ปิยสิรานนท์

Phatchamon Ngamlamyuang and Korbkiat Piyasirananda





มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาด การช่วยเหลือของรัฐบาล และมาตรการป้องกันทางการค้า : ศึกษาว่ามาตรการ ใดเป็นมาตรการที่เหมาะสมขององค์การการค้าโลก

HAnti-dumping, Subsidies, and Safeguards : Which is the
best measure for WTO members?

พัชฌม งามล้ำยวง¹ และ กอปรเกียรติ ปิยสิรานนท์²

Phatchamon Ngamlamyuang and Korbkiat Piyasirananda

บทคัดย่อ

การค้าเป็นสิ่งสำคัญที่ทุกประเทศจะนำมาใช้ในการพัฒนาประเทศให้เจริญรุ่งเรืองต่อไป และเป็นกลไกสำคัญที่จะพัฒนาประเทศ แต่เนื่องจากการผลิตสินค้าในประเทศนั้น อาจมีค่าแรงสูงและกระบวนการผลิตที่ทำให้สินค้ามีราคาสูง จึงเป็นเรื่องปกติที่คนในประเทศจะใช้สินค้านำเข้าราคาถูกจากประเทศอื่น เช่น จีน หรือเวียดนาม ที่มีค่าแรงขั้นต่ำราคาถูกที่มาโจมตีสินค้าภายในประเทศได้ กรณีนี้จึงต้องมีมาตรการป้องกันเศรษฐกิจและสินค้าภายในประเทศตนเอง เพื่อให้คนในประเทศหันมาอุดหนุนสินค้าของประเทศตนเอง โดยองค์การการค้าโลกได้มีวิธีที่จะให้ประเทศสมาชิกใช้มาตรการต่างๆ เพื่อป้องกันการทุ่มตลาดจากประเทศอื่นๆ ได้ เช่น มาตรการตอบโต้

¹ อาจารย์ประจำหลักสูตรนิติศาสตรบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก ที่อยู่ คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก เลขที่ 3 ซอยรามอินทรา 1 แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพฯ 10220 โทรฯ : 0955166688 email : nor_big@hotmail.com

² อาจารย์ประจำหลักสูตรนิติศาสตรบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก ที่อยู่ คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก เลขที่ 3 ซอยรามอินทรา 1 แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพฯ 10220 โทรฯ : 065-6269656 email : kord_gus@hotmail.com

การทุ่มตลาด, มาตรการป้องกันทางสินค้า, มาตรการสนับสนุนของรัฐ ซึ่งในบทความ
เรื่องนี้จะนำเสนอถึงมาตรการที่ภาคีสมาชิกนิยมนำมาใช้และวิธีที่ทำให้เกิด
ประสิทธิภาพสูง

คำสำคัญ : มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาด; การช่วยเหลือของรัฐบาล;
มาตรการป้องกันทางการค้า

Abstract

For developing the countries, trading plays one of the important roles the country should apply. It can be significant mechanism to improve the states. However, in some countries, the cost of labor is so high that it has an impact on the production cost. As a result, local people normally turn to spend money on imported goods from China or Vietnam which have lower price. For this reason, the lower priced goods from those countries will dominate the market. Thus, it is necessary to have the measure to protect the market and domestic goods and encourage the local people to purchase local products more. The World Trade Organization issues the measures to protect their member countries such as Anti-dumping, Government Subsidies and Safeguards. In this article, the authors examine the best measure for WTO members.

Keywords : Anti-dumping; Subsidies; Safeguards

บทนำ

อนุสัญญาขององค์การการค้าโลกได้กำเนิดขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ที่จะวิวัฒน์
พัฒนาระบบการค้าของโลกให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้นต่อไป หัวใจหลักขององค์การการค้าโลก
คือ การไม่การแบ่งแยกซึ่งกันและกัน ไม่มีการเอาเปรียบกัน ซึ่งหลักสำคัญคือ most-
favoured-nation (MFN) “หลักการนี้ คือการปฏิบัติเยี่ยงชาติที่ได้รับความอนุเคราะห์ที่
เน้นหลักการในความตกลงกันทางการค้าระหว่างประเทศที่กำหนดให้ประเทศภาคี
ความตกลงต้องให้สิทธิพิเศษ ทางการค้าแก่ประเทศอื่นๆ ที่เป็นภาคีความตกลงนั้น
อย่างเท่าเทียมกันโดยไม่มีการเลือกปฏิบัติ” ซึ่งวิธีการนี้เป็นหลักที่มีความสำคัญมาก



แทบที่จะเรียกได้ว่าเป็นหัวใจ ดังที่ได้บัญญัติไว้ใน มาตรา ๑ ของอนุสัญญาว่าด้วยข้อตกลงเกี่ยวกับภาษีศุลกากรและการค้าซึ่งเกิดขึ้นเพื่อจัดระบบการค้าระหว่างประเทศ ดังจะกล่าวต่อไป วิธีการดังกล่าวนี้ได้เกิดขึ้น เพื่อต้องการให้สมาชิก ได้รับการป้องกันจากกำแพงภาษี

วิธีการสำคัญเพื่อให้สินค้าของสมาชิกแต่ละประเทศสามารถนำเข้าและส่งออกของสินค้าไปยังสมาชิกอีกสมาชิกหนึ่ง ดังที่ได้กล่าวมานี้คือวิธีซึ่งเป็นพื้นฐานที่สำคัญขององค์การค้าระหว่างประเทศ ตามที่ได้กล่าวมาข้างต้น กฎของ MFN ศีกษาภาคีสมาชิกขององค์การค้าระหว่างประเทศ ได้ทำข้อตกลงกับสมาชิกอีกฝ่ายหนึ่งสมาชิกของแต่ละประเทศจะลดกำแพงภาษีของสินค้าของแต่ละประเทศ ยกตัวอย่างเช่น ในสินค้าววย จะลดกำแพงภาษี หกเปอร์เซ็นต์ ซึ่งในขณะนั้นอัตรากำแพงภาษีใช้กับสมาชิกทั้งหมดขององค์การค้าระหว่างประเทศ ซึ่งจะกล่าวในอีกทางหนึ่งได้ว่า ถ้าประเทศหนึ่งได้เสนอข้อตกลงที่เอื้อประโยชน์กับประเทศใดประเทศหนึ่งซึ่งพิจารณาข้อตกลงพิเศษ ซึ่งจำเป็นต้องนำเสนอในเงื่อนไขอย่างเดียวกันถึงภาคีสมาชิกขององค์การค้าระหว่างประเทศภายใต้เงื่อนไขอย่างเดียวกัน ภารกิจขององค์การค้าระหว่างประเทศ ได้มีขึ้นเพื่อให้การค้าโลกได้ดำเนินขึ้นอย่างเรียบร้อยไม่มีอุปสรรคโปร่งใส และไร้ซึ่งข้อบังคับทำให้การค้าระหว่างประเทศดำเนินอย่างก้าวไกล ยิ่งไปกว่านั้นนโยบายขององค์การค้าโลกยังคงให้ความสำคัญที่การพัฒนาและให้สิทธิพิเศษเฉพาะรัฐใดรัฐหนึ่งเท่านั้น วิธีการนี้สามารถที่ทำความเข้าใจได้ว่า ประเทศที่มีเศรษฐกิจที่ย่ำแย่ จะสามารถป้องกันสถานะของเศรษฐกิจของประเทศตัวเองได้ ซึ่งมีหลายรูปแบบของวิธีการที่เป็นข้อยกเว้นซึ่งสามารถที่จะกระทำได้ ในกรณีเช่นว่านี้สามารถยกตัวอย่างได้ คือ สถานการณ์ที่ประเทศใดประเทศหนึ่งจัดตั้งข้อตกลงที่เอื้อประโยชน์ซึ่งใช้เฉพาะในการป้องกันการค้าภายในอาณาเขตประเทศ ยกตัวอย่างเช่นข้อตกลงที่เป็นสัญญาสองฝ่ายหรือข้อตกลงในการค้าภายในอาณาเขต หรือ อย่งไรก็ตามถ้าประเทศใดประเทศหนึ่งจัดตั้งระบบการกีดกันทางการค้า ต่อสู้กับราคาสินค้าของรัฐต่างประเทศ ในกรณีนี้สามารถเข้าใจได้ว่า รัฐนั้นสามารถเสนอการดำเนินการในการพัฒนาการ ของประเทศแต่ละประเทศซึ่งเกี่ยวข้องการเข้าไปในระบบอุตสาหกรรมภายในของประเทศนั้น หรือ (Bossche P. V. D., 2008) ประเทศนั้นสามารถที่จะพัฒนาสินค้าเพื่อต่อสู้กับอุปสรรคที่อาจเกิดขึ้นจากการค้าที่มีความไม่เท่าเทียมกันจากประเทศต่างๆ อย่างไรก็ตาม ในการค้าทางด้านการบริการ มีข้อตกลงที่

สามารถพบเห็นได้ในประเทศภาคีสมาชิกต่างๆในกรณีที่มีสถานการณ์ต่อต้านการ
กีดกันทางการค้าแต่ข้อตกลงนี้ก็อนุญาตเฉพาะ ข้อยกเว้นภายใต้สถานการณ์ที่จำกัด
โดยทั่วไปอาจเข้าใจได้ว่า ระบบ MFN สามารถเกิดขึ้นในสถานการณ์ที่ประเทศ
ภาคีสมาชิกเปิดระบบอุตสาหกรรมให้ต่างประเทศได้เข้ามาหรือลดระดับของระบบ
การค้าในประเทศตัวเองลง ซึ่งใช้กับสินค้าที่มีลักษณะเหมือนกัน หรือบริการที่เหมือน
กันจากสมาชิกในองค์การการค้าโลกทุกประเทศ ไม่ว่าจะประเทศนั้นจะรวย จน หรือมี
สถานะทางเศรษฐกิจที่แข็งแกร่งหรืออ่อนแอเพียงใด

จากทั้งหมดที่เรากล่าวมาข้างต้นจะสามารถเข้าใจได้ว่า เขตการค้าเสรีสามารถ
ที่จะก่อให้เกิดประโยชน์มากมายแก่ประเทศภาคีสมาชิกหรือ เปรียบเสมือนเป็นเครื่อง
มือทางการค้าที่เท่าเทียม แต่ก็ยังก่อให้เกิดการแข่งขันของประเทศสมาชิกทุกประเทศ
ด้วย เหตุผลของระบบที่กล่าวมามีวัตถุประสงค์ให้ทุกๆอาณาประเทศได้มีเศรษฐกิจที่
มั่งคั่ง ไม่ใช่แค่เพียงการที่จะหารายได้จำนวนมากเข้าสู่ประเทศของตน แต่ยังคง
ต้องการที่จะเป็นผู้นำในตลาดโดยใช้แผนทางด้านราคาที่ลดลง หรือ ล้วงล้ำเข้าไปใน
ตลาดภายในประเทศ ดังที่ทราบกันว่า ทุกประเทศ สามารถตอบสนองแผนการดัง
กล่าวได้โดยเพิ่มกำแพงภาษีให้สูงขึ้นเพื่อที่จะป้องกันตลาดภายในประเทศของตัวเอง
ไม่ให้สินค้าของต่างประเทศเข้ามาในประเทศของตนเองมากเกินไป ดังนั้นจึงมีวิธีการ
หลากหลาย ซึ่งเป็นเครื่องมือขององค์การการค้าโลก ในการที่จะเป็นข้อยกเว้นที่จะ
ไม่ให้มีการค้าเสรีเพื่อป้องกันตลาดภายในประเทศของตนเอง ยกตัวอย่าง เช่น
มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาด (Anti-dumping) มาตรการการช่วยเหลือของรัฐบาล
(Government Trade Subsidization) และมาตรการป้องกันทางการค้า (Safeguard
Measure) เป็นต้น

มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาด (Anti-dumping)

ในกรณีขององค์การการค้าโลก ถ้าบริษัทส่งออกสินค้าในราคาที่ถูกลงกว่าสินค้า
ภายในประเทศ ในภาษาทางเศรษฐศาสตร์จะเรียกสถานการณ์นี้ว่าการทุ่มตลาด
(Dumping) จึงเป็นที่สงสัยว่ามาตรการตอบโต้การทุ่มตลาดของ องค์การการค้าโลก หรือ
Anti-Dumping เป็นมาตรการที่ดีหรือไม่ ในส่วนนี้จะมาวิเคราะห์ถึงมาตรการนี้ ว่า
มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาดคืออะไร และมีผลดี ผลเสียอย่างไรบ้าง



วิธีการ Anti-Dumping หรือมาตรการโต้ตอบการทุ่มตลาด วิธีการนี้จะเกิดขึ้นเมื่อตลาดในประเทศภาคีสมาชิก มีสินค้าของประเทศอื่นล้นตลาดของประเทศตัวเอง ซึ่งสามารถเข้าใจได้ว่า สินค้านำเข้ากำลังแข่งขันกับสินค้าภายในประเทศตัวเอง และอาจก่อให้เกิดความเดือดร้อนแก่สินค้าภายในประเทศได้ ดังนั้น องค์การการค้าโลก จึงมีนโยบายกำหนดมาตรการโต้ตอบการทุ่มตลาด ซึ่งอนุญาตให้ทุกประเทศสามารถที่จะขจัดความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นและมีผลกระทบต่อตลาดในประเทศของตนเอง เหตุที่ทำให้ตลาดภายในประเทศได้รับผลกระทบเพราะว่าราคาของสินค้าจากต่างประเทศมีราคาถูกลงกว่าซึ่งสามารถทำได้โดยการกีดกันทางการค้าในวิธีที่มีชื่อว่า แนวทางการตอบโต้ทุ่มตลาด (Ganguli B., 2008)

ปัจจุบัน วิธีการตอบโต้การทุ่มตลาด ได้กลายมาเป็นวิธีการยอมนิยมที่ประเทศส่วนใหญ่นิยมนำมาใช้ในประเทศของตนเอง หน้าที่ของวิธีการนี้คือการป้องกันและดำเนินการเพิ่มราคาสินค้านำเข้าให้มีราคาสูงขึ้น วิธีการนี้สามารถปรับระดับได้หลายระดับขึ้นอยู่กับความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นได้จากบริษัทภายในประเทศและสามารถนำมาใช้ดังเช่นวิธีการที่จะควบคุมการแข่งขันในอุตสาหกรรมภายในประเทศ แต่อย่างไรก็ตาม ในขณะเดียวกันวิธีการดังกล่าวสามารถมีผลกระทบบย้อนกลับไปยังประเทศที่นำเข้าและส่งออกสินค้าและยังคงมีผลต่อระบบของผู้บริโภคจากการที่ตลาดมีการแข่งขันน้อยลง ทำให้ตัวเลือกของผู้บริโภคมีน้อยลงและราคาสูงขึ้น (Cunnane J. and Stanbrook C., 1983)

การช่วยเหลือของรัฐบาล (Government Subsidization)

จุดประสงค์การช่วยเหลือของรัฐบาลกับมาตรการการทุ่มตลาด ต่างเป็นมาตรการที่เพิ่มราคาสินค้านำเข้าให้สูงขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม ทั้งสองมาตรการก็มีความแตกต่างกัน วิธีการทำงานของระบบมาตรการการทุ่มตลาด คือ เกี่ยวข้องกับนโยบายกำหนดราคาโดยผู้ส่งออกสินค้า แต่วิธีการทำงานของมาตรการช่วยเหลือของรัฐบาลนั้น ส่วนใหญ่ได้รับการช่วยเหลือจากรัฐบาลซึ่งรัฐบาลเป็นคนที่ช่วยเหลือวิธีการนี้เป็นวิธีการที่ได้รับการปฏิบัติต่อเนื่องกันมา การเจรจาของการสนับสนุนโดยรัฐบาล และวิธีการปฏิบัติได้มีหนังสือหลายเล่มได้อธิบายถึงวิธีการที่สำคัญของมาตรการนี้ ซึ่งในส่วนนี้จะได้นำเสนอเกี่ยวกับ ข้อดี ข้อเสียของมาตรการนี้

ในองค์การการค้าโลกยังมีวิธีการที่ประเทศภาคีสมาชิกสามารถที่จะนำมาใช้เป็น
ข้อยกเว้นของหลักการค้าเสรีเพื่อช่วยเหลือเศรษฐกิจของประเทศตัวเองด้วย วิธีการ
ดังกล่าวนี้ประเทศภาคีสมาชิกสามารถนำไปใช้ได้เช่นกัน ซึ่งเรียกว่า Government
Subsidization คือการที่รัฐเข้าไปอุดหนุนหรือส่งเสริมกิจการหรือสินค้าใดๆที่น่าจะ
มีประโยชน์ต่อประเทศเพื่อให้ธุรกิจนั้นเจริญเติบโตได้ต่อไป กรณีของการสนับสนุน
ของรัฐนั้นคือการที่รัฐนำเงินจากคลังที่ใช้ในการบริหารประเทศมาช่วยเหลือโดยทำ
หน้าที่เป็นผู้บริโภค คือซื้อสินค้าของประเทศตนเองหรือ รัฐบาลอาจให้การชดเชย
ความเสียหายแก่ผู้ประกอบการหรือผู้บริโภคเพื่อช่วยเหลือประชาชนของตัวเอง แต่
ก็ได้มีเงื่อนไขของการช่วยเหลือในกรณีพิเศษของผู้รับความช่วยเหลือในบางกรณี ซึ่ง
สามารถยกตัวอย่างได้โดยการดำเนินการที่ทางรัฐบาลได้เสนอความช่วยเหลือโดยการ
ที่รัฐบาลให้การตอบแทนในการแข่งขันทางอุตสาหกรรม และผู้บริโภคสามารถได้รับ
สินค้าหรือบริการที่ถูกกว่าราคาตลาดโลก(Clements B., Hugounenq R. and
Schwartz G., 1995) มาตรการของการสนับสนุนของรัฐนั้นสามารถทำได้หลายรูป
แบบของการช่วยเหลือ ในกรณีดังกล่าวนี้สามารถยกตัวอย่างให้เข้าใจได้ง่าย คือ การ
สนับสนุนสินค้าที่ส่งออกไปที่ได้เสนอในโครงการเพื่อรับการชำระเงินซึ่งได้ทำขึ้นเพื่อ
เติมเต็มการค้าของประเทศเท่านั้น อย่างไรก็ตาม ถ้าโครงการดังกล่าวไม่สามารถสำเร็จ
ลุล่วงไปได้ ก็ยังคงสามารถทำได้โดยการให้เงินสด หรือรองจนกว่าวิธีการจะสำเร็จลุล่วง
ไปด้วยดีและกลายมาเป็นการช่วยเหลือทางเครดิตจากทางรัฐบาล เมื่ออัตราดอกเบี้ย
ของรัฐบาลถูกกว่าอัตราดอกเบี้ยของตลาด

มาตรการป้องกันทางการค้า (Safeguard)

ในองค์การการค้าโลก สมาชิกสามารถนำมาตราการการป้องกันทางการค้ามาใช้
เพื่อป้องกันตลาดภายในประเทศของตนเองได้จากการเพิ่มราคาสินค้านำเข้าที่ต้องการ
จะป้องกันหรือถูกคุกคามจากสินค้านำเข้าที่มาจากเมืองตลาดท้องถิ่น ยกตัวอย่าง
มาตรการการป้องกันสินค้าซึ่งประเทศสามารถจำกัดสินค้านำเข้าเข้ามาในช่วงเวลาใด
เวลาหนึ่ง ดังที่สามารถเข้าใจได้ว่า มาตรการของการป้องกันสินค้าซึ่งสามารถเข้าใจ
ได้ว่าเป็นเขตสี่เทา ในส่วนนี้จะอธิบายถึงมาตรการป้องกันตนเองว่ามีวิธีการอย่างไร



ในกรณีของมาตรการป้องกันตนเองนั้น ข้อ 19 ของข้อตกลงทั่วไปว่าด้วยภาษีศุลกากรและการค้า ได้บัญญัติไว้ว่าเมื่อประเทศต้องการป้องกันตลาดภายในประเทศของตนเอง ประเทศเหล่านั้นสามารถทำได้โดยใช้วิธีหลีกเลี่ยงจากวิกฤติการณ์ดังกล่าว ซึ่งสามารถเข้าใจได้ว่า Safeguard คือ มาตรการปกป้องการนำเข้าสินค้าที่เพิ่มขึ้น ซึ่งถือเป็นข้อยกเว้นของเขตการค้าเสรีเพื่อที่จะกีดกันบริษัทต่างชาติที่จะเข้ามาตีตลาดการค้าภายในประเทศของตนเอง วิธีดังกล่าวสามารถใช้ในสถานการณ์ที่สินค้าต่างประเทศได้เข้ามาในประเทศของตนเองมากเกินไปจนทำให้ตลาดภายในประเทศของตนเองได้รับความเสียหาย ซึ่งวิธีการนี้สามารถทำได้โดยการสร้างกำแพงภาษีของประเทศตัวเอง (WTO Appellate Body Report, 2009)

ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นว่ามีเหตุผลหลายอย่างที่เป็เหตุผลว่าทำไมข้อยกเว้นขององค์การการค้าโลกสำคัญมากพอที่ผู้เขียนจะนำมาเขียนเป็นบทความฉบับนี้ เป็นที่แน่นอนอยู่แล้วว่าสมาชิกส่วนใหญ่ขององค์การการค้าโลกคือ ประเทศที่กำลังพัฒนาและเป็นเรื่องธรรมดาสำหรับประเทศที่กำลังพัฒนาที่จะมีปัญหาเกี่ยวกับระบบเศรษฐกิจภายในประเทศของตนเอง เหตุผลของเรื่องนี้อาจเป็นเพราะ ประเทศเหล่านั้นต้องการที่จะพัฒนาประเทศของตนเองหรือเศรษฐกิจของประเทศของตนเอง แต่ประเทศเหล่านั้นไม่มีแหล่งเงินทุนมากพอที่จะสนับสนุน หรือแม้กระทั่งทำให้ประเทศของตนเองก้าวหน้า ดังนั้น จึงเป็นเรื่องที่เป็นไปได้ยาก สำหรับประเทศเหล่านั้นที่จะ พัฒนาประเทศของตนเองและกลายเป็นประเทศที่ประสบความสำเร็จทางเศรษฐกิจ แต่อย่างไรก็ตาม ข้อยกเว้นขององค์การการค้าโลก สามารถเป็นเครื่องมือสำหรับประเทศที่กำลังพัฒนาที่จะพัฒนาตลาดภายในของประเทศตัวเอง เหตุผลนั้นอาจเป็นเพราะว่า ประเทศที่พัฒนาแล้วย่อมมีเงินทุนเป็นจำนวนมาก สำหรับลงทุนและสามารถที่จะควบคุมราคาตลาดได้ ดังนั้น ราคาตลาดภายในประเทศของประเทศที่กำลังพัฒนาจะไม่สามารถที่จะดำรงอยู่ได้เพราะผู้บริโภครภายในประเทศ ต้องการซื้อสินค้านำเข้าจากบริษัทต่างชาติเพราะราคาถูกกว่าราคาสินค้าที่ผลิตจากในประเทศตัวเอง หากเราใช้วิธีการดังกล่าว สามารถที่จะช่วยเหลือตลาดภายในประเทศได้และสามารถทำให้ดำรงอยู่ซึ่งตลาดภายในประเทศและเพิ่มโอกาสของประเทศที่กำลัง

พัฒนา เพื่อพัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศตนเองจะไม่สามารถใช้ “ปลาใหญ่กินปลาเล็ก” ได้ในกรณีนี้อีกต่อไป คำว่า โอกาสจะไม่เป็นเพียงแค่อีกโอกาสสำหรับประเทศที่กำลังพัฒนา ที่องค์การการค้าโลกได้กล่าวไว้มาโดยตลอดว่า ทุกประเทศสามารถที่จะใช้ได้จริง ทุกๆ ตลาดในโลกใบนี้สามารถที่จะใช้โอกาสนี้กอบโกยผลประโยชน์ให้ได้มากที่สุด (Mavroidis P. C., Messerlin P. A. and Wauters J. M., 2008)

บทสรุป

เราสามารถเข้าใจได้ว่าวิธีการของประเทศต่างๆ ในโลกที่จะป้องกันตลาดการค้าภายในประเทศของตนเองนั้นมีวิธีที่นิยมใช้กัน 3 วิธี คือ Anti-Dumping , Government Subsidization and Safeguard measure ทุกวิธีการมีทั้งประโยชน์และเสียประโยชน์ เหมือนเหรียญที่มีสองด้าน แต่วิธีการไหนจะดีกว่ากันก็ต้องพิจารณาอีกครั้ง

เริ่มต้นด้วย มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาด (Anti-Dumping) เมื่อเกิดวิกฤตการณ์การทุ่มตลาดภายในประเทศของตนเอง หรือที่เราเข้าใจคือการที่การบริษัทต่างชาติขายสินค้าในต่างประเทศต่ำกว่าราคาสินค้าภายในประเทศ ซึ่งชัดเจน อยู่แล้วว่า ผู้บริโภคจะต้องเลือกสินค้าที่มีราคาต่ำกว่า และซื้อสินค้าที่มี ดังนั้น สินค้าที่ผลิตในประเทศจึงไม่สามารถจะขายได้จึงเรียกว่า การทุ่มตลาด รัฐบาลอาจใช้วิธีการตอบโต้การทุ่มตลาด ซึ่งถือว่าเป็นวิธีที่ดีที่สุด ที่ภาคีสมาชิกขององค์การการค้าโลกจะนำมาใช้ เหตุผลที่วิธีการนี้ถือว่าเป็นวิธีที่ดีที่สุด คือ ไม่จำกัดระยะเวลาในการที่จะทำมาตรการต่อต้านการทุ่มตลาด เพราะตราบเท่าที่รัฐบาลยังสามารถสะท้อนความเสียหายที่เกิดขึ้นแก่ประเทศของตน ก็ยังคงสามารถใช้วิธีการดังกล่าวได้อยู่

แต่อีกด้านหนึ่ง คือ คือวิธีการ Government Subsidization หรือ Safeguard Measure วิธีการดังกล่าวมีส่วนดีแล้วก็ส่วนเสียที่แตกต่างกันออกไป เริ่มต้นด้วย วิธีการให้เงินอุดหนุนการลงทุนจากรัฐ ในกรณีที่จะใช้วิธีนี้ รัฐบาลจำเป็นต้องสนับสนุนผู้ผลิต และผู้บริโภคโดยมอบเงินลงทุนของรัฐบาล และเงินลงทุนนี้ จะเป็นเงินได้จาก ภาษี หรือการค้าภายในประเทศที่จำเป็นต้องใช้เงินจำนวนนี้ในการบริหารประเทศแทนที่จะนำไปใช้ในเรื่องอื่น ยิ่งไปกว่านั้น แต่การใช้วิธีการนี้ รัฐบาลมีความจำเป็นต้องตัดเส้นเลือดใหญ่ของตัวเองเพื่อที่จะช่วยเหลือสนับสนุนผู้ผลิต หรือ



ผู้บริโภค แต่ถือเป็นการแก้ปัญหาที่ปลายเหตุเพราะไม่มีทางที่จะช่วยแบบนี้ได้ตลอดไป จึงถือเป็นการแก้ปัญหาที่ไม่ยั่งยืน วิธีการนี้สามารถใช้ได้ แต่ก็ต้องมีวันหยุดเพราะ อาจจะทำให้ประเทศสูญเสียงบประมาณในการบริหารประเทศในด้านอื่น หลังจากที่มีรัฐบาลใช้นโยบายนี้แล้ว เป็นไปได้ที่รัฐบาลอาจจะล้มละลายได้หรืออาจจะหมดงบประมาณที่จะพัฒนาประเทศของตนต่อไป แม้ว่าจะเป็นอย่างนี้สาธารณชนที่ทุกคนในประเทศมีหน้าที่ที่จะต้องชำระก็ตาม ดังนั้น วิธีการดังกล่าวสามารถที่จะก่อให้เกิดปัญหาในประเทศนั้นได้ อาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่ประเทศมากกว่าที่เป็นอยู่เดิม

ส่วนมาตรการการป้องกันสินค้าที่เพิ่มขึ้น ก็เป็นเรื่องที่มีทั้งข้อดีและข้อเสีย เริ่มต้นด้วยเรื่องของระยะเวลาของการใช้มาตรการนี้ ซึ่งถือเป็นข้อเสียของมาตรการนี้ก็ได้ ดังที่เราเข้าใจว่า วิธีการของมาตรการนี้ ถ้าใช้กับสินค้า Y เป็นระยะเวลาสามปี ประเทศนั้นก็ไม่สามารถที่จะใช้มาตรการนี้ซ้ำกับสินค้าตัวเดิมได้อีกเป็นระยะเวลาสามปี อีกเช่นกันแม้ว่า บางประเทศที่กำลังพัฒนาสามารถใช้วิธีนี้ได้สูงที่สุดถึง สิบปี ในบางกรณีเป็นพิเศษ แต่ที่ก็ต้องการระยะห่างบ้างเป็นบางครั้ง ซึ่งเป็นช่วงที่จะไม่ใช้วิธีการนี้ต่อไป ซึ่งถือว่ามีการพักใช้มาตรการดังกล่าว ประเทศดังกล่าวนั้น สามารถที่จะปฏิบัติใช้มาตรการนี้เพื่อหยุดยั้งวิกฤติได้เฉพาะชั่วระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง และต้องพักช่วงก่อนที่จะมาใช้วิธีนี้ได้อีกครั้งหนึ่ง ยิ่งไปกว่านั้น เมื่อรัฐบาลใช้มาตรการนี้ เพื่อสินค้าชนิด X โดยเฉพาะก็สามารถทำได้โดยการสร้างกำแพงภาษีของสินค้า X ที่นำเข้าจากประเทศอื่นให้สูงขึ้น แต่ก็มีคามจำเป็นที่จะต้องลดกำแพงภาษีของสินค้าตัวอื่นในประเทศด้วย ซึ่งเราเข้าใจได้ว่าการใช้นโยบายนี้ หากจะได้รับสิ่งใดมา เราอาจจะต้องสูญเสียสิ่งใดไป เป็นการตอบแทน หรือ อาจกล่าวได้ง่ายๆ ว่าของฟรีไม่มีในโลก และก่อนที่จะใช้มาตรการดังกล่าวมีความจำเป็นที่จะต้องแสดงให้เห็นว่าประเทศมีความจำเป็นที่จะต้องใช้มาตรการดังกล่าว เพราะเกิดความเสียหายแก่ประเทศของตนเพียงใด ดังนั้นวิธีการดังกล่าวอาจก่อให้เกิดประโยชน์กับสินค้าบางประเภท แต่ก็อาจก่อให้เกิดความเสียหายกับสินค้าอีกประเภทได้เช่นกัน (Mavroidis P. C., Messerlin P. A. and Wauters J. M., 2008)

เอกสารอ้างอิง

- Bagwell K. and Staiger R.W., (2002). *The Economic of World Trading System*. London : MIT Press, Cambridge.
- Bossche P. V. D., (2008). *The Law and Policy of the World Trade Organization*. 2nd edn. London : Cambridge University Press.
- Bown C. P. and McCulloch R., (2003). Non Discrimination and the WTO agreement on Safeguards. *World Trade Review*, 3, 1-22.
- Clements B., Hugounenq R. and Schwartz G., (1995). *Government Subsidies : Concepts, International Trends, and Reform Options*. (IMF Working Paper)
- Council of the European Union. (2010). *Council Regulation (EC) No 384/96 of 22 December 1995 on protection against dumped imports from countries not members of the European Community*. LUXEMBOURG : EU Publication.
- Cunnane J. and Stanbrook C., (1983). *Dumping and Subsidies*. n.p. : European Business Publications.
- Cuyvers L. and Dumont M., (2005). EU anti-dumping measure against ASEAN countries : Impact on trade flows. *Asian Economic Journal*, 19, 249- 271.
- Faraidoon R. and Salehizadeh M., Dumping : The influence of currency Movements. *The Journal of World Trade*, 181(28),3.
- Farr S., (1998). EU anti-dumping Law : *Pursuing and defending Investigations*. Copenhagen : Business School Press
- Ganguli B., The Trade effect of Anti-dumping Actions. *Review of International Economic*. 16 (5), 930-941.
- Gupta R. K., (1996). *Anti-dumping and countervailing Measures*. London : Response book.



- Hoekman B. and Kostecki M. M., (2001). *The Political Economy of the world trading system*. Oxford : Oxford University Press.
- Horn H., Mavroidis P. C. and Sapir A., (2009). *Beyond the WTO? An anatomy of EU and US preferential trade agreements*. Brussels, Belgium : Bruegel.
- Konings J. and Vandenbussche H., (2008). Heterogeneous Responses of firms to trade Protection. *Journal of International Economic*, 76, 371-183.
- Kostecki M. M., (1991). Marketing strategic between dumping and anti-dumping action. *European Journal of Marketing*, 2.
- Mavroidis P.C., Messerlin P. A. and Wauters J. M., (2008). *The Law and Economics of Contingent Protection in the WTO*. Massachusetts : Edward Elgar Publishing Limited.
- Niels G., (2000). What is anti-dumping policy really about?. *Journal of Economic Survey*. 14(4),467-492.
- Prusa T., (1992). Why are so many anti-dumping petitions withdraws?. *Journal of International Economic*, 33, 1-20
- Trebilcock M. J., (1995). *The regulation of International Trade*. 3edn. London : Routledge.

บทที่

4

ภาวะผู้นำขององค์การสมัยใหม่

Leadership of Modern Organization

ปิยะพงษ์ ทองดี

Piyaphong Thongdi





ภาวะผู้นำขององค์การสมัยใหม่¹

Leadership of Modern Organization

ปิยะพงษ์ ทองดี²

Piyaphong Thongdi

บทคัดย่อ

ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีส่งผลให้ข้อมูลข่าวสารไหลเวียนอย่างรวดเร็ว สภาพแวดล้อมในด้านต่างๆ มีความซับซ้อนขึ้น ทุกองค์การจึงต้องหาทางปรับเปลี่ยนตนเอง และพัฒนาบุคลากรให้มีศักยภาพรวมไปถึงการมีบุคลากรที่มีภาวะผู้นำมากขึ้น เพื่อให้้องค์การสามารถปรับตัวเพื่อความอยู่รอดพร้อมกับรักษาประสิทธิภาพขององค์การที่ดี ทฤษฎีภาวะผู้นำมีหลายทฤษฎี สามารถแบ่งได้ 5 กลุ่ม คือ ทฤษฎีภาวะผู้นำด้านคุณลักษณะ ทฤษฎีภาวะผู้นำด้านพฤติกรรมนิยม ทฤษฎีภาวะผู้นำด้านทวิปฏิสัมพันธ์ ทฤษฎีภาวะผู้นำด้านสถานการณ์ และทฤษฎีภาวะผู้นำด้านการสร้างแรงบันดาลใจ ซึ่งแต่ละทฤษฎีต่างมีจุดเด่นและจุดด้อยของตนเอง จึงเป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้ทฤษฎีภาวะผู้นำมีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย โดยทฤษฎีภาวะผู้นำส่วนใหญ่เป็นไปในเชิงภาวะผู้นำของผู้นำมากกว่าที่จะเป็นทฤษฎีในเชิงภาวะผู้นำขององค์การ ภาวะผู้นำเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพขององค์การ หากองค์การมีคนที่มีความภาวะผู้นำจำนวนมากก็ย่อมส่งผลต่อประสิทธิภาพขององค์การที่สูงขึ้น

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของดุชนีพนธ์ เรื่อง ภาวะผู้นำกับประสิทธิภาพของศาลยุติธรรม หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุชนีบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

² นักศึกษาระดับปริญญาเอก หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุชนีบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก ที่อยู่ 91/86 ถนนสุวินทวงศ์ แขวงมีนบุรี เขตมีนบุรี 10510 โทรฯ : 065 5171172 email : archcrusader@hotmail.com

คำสำคัญ : ภาวะผู้นำ; ภาวะผู้นำขององค์การสมัยใหม่; ประสิทธิภาพองค์กร

Abstract

The advancement of modern technology resulted in the rapid flow of information and more complex environment. The organization, therefore, needed to adjust and develop their personnel to have leadership competencies, diversify and be flexible to sustain the organizational effectiveness. The leadership theories consist of five groups, these are Trait Leadership Theories; Behavioral Leadership Theories; Interactive Leadership Theories; Situational Leadership Theories; and Inspirational-Motivation Leadership Theories. Each theory has both distinctive and weak points. As a result, the leadership theories have been changed and developed as time passed by. The majority of the leadership theories emphasized more on the leadership of the leaders than on the leadership of the organization. Leadership factors influence toward the organizational effectiveness. The organization with lots of personnel possessed with leadership competencies would increase the organizational effectiveness.

Keywords : Leadership; Leadership of Modern Organization; organizational effectiveness

บทนำ

ภาวะผู้นำเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ผู้บริหารสามารถบริหารองค์การได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น จึงทำให้มีผู้สนใจศึกษาแนวคิดนี้จำนวนมาก งานวิจัยต่างๆ มักนำปัจจัยด้านภาวะผู้นำไปใช้วัดประสิทธิภาพองค์กรเพื่อพิสูจน์สมมติฐานอยู่เสมอ เราอาจกล่าวได้ว่า ภาวะผู้นำที่ดีคือ ภาวะผู้นำที่มีประสิทธิภาพ หรือทำให้ประสิทธิภาพองค์กรสูงขึ้น สภาพการเป็นผู้นำและผู้ตามเป็นบทบาทพื้นฐานในสังคมมนุษย์ที่สลับสับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ตลอดเวลา บุคคลที่เป็นผู้นำล้วนเคยเป็นผู้ตามมาก่อน แม้องค์กรจะมีผู้นำที่ดีแต่ความสำเร็จขององค์กรไม่อาจเกิดขึ้นได้ หากขาดผู้ตามที่ดี



มีประสิทธิผลในการปฏิบัติงานต่างๆ ผู้นำและผู้ตามทุกคนมีความรับผิดชอบทั้งต่อตนเองและองค์กร ผู้ตามมีบทบาทช่วยอำนวยความสะดวกและสนับสนุนผู้นำในการปฏิบัติงาน องค์กรที่ดีจึงต้องมีทั้งผู้นำและผู้ตามที่มีประสิทธิผล ผู้ตามเป็นคนส่วนใหญ่ในองค์กรเมื่อเทียบกับผู้นำที่เป็นเพียงคนส่วนน้อย แต่ผลการศึกษาเชิงวิชาการกลับให้น้ำหนักประสิทธิผลองค์กรอยู่กับผู้นำมากกว่าผู้ตาม เพราะมีพื้นฐานความคิดที่สืบทอดกันมาว่า ภาวะผู้นำของผู้นำเป็นอิทธิพลสำคัญต่อประสิทธิผลองค์กร แต่ในยุคสมัยใหม่ที่มีความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสร้างความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จึงควรต้องปรับเปลี่ยนแนวคิดด้านภาวะผู้นำให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนไปว่า ภาวะผู้นำไม่ใช่เรื่องของผู้นำแต่เป็นเรื่องของทุกคนในองค์กร ผู้นำและผู้ตามที่ดีควรมีบทบาทเชิงรุกในทางสร้างสรรค์ สามารถบริหารจัดการงานได้ด้วยตนเองและเกิดผลในทางที่ดีขึ้น ซึ่งสิ่งนี้เป็นบทบาทและคุณลักษณะของคนที่มีภาวะผู้นำ ผู้บริหารควรพัฒนาให้ผู้ตามมีความพร้อมในการปรับเปลี่ยนตนเองไปสู่บทบาทที่ต้องแสดงภาวะผู้นำที่มีประสิทธิผลในอนาคตเพื่อความอยู่รอดและการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร

ทฤษฎีภาวะผู้นำ

ภาวะผู้นำมีคำนิยามที่หลากหลาย แต่มีองค์ประกอบพื้นฐานเหมือนกัน (Northouse, 2012) ดังนี้

- 1) เป็นเรื่องของปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้นำกับผู้ตาม
- 2) เกี่ยวข้องกับการมีอิทธิพล (Influence) ภาวะผู้นำจะไม่เกิดขึ้นหากผู้นำไม่มีอิทธิพลต่อผู้ตาม
- 3) เกิดขึ้นในบริบทของกลุ่ม (Group Context) การนำตนเอง (Lead Themselves) ไม่ใช่การนำผู้อื่นจึงไม่ถึงเป็นภาวะผู้นำ
- 4) เป็นไปเพื่อการบรรลุเป้าหมาย (Goal Attainment) โดยผู้นำมีหน้าที่การนำหรือกำกับดูแลสมาชิกให้ปฏิบัติงานเพื่อบรรลุเป้าหมายของกลุ่ม

ทฤษฎีภาวะผู้นำเป็นชุดความคิดหรือมโนทัศน์ (Concepts) ที่มีการพัฒนาไปตามยุคสมัย สามารถแบ่งกลุ่มได้ดังนี้

- 1) ทฤษฎีภาวะผู้นำด้านคุณลักษณะ (Trait) เน้นการหาคุณลักษณะของผู้นำเปรียบเทียบกับบุคคลที่ไม่ใช่ผู้นำ (Robbins, 2005: 333) ตลอดจนหาความแตกต่าง

ด้านคุณสมบัติระหว่างผู้นำที่มีประสิทธิผลกับผู้นำที่ไม่มีประสิทธิผล (Stoner, Freeman and Gilbert, 1996 : 471-472) แนวคิดนี้เริ่มขึ้นในปี 1930 - 1940 ได้รับอิทธิพลมาจากแนวคิดมหาบุรุษ (Great man Theory) ของกรีกโบราณที่เชื่อว่าภาวะผู้นำเป็นสิ่งวิเศษเหนือผู้อื่นติดตัวมาแต่กำเนิด

2) ทฤษฎีภาวะผู้นำด้านพฤติกรรมนิยม (Behavior) แนวทางนี้เริ่มประมาณปี 1940 - 1960 โดยจำแนกประเภทผู้นำจากพฤติกรรมที่แสดงออก การศึกษาตามแนวทางนี้มีหลายทฤษฎี เช่น Leadership Functions, Leadership Styles, The Ohio State Studies, University of Michigan Studies, The Managerial Grid

3) ทฤษฎีภาวะผู้นำด้านทวิปฏิสัมพันธ์ (Interactive) เน้นความสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยนระหว่างผู้นำกับผู้ตาม โดยผู้ตามแต่ละคนมีการรับรู้และตีความคุณลักษณะของผู้นำไม่เหมือนกัน และต่างมีอิทธิพลต่อกันผ่านพฤติกรรมที่แต่ละฝ่ายแสดงออก เช่น ลักษณะความมั่นใจในตนเองของผู้นำ ผู้ตามบางคนอาจมองว่าผู้นำมีความเชื่อมั่นสูง ขณะที่บางคนอาจมองว่าผู้นำคือร้อนไม่ยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น ทฤษฎีนี้ได้รับการพัฒนาต่อยอดมาจากทฤษฎีภาวะผู้นำด้านพฤติกรรมนิยม

4) ทฤษฎีภาวะผู้นำด้านสถานการณ์ (Contingency) อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของภาวะผู้นำกับสถานการณ์ แบบของภาวะผู้นำมีความแตกต่างกันตามสถานการณ์ ลักษณะผู้นำในแต่ละแบบจะสร้างบรรยากาศในการทำงานที่แตกต่าง การเลือกใช้ลักษณะผู้นำแบบใดต้องพิจารณาตามความเหมาะสมของสถานการณ์ หากภาวะผู้นำกับสถานการณ์เข้ากันได้เหมาะสมก็ถือว่าเป็นภาวะผู้นำที่มีประสิทธิผล ภาวะผู้นำในทฤษฎีนี้มีความเป็นพลวัตปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ การศึกษาแนวทางนี้มีหลายทฤษฎี เช่น Hersey and Blanchard's Situational Leadership Model, The Fiedler Model, Path-goal Model, Leader Participation Model

5) ทฤษฎีภาวะผู้นำด้านการสร้างแรงบันดาลใจ (Inspiration) ซึ่งอธิบายว่าภาวะผู้นำเป็นเรื่องที่ผู้นำสร้างแรงบันดาลใจกับผู้ตามผ่านการใช้ภาษา ความคิด และพฤติกรรมที่โดดเด่น ทฤษฎีนี้เป็นรากฐานสำคัญในการศึกษาภาวะผู้นำในปัจจุบัน โดยนำเอาทฤษฎีภาวะผู้นำด้านคุณลักษณะ ด้านพฤติกรรมนิยม ด้านทวิปฏิสัมพันธ์ และด้านสถานการณ์มาบูรณาการเข้าด้วยกัน ตัวแบบที่สำคัญ คือ ภาวะผู้นำเชิงบารมี



(Charismatic Leadership) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนสภาพ (Transformational Leadership) (Robbins, 2005 : 363-368) และภาวะผู้นำเชิงจริยธรรม (Ethical Leadership)

ภาวะการณำสมัยใหม่

ทฤษฎีภาวะผู้นำส่วนใหญ่มีมุมมองว่า ภาวะผู้นำเป็นเรื่องของผู้นำหรือคนที่มีตำแหน่งเป็นผู้บริหาร แต่มีบางทฤษฎีที่กล่าวถึงภาวะผู้นำในบริบทที่กว้างออกไป Belasco and Stayer (1993: 16-17) นำเสนอทฤษฎีควายบิน (Theory of Buffalo Fly) ที่มีการเปรียบเทียบพฤติกรรมการบริหารงานในแบบเก่าว่า มีลักษณะคล้ายกับฝูงควาย (Head of Buffalo) ที่มีความซื่อสัตย์ จงรักภักดี และทำตามหัวหน้าฝูงโดยการยื่นล่อมหัวหน้าฝูงเพื่อรอคำสั่ง เมื่อหัวหน้าฝูงไม่อยู่พวกสัตว์เหล่านี้จะทำอะไรไม่ถูก เปรียบเหมือนกับการใช้อำนาจในแนวตั้งที่การตัดสินใจหลักอยู่กับผู้นำโดยผู้ตามไม่สามารถตัดสินใจได้เอง ต้องรอคำสั่งจากผู้นำก่อน Belasco and Stayer เสนอแนวคิดภาวะผู้นำแบบใหม่ (The New Leadership Concept) ว่าผู้นำมีภารกิจในการปรับปรุงประสิทธิภาพองค์กรพร้อมกับการพัฒนาศักยภาพของผู้ตาม 4 ประการดังนี้

1) ผู้นำต้องโอนความเป็นเจ้าของให้แก่ผู้ตาม (Transfer Ownership) หรือโอนความรับผิดชอบให้แก่ผู้ตาม สร้างจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อผลการปฏิบัติงานของผู้ตามโดยการฝึกอบรม ให้ความรู้ รวมทั้งปลูกฝังทักษะความเป็นผู้นำและประสิทธิภาพในการสั่งการให้แก่ผู้ตาม แม้จะมีภาวะเปลี่ยนแปลงตัวผู้นำหรือผู้นำไม่อยู่ปฏิบัติหน้าที่ งานขององค์กรสามารถขับเคลื่อนไปได้

2) ผู้นำต้องสร้างสิ่งแวดล้อม (Create Environment) ที่สะท้อนถึงการเป็นเจ้าของสำหรับผู้รับผิดชอบงานแต่ละคน เพื่อกระตุ้นให้ผู้ตามมีความรับผิดชอบต่อผลการปฏิบัติงานในขอบเขตความรับผิดชอบของเขาโดยไม่เข้าไปยุ่งเกี่ยว ผู้นำมีหน้าที่ให้คำปรึกษาแนะนำโดยปล่อยให้ผู้ตามหาวิธีแก้ไขปัญหาด้วยตนเองบ้าง และควรมีมาตรการป้องกันแก้ไขข้อผิดพลาดไว้ล่วงหน้า ทั้งจะต้องพยายามนำเอาจุดเด่นของผู้ตามแต่ละคนมาใช้ประโยชน์ในการเสริมสร้างภาวะผู้นำของผู้ตาม

3) ผู้นำต้องเป็นผู้ฝึกสอนผู้ตามในการพัฒนาขีดความสามารถของตนเองให้สูงขึ้น (Coach the Development of Personal Capability) โดยการแนะนำให้ผู้ตาม

สามารถปฏิบัติงานได้เอง และกระตุ้นให้มีความกระตือรือร้นที่จะพัฒนาผลการปฏิบัติงานให้ดีขึ้นอยู่เสมอ

4) ผู้นำต้องเรียนรู้อย่างรวดเร็วและส่งเสริมให้ผู้ตามเรียนรู้อย่างรวดเร็ว (Learn Faster) การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในยุคสมัยใหม่ทำให้บุคลากรทุกคนต้องมีความกระตือรือร้นในการเรียนรู้และพร้อมที่จะปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงเพื่อรักษาประสิทธิผลขององค์กร

แนวคิดของ Olson (1991) สัมพันธ์กับแนวคิดของ Belasco and Stayer ที่เปรียบเทียบการอยู่ร่วมกันของมนุษย์กับห่านป่า เมื่อห่านป่าบินระยะทางไกลมันเรียนรู้ว่า การบินเป็นรูปตัว V จะทำให้ห่านตัวหลังเหนื่อยน้อยลง วิธีนี้ทำให้พวกมันทั้งฝูงสามารถเพิ่มระยะทางในการบินได้ไกลขึ้นถึง 71% Olson เสนอบทเรียนที่ได้จากห่านป่า (Lessons From Geese) ดังนี้

บทเรียนที่ 1 เมื่อห่านป่าตัวใดแตกฝูงออกจากรูปตัววี มันจะรู้สึกถึงแรงปะทะของการบินเดี่ยว แล้วจะรีบบินกลับเข้าฝูงทันทีเพื่อให้ได้ประโยชน์จากพลังของห่านป่าตัวที่บินนำหน้า เปรียบเหมือนกับการที่คนเรามีเป้าหมายเดียวกันจะสามารถไปได้ถึงเป้าหมายเร็วขึ้น เพราะเดินทางด้วยพลังขับเคลื่อนที่เกื้อหนุนซึ่งกันและกัน

บทเรียนที่ 2 เมื่อห่านป่าตัวที่อยู่ด้านหลังซึ่งต้องรับแรงต้านสูงสุดมีอาการเหนื่อยล้า มันจะบินสลับไปอยู่ด้านหลังสุดเพื่อออกแรงน้อยที่สุด แล้วตัวอื่นจะบินสลับขึ้นมา นำหน้าฝูง เปรียบเหมือนกับการที่คนเรามีแนวคิดไปในทิศทางเดียวกัน เราจะยอมรับและให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

บทเรียนที่ 3 การบินสลับตำแหน่งมาอยู่ด้านหน้าเป็นการกระจายภาวะผู้นำและร่วมกันรับผิดชอบในการเดินทางไปสู่ความสำเร็จ เปรียบเหมือนกับการที่คนเราต้องพึ่งพาอาศัยกันทั้งในด้านความรู้ ความสามารถ ทักษะ และทรัพยากรต่างๆ

บทเรียนที่ 4 เมื่อห่านป่าตัวใดป่วย บาดเจ็บหรือถูกยิง จะมีห่านป่าบางตัวออกจากฝูงมาให้ความช่วยเหลือและคอยป้องกันภัยให้ มันจะอยู่ด้วยกันจนกว่าจะหายหรือตายจากกัน เมื่อหายดีแล้วพวกมันจะบินกลับเข้าฝูง ในขณะที่บินนั้นห่านป่าตัวหลังจะส่งเสียงให้กำลังใจตัวที่บินนำหน้า เปรียบเหมือนกับการทำงานเป็นทีมที่มีการชมเชยและให้กำลังใจกันอย่างสม่ำเสมอ จะทำให้ทีมมีความสามัคคีและมีพลังในการขับเคลื่อนไปสู่เป้าหมาย



บทเรียนที่ 5 หากเรามีความเอื้ออาทรกัน มีความสามัคคีกันเช่นห่านป่า เราจะอยู่เคียงข้างกันในยามลำบาก และในยามที่เราแข็งแรง

บทเรียนข้างต้นเป็นข้อเสนอแนะเชิงเปรียบเทียบสำหรับการอยู่ร่วมกันของมนุษย์ ต่อมา Hatch (2010) ได้นำแนวคิดดังกล่าวมาประยุกต์ใช้เป็นทฤษฎีทางการบริหารว่า ความเป็นผู้นำสมัยใหม่ควรมีลักษณะคล้ายกับฝูงห่านป่า ผู้บริหารควรพัฒนาผู้ตามให้สามารถเป็นผู้นำในงานที่ตนรับผิดชอบ และสนับสนุนให้ผู้ตามแก้ไขปัญหาได้ด้วยตนเอง ผู้บริหารควรช่วยส่งเสริมให้ผู้ตามทุกคนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเรื่องต่างๆ ส่งเสริมให้ทำงานกันเป็นทีม มีความสามัคคี และจุดมุ่งหมายเดียวกัน เพื่อประสิทธิผลองค์กรที่สูงขึ้น

ทฤษฎีควายบินและบทเรียนจากห่านป่ามีแนวคิดของการใช้ภาวะผู้นำร่วมกัน ไม่มีการแบ่งว่าภาวะผู้นำควรจะเป็นของบุคคลใดเป็นการเฉพาะ ภาวะผู้นำเป็นเรื่องส่วนรวมของกลุ่มไม่ใช่ของคนใดคนหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้อื่นแต่เพียงด้านเดียว (Wheatley, 1999:24) ทฤษฎีภาวะผู้นำที่สอดคล้องกับทฤษฎีควายบินและบทเรียนจากห่านป่าได้แก่ ทฤษฎีภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ (Formative Leadership Theory) และทฤษฎีการกระจายภาวะผู้นำ (Distributed Leadership Theory)

ทฤษฎีภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์เสนอว่า องค์กรสามารถมีบุคลากรที่มีภาวะผู้นำได้หลายคน ภาวะผู้นำไม่ได้เป็นเรื่องเฉพาะของผู้นำ ผู้ปฏิบัติงานหรือผู้ตามก็สามารถมีภาวะผู้นำได้ ในการทำงานเป็นทีมผู้ตามแต่ละคนมีบทบาทจำเป็นต้องใช้ภาวะผู้นำในลักษณะต่าง ๆ เพื่อจูงใจสมาชิกคนอื่นให้ปฏิบัติตาม ซึ่งบุคคลเหล่านี้สมควรที่จะมีภาวะผู้นำ หน้าที่ของผู้บริหารคือการสร้างโอกาสการเรียนรู้ให้แก่สมาชิกเพื่อเป็นช่องทางให้คนเหล่านี้ได้พัฒนาตนเองเข้าสู่การเป็นผู้นำที่สร้างสรรค์ (Ash and Persall, 2007)

ทฤษฎีการกระจายภาวะผู้นำ หรือทฤษฎีภาวะผู้นำแบบกระจายอำนาจเป็นวิวัฒนาการทางความคิดที่เปลี่ยนจากการให้ความสำคัญต่อผู้นำสูงสุดเพียงคนเดียวหรือกลุ่มคนส่วนน้อยในตำแหน่งบริหารไปสู่ภาวะผู้นำที่กระจายไปยังบุคคลอื่นทั่วองค์กรในลักษณะการสร้างสัมพันธ์แบบเครือข่าย ภาวะผู้นำเป็นเรื่องของพฤติกรรม (Behavior) มากกว่าบทบาท (Role) หรือตำแหน่ง (Position) ตามโครงสร้างองค์กร ภาวะผู้นำจึงไม่ควรถูกรับผิดชอบโดยผู้บริหารเพียงไม่กี่คน แต่ควรต้องกระจายการมีส่วนร่วมหรือกระจายภาวะผู้นำออกไปยังทุกคนในองค์กร

การกระจายภาวะผู้นำเป็นกระบวนการมีส่วนร่วมเพื่อเพิ่มศักยภาพและประสิทธิภาพในการทำงานของผู้ตามให้สูงขึ้น ซึ่งจะทำให้ประสิทธิผลองค์กรเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ Fullan (2003) กล่าวว่า ไม่มีบุคคลใดที่คาดหวังว่าต้องแสดงภาวะผู้นำได้ดีในทุกสถานการณ์ ผู้นำที่ดีต้องสร้างผู้นำที่ดีให้เกิดขึ้นในทุกระดับขององค์กรและสามารถสร้างผู้นำรุ่นต่อไปเพื่อรองรับความต้องการขององค์กรในอนาคต เมื่อผู้นำรุ่นต่อไปขึ้นสู่ตำแหน่งและมีความพร้อมในด้านภาวะผู้นำก็สามารถรักษาประสิทธิผลองค์กรไว้ได้อย่างต่อเนื่อง

ทฤษฎีภาวะผู้นำส่วนใหญ่ล้วนมีแนวคิดของการมีผู้นำเพียงคนเดียว (Single leader) ต่อผู้ตามจำนวนมาก และยึดผู้นำเป็นศูนย์กลางจากอิทธิพลทางเดียวคือจากผู้นำไปสู่ผู้ตาม แนวคิดเช่นนี้เป็นการละเลยหรือมองข้ามความเป็นไปได้ถึงการใช้ภาวะผู้นำร่วมกันของทีมงานเพื่อทำให้องค์กรมีประสิทธิผล (Barnes and Kriger, 1986) การที่ผู้ตามถูกแยกส่วนออกไปพิจารณาเป็นประเด็นเรื่องภาวะผู้ตาม (Followership) หรืออีกนัยหนึ่งเป็นการกีดกันผู้ตามออกจากการมีภาวะผู้นำโดยการสร้างทฤษฎีภาวะผู้ตามเข้ามาแทนที่ เป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้แนวคิดเกี่ยวกับผู้ตามไม่ได้รับความสนใจมากเท่าทฤษฎีเกี่ยวกับผู้นำ ประกอบกับคำว่า “ผู้ตาม” สะท้อนความหมายในเชิงลบแสดงถึงความอ่อนแอยอมตามผู้อื่น ทำให้ผู้คนส่วนใหญ่พยายามหลีกเลี่ยงการถูกมองว่าเป็นผู้ตาม ทั้งที่ความจริงแล้วผู้บริหารส่วนใหญ่จำเป็นต้องรับคำสั่งจากผู้บังคับบัญชาในระดับที่สูงขึ้นไป และปฏิบัติตามนโยบายในฐานะผู้ตามไปพร้อมๆ กับการเป็นผู้บริหารหน่วยงาน บุคคลหนึ่งอาจเป็นทั้งผู้นำและผู้ตามได้พร้อมกัน (Bjugstad, Thach, Thompson and Morris, 2006)

การศึกษาของ Marion and Uhl-Bien (2001) พบว่า ผู้ตามมีส่วนสำคัญในการสร้างภาวะผู้นำ ผู้ตามที่เป็นแบบอย่าง (Exemplary) ผู้ตามที่กล้าหาญ (Courageous) และผู้ตามที่เป็นดาวเด่น (Star) ซึ่งผู้ตามมีความสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร ดังนี้ (Chaleff, 2003)

1) ด้านการสนับสนุนภาวะผู้นำ ผู้บริหารทุกคนล้วนเคยเป็นผู้ตามหรือผู้ปฏิบัติงานมาก่อน พื้นฐานการเป็นผู้นำที่ดีเกิดจากการเป็นผู้ตามที่ดีก่อนเสมอ ผู้ตามที่มีประสิทธิผลจะมีศักยภาพในการเสริมสร้างภาวะผู้นำที่ดีเมื่อผู้ตามนั้นได้มีโอกาสเป็นผู้บริหารในอนาคต



2) ด้านการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ความก้าวหน้าในการปฏิบัติงานของผู้นำจำเป็นต้องอาศัยการสนับสนุนจากผู้ตาม วิสัยทัศน์ นโยบาย ตลอดจนแผนปฏิบัติงาน ถูกกำหนดโดยผู้บริหาร แต่การนำเข้าสู่การปฏิบัติให้เกิดขึ้นจริง ขึ้นอยู่กับศักยภาพและความร่วมมือของผู้ตาม แม้ผู้บริหารจะมีภาวะผู้นำที่เหมาะสม แต่หากผู้ตามขาดศักยภาพและไม่ได้รับการพัฒนาความรู้ความสามารถก็เป็นการยากที่จะนำนโยบายหรือวิสัยทัศน์ของผู้นำไปปฏิบัติให้ประสบความสำเร็จได้

3) ด้านสมรรถนะขององค์การ สำหรับองค์การที่มีสมรรถนะสูงจะมีองค์ประกอบพื้นฐานสำคัญคือ การมีผู้ปฏิบัติงานที่ดี มีศักยภาพและแสดงบทบาทของตนได้อย่างเหมาะสม

ทฤษฎีภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์และทฤษฎีการกระจายภาวะผู้นำมีจุดร่วมแนวคิดเดียวกันที่ว่า ทุกคนในองค์การสามารถมีภาวะผู้นำได้ การที่ทุกคนในองค์การมีภาวะผู้นำเป็นเรื่องที่พึงประสงค์สำหรับองค์การ ทั้งสองทฤษฎีดังกล่าวเป็นแนวคิดภาวะผู้นำในมิติของการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานระหว่างผู้นำกับผู้ตาม ผู้ตามได้เรียนรู้และพัฒนาภาวะผู้นำของตนผ่านวิสัยทัศน์ร่วม การทำงานเป็นทีม การมอบหมายงานให้ปฏิบัติ และผู้นำเป็นผู้กระตุ้นส่งเสริมให้ผู้ตามแสดงความเป็นผู้นำในเรื่องที่ได้รับมอบหมาย ทำให้เกิดความสมดุลระหว่างการควบคุมและการมีอิสระในการตัดสินใจ ซึ่งเป็นภาวะการณ์นำสมัยใหม่ที่สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจ สังคมและการเมืองในปัจจุบัน

ทฤษฎีภาวะผู้นำแบบเต็มเน้นคุณลักษณะหรือพฤติกรรมของผู้นำ แต่แนวคิดของ Belasco and Stayer, Oslon, ทฤษฎีภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ และการกระจายภาวะผู้นำได้ขยายขอบเขตภาวะผู้นำจากของผู้นำไปสู่รูปแบบที่เป็นภาวะผู้นำของทุกคนในองค์การ บุคลากรที่มีภาวะผู้นำคือ บุคลากรที่ช่วยสร้างประสิทธิผลให้กับองค์การ แนวคิดเช่นนี้จะทำให้องค์การมีบุคลากรที่มีประสิทธิผลเป็นจำนวนมาก การมองภาวะผู้นำขององค์การทำให้เกิดแนวคิดเรื่องภาวะผู้นำร่วม (Shared leadership) สมาชิกทุกคนมีความสามารถในการเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดี หมุนเวียนสับเปลี่ยนกันไปตามสถานการณ์ ภายใต้แนวคิดนี้ภาวะผู้นำจะอยู่ในทุกคนขององค์การไม่ว่าจะอยู่ในตำแหน่งหรือบทบาทใด (Glickman, Gordon and Ross, 2001)

ภาวะการณ์นำสมัยใหม่เป็นการเปลี่ยนมุมมองจากเดิมที่ว่า ภาวะผู้นำเป็นสิ่งที่จำเป็นเฉพาะผู้บริหาร มาเป็นมุมมองใหม่ว่า ภาวะผู้นำเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับทุกคนใน

องค์กร เปลี่ยนจากแนวคิดเดิมของการนำองค์กรโดยบุคคลเพียงไม่กี่คน มาเป็นการนำองค์กรโดยบุคลากรทุกคนเพื่อให้ทุกคนมีส่วนร่วมขับเคลื่อนองค์กรไปในทิศทางเดียวกัน การเปิดช่องให้ผู้ตามสามารถมีภาวะผู้นำได้ทำให้ผู้บริหารมีฐานะเป็นผู้นำของผู้นำ (Leader of Leaders) ไม่ใช่ผู้นำของผู้ตามเหมือนในอดีต หน้าที่ของผู้บริหารไม่เพียงแต่กำกับดูแลประสิทธิผลองค์กรเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการส่งเสริมการเรียนรู้ของบุคลากรที่มีบทบาท จำเป็นต้องใช้ภาวะผู้นำในปัจจุบันรวมไปถึงผู้ตามที่อาจสลับเปลี่ยนตำแหน่งเป็นผู้บริหารในอนาคต และภาวะการณ์นำสมัยใหม่นี้ผู้นำและผู้ตามต่างต้องพึ่งพาอาศัยกัน ไม่ใช่แต่เฉพาะผู้ตามที่ต้องพึ่งพาอาศัยผู้นำในการบรรลุเป้าหมายแต่เพียงฝ่ายเดียว

การที่ผู้บริหารยุคใหม่อยู่ในฐานะผู้นำของผู้นำ ผู้บริหารจึงต้องมีลักษณะเป็นผู้นำแบบเยียมยอดหรือมีภาวะผู้นำแบบเหนือชั้น (Transcendental Leadership) ด้วยระดับที่สูงส่งทั้งมิติด้านคุณธรรมและคุณลักษณะที่เหนือกว่าทฤษฎีภาวะผู้นำในแบบเดิม มีความเป็นเลิศทางด้านจริยธรรม หรือมีภาวะผู้นำแบบผู้รับใช้ (Servant Leadership) ซึ่งเป็นทฤษฎีภาวะผู้นำเชิงคุณธรรมที่ยึดผู้ตามเป็นศูนย์กลาง เน้นมิติด้านจิตใจ เป็นผู้นำทางการเรียนรู้ ทั้งจะต้องพยายามบูรณาการรูปแบบภาวะผู้นำที่หลากหลายเข้าด้วยกันโดยไม่อ้างอิงภาวะผู้นำที่มีประสิทธิผลอยู่กับทฤษฎีอันใดอันหนึ่ง มีการทำเพื่อความดีงามและเพื่อส่วนรวมในระดับที่สูงขึ้น เน้นการประสานความร่วมมือของเครือข่าย มีทักษะทางสังคมที่ดี สร้างการเปลี่ยนแปลงเพื่อตอบสนองต่อยุคสมัยใหม่

องค์กรสมัยใหม่

องค์กรสมัยใหม่และองค์กรสมัยเก่ามีลักษณะเหมือนกันที่ผู้บริหารส่วนใหญ่ทั้งในองค์กรราชการและเอกชนต่างมีภารกิจมาก บุคลากรเลื่อนตำแหน่งสับเปลี่ยนตัวตามวาระตลอดจนมีการเกษียณอายุเป็นประจำทุกปี ยุคสมัยก่อนองค์กรเผชิญกับสถานการณ์ที่คงเดิม ความเปลี่ยนแปลงอาจเกิดขึ้นอย่างช้าๆ ในเวลาอันสั้น บุคลากรทำงานเชิงรับเพราะไม่ต้องรับมือกับความเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว ทำให้มีการบริหารงานแบบรวมศูนย์อำนาจ มีโครงสร้างองค์กรที่ซับซ้อน บริหารจัดการแบบเคร่งครัดไม่ยืดหยุ่น เข้มงวดต่อกฎระเบียบ ผู้ปฏิบัติงานแต่ละคนรับผิดชอบงานเฉพาะด้านไม่ค่อยมีการสับเปลี่ยนหน้าที่ การให้คำตอบแทนขึ้นอยู่กับงานที่รับผิดชอบ ปฏิบัติงานโดยยึดติดกับเวลาและสถานที่



ส่วนองค์การสมัยใหม่ต้องเผชิญกับสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วตลอดเวลา ซึ่งเป็นผลมาจากการพัฒนาทางเทคโนโลยีและทำให้มีข้อมูลข่าวสารไหลเวียนอยู่ตลอดเวลา องค์การสมัยใหม่จึงมีการบริหารแบบกระจายอำนาจมากขึ้น มีโครงสร้างองค์การที่เรียบง่ายไม่ซับซ้อน ผู้ปฏิบัติงานมีการสับเปลี่ยนตำแหน่งหน้าที่อยู่เสมอ การให้ค่าตอบแทนขึ้นอยู่กับทักษะในการปฏิบัติงาน ทำงานโดยไม่ยึดติดกับเวลาและสถานที่เพราะสามารถใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องช่วยในการทำงานได้ ในยุคสมัยเช่นนี้บุคลากรต้องทำงานเชิงรุก จะปฏิบัติงานเชิงรับเหมือนในอดีตไม่ได้ การแก้ปัญหาหรือการปรับตัวที่ล่าช้าอาจทำให้องค์การไม่สามารถอยู่รอด การปฏิบัติงานในยุคสมัยใหม่ต้องมีการวางแผนโดยอาศัยข้อมูลที่ถูกต้องเพียงพอ ซึ่งจะนำไปสู่การคาดการณ์ที่แม่นยำ

สังคมแห่งยุคสมัยใหม่เป็นสังคมของการสร้างสรรค์และการเรียนรู้ ปัญหาต่างๆ มีความซับซ้อนและสร้างผลกระทบมากขึ้น องค์การต้องมีบุคลากรที่มีความสามารถในการจัดการกับความไม่แน่นอน สามารถปรับตัวได้ทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป รวมทั้งสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันเพื่อการประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย ภาวะการณ์นำองค์การสมัยใหม่ก็ต้องมีความแตกต่างจากยุคสมัยก่อนโดยการเพิ่มศักยภาพของบุคลากรเพื่อการเรียนรู้และสามารถทำงานที่เกี่ยวข้องได้อย่างรอบด้าน เน้นการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์อย่างรวดเร็ว มีแนวทางที่ทันสมัยเป็นพลวัตเพื่อรับมือกับความเปลี่ยนแปลง ซึ่งวิธีการหนึ่งที่องค์การสามารถทำได้คือ การพัฒนาบุคลากรที่มีภาวะผู้นำให้มีจำนวนมากขึ้น ซึ่งจะเป็นการเพิ่มสมรรถนะของบุคลากร เพื่อให้รับมือได้ทุกสถานการณ์

องค์การที่มีบุคลากรที่มีภาวะผู้นำจำนวนมากเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยสร้างและรักษาประสิทธิภาพ ผู้ตามที่มีภาวะผู้นำจะมีความคิดเชิงระบบ ทำงานแบบป้องกันเชิงรุกไม่ใช้การแก้ปัญหาเชิงรับ ตลอดจนจนมีความสามารถในการทำงานเป็นเครือข่าย ผู้บริหารจึงต้องพยายามใช้กระบวนการต่างๆ ที่สามารถกระตุ้นภาวะผู้นำในตัวผู้ตาม เพื่อให้ผู้ตามมีภาวะผู้นำที่หลากหลาย การบริหารทรัพยากรมนุษย์ให้พร้อมรับมือกับความกดดันและความซับซ้อนของสังคม เป็นกลไกสำคัญสำหรับการพัฒนาองค์การ และเป็นหลักประกันการอยู่รอดอย่างยั่งยืน บุคลากรคนใดแม้จะไม่ได้เป็นผู้นำ แต่หากบุคคลนั้นมีภาวะผู้นำย่อมเป็นบุคคลที่ประสบความสำเร็จในการทำงานและการดำเนินชีวิต มีทักษะในการบริหารจัดการตนเอง สามารถประสานงานกับบุคคลรอบข้างได้ดี

แนวคิดสมัยใหม่มองว่า องค์กรการเป็นสิ่งมีชีวิตที่สามารถพัฒนาและมีความคิดของตัวเอง การที่องค์กรจะคิดได้เองเกิดจากการมีกระบวนการที่ทำให้คนคิดได้อย่างอิสระ มีการสื่อสารที่นำไปสู่การเรียนรู้จนกลายเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) องค์กรแต่ละแห่งมีความแตกต่างกัน การบริหารองค์กรที่ดีจึงเป็นเรื่องที่ต้องทำให้องค์กรมีความยืดหยุ่น คล่องตัว สามารถปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมได้มากที่สุด การปรับเปลี่ยนองค์กรให้เหมาะสมจะทำให้องค์กรสร้างประสิทธิผลที่สูงขึ้น ผู้บริหารควรพัฒนาตนเองให้มีศักยภาพและพัฒนาคุณลักษณะที่สอดคล้องกับบทบาท ตลอดจนเรียนรู้ที่จะสลับบทบาทการเป็นผู้นำและผู้ตามควรเป็นผู้ใช้การนำควบคุมไปกับการจัดการอย่างเหมาะสมตามสภาพการณ์ (อุษณีย์ มงคลพิทักษ์สุข, 2556)

แม้ผู้นำกับผู้ตามในยุคสมัยใหม่จะมีความแตกต่างกันในบทบาทหน้าที่ แต่คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้นำที่ดีที่จะทำให้เกิดประสิทธิผลองค์กรกลับเป็นคุณลักษณะเดียวกันกับที่พบในผู้ตามที่มีประสิทธิผล (Effective Follower) เช่น คุณลักษณะด้านการริเริ่ม ความสามารถในการพึ่งพาตนเอง ความผูกพันต่อเป้าหมายร่วม ความกล้าตัดสินใจ ความมีน้ำใจ ความสามารถในการสร้างความเจริญก้าวหน้าให้กับองค์กร ผู้ตามแบบมีประสิทธิผลเป็นคุณลักษณะของผู้ปฏิบัติงานที่ทุกองค์กรต้องการ (Chaleff, 2003) องค์กรสมัยใหม่จะปรับตัวได้ดีจำเป็นต้องอาศัยบุคลากรที่มีคุณลักษณะเหล่านี้

แนวคิดภาวะผู้นำแต่เดิมไม่ได้ถูกอ้างอิงสำหรับผู้ตาม คุณลักษณะที่ดีของผู้ตามที่จะทำให้เกิดประสิทธิผลองค์กรถูกจัดให้อยู่ในแนวคิดภาวะผู้ตาม สิ่งที่น่าแปลกใจคือ การไม่ได้ครอบครองอำนาจตัดสินใจอย่างเบ็ดเสร็จเด็ดขาดในฐานะผู้บังคับบัญชา และไม่ได้ดำรงสถานะเป็นผู้นำองค์กร แต่ผู้นำและผู้ตามทุกคนล้วนมีความรับผิดชอบและมีความผูกพันต่อประสิทธิผลขององค์กรเช่นเดียวกัน การที่จะทำให้องค์กรรับมือกับความเปลี่ยนแปลงและสามารถปรับตัวให้เข้ากับยุคสมัยใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพสามารถทำได้ด้วยการพัฒนาศักยภาพด้านภาวะผู้นำของผู้นำและผู้ตามทุกคนในองค์กร ยิ่งองค์กรมีบุคลากรที่มีภาวะผู้นำจำนวนมากเท่าใดก็ยิ่งเป็นหลักประกันในการสร้างประสิทธิผลให้กับองค์กร และตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงได้ดียิ่งขึ้น



ภาวะผู้นำขององค์การสมัยใหม่

ภาวะผู้นำขององค์การสะท้อนถึงความต้องการมีบุคลากรที่มีภาวะผู้นำเป็นจำนวนมากในองค์การ คุณลักษณะ (Traits) ทักษะ (Skills) หรือพฤติกรรมทั้งหลาย ไม่ใช่ของบุคคลหนึ่งบุคคลใดโดยเฉพาะ แต่เป็นของทุกคนเพื่อประสิทธิผลขององค์การโดยรวม องค์การที่จะสร้างประสิทธิผลได้อย่างยั่งยืนต้องมีทั้งผู้นำที่เก่งและผู้ตามที่ดีไปพร้อมๆ กัน เพื่อยกระดับผลการปฏิบัติงานของกลุ่มและองค์การ (Daft, 2001 : 54-55) พฤติกรรมที่มีประสิทธิผลมิได้มีขอบเขตเฉพาะตัวผู้นำ ผู้ตามก็สามารถเป็นบุคลากรที่มีประสิทธิผลได้โดยอาศัยแนวคิดภาวะผู้นำ การปฏิบัติภารกิจต่างๆ ผู้นำและผู้ตามต้องอยู่เคียงข้างกันเสมอ (Bass, 1985)

ผู้บริหารองค์การสมัยใหม่ต้องเป็นผู้นำแบบเอี่ยมยอดหรือมีภาวะผู้นำแบบเหนือชั้น และมีภาวะผู้นำแบบผู้รับใช้ ทำหน้าที่อำนวยความสะดวกเพื่อการเดินทางไปสู่เป้าหมาย ริเริ่มพัฒนามิซึยทัศน์ที่ควรจะเป็นขององค์การ กระตุ้นเพื่อปลดปล่อยพลังความสามารถของผู้ปฏิบัติงาน ถ่ายทอดวิสัยทัศน์ให้ผู้ปฏิบัติงานทุกคน (Burn, 1978) เพื่อให้เกิดภาวะผู้นำขององค์การ

ผู้นำและผู้ตามที่มีประสิทธิผลเป็นความต้องการขององค์การทุกแห่ง บุคลากรทุกคนต้องเรียนรู้และปฏิบัติตามบทบาทที่มีประสิทธิผลดังนี้

1) บทบาทในการจัดการตนเอง (Self - Management) มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ ปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมายโดยไม่จำเป็นต้องมีการควบคุมอย่างใกล้ชิดจากผู้บริหาร ทำงานเป็นทีมร่วมกับผู้อื่นได้ สามารถวางแผนการพัฒนาศักยภาพของตนเองไปพร้อมกับการพัฒนาองค์การอย่างมีประสิทธิภาพ

2) บทบาทในการแก้ไขปัญหา (Problem - Solving) การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมที่รวดเร็ว บุคลากรทุกคนต้องมีความพร้อมที่จะรับมือกับความไม่แน่นอน การแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมกับบริบทแวดล้อมจะสามารถป้องกันผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับองค์การได้ทันทั่วทั้ง

3) บทบาทในความผูกพันกับองค์การ (Commitment) มีความมุ่งมั่นอุทิศตนให้กับงานที่ได้รับมอบหมาย รักและศรัทธาในองค์การ มีทัศนคติที่ดีต่อองค์การและบุคลากร การจะบรรลุเป้าหมายขององค์การต้องอาศัยบุคลากรที่มีความผูกพันในระดับสูงกับเป้าหมายขององค์การ

4) บทบาทในการพัฒนาศักยภาพของตนเอง (Capacity Development) มีความกระตือรือร้นเข้ารับการศึกษาอบรมทักษะการปฏิบัติงานเพื่อเพิ่มเติมองค์ความรู้ของตนเองอยู่เป็นประจำ เรียนรู้แบบอย่างแนวทางการปฏิบัติงานที่ดี (Best Practice) การพัฒนาศักยภาพของบุคลากรถือเป็นการพัฒนาองค์การควบคู่กันไปด้วย

5) บทบาทในการกล้าแสดงออก (Courageous) หรือมีความเป็นผู้นำ กล้าแสดงออกในทางที่เหมาะสม สร้างสรรค์และเป็นประโยชน์ต่อองค์การ ยอมรับผิดเมื่อตนเองปฏิบัติงานผิดพลาด พร้อมทั้งจะรับคำวิจารณ์จากเพื่อร่วมงานหรือผู้บริหารเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงการปฏิบัติงานให้ดียิ่งขึ้น

ภาวะผู้นำขององค์การมีฐานคติของภาวะผู้นำในขอบเขตกว้างขวางขึ้น บทบาทของภาวะผู้นำของบุคลากรแต่ละคนจะมีการส่งเสริมซึ่งกันและกัน และมีการส่งผ่านไปสู่อื่นได้เหมือนกับการบินของहांป่า ทฤษฎีภาวะผู้นำส่วนใหญ่เป็นภาวะผู้นำแบบรายบุคคล กระบวนทัศน์ภาวะผู้นำในยุคหลังควรต้องปรับเปลี่ยนมุมมองจากภาวะผู้นำแบบอำนาจนิยม (Autocratic Leadership) ที่มีลักษณะการทำงานแบบรวมศูนย์อำนาจโดยการควบคุมผู้ตามให้ปฏิบัติตามกฎระเบียบอย่างเคร่งครัด ควบคุมการให้รางวัล การลงโทษอย่างรุนแรง มาเป็นภาวะผู้นำแบบประชาธิปไตย (Democratic Leadership) ที่มีลักษณะตรงกันข้าม คือมีการกระจายอำนาจการตัดสินใจ สนับสนุนการมีส่วนร่วม และมีความเชื่อมั่นในความรู้ความสามารถของผู้ตามมากขึ้น (Daft, 2001 : 50)

ผู้ตามที่มีภาวะผู้นำคือ ผู้ตามที่มีประสิทธิผล เมื่อผู้นำมีภาวะผู้นำและส่งผลต่อประสิทธิผลองค์การ ผู้ตามที่มีภาวะผู้นำก็ย่อมส่งผลต่อประสิทธิผลองค์การได้ การส่งเสริมให้ผู้ตามมีภาวะผู้นำเป็นการพัฒนาความรู้ความสามารถและคุณลักษณะของบุคคล ไม่ได้กระทบกับบทบาทหรืออำนาจการตัดสินใจสูงสุดเกี่ยวกับองค์การของผู้นำ เราจึงสามารถตีความและปรับใช้ทฤษฎีภาวะผู้นำโดยขยายขอบเขตของภาวะผู้นำให้กว้างไกลมากขึ้น บุคลากรทุกคนล้วนมีบทบาทจำเป็นต้องใช้อิทธิพลในการจูงใจหรือชี้นำผู้อื่นให้ปฏิบัติภารกิจใดๆ เพื่อบรรลุเป้าหมายของกลุ่ม ซึ่งการบรรลุเป้าหมายของกลุ่มย่อยเป็นส่วนหนึ่งของการบรรลุประสิทธิผลองค์การโดยรวม

ทฤษฎีภาวะผู้นำตามสถานการณ์ของ Hersey and Blanchard (2001) กำหนดให้ผู้ตามเป็นสถานการณ์ การกำหนดประสิทธิผลของภาวะผู้นำไว้กับความสัมพันธ์



ของผู้ตามสะท้อนให้เห็นว่า ผู้ตามคือผู้ที่ยอมรับหรือปฏิเสธผู้นำ ประสิทธิภาพของงานขึ้นอยู่กับภาระกระทำของผู้ตาม ส่วนผู้นำมีผลไม่มากนัก (พิชาย รัตนดิถก ณ ภูเก็ต, 2553: 184) มิติด้านผู้ตามได้ถูกมองข้ามมาโดยตลอดจากทฤษฎีภาวะผู้นำ หากผู้บริหารองค์กรมีภาวะผู้นำ และใช้กระบวนการเพื่อพัฒนาภาวะผู้นำให้แก่ผู้ตามอย่างทั่วถึง จะทำให้ผู้ตามเป็นผู้ปฏิบัติงานที่มีประสิทธิผล ส่งผลต่อประสิทธิภาพองค์กรในขณะเดียวกันยังเป็นการเตรียมฝึกฝนผู้บริหารรุ่นใหม่ให้มีภาวะผู้นำที่มีประสิทธิผลพร้อมกับการเข้าสู่ตำแหน่ง มีวิสัยทัศน์ กระบวนการคิดเชิงกลยุทธ์ และมีสมรรถนะสูง

แนวคิดภาวะผู้นำขององค์การสมัยใหม่มิได้ปฏิเสธความสำคัญของผู้นำสูงสุดที่ต้องรับผิดชอบต่อภาพรวมขององค์การ ผู้บริหารทุกคนยังคงมีบทบาทช่วยยึดโยงการทำงานของส่วนต่างๆ เข้าด้วยกัน รวมทั้งกระตุ้นจูงใจให้บุคลากรทุกคนได้ใช้ทักษะความสามารถและศักยภาพตนอย่างเต็มที่ การศึกษาภาวะผู้นำควรเปลี่ยนไปจากเดิมที่เคยเชื่อว่า ภาวะผู้นำเป็นของผู้นำมาเป็นภาวะผู้นำเป็นขององค์การ ผู้นำไม่ควรปล่อยให้ผู้ตามปฏิบัติงานแต่เพียงอย่างเดียว แต่ต้องทำให้ผู้ตามปฏิบัติงานให้ดีขึ้นและพยายามผลักดันให้ผู้ตามทุกคนก้าวหน้าซึ่งสามารถทำได้ด้วยการพัฒนาภาวะผู้นำในตัวผู้ตาม ซึ่งจะทำให้ผู้ตามเป็นบุคลากรที่มีประสิทธิผลและมีความพร้อมที่จะปรับตัวในการทำงานอยู่เสมอ การพัฒนาบุคลากรให้มีประสิทธิผลหรือมีภาวะผู้นำเป็นหน้าที่ที่ไม่ค่อยได้รับความสนใจ เพราะยังมีแนวคิดที่ยึดติดอยู่กับทฤษฎีภาวะผู้นำในแบบเดิมที่มองว่าภาวะผู้นำเป็นเรื่องของผู้นำ

ภาวะผู้นำไม่ใช่สิ่งที่ติดตัวมาแต่กำเนิด หากแต่เป็นสิ่งที่สามารถเรียนรู้ได้ (Richardson and Thayer, 1993) ทฤษฎีภาวะผู้นำด้านพฤติกรรมมีความเชื่อว่าแบบแผนพฤติกรรมกำหนดภาวะผู้นำ ดังนั้น ภาวะผู้นำจึงเป็นสิ่งที่ถ่ายทอดให้กันได้ องค์การสามารถขยายจำนวนบุคลากรที่มีภาวะผู้นำโดยกำหนดโครงการฝึกอบรมหรือสร้างการเรียนรู้ผ่านการทำงานเป็นทีม การมีวิสัยทัศน์ร่วม ผู้บริหารยุคใหม่ควรทำหน้าที่เป็นผู้สอนงาน (Performance Coaching) ให้คำปรึกษาแนะนำสนับสนุนการปฏิบัติงานของผู้ตาม

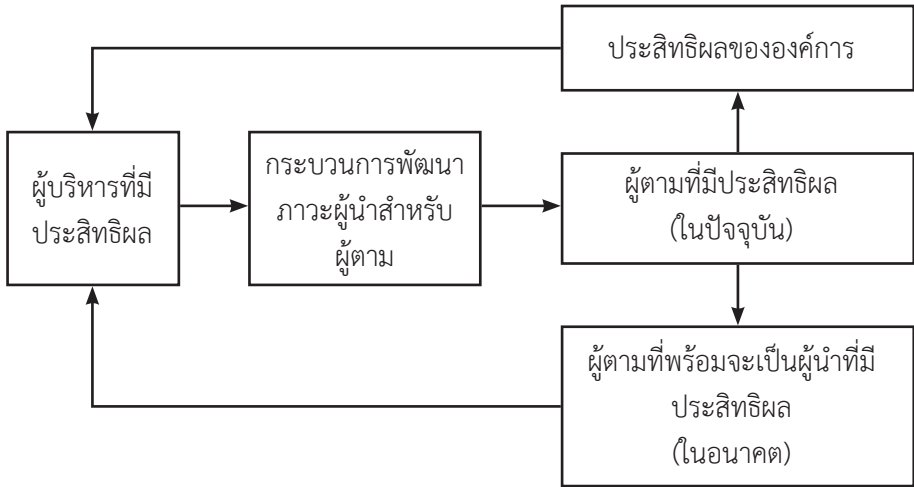
องค์การสมัยใหม่จำเป็นต้องมีบุคลากรที่มีภาวะผู้นำในทุกระดับ โดยพื้นฐานแนวคิดที่ตอบสนองต่อการปรับตัวให้เข้ากับยุคสมัยใหม่ ซึ่งผู้บริหารมีแนวทางในการพัฒนาภาวะผู้นำสำหรับผู้ตามดังนี้

1) สร้างทัศนคติเชิงบวก กระตุ้นให้ผู้ตามมีความเชื่อมั่นในตนเอง มีวิสัยทัศน์ และถ่ายทอดให้ผู้ตามมีความพยายามที่สูงขึ้น ปรับเปลี่ยนทัศนคติผู้ตามให้เชื่อว่าสรรพสิ่งมีทางที่จะปรับปรุงให้ดีขึ้นได้ ปัญหาไม่ใช่เป็นอุปสรรคแต่เป็นสิ่งที่ท้าทายและพิสูจน์ความสามารถของมนุษย์ ซึ่งให้ผู้ตามเห็นว่า พวกเขามีความสามารถและมีความสำคัญต่องาน ใช้วิธีสื่อสารให้เข้าถึงจิตใจของผู้ตามผ่านอารมณ์ความรู้สึก น้ำเสียง ภาษากายอย่างจริงใจ กระตุ้นให้เกิดความสำนึกในพันธกิจและเป้าหมาย

2) การเป็นแบบอย่างที่ดี บทบาทการแสดงออกที่ดีของผู้บริหารเป็นจุดเริ่มต้นในการสร้างภาวะผู้นำให้กับทุกคนในองค์กร การใช้อำนาจอย่างเหมาะสมและมีขอบเขตจะได้มาซึ่งความร่วมมือและเป็นที่ยอมรับของผู้ตาม ทั้งเป็นพื้นฐานของการสร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้ตามในการพัฒนาภาวะผู้นำในตนเอง อิทธิพลที่แท้จริงของผู้นำอยู่ที่การยอมรับของผู้ตามมากกว่าความสามารถในการออกคำสั่ง ผู้นำจึงควรปรับเปลี่ยนแนวคิดจากการให้ทุกคนทำตามคำสั่งมาเป็นการกระตุ้นให้กำลังใจ และสนับสนุนความคิดริเริ่มและค้นคิดนวัตกรรมใหม่ ๆ

3) สร้างวัฒนธรรมของการมีส่วนร่วม และความรับผิดชอบให้กับผู้ตามทุกคน ผลกระทบของความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำกับผู้ตามอาจส่งผลกระทบต่อเนื่องในระยะยาวจนกลายเป็นแบบแผนในการอยู่ร่วมกัน วัฒนธรรมของการมีส่วนร่วมและความรับผิดชอบเป็นรูปแบบที่เน้นความยืดหยุ่น การเปิดเผย และการสร้างความสัมพันธ์อันดีคล้ายกับครอบครัว ซึ่งจะทำให้องค์กรมีความง่ายต่อการปรับตัว มากกว่าจะยึดติดกับการควบคุม การออกคำสั่งเพื่อความมั่นคงหรือความมีเสถียรภาพ ผู้บริหารรับฟังความเห็นของบุคลากรทำให้บุคลากรกล้าแสดงออกในเรื่องต่างๆ มากขึ้น บุคลากรจะมีความพึงพอใจในการทำงาน และเกิดความผูกพันต่อองค์กร มีกระจายอำนาจ การตัดสินใจ ทำงานเป็นทีมร่วมมือร่วมใจกันแก้ปัญหา สนับสนุนการเรียนรู้ รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นอย่างตั้งใจ และให้เกียรติซึ่งกันและกัน ช่วยลดความขัดแย้งระหว่างบุคคล เสริมสร้างขวัญและความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน และสร้างบรรยากาศของความสามัคคีให้เกิดขึ้น

4) มุ่งเน้นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) ทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพสามารถพัฒนาองค์กรให้เจริญเติบโตได้อย่างยั่งยืน ผู้บริหารอาจมีการวางแผนและจัดสรรทรัพยากรไว้สำหรับพัฒนาบุคลากรให้มีสมรรถนะ ทักษะ ความรู้ความสามารถเหมาะสมกับการปฏิบัติหน้าที่ที่รับผิดชอบ ซึ่งจะมีส่วนช่วยในการเสริมสร้างภาวะผู้นำให้แก่บุคลากรทุกคนในองค์กร



แผนภาพแสดงภาวะผู้นำและประสิทธิผลองค์กรที่ต่อเนื่องและยั่งยืน

จากแผนภาพแสดงภาวะผู้นำและประสิทธิผลองค์กรที่ต่อเนื่องและยั่งยืนข้างต้น สามารถอธิบายได้ว่า ภาวะผู้นำเป็นสิ่งที่มียุทธวิธีโดยตรงต่อประสิทธิผลองค์กร และหากผู้นำใช้กระบวนการพัฒนาภาวะผู้นำสำหรับผู้ตามก็จะทำให้ผู้ตามเป็นบุคคลที่ปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพในปัจจุบัน และเป็นผู้ตามที่พร้อมจะเป็นผู้นำที่มีประสิทธิผลในอนาคต เมื่อผู้ตามนั้นได้มีโอกาสเป็นผู้บริหารก็จะเป็นผู้บริหารที่มีประสิทธิผล และหากใช้กระบวนการพัฒนาภาวะผู้นำสำหรับผู้ตามต่อไปอีกก็จะเป็นการสร้างผู้ตามที่มีประสิทธิผลในปัจจุบัน และเป็นผู้ที่พร้อมจะเป็นผู้นำที่มีประสิทธิผลต่อไปในอนาคตได้เป็นทอดๆ ซึ่งแนวคิดเช่นนี้จะทำให้องค์กรสร้างประสิทธิผลได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืนผ่านแนวคิดด้านภาวะผู้นำของขององค์กร

ผู้บริหารจะต้องรับผิดชอบต่อประสิทธิผลองค์กรไปพร้อมกับพัฒนาผู้ตามให้เป็นผู้ตามที่มีประสิทธิผล กล่าวคือ เป็นผู้นำที่ใช้แรงดลใจ การเป็นแบบอย่าง และกระบวนการที่พัฒนาภาวะผู้นำในตัวผู้ตาม ฝึกฝนให้ผู้ตามแต่ละคนมีความสามารถมากขึ้นตามศักยภาพของเขาเพื่อจะได้สามารถสลับสับเปลี่ยนหมุนเวียนหน้าที่การทำงาน และให้ผู้ตามมีความพร้อมที่จะปฏิบัติงานอยู่เสมอ สามารถตัดสินใจแก้ปัญหาได้ด้วยตนเองตามขอบเขตอำนาจหน้าที่ ผู้เขียนให้นิยามภาวะผู้นำขององค์กรสมัยใหม่ว่าเป็นคุณลักษณะ พฤติกรรมหรือกระบวนการซึ่งผู้นำใช้เป็นอิทธิพลใน

การกระตุ้น จูงใจ และเป็นแบบอย่างแก่สมาชิกเพื่อการบรรลุเป้าหมายของกลุ่ม พร้อมกับการพัฒนาผู้ตามให้เป็นบุคลากรที่มีประสิทธิผลหรือเป็นผู้ตามที่มีภาวะผู้นำ

สรุป

ภาวะผู้นำขององค์กรสมัยใหม่เป็นแนวทางภาวะผู้นำที่ไม่ยึดติดกับตำแหน่งบริหาร โดยมีมุมมองใหม่ว่า ภาวะผู้นำเป็นเรื่องของทุกคนในองค์กร ผู้บริหารจะอยู่ในฐานะเป็นผู้นำของผู้ตาม มิใช่ผู้นำของผู้ตาม เมื่อกล่าวถึงภาวะผู้นำโดยทั่วไป เรามักจะมองว่าเป็นสิ่งเฉพาะของผู้นำหรือคนที่มีตำแหน่งบริหาร ในทางทฤษฎีมีความพยายามแยกภาวะผู้นำกับผู้ตามออกจากกันโดยสร้างทฤษฎีภาวะผู้นำและทฤษฎีภาวะผู้ตามขึ้นมาแทนที่ เป็นการกดทับความหมายแบบอื่นเกี่ยวกับภาวะผู้นำของบุคคลอื่นที่ไม่ได้มีตำแหน่งเป็นผู้บริหาร ซึ่งคนเหล่านี้หมายถึงผู้ตามและเป็นคนส่วนใหญ่ในองค์กร ผู้นำและผู้ตามที่มีประสิทธิผลมีคุณลักษณะเช่นเดียวกัน ความแตกต่างระหว่างผู้นำกับผู้ตามเป็นเรื่องอำนาจการตัดสินใจสูงสุดเกี่ยวกับองค์กร การพัฒนาภาวะผู้นำสำหรับผู้ตามจึงไม่ได้กระทบกับบทบาทหรืออำนาจของผู้บริหาร เมื่อภาวะผู้นำของผู้บริหารมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลองค์กร ภาวะผู้นำของผู้ตามที่มีก็มีส่วนช่วยปรับปรุงประสิทธิผลองค์กรได้อีกทางหนึ่ง และจะทำให้ผู้ตามพร้อมจะเป็นผู้นำที่มีประสิทธิภาพต่อไปในภายหน้า ยิ่งคนในองค์กรมีภาวะผู้นำจำนวนมาก ก็ยิ่งส่งผลกระทบต่อประสิทธิผลองค์กรในระดับที่มากขึ้น ซึ่งองค์กรจะปรับตัวเพื่อความอยู่รอดและเติบโตอย่างยั่งยืนได้ต้องอาศัยบุคลากรที่มีภาวะผู้นำทั่วองค์กร

เอกสารอ้างอิง

- พิชาย รัตนดิลก ณ ภูเก็ต. (2553). *องค์การและการบริหารจัดการ*. กรุงเทพฯ : จิงค์ ปียอนด์ บุ๊คส์.
- อุษณีย์ มงคลพิทักษ์สุข. (2556). ภาวะผู้นำเต็มขอบเขตของปลัด อบต. กับประสิทธิผลขององค์กร : การวิเคราะห์จำแนกพหุ. *ร่วมพฤษ*, 31(2), 19-48.
- Ash, R. C. and Persall, J. M. (2007). The Principal as Chief Learning Officer. *National Association of Secondary School Principals*. 7(84), 15-22.
- Barnes, L. B. and Kriger, M. P. (1986). The Hidden Side of Organizational Leadership. *Sloan Management Review*. 28(1), 15-25.



- Bass, B. M. (1985). *Leadership and Performance Beyond Expectations*. New York : Free Press.
- Belasco, J. A. and Stayer, R. C. (1993). *Flight of the Buffalo: Soaring to Excellence, Learning to Let Employees Lead*. New York : Warner Books, Inc.
- Burns, J. M. (1978). *Leadership*. New York : Harper and Row.
- Bjugstad, K., Thach, E. C., Thompson, K. J. & Morris, A. (2006). A Fresh Look at Followership : A Model for Matching Followership and Leadership Styles. *Journal of Behavioral and Applied Management*, 7(3), 304-319.
- Chaleff, I. (2003). *The Courageous Follower*. San Francisco : Berrett - Koehler.
- Daft, R. L. (2001). *The Leadership Experience*. Orlando : Harcourt College.
- Fullan, M. F. (2003). *The Moral Imperative of School Leadership*. California : Corwin Press.
- Glickman, C., Gordon, S. and Ross-Gordon, J. (2001). *Supervision and Instructional Leadership: A Developmental Approach* (5th ed.). Needham Heights, MA : Allyn and Bacon.
- Hatch, W. F. (2010). *Asia's Flying Geese: How Regionalization Shapes Japan*. Ithaca : Cornell University Press.
- Hersey, P., Blanchard, K. H. and Johnson, D. E. (2001). *Management of Organizational Behavior: Leading Human Resources* (8th ed.). Upper Saddle River, NJ : Prentice Hall.
- Marion, R. and Uhl-Bien, M. (2001). Leadership in Complex Organizations. *The Leadership Quarterly*, 12 (4), 389-418.
- Northouse, P. G. (2012). *Introduction to leadership : Concepts and Practice*. Thousand Oaks, CA : Sage.

- Oslon, m. (1991). *Lessons from Geese*. (18 January 2018) Retrived from <http://ucanr.edu/sites/SFIT/files/191209.pdf>.
- Richardson, R. J. and Thayer, S. K. (1993). *The Charisma Factor : How to Develop Your Natural Leadership Ability*. Upper Saddle River, NJ : Prentice Hall.
- Robbins, S. P. (2005). *Organizational Behavior*. Upper Saddle River, NJ : Pearson.
- Stoner, A. F., Freeman, R. E. and Gilbert, D. R. (1996). *Management*. New Delhi : Prentice Hall of India.
- Wheatley, M. J. (1999). *Leadership and The New Science : Discovering Order in a Chaotic World*. San Francisco : Berrett-Koehler.

บทที่

5

การวิเคราะห์และสร้างตัวแบบความสัมพันธ์ระหว่าง คุณภาพสังคมและความสุขของประชาชนด้วยการใช้ เหมืองข้อมูล

An Analysis and Model Building of the Relationship
between Social Quality and Happiness of Population
by Using Data Mining

ธนวรรณ วิสุทธรัตน์ และ สุรสิทธิ์ วชิรขจร

Thanawan Visutthirat and Surasit Vajirakachorn





การวิเคราะห์และสร้างตัวแบบความสัมพันธ์ระหว่าง คุณภาพสังคมและความสุขของประชาชน ด้วยการใช้เหมืองข้อมูล

An Analysis and Model Building of the Relationship between
Social Quality and Happiness of Population by Using Data Mining

ธนาวรรณ วิสุทธรัตน์¹ และ สุรสิทธิ์ วชิรขจร²
Thanawan Visutthirat and Surasit Vajirakachorn

บทคัดย่อ

คุณภาพสังคมของประชาชนที่มีคุณภาพเป็นเรื่องสำคัญ เป็นสิ่งที่ทำให้ประชาชนมีความสุขมากขึ้นและอยู่ภายใต้ความสนใจของนักวิจัยมาโดยตลอด อย่างไรก็ตาม การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำไปสู่การอธิบายและทำนายคุณภาพสังคมและความสุขในปัจจุบันมีข้อจำกัด งานวิจัยนี้จึงนำเสนอเทคนิคใหม่ๆ มาใช้โดยนำเอาเทคนิคเหมืองข้อมูลซึ่งเป็นเทคนิคที่ให้ข้อสรุปผลการวิจัยที่มีการค้นหารูปแบบ แนวทาง และความสัมพันธ์แท้จริงที่ซ่อนอยู่ในชุดข้อมูลนั้น นำมาสร้างแบบจำลองคุณภาพสังคมที่ดีเพื่อใช้ทำนายแนวโน้มความสุขของประชาชน การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสหสัมพันธ์ เก็บรวบรวมข้อมูลกับประชาชนอายุ 18 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดจันทบุรี จำนวน 944 คน

¹ นักศึกษาระดับปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต คณะพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ที่อยู่ 55/335 ลุมพินีวิลล์พิบูลสงคราม-ริเวอร์วิลล์ ถ.พิบูลสงคราม ต.สวนใหญ่ อ.เมือง นนทบุรี 11000 email : fonthanawan@gmail.com

² อาจารย์ประจำ คณะพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ผลการวิจัย พบว่า การแยกตัวแปรแบบไม่แบ่งกลุ่ม เป็นตัวแบบที่สามารถทำนายได้ดีที่สุด และปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลต่อความสุขของประชาชนในจังหวัดจันทบุรี ได้แก่ คุณภาพสังคม ทั้งมิติความมั่นคงทางสังคมและเศรษฐกิจ ความครอบคลุมทางสังคม ความสมานฉันท์ทางสังคม และการเสริมพลังทางสังคม ผลการวิจัยครั้งนี้ช่วยสนับสนุนการตัดสินใจในการสร้างนโยบายในการทำให้ประชาชนในจังหวัดจันทบุรีมีความสุขมากขึ้นด้วยคุณภาพสังคมที่มีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ : คุณภาพสังคม; ความสุข; เหมืองข้อมูล

Abstract

The social quality of the quality population has been one of the most prominent issues that made people happier and was also among researchers' interest. However, the data analyses leading to such explanation and prediction in social quality and happiness have limitation. This research presented a new technique using data mining that give conclusion for seeking the true pattern, guideline and association hidden in those data sets to create the best social quality modeling to predict the happiness of population. This correlational research gathered the data from 944 people who were over 18 years old and lived in Chantaburi province.

The results revealed that separable variables with no partition were the best model prediction, social quality, social-economic security, social inclusion, social cohesion and social empowerment related to happiness of population in Chantaburi province. These findings highlight the decision making to build the policy to make people in Chantaburi province happy with efficient social quality.

Keywords : Social Quality ; Happiness ; Data Mining



บทนำ

ในสมัยก่อนมองว่าความเจริญทางด้านวัตถุเป็นสิ่งสำคัญสำหรับประเทศกำลังพัฒนา มีการขยายตัวของทุนนิยมอย่างต่อเนื่อง มีการเคลื่อนไหวที่รวดเร็วและมีการแข่งขันอย่างรุนแรงมากขึ้นเรื่อยๆ จนเกิดวิกฤตการณ์ปัญหาสังคม จนทำให้มนุษย์เกิดความตึงเครียดและมีปัญหาด้านจิตใจมากขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่เป็นปัญหาที่ละเลยมาระยะเวลานาน ไม่ได้ทำความเข้าใจและแก้ไขปัญหานี้อย่างจริงจัง โดยในช่วงสิบปีที่ผ่านมา เริ่มให้ความสนใจเกี่ยวกับปัญหาความสุขในปัจจุบันซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการรับรู้ที่ดีขึ้นของคนในสังคม และเป็นการสะท้อนว่ามนุษย์มีปัญหาด้านจิตใจมากขึ้นในสังคม ต้องการใช้ชีวิตที่มีความสมดุลมากขึ้น ต้องการมีสุขภาพที่ดีทั้งทางกายและจิตใจ และต้องการลดความตึงเครียดในชีวิตประจำวัน (ตีรณ พงศ์มขพัฒน, 2553 : 1-3)

ความสุขเป็นลักษณะอารมณ์ทางบวกของบุคคล เช่น ความรู้สึกพอใจ ความสบายใจ ความมีชีวิตชีวา ความสนุกสนาน ความรู้สึกที่ดีกับชีวิต เป็นต้น สามารถจำแนกเป็น 3 ระดับ คือ 1) เป็นความรู้สึกพอใจหรือมีความภูมิใจกับเรื่องราวในอดีตของตน 2) เป็นความรู้สึกมั่นใจ มีความหวังที่จะกระทำสิ่งใดๆ ในอนาคต และ 3) เป็นความรู้สึกพึงพอใจกับตนเองในปัจจุบัน และอารมณ์ทางบวกทั้งสามระดับจะเป็นสิ่งที่นำมาสู่ความพึงพอใจในชีวิตของบุคคล ซึ่งเป็นการมองความสุขว่าเป็นลักษณะอารมณ์ทางบวกของบุคคล (Seligman, 2002 : 261) ความสุขเป็นสิ่งสากล เพราะเป็นสิ่งที่ทุกคนต่างแสวงหาและยึดถือร่วมกันว่าเป็นจุดมุ่งหมายสูงสุดของชีวิต เป็นตัวแปรที่ใช้ขับเคลื่อนการใช้ชีวิตของบุคคล โดยนำความสุขมาพัฒนาเป็นตัวชี้วัดความเจริญของประเทศ เช่น ดัชนีชี้วัดความสุข คำนึงถึงการใช้ชีวิตอย่างมีความสุขของประชาชนภายในประเทศและนำมาเป็นดัชนีชี้วัดความเจริญและแนวทางการพัฒนาของประเทศแทนการใช้ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) (เสาวลักษณ์ กิตติประภัสร์, 2553 : 10-11) พบว่ามีจุดอ่อนหลายประการเมื่อนำมาใช้เป็นเครื่องมือวัดคุณภาพของสังคม GDP ไม่สามารถชี้วัดหรือสื่อให้เห็นถึงกิจกรรมที่ไม่เกี่ยวข้องกับการเงิน และประเด็นคุณภาพของสังคม เช่น ความไม่เท่าเทียม ความเหลื่อมล้ำ ความกินดีอยู่ดี และความพึงพอใจในชีวิต (สุรสิทธิ์ วชิรขจร, 2553 : 4) จากสถิติตัวชี้วัด GDP พบว่ามีอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่เพิ่มมากขึ้น (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560) แต่เมื่อเปรียบเทียบกับระดับ

ดัชนีสันติภาพโลกที่มีแนวโน้มลดลงต่ำลงทุกปี ประเทศไทยถูกจัดเป็นประเทศที่อยู่ในกลุ่มที่มีความสงบสุขในระดับต่ำ (Institute for Economics and Peace, 2012) จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าคุณภาพสังคมไม่ได้ดีตามภาวะเศรษฐกิจที่เจริญเติบโตขึ้น

ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงในวิกฤตด้านเศรษฐกิจ และสังคมที่เกิดขึ้น ได้มีการพัฒนาแนวคิดคุณภาพสังคม สังคมมีคุณภาพที่ดีนั้น ประชาชนจะต้องมีความสามารถในการเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมทั้งทางสังคมและเศรษฐกิจ ในลักษณะเชื่อมโยงกันใน 4 มิติ ได้แก่ 1) ความมั่นคงทางสังคมและเศรษฐกิจ (Socio-economic Security) 2) ความครอบคลุมทางสังคม (Social Inclusion) 3) ความสมานฉันท์ทางสังคม (Social Cohesion) และ 4) การเสริมสร้างพลังทางสังคมให้แก่ประชาชน (Social Empowerment) โดยคุณภาพสังคมในแต่ละมิติมีจุดเน้นทั้งในระดับสังคมและปัจเจกบุคคล ซึ่งคุณภาพสังคมในภาพรวมจะไม่ใช่การเพิ่มขึ้นของคุณภาพชีวิตที่ดีของแต่ละสมาชิกเท่านั้น แต่หมายรวมถึงลักษณะองค์รวมของสังคมที่มีสภาพที่ดีขึ้นของสังคมโดยรวม ที่ประสบความสำเร็จทั้งในด้านเศรษฐกิจ และมีการพัฒนาให้เกิดการมีส่วนร่วมและความเป็นธรรมในสังคม (สุรสิทธิ์ วชิรขจร, 2553 : 7) จะเห็นได้ว่าคุณภาพสังคมนั้นมีความเกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน ตรงกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) ที่ได้ยึดแนวคิดการพัฒนาแบบบูรณาการเป็นองค์รวมที่มี “คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา” การมีคุณภาพสังคมที่ดี ย่อมทำให้เกิดสังคมที่ดีที่เอื้อให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีและเกิดความสุข และจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องระหว่างคุณภาพสังคมกับความสุขมีปริมาณน้อย ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพสังคมและความสุข ว่าการมีคุณภาพสังคมในมิติต่างๆ จะสามารถนำไปสู่ความสุขของประชาชนได้มากน้อยเพียงใด

จังหวัดจันทบุรีเป็นจังหวัดที่มุ่งเน้นการเจริญเติบโตภาคเศรษฐกิจ โดยไม่ครอบคลุมคุณภาพสังคม พบว่า ประชากรมีรายได้เฉลี่ยต่อหัว 218,411 บาทต่อปี เป็นลำดับที่ 12 ของประเทศไทย (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2558) ในภาพรวมถือว่าเป็นจังหวัดที่มีเศรษฐกิจจัดอยู่ในเกณฑ์ที่ดี มีลักษณะเป็นเมืองท่า เมืองท่องเที่ยว เมืองผลไม้ แต่กลับมีปัญหาทางด้านคุณภาพสังคมในหลายๆ ด้าน โดยจากรายงานสถานการณ์ทางสังคมของจันทบุรีในปี พ.ศ.



2559 สถานการณ์ครอบครัว ส่วนใหญ่ประสบปัญหาสถานะทางเศรษฐกิจในด้านครอบครัวมีหนี้สิน ไม่มีเงินออม และไม่มีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง สถานการณ์เด็กและเยาวชน ส่วนใหญ่ประสบปัญหาสถานะความเป็นอยู่ในด้านอาศัยอยู่กับครอบครัวยากจน/ยากลำบาก สถานการณ์วัยแรงงาน ส่วนใหญ่ประสบปัญหาสถานะความเป็นอยู่ในด้านแรงงานที่ไม่มีสถานะทางทะเบียนราษฎร ไม่มีบัตรประชาชน สถานการณ์ผู้สูงอายุ ส่วนใหญ่ประสบปัญหาสถานะความเป็นอยู่ในด้านดูแลบุคคลในครอบครัวที่เป็นเด็ก ผู้ป่วยเรื้อรัง พิการ และจิตเวช และสถานการณ์ชุมชน พบชุมชนที่มีปัญหาสังคม 38 ชุมชน มีพื้นที่สร้างสรรค์เพียง 357 แห่ง นอกจากนี้ ยังพบปัญหาพฤติกรรมไม่เหมาะสม เช่น ติดเหล้า ยาเสพติด ติดเกมส์ การพนัน มั่วสุม สร้างความรำคาญให้ชาวบ้าน ปัญหาตั้งครุฑก่อนวัยอันควร ไม่พร้อมในการเลี้ยงดูบุตร ปัญหาการกระทำรุนแรง รวมทั้งปัญหาการเร่ร่อนขอทาน (สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดจันทบุรี, 2559) ด้วยสถิติดังกล่าว แสดงว่า จังหวัดจันทบุรีมีปัญหาด้านคุณภาพสังคมมากมาย แต่ผลการจัดอันดับจังหวัดแห่งความสุขของประเทศไทยของศูนย์วิจัยความสุขชุมชน มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ (2556) พบว่าจังหวัดจันทบุรีเป็นจังหวัดที่มีความสุขเป็นอันดับต้นของประเทศ อยู่ในอันดับที่ 6 จาก 77 จังหวัด ดังนั้น ผู้วิจัยจึงคิดว่าจังหวัดจันทบุรีเป็นบริบทที่น่าสนใจ เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีปัญหาทางด้านคุณภาพสังคม แต่กลับพบว่าเป็นจังหวัดที่มีความสุขเป็นลำดับต้นๆ ของประเทศ ดังนั้น จังหวัดจันทบุรีจึงเป็นกรณีศึกษาที่สำคัญ ที่จะมุ่งค้นหาความสัมพันธ์ที่แท้จริงของคุณภาพสังคมกับความสุขโดยวิธีเทคนิคเหมืองข้อมูล (Data Mining)

ในปัจจุบันมีการศึกษาการทำนายคุณภาพสังคมและความสุขด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเป็นจำนวนมาก เช่น การวิจัยเชิงพรรณนา การวิเคราะห์การถดถอย เป็นการวิเคราะห์ตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ จึงไม่แน่ใจว่าการวิเคราะห์ดังกล่าวจะตอบโจทย์หรืออธิบายและทำนายพฤติกรรมได้ทั้งหมด ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้เทคนิคเหมืองข้อมูล เนื่องจากเป็นเทคนิคที่มีกระบวนการค้นหารูปแบบที่เหมาะสมและความสัมพันธ์จากข้อมูลปริมาณมหาศาลที่ซ่อนอยู่ในชุดข้อมูล ให้ข้อสรุปผลการวิจัยที่มีการค้นหารูปแบบ แนวทาง และความสัมพันธ์ที่แท้จริงที่ซ่อนอยู่ในชุดข้อมูล คือ ข้อมูลขนาดใหญ่ที่ยังไม่เคยถูกนำไปใช้ จะถูกวิเคราะห์ และสกัดเป็นความรู้หรือสิ่งสำคัญออกมา จากนั้นรวบรวมความรู้ที่ได้ให้อยู่ในรูปของฐานความรู้ที่แสดงให้เห็นถึงความ

สัมพันธ์ของข้อมูลและสามารถนำมาสร้างแบบจำลองตัวแปรคุณภาพสังคมเพื่อใช้ทำนายแนวโน้มความสุขของประชาชนในจังหวัดจันทบุรี ว่าคุณภาพสังคมใดบ้างที่ทำให้เกิดความสุขของประชาชนจังหวัดจันทบุรี ทำให้สามารถทบทวนข้อค้นพบที่ได้จากข้อมูลเชิงปริมาณจำนวนมากที่ห้องค์ความรู้ที่สำคัญ เป็นการส่งเสริมตัวชี้วัดต่างๆ ให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาตนเอง ครอบครัว และสังคม สร้างภูมิคุ้มกันให้เข้มแข็งเพื่อรองรับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงในอนาคตได้มีประสิทธิภาพ และวิเคราะห์นโยบายเพื่อเป็นพื้นฐานที่มั่นคงในการพัฒนาให้เกิดความสุขที่ยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาวิเคราะห์และสร้างตัวแบบความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพสังคมและความสุขของประชาชนในจังหวัดจันทบุรี

วิธีการวิจัย

รูปแบบการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสหสัมพันธ์ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับประชาชนในจังหวัดจันทบุรี ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป และอาศัยอยู่ในจังหวัดจันทบุรี จำนวน 1,200 คน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย 1) แบบสอบถามคุณภาพสังคม ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ได้พัฒนาขึ้นโดยเครือข่ายการศึกษาวิจัยด้านคุณภาพสังคมแห่งเอเชีย เป็นความร่วมมือของนักวิชาการหน่วยงานการศึกษาและการพัฒนาในเอเชีย สามารถใช้ตรวจวัดระดับคุณภาพสังคมของประเทศสมาชิกเครือข่ายได้อย่างเป็นมาตรฐาน ใช้ประเมินคุณภาพสังคมทั้ง 4 ด้านคือ ความมั่นคงทางสังคมและเศรษฐกิจ ความครอบคลุมทางสังคม ความสมานฉันท์ทางสังคม และการเสริมสร้างพลังทางสังคม มีค่าความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.61-0.97 และ 2) แบบสอบถามความสุข ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ได้รับการพัฒนาขึ้นโดยกรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข สามารถใช้วัดระดับความสุขของคนไทยที่มีความเป็นมาตรฐาน มีค่าความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.83 ระยะเวลาการวิจัย ตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2559 ถึงเดือนเมษายน 2560 และได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาทั้งหมดที่สามารถวิเคราะห์ได้จำนวน 944 ฉบับ และได้ดำเนินการวิเคราะห์และสร้างตัวแบบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามขั้นตอนการ



ทำเหมืองข้อมูลแบบ CRISP-DM (Chapman, Clinton, Kerber, Khabaza, Reinartz, Shearer, & Wirth, 2000 : 10-11) ด้วยการใช้เทคนิคเหมืองข้อมูล ได้แก่ ต้นไม้ตัดสินใจ โครงข่ายประสาทเทียม และการถดถอยแบบขั้นตอน

สรุปผลการวิจัย

1. การประเมินประสิทธิผลของตัวแบบจากเทคนิคต่างๆ มี 5 เทคนิค ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยแบบขั้นตอน ต้นไม้ตัดสินใจสองทางและสามทาง โครงข่ายประสาทเทียมที่มี 3 hidden units และ 6 hidden units โดยได้เปรียบเทียบประสิทธิผลของตัวแบบทั้ง 5 เทคนิค พิจารณาจากค่าสถิติความสอดคล้อง เรียกว่า “ค่าเฉลี่ยกำลังสองความคลาดเคลื่อน” (Average squared error: ASE) ของการรวมตัวแปร และการแยกตัวแปรแบบแบ่ง Partition 50:50 และแบบไม่แบ่ง Partition ดังตารางที่ 1 และ 2

ตารางที่ 1 ค่าสถิติความสอดคล้องในการทำนายความสุขของการรวมและแยกตัวแปรแบบไม่แบ่ง Partition

การรวมตัวแปร		การแยกตัวแปร	
ตัวแบบ	Train: ASE	ตัวแบบ	Train: ASE
3-Hidden units neural network	0.05727	3-Hidden units neural network	0.03688
6-Hidden units neural network	0.06960	6-Hidden units neural network	0.05045
3-Ways decision tree	0.08378	3-Ways decision tree	0.08367
2-Ways decision tree	0.09099	2-Ways decision tree	0.09869
Stepwise regression	0.11006	Stepwise regression	0.10438

ตารางที่ 2 ค่าสถิติความสอดคล้องในการทำนายความสุขของการรวมและแยกตัวแปรแบบแบ่ง Partition 50:50

การรวมตัวแปร			การแยกตัวแปร		
ตัวแบบ	Valid: ASE	Train: ASE	ตัวแบบ	Valid: ASE	Train: ASE
6-Hidden units neural network	0.09816	0.13667	6-Hidden units neural network	0.13862	0.07613
Stepwise regression	0.10052	0.15275	Stepwise regression	0.14320	0.08870
3-Hidden units neural network	0.07600	0.15935	3-Hidden units neural network	0.14679	0.09103
3-Ways decision tree	0.11914	0.16732	3-Ways decision tree	0.15263	0.11532
2-Ways decision tree	0.12272	0.17330	2-Ways decision tree	0.15805	0.12272

จากตารางที่ 1 และ 2 เปรียบเทียบประสิทธิภาพพบว่าตัวแบบใดสามารถทำนายได้ดีที่สุด พิจารณาจากค่า ASE นั่นคือ ยิ่งค่า ASE มีค่าต่ำ แสดงว่าตัวแบบสามารถทำนายได้ดีที่สุด พบว่า การแยกตัวแปรแบบไม่แบ่ง Partition เป็นตัวแบบที่สามารถทำนายความสุขของประชาชนในจังหวัดจันทบุรีได้ดีที่สุด

2. การค้นหาตัวทำนายที่สำคัญของความสุขของประชาชนในจังหวัดจันทบุรี และวิเคราะห์และสร้างตัวแบบความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพสังคมและความสุขของประชาชนในจังหวัดจันทบุรี

2.1 โครงข่ายประสาทเทียมที่มี 3-Hidden units (3-Hidden units neural network) แฝงฝัง ประกอบด้วย 1 ชั้นซ่อน (Hidden layer) และ 3 หน่วยซ่อน (3 hidden units) โดยประกอบด้วยตัวแปรป้อนเข้าที่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพสังคมดังภาพที่ 1 และได้เป็นสมการในการอธิบายและทำนายความสุข ดังนี้

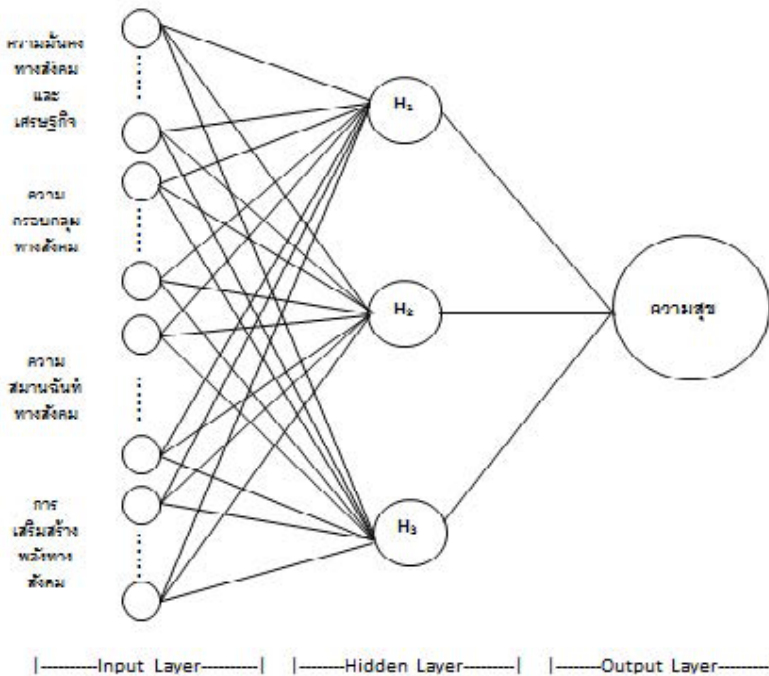


Happiness (Y) = 2.708551 - 0.676404H₁ + 0.491445H₂ + 0.495928 H₃
 โดยแต่ละหน่วยซ่อน ประกอบด้วยตัวแปรนำเข้า ได้แก่ กลุ่มของรายได้, ฐานะทางเศรษฐกิจ, ที่อยู่อาศัย และความไว้วางใจคนแปลกหน้า จะมีค่าน้ำหนักในตัวมันเอง ดังนี้

$$H_1 = \tanh [-2.310805 - 0.007304(\text{IncomeGroup}) + 0.027352(\text{Socio-economicStatus}) + 0.153764(\text{Resident}) + \dots + 0.042035(\text{StrangerTrust}) + \dots]$$

$$H_2 = \tanh [-0.941374 - 0.022525(\text{IncomeGroup}) - 0.036999(\text{Socio-economicStatus}) - 0.203869(\text{Resident}) + \dots - 0.086596(\text{StrangerTrust}) + \dots]$$

$$H_3 = \tanh [-0.284666 - 0.204582(\text{IncomeGroup}) + 0.042795 (\text{Socio-economicStatus}) + 0.099212 (\text{Resident}) + \dots + 0.056195(\text{StrangerTrust}) + \dots]$$



ภาพที่ 1 แผนผังโครงข่ายประสาทเทียมที่มี 3-Hidden units

2.2 โครงข่ายประสาทเทียมที่มี 6-Hidden units (6-Hidden units neural network) แผนผังประกอบด้วย 1 ชั้นซ่อน (Hidden layer) และ 6 หน่วยซ่อน (6 hidden units) โดยประกอบด้วยตัวแปรป้อนเข้าที่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพสังคม ดังภาพที่ 2 และได้เป็นสมการในการอธิบายและทำนายความสุข ดังนี้

$$\text{Happiness (Y)} = 2.936976 + -0.063376H_1 + 0.123397H_2 - 0.127720H_3 - 0.095183 H_4 + 0.018129 H_5 + 0.197715 H_6$$

โดยแต่ละหน่วยซ่อน ประกอบด้วยตัวแปรนำเข้า ได้แก่ กลุ่มของรายได้, ฐานะทางเศรษฐกิจ, ที่อยู่อาศัย และความไว้วางใจคนแปลกหน้า จะมีค่าน้ำหนักในตัวมันเอง ดังนี้

$$H1 = \tanh [-0.686656 + 0.049167(\text{IncomeGroup}) + 0.146426(\text{SocioeconomicStatus}) - 0.200611(\text{Resident}) + \dots -0.090147(\text{StrangerTrust}) + \dots]$$

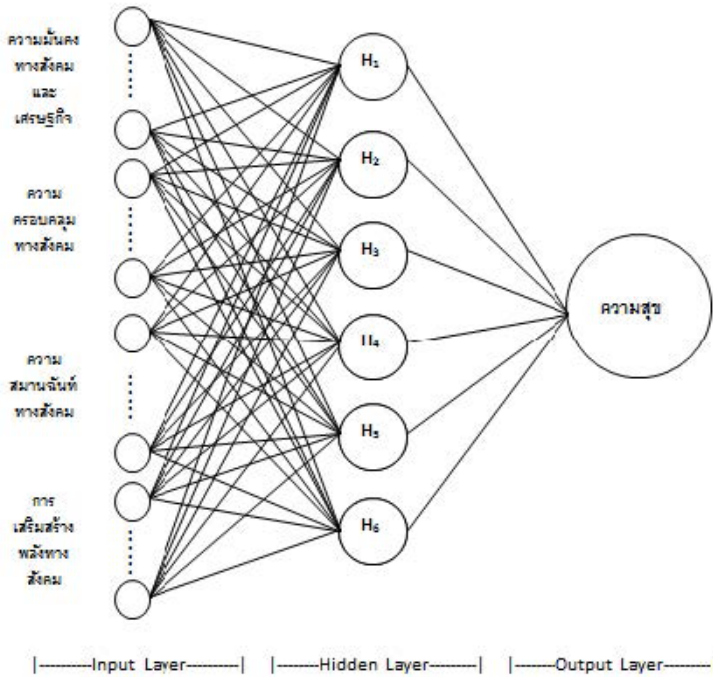
$$H2 = \tanh [0.245380 - 0.050526(\text{IncomeGroup}) + 0.006682(\text{SocioeconomicStatus}) + 0.008734(\text{Resident}) + \dots + 0.051124(\text{StrangerTrust}) + \dots]$$

$$H3 = \tanh [0.671750 + 0.048146(\text{IncomeGroup}) - 0.043683(\text{SocioeconomicStatus}) + 0.081107(\text{Resident}) + \dots - 0.094361(\text{StrangerTrust}) + \dots]$$

$$H4 = \tanh [-0.827642 + 0.010948(\text{IncomeGroup}) - 0.100017(\text{SocioeconomicStatus}) + 0.115868(\text{Resident}) + \dots + 0.045265(\text{StrangerTrust}) + \dots]$$

$$H5 = \tanh [-0.615160 - 0.010102(\text{IncomeGroup}) - 0.062295(\text{SocioeconomicStatus}) - 0.050460(\text{Resident}) + \dots + 0.027707(\text{StrangerTrust}) + \dots]$$

$$H6 = \tanh [0.066148 + 0.024068(\text{IncomeGroup}) + 0.086167(\text{SocioeconomicStatus}) - 0.131723(\text{Resident}) + \dots - 0.024870(\text{StrangerTrust}) + \dots]$$



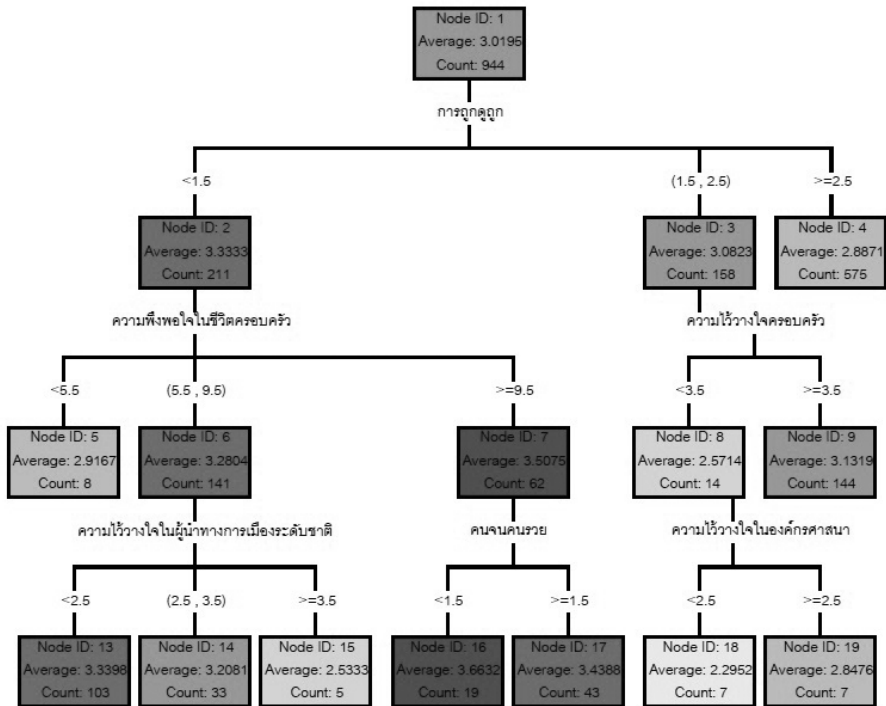
ภาพที่ 2 แผนผังโครงข่ายประสาทเทียมที่มี 6-Hidden units

2.3 เทคนิคต้นไม้ตัดสินใจแบบ 3 ทาง (3-Ways decision tree)

ตารางที่ 3 ตัวแปรที่มีความสำคัญของเทคนิคต้นไม้ตัดสินใจแบบ 3 ทาง (3-Ways decision tree)

Variable Name	Importance
I49_7_LookDown (การถูกดูถูก)	1.0000
I50_1_JobTime (การใช้เวลาในงาน)	0.6537
I7_6_Healthy (ความสำคัญของสุขภาพที่ดี)	0.4449
I24_6_NationalLeaderTrust (ความไว้วางใจผู้นำทางการเมืองระดับชาติ)	0.3928
I49_2_WantLife (การดำรงชีวิตตามต้องการ)	0.3911

จากตารางที่ 3 พบว่า ตัวแปรที่มีความสำคัญที่สุด ได้แก่ การถูกดูถูก รองลงมา คือการใช้เวลาในงาน ความสำคัญของสุขภาพที่ดี ความไว้วางใจผู้นำทางการเมือง ระดับชาติ และการดำรงชีวิตตามต้องการ จึงได้เป็นแผนภาพต้นไม้ตัดสินใจแบบ 3 ทาง ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 แผนภาพต้นไม้ตัดสินใจแบบ 3 ทาง

จากภาพที่ 3 แผนภาพต้นไม้ตัดสินใจแบบ 3 ทาง นำมาเขียนเป็นกฎหรือเงื่อนไข ดังนี้

- ประชาชนที่ไม่เห็นด้วยกับการถูกดูถูก และมีความพึงพอใจในชีวิตครอบครัวปานกลางจะมีความสุขปานกลาง
- ประชาชนที่ไม่เห็นด้วยกับการถูกดูถูก มีความพึงพอใจในชีวิตครอบครัวมาก และมีความไว้วางใจผู้นำทางการเมืองระดับชาติมากจะมีความสุขน้อย
- ประชาชนที่ไม่เห็นด้วยกับการถูกดูถูก มีความพึงพอใจในชีวิตครอบครัวมากที่สุด และไม่มีความตึงเครียดระหว่างคนจนคนรวยจะมีความสุขมากที่สุด



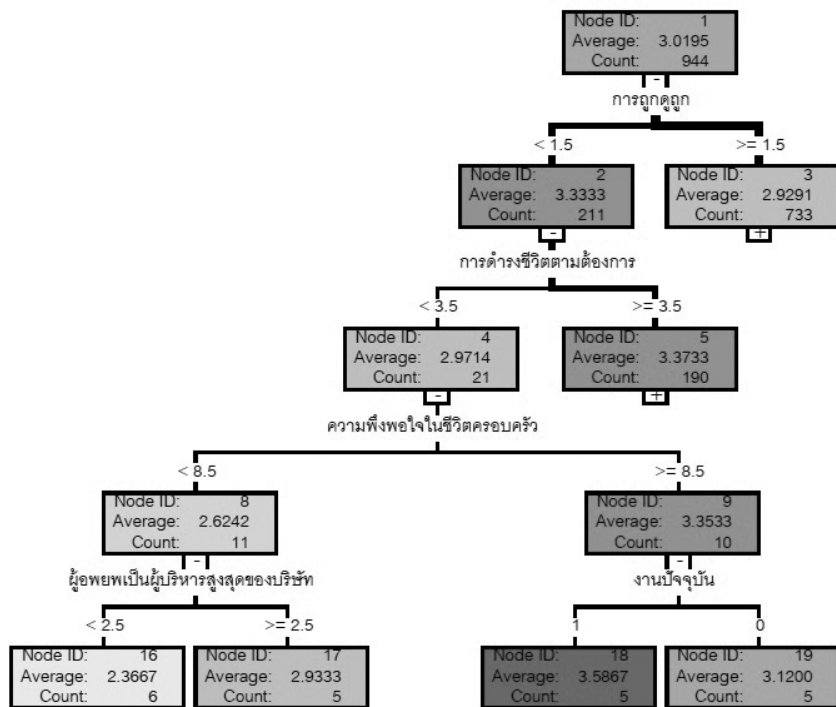
- ประชาชนที่เห็นด้วยปานกลางกับการถูกดูถูก มีความไว้วางใจครอบครัวปานกลาง และมีความไว้วางใจองค์กรศาสนาน้อยจะมีความสุขน้อย
- ประชาชนที่เห็นด้วยปานกลางกับการถูกดูถูก มีความไว้วางใจครอบครัวปานกลาง และมีความไว้วางใจองค์กรศาสนามากจะมีความสุขปานกลาง

2.4 เทคนิคต้นไม้ตัดสินใจแบบ 2 ทาง (2-Ways decision tree)

ตารางที่ 4 ตัวแปรที่มีความสำคัญของเทคนิคต้นไม้ตัดสินใจแบบ 2 ทาง

Variable Name	Importance
I49_7_LookDown (การถูกดูถูก)	1.0000
i24_1_FamilyTrust (ความไว้วางใจครอบครัว)	0.7855
I15_Resident (การต้องออกจากที่อยู่อาศัย)	0.5614
I34_6_HometownDiscrimination (การถูกแบ่งแยกตามภูมิภาคเดิม (แหล่งที่เกิด))	0.4732
I49_2_WantLife (การดำรงชีวิตตามต้องการ)	0.4340

จากตารางที่ 4 พบว่า ตัวแปรที่มีความสำคัญที่สุด ได้แก่ การถูกดูถูก รองลงมาคือ ความไว้วางใจครอบครัว การต้องออกจากที่อยู่อาศัย การถูกแบ่งแยกตามภูมิภาคเดิม (แหล่งที่เกิด) และการดำรงชีวิตตามต้องการ ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 แผนภาพต้นไม้ตัดสินใจแบบ 2 ทาง

จากภาพที่ 4 แผนภาพต้นไม้ตัดสินใจแบบ 2 ทาง สามารถนำมาเขียนเป็นกฎหรือเงื่อนไข ได้ดังนี้

- ประชาชนที่ไม่เห็นด้วยกับการถูกดูถูก มีการดำรงชีวิตตามต้องการน้อย มีความพึงพอใจในชีวิตครอบครัวน้อย และมีความเห็นว่าผู้อพยพเข้าเมืองสามารถกลายเป็นผู้บริหารสูงสุดของบริษัทไทยได้น้อยจะมีความสุขน้อย
- ประชาชนที่ไม่เห็นด้วยกับการถูกดูถูก มีการดำรงชีวิตตามต้องการน้อย มีความพึงพอใจในชีวิตครอบครัวน้อย และมีความเห็นว่าผู้อพยพเข้าเมืองสามารถกลายเป็นผู้บริหารสูงสุดของบริษัทไทยได้มากจะมีความสุขปานกลาง
- ประชาชนที่ไม่เห็นด้วยกับการถูกดูถูก มีการดำรงชีวิตตามต้องการน้อย มีความพึงพอใจในชีวิตครอบครัวมาก และมีงานปัจจุบันเป็นลูกจ้างเต็มเวลา (40 ชั่วโมง/



สัปดาห์ หรือมากกว่า) จะมีความสุขมากที่สุด

- ประชาชนที่ไม่เห็นด้วยกับการถูกดูถูก มีการดำรงชีวิตตามต้องการน้อย มีความพึงพอใจในชีวิตครอบครัวมาก และไม่มียานปัจจุบันเป็นลูกจ้างเต็มเวลา (40 ชั่วโมง/สัปดาห์ หรือมากกว่า) จะมีความสุขมาก

2.5 การถดถอยแบบขั้นตอน (Stepwise Regression)

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบขั้นตอนในการทำนายความสุขของประชาชนในจังหวัดจันทบุรี

Parameter	Estimate	Standard Error
i12_Income (รายได้)	-0.0235	0.0367
i12_Income (รายได้)	-0.0280	0.0289
i12_Income (รายได้)	-0.0419	0.0279
i12_Income (รายได้)	0.0310	0.0266
i12_Income (รายได้)	0.1214	0.0334
i12_Income (รายได้)	0.1145	0.0504
i26_4_OtherReligionNeighbor (เพื่อนบ้านที่นับถือศาสนาอื่น)	-0.1095	0.0241
i19_OverallHealth (สุขภาพ)	-0.0905	0.0162
i49_2_WantLife (การดำรงชีวิตตามต้องการ)	0.0887	0.0146
i24_1_FamilyTrust (ความไว้วางใจครอบครัว)	0.0670	0.0278
i50_2_ContactFamilyTime (การใช้เวลาในการติดต่อกับสมาชิกในครอบครัว)	0.0647	0.0274
i50_1_JobTime (การใช้เวลาในงาน)	0.0618	0.0226
i24_6_NationalLeaderTrust (ความไว้วางใจผู้นำทางการเมืองระดับชาติ)	-0.0618	0.0123
i47_2_1_Boycott (การมีส่วนร่วมในการบอยคอต)	-0.0551	0.0195

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบขั้นต่อนในการทำนายความสุขของประชาชนในจังหวัดจันทบุรี (ต่อ)

Parameter	Estimate	Standard Error
i39_RejectedFinancial (ประสบการณ์ในเรื่องการถูกปฏิเสธจากสถาบันการเงิน)	0.0481	0.0139
i20_PhysicalPsycho (ปัญหาทางด้านร่างกายและจิตใจ)	-0.0462	0.0192
i48_5_ArtExhibition (ความถี่ในการไปดูนิทรรศการศิลปะ)	-0.0411	0.0121
i35_1_PoliticalLeaderRefugee (ผู้อพยพเข้าเมืองสามารถกลายเป็นผู้นำทางการเมืองได้)	-0.0409	0.0128
i49_3_ForcedLife (ถูกบังคับให้ทำสิ่งไม่ถูกต้องเพื่อความก้าวหน้าในอนาคต)	-0.0404	0.0128
i34_6_HometownDiscrimination (การถูกแบ่งแยกภูมิลำเนาเดิม (แหล่งที่เกิด))	0.0393	0.0164
i29_1_FamilyContact (ความถี่ในการติดต่อครอบครัว)	0.0383	0.0107
i16_1_AirPollution (ความพอใจในมลพิษทางอากาศ)	0.0376	0.0139
i6_5_FamilySatisfaction (ความพึงพอใจในชีวิตครอบครัว)	0.0371	0.0105
i48_1_TV (ความถี่ในการดูทีวี)	0.0366	0.0166
i30_4_DifferentReligionTension (ความตึงเครียดระหว่างคนที่มีศาสนาต่างกัน)	-0.0356	0.0147
i49_7_LookDown (การถูกดูถูก)	-0.0338	0.0112
i21_1_Wage (รายได้จากค่าจ้าง)	0.0315	0.0151
i15_Resident (การต้องออกจากที่อยู่อาศัย)	-0.0327	0.0130



ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบขั้นต้นในการทำนายความสุขของประชาชนในจังหวัดจันทบุรี (ต่อ)

Parameter	Estimate	Standard Error
i36_2_UniversityMF (การศึกษาในมหาวิทยาลัยสำคัญสำหรับผู้ชายมากกว่าผู้หญิง)	-0.0297	0.0128
i6_3_LivelihoodSatisfaction (ความพึงพอใจในความเป็นอยู่)	-0.0292	0.0114
i21_7_InformalFromFamily (รายได้อย่างไม่เป็นทางการจากครอบครัว)	0.0257	0.0124
i6_2_Jobsatisfaction (ความพึงพอใจในงาน)	0.0216	0.0074
i45_DemocracyCivilRights (สิทธิของประชาชนในระบอบประชาธิปไตย)	0.0205	0.0053
i29_3_ColleagueContact (ความถี่ในการติดต่อคนที่ทำงาน)	-0.0194	0.0087
R-Square = 0.5126, F = 28.11, p < 0.01		

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบขั้นต้น พบว่า ตัวแปรคุณภาพสังคมที่สามารถทำนายความสุขของประชาชนในจังหวัดจันทบุรี 5 อันดับแรก ได้แก่ รายได้ เพื่อนบ้านที่นับถือศาสนาอื่น สุขภาพ การดำรงชีวิตตามต้องการ และความไว้วางใจครอบครัว และตัวแปรทั้งหมดสามารถทำนายความสุขของประชาชนในจังหวัดจันทบุรีได้ร้อยละ 51.26

อภิปรายผล

งานวิจัยนี้นำเสนอเทคนิคเหมือนข้อมูลในการวิเคราะห์และสร้างตัวแบบความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพสังคมและความสุข ซึ่งได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชนในจังหวัดจันทบุรี ซึ่งสรุปได้ว่า ตัวแบบของการแยกตัวแปรแบบไม่แบ่ง Partition จาก

เทคนิคต่างๆ มีความเหมาะสม และสามารถนำไปประยุกต์ใช้งานได้จริง โดยอภิปรายตามเทคนิคต่างๆ ดังนี้

1) โครงข่ายประสาทเทียม ทั้ง 3-hidden units และ 6-hidden units เป็นแบบจำลองทางคณิตศาสตร์ที่จำลองการทำงานของเซลล์ประสาทของมนุษย์ ที่มีความแม่นยำในการพยากรณ์มากกว่าเทคนิคอื่นๆ เป็นเทคนิคที่มีโครงสร้าง และหลักการทำงานคล้ายสมองคน เรียนรู้ได้ในระยะเวลาอันสั้น ข้อมูลมีความซับซ้อน ซึ่งหน่วยประมวลผลในที่นี้คือค่าน้ำหนักรวมของตัวแปรคุณภาพสังคม และแต่ละหน่วยประมวลผลป้อนตัวแปรคุณภาพสังคมทั้งหมดเข้าไป สามารถนำไปประยุกต์ใช้งานโครงข่ายประสาทเทียมเพื่อใช้ในการตัดสินใจในการทำให้ประชาชนเกิดความสุขขึ้นได้

2) ต้นไม้ตัดสินใจ จากกฎและเงื่อนไขของเทคนิคต้นไม้ตัดสินใจ เมื่อค้นหารูปแบบของความสุขโดยการจัดกลุ่มของเงื่อนไขที่เกี่ยวข้อง รูปแบบก่อให้เกิดความสุขพิจารณาในหลายมิติ จากเทคนิคต้นไม้ตัดสินใจแบบ 3 ทาง พบว่าหากบุคคลที่มีความสุขมากที่สุด จะไม่เห็นด้วยกับการโดนดูถูก มักมีความพึงพอใจในชีวิตครอบครัวอยู่ในระดับมากที่สุด ไม่มีความตึงเครียดระหว่างคนจนคนรวย แต่จะมีความสุขน้อยลงหากเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องกับครอบครัวลดระดับลง และจะมีความสุขน้อยลงมาก ถ้ามีเงื่อนไขทางการเมืองและศาสนาเข้ามาเกี่ยวข้อง ส่วนเทคนิคต้นไม้ตัดสินใจแบบ 2 ทาง พบว่าหากบุคคลที่มีความสุขมากที่สุด จะไม่เห็นด้วยกับการโดนดูถูก ดำรงชีวิตได้ตามต้องการน้อย มีความพึงพอใจในชีวิตครอบครัวมาก และมีงานทำ แต่จะมีความสุขน้อยลง หากเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องกับครอบครัวลดระดับลง ส่วนเงื่อนไขของการไม่มีงานทำกับเรื่องการให้อำนาจผู้อพยพนั้นจะมากหรือน้อยก็ไม่ได้ทำให้ความสุขลดลง ดังนั้น จะเห็นได้ว่าการโดนดูถูกสำคัญมาก รองลงมาเป็นเงื่อนไขครอบครัว จึงจะทำให้บุคคลมีความสุขได้มาก

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้รูปแบบการวิเคราะห์ต้นไม้ตัดสินใจทั้งแบบ 3 ทาง และ 2 ทาง เพื่อนำมาไขว้ผลการศึกษาระหว่างกันเพื่อสกัดข้อค้นพบที่เป็นแก่นสารของรูปแบบของความสุขเพื่อนำไปสร้างนโยบายสังคมและชุมชนต่อไป ดังจะเห็นได้ว่าผลการศึกษาปรากฏเงื่อนไขในด้านความสุขของบุคคลมากที่สุด คือ เรื่องของการเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยต่อการถูกดูถูก บทบาทของครอบครัวเป็นสิ่งที่สำคัญ ในขณะที่กลุ่มการเมืองที่ปรากฏเงื่อนไขสำคัญคือเรื่องของการไว้วางใจต่อการเมืองในด้านของสังคม



นั้น ต้องให้ความสำคัญกับการไม่เคร่งเครียดเรื่องความเหลื่อมล้ำด้านคนรวยกับคนจน การทำงานมีการใช้เวลาในการทำงานที่ดี สร้างสมดุลกับชีวิตครอบครัวหรือการเลือกใช้ชีวิตได้อย่างอิสระ ดังที่กล่าวมานี้เป็นรูปแบบของความสุขสำคัญที่เป็นข้อค้นพบจากการศึกษา

3) การถดถอยแบบขั้นตอน จากผลการวิเคราะห์ พบว่า ตัวแปรคุณภาพสังคมสามารถอธิบายความสุขของประชาชนได้ สอดคล้องกับงานวิจัยต่างๆ (รติพร ถึงฝั่ง และรัชพันธุ์ เชนจิตร, 2558; Abbott, 2007; Yuan & Golpelwar, 2013 ; Lin, 2016) จะเห็นได้ว่า การที่ประชาชนมีคุณภาพสังคม ทั้งมีความมั่นคงทางสังคมและเศรษฐกิจ เช่น มีรายได้ มีงานทำ มีสุขภาพที่ดี เป็นต้น มีความครอบคลุมทางสังคม เช่น ได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน ได้รับสวัสดิการอย่างทั่วถึง เป็นต้น มีความสมานฉันท์ทางสังคม เช่น การมีความปรองดองกัน ไว้วางใจในตัวบุคคลและสถาบันต่างๆ เป็นต้น และมีการเสริมสร้างพลังทางสังคม เช่น การมีส่วนร่วมของประชาชนในสิทธิต่างๆ สิ่งเหล่านี้ เป็นแนวคิดที่ครอบคลุมการใช้ชีวิตของประชาชน ประชาชนมีความเป็นอยู่ที่ดี สังคมมีความเสมอภาคและเท่าเทียมกัน เป็นสังคมสมานฉันท์ และประชาชนได้ใช้ศักยภาพเพื่อสังคม เป็นสิ่งที่ทำให้ประชาชนสามารถดำรงชีวิตในสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วได้อย่างมีความสุข โดยตัวแปรคุณภาพสังคม ทั้ง 4 มิติสามารถร่วมกันทำให้ประชาชนเกิดความสุข ความสุขของประชาชนจึงไม่ได้เกิดจากคุณภาพสังคมเพียงมิติใดมิติหนึ่งเท่านั้น แต่ควรประกอบรวมกันทั้ง 4 มิติ จึงจะทำให้ประชาชนเกิดความสุขได้มากที่สุด

ข้อค้นพบจากงานวิจัยในครั้งนี้ ทำให้ได้รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพสังคมกับความสุข ได้ครบถ้วนและลึกซึ้งในแง่ของมิติคุณภาพสังคม ซึ่งแตกต่างกับงานวิจัยอื่นๆ ที่ให้ผลการวิจัยเฉพาะตัวแปรหลัก จึงทำให้มองเห็นว่าตัวแปรที่แท้จริงที่มีผลทำให้เกิดความสุขได้นั้นต้องอาศัยตัวแปรใดบ้าง

ข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาครั้งต่อไป จึงควรนำแบบจำลองไปพัฒนาคุณภาพสังคมและความสุขของประชาชนในจังหวัดจันทบุรี เพื่อช่วยสนับสนุนการตัดสินใจในการสร้างตัวชี้วัดคุณภาพสังคมและความสุข อันนำไปสู่การสร้างนโยบายในการทำให้ประชาชนในจังหวัดจันทบุรีมีความสุขมากขึ้นด้วยคุณภาพสังคมที่มีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

- ตีรณ พงศ์มณฑพัฒน์. (2553). *นโยบายความสุข: จิต วัตถุ และความต้องการที่ไม่สิ้นสุด*. กรุงเทพฯ : แปรน พรีนติ้ง จำกัด.
- รติพร ถิ่นฝั่ง และ รัชพันธุ์ เชยจิตร. (2558). ความมั่นคงทางเศรษฐกิจสังคมกับความสุขของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารพัฒนาสังคม*, 17, 111-133.
- ศูนย์วิจัยความสุขชุมชน. *ผลการจัดอันดับจังหวัดแห่งความสุขของประเทศไทย : กรณีศึกษาตัวอย่างประชาชนอายุ 18 ปีขึ้นไปใน 77 จังหวัดทั่วประเทศ*. (14 พฤษภาคม 2559) สืบค้นจาก http://www.maehongson.go.th/usrupl/dailyevent/march2013/leadm3d28_doc.pdf.
- สุรสิทธิ์ วชิรขจร. (2553). *คุณภาพสังคมเพื่อคุณภาพประเทศไทย*. กรุงเทพฯ : จรัญสนิทวงศ์การพิมพ์.
- เสาวลักษณ์ กิตติประภัสร์. (2553). *การวัดความสุขเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนา. ในเอกสารประกอบการประชุมวิชาการจิตตปัญญาศึกษา ครั้งที่ 3. นครปฐม : มหาวิทยาลัยมหิดล*.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. *ตารางสถิติผลิตภัณฑ์ภาคและจังหวัด (2547-2558)*. (14 กุมภาพันธ์ 2560) สืบค้นจาก http://www.nesdb.go.th/main.php?filename=gross_regional.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). *รายงานภาวะเศรษฐกิจในประเทศไทย ปี 2560*. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดจันทบุรี. (2559). *รายงานสถานการณ์ทางสังคมจังหวัดจันทบุรี ปี 2559*. จันทบุรี : กลุ่มนโยบายและวิชาการ สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดจันทบุรี.
- Abbott, P. (2007). Cultural Trauma Social Quality in Post-Soviet Moldova and Belarus. *East European Politics and Societies*, 21, 219-258.



- Chapman, P., Clinton, J., Kerber, R., Khabaza, T., Reinartz, T., Shearer, C., & Wirth, R. (2000). *CRISP-DM 1.0 : Step-By-Step Data Mining Guide*. SPSS Inc. Retrieved From <http://ftp.software.ibm.com/software/analytics/spss/support/Modeler/Documentation/14/UserManual/CRISP-DM.pdf>.
- Lin, K. (2016). Social Quality and Happiness – An Analysis of the Survey Data from Three Chinese Cities. *Applied Research Quality Life*, 11, 23-40.
- Seligman, M. E. P. (2002). *Authentic Happiness : Using the New Positive Psychology to Realize Your Potential for Fulfillment*. New York : Free Press.
- Yamane, T. (1973). *Statistics ; An Introduction Analysis*. New York : Harper and Row.
- Yuan, H. and Golpelwar, M. (2013). Testing Subjective Well-Being from the Perspective of Social Quality: Quantile Regression Evidence from Shanghai, China. *Social Indicators Research*, 113, 257-276.

บทที่

6

การเจริญสติสัมโพชฌงค์ : การสื่อสารภายในบุคคลกับการรักษาใจผู้ติดเชื้อ เอชไอวี/เอดส์จากตราบาป

Bojjhanga Mindfulness :
an intrapersonal - communication of HIV/AIDS
Infected Individuals Spiritual Therapy to “Stigmatise”
Discourse

บวรสรรค์ เจียดำรง
Bavonsan Chiadamrong





การเจริญสติสัมโพชฌงค์ : การสื่อสารภายในบุคคลกับการรักษาใจ ผู้ติดเชื้อเอชไอวี/เอดส์จากตราบาบ

Bojjhanga Mindfulness :
an intrapersonal - communication of HIV/AIDS Infected
Individuals Spiritual Therapy to “Stigmatise” Discourse

บวรสรรค์ เจียดำรง¹
Bavonsan Chiadamrong

บทคัดย่อ

การเจริญสติสัมโพชฌงค์เป็นการสื่อสารภายในบุคคลที่มีประสิทธิภาพในการรักษาใจผู้ติดเชื้อเอชไอวี/เอดส์จากวาทกรรมตราบาบ เมื่อบุคคลรู้ว่าติดเชื้อแล้วสามารถกำหนดสติได้ทันท่วงที และสามารถเจริญสติต่อไปได้ตามรอบของโพชฌงค์อย่างไม่ขาดสายจะส่งผลให้บุคคลนั้น ๆ สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้โดยไม่ต้องเข้ารับการรักษาด้วยยาต้านไวรัส สำหรับการนำวิธีการเจริญสติสัมโพชฌงค์เพื่อกระตุ้นให้ผู้ติดเชื้อฯ รักษาใจจากวาทกรรมตราบาบด้วยการสื่อสารภายในบุคคลจึงเป็นการเกื้อหนุนการรักษาด้วยวิถีแบบวิทยาศาสตร์การแพทย์สมัยใหม่ด้วยยาต้านไวรัสให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น อันจะเป็นคุณูปการต่อตัวผู้ติดเชื้อฯ โดยตรง นอกจากนี้ในทางวิชาการนิเทศศาสตร์การศึกษาวิจัยในประเด็นของการรักษาผู้ติดเชื้อฯ ด้วยวิธีการสื่อสารภายในบุคคล ตลอดจนการสื่อสารในระดับอื่น ๆ (ระหว่างบุคคล ระดับ

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการการสื่อสาร คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ที่อยู่ 41 หมู่ 5 ตำบลท่าช้าง อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี 22000 โทรฯ : 086 445 7171 Email : bavonsan@gmail.com

กลุ่ม ระดับชุมชน) ยังมีจำนวนน้อย ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการศึกษาวิจัยในรูปแบบของการสร้างทฤษฎีจากสนามวิจัย (grounded theory) เพื่อต่อยอดองค์ความรู้ต่อไป
คำสำคัญ : การเจริญสติสัมโพชฌงค์; วาทกรรมตราฉบับ; ผู้ติดเชื้อเอชไอวี/เอดส์

Abstract

Bojjhanga Mindfulness is an intrapersonal communication that is effective in treating HIV/AIDS Infected Individuals due to Stigmatise Discourse. When persons realize that they infected, they can immediately be contemplated a mindfulness and always continue to maintain Bojjhanga mindfulness without the need of using antiviral drugs. Using Bojjhanga Mindfulness to encourage HIV/AIDS Infected Individuals due to Stigmatise Discourse with intrapersonal communication is the supporting a cure by using antiviral drugs, modern medical profession, more effectively. It's a direct benefaction for HIV/AIDS Infected Individuals. Furthermore, there are very few researches in communication arts about a cure for HIV/AIDS Infected Individuals by using an intrapersonal communication and other communication levels, i.e., interpersonal communication, group communication, and community communication. So, it's necessary to study in the form of creating theories from the field research (grounded theory) to continue formulating knowledge.

Keywords : Bojjhanga Mindfulness; "Stigmatise" Discourse; HIV/AIDS Infected Individuals

บทนำ : ผู้ติดเชื้อเอชไอวี/เอดส์กับความทุกข์กายใจ

“ตอนมาอยู่ที่นี้ใหม่ ๆ (วัดป่าศรีมงคล) พี่ไม่ได้ตั้งใจมารักษาตัวนะ แต่มาหาที่ตาย เพราะที่บ้านเขาไม่ให้ตาย ที่โรงพยาบาลก็เหมือนกันเขาไม่ให้เราตาย ก็เลยตั้งใจจะมาตายที่วัดนี้ อยากรายให้พ้นๆ ไปแต่แรงจะฆ่าตัวตายยังไม่มีเลยแขนขาขยับ



ไม่ได้ก็เลยตั้งใจจะปล่อยให้เอดส์มันกัดกินไปเรื่อย ๆ จนตายไม่อยากจะรักษา เพราะไม่รู้จะอยู่ไปทำไมไม่มีใครเอา”

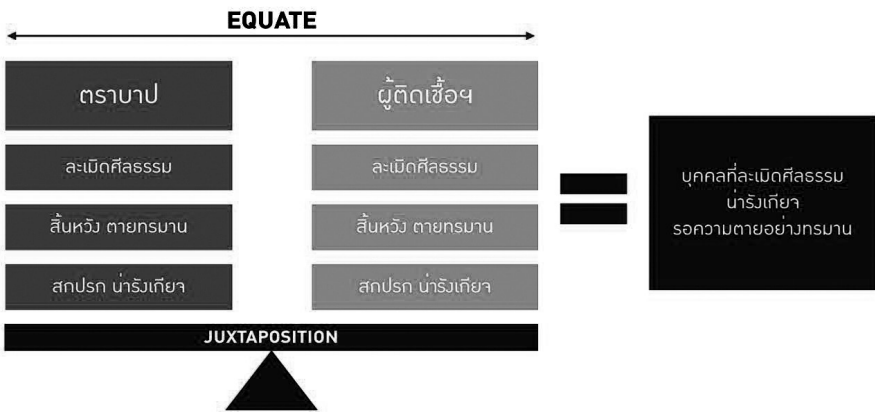
ประโยคตัดพ้อข้างต้นสะท้อนให้เห็นถึงภาวะทุกข์ที่ ป่อง (2555) ผู้ติดเชื้อฯ ทั้งที่เป็นอาการเจ็บป่วยทางร่างกาย และอาการเจ็บป่วยทางจิตใจ เนื่องมาจากการถูกตีตราด้วยวาทกรรม “ตราบาป” กระทำให้ผู้ติดเชื้อฯ กลายเป็นที่รังเกียจของสังคม ดังเสียงสะท้อนของจันทร์สุดา สุวรรณจันดี (2554) หนึ่งในผู้ติดเชื้อฯ ที่ชี้ให้เห็นว่า “ปัญหาใหญ่ไม่ได้อยู่ที่เชื้อไวรัส หากแต่อยู่ที่การถูกสังคมปฏิเสธ ชี้หน้า ตีตรา และเลือกปฏิบัติราวกับไม่ใช่เพื่อนมนุษย์ด้วยกัน” โดยนัยนี้การเจ็บป่วยด้วยโรคเอดส์ จึงต่างจากการเจ็บป่วยด้วยโรคอื่น ๆ เพราะมีประเด็นของตราบาปเข้ามากระทำต่อจิตใจของผู้ติดเชื้อฯ ให้สูญเสียคนรัก ครอบครัว สัมพันธภาพทางสังคม ไปจนถึงการสูญเสียศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ อันเป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้ผู้ติดเชื้อฯ จบชีวิตของตน

กระบวนการก่อตัวของวาทกรรม (Discourse Formation) ก่อตัวขึ้นจากการใช้ “ภาษา” ของสามสถาบันประกอบไปด้วย สถาบันแพทย์สมัยใหม่ กล่าวคือ ทางการแพทย์สมัยใหม่กำหนดความหมาย (regulator) ให้ผู้ติดเชื้อฯ หมายถึง ผู้ป่วยภูมิคุ้มกันบกพร่องโดยวัดจากค่า CD4 สถาบันรัฐกำหนดความหมายผู้ติดเชื้อฯ ผ่านนโยบายของกระทรวงสาธารณสุข เช่น ในปี พ.ศ. 2528 กระทรวงสาธารณสุขได้ประกาศให้เพิ่มโรคเอดส์เป็นโรคติดต่อที่ต้องแจ้งความตามพระราชบัญญัติโรคติดต่อ และกระทรวงมหาดไทยได้ประกาศให้เพิ่มชื่อโรคเอดส์เป็นโรคที่ต้องห้ามในพระราชบัญญัติคนเข้าเมือง (อาภัสรา จันสุวรรณ, 2535) และในขณะเดียวกันสถาบันสื่อมวลชนสร้างความหมายให้ผู้ติดเชื้อฯ มีความหมายเท่ากับ บุคคลที่ผิดพลาด ล้มเหลว ลิ่นหว้าง และละเมิดศีลธรรมในยุคแรกที่มีการณรงค์ผ่านสื่อมวลชน

Michel Foucault (อ้างถึงใน ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร, 2549) อธิบายวาทกรรม โดยสรุปหมายถึง ระบบและกระบวนการสร้าง/ผลิตอัตลักษณ์และความหมาย (significance) ให้กับสิ่งต่าง ๆ ในสังคมไม่ว่าจะเป็นความรู้ ความจริง อำนาจ หรือตัวตนของมนุษย์ นอกจากนี้วาทกรรมยังทำหน้าที่ตอกตรึงสิ่งที่สร้างขึ้นให้ดำรงอยู่ และเป็นที่ยอมรับของสังคมในวงกว้าง วาทกรรมเป็นมากกว่าภาษาหรือคำพูด เพราะมีภาคปฏิบัติจริงของวาทกรรม (discursive practices) รวมถึงจารีตปฏิบัติ ความคิด ความเชื่อ คุณค่า และสถาบันต่าง ๆ ในสังคมที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนั้น

วาทกรรมจึงสร้างสรรค์สิ่ง ๆ ขึ้นมาภายใต้กฎเกณฑ์ที่ชัดเจนชุดหนึ่งที่จะไปเป็นตัวกำหนดการดำรงอยู่ การเปลี่ยนแปลง หรือการเลื่อนหายไปของสรรพสิ่งที่สังคมสร้างขึ้น

ภาษาในโฆษณาผ่านสื่อมวลชนได้นำเสนอความคิด (statement) สู้สังคมในแง่ลบต่อผู้ติดเชื้อฯ ด้วยเทคนิคอันชาญฉลาดเรียกว่า “Juxtaposition” ด้วยการนำเอาชุดความคิด เช่น โรคติดต่อเรื้อรังร้ายแรง ความสกปรก น่ารังเกียจ และละเมิดศีลธรรมสังคม เป็นต้น มาผูกโยงไว้กับผู้ติดเชื้อฯ และใช้การสื่อสารผ่านสื่อมวลชนต่อกย้ำชุดความคิดดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง ดังภาพ



ภาพที่ 1 แสดงความชาญฉลาดของวาทกรรม “ตราบาป” ในการใช้ภาษากำหนดความรู้

โฆษณาที่ใช้ในการรณรงค์ประเด็นเอชไอวี/เอดส์ในยุคแรกคือวาทกรรมตราบาปที่สร้างกรอบความรู้ประจำยุคสมัย (episteme) ก่อรูปตัวตนของผู้ติดเชื้อฯ ให้กลายเป็นบุคคลที่น่ารังเกียจของสังคม นำไปสู่การตรึงความคิดของผู้คนสังคมที่มีต่อผู้ติดเชื้อฯ ให้หยุดนิ่งไปตามที่ภาษาของวาทกรรมสร้างขึ้น ผลลัพธ์คือทำให้สังคมเข้าใจว่าผู้ติดเชื้อฯ คือบุคคลที่เป็นโรคติดต่อเรื้อรังร้ายแรง สกปรก น่ารังเกียจ ตามที่สื่อมวลชนนำเสนอ โดยทำงานร่วมกันกับกรอบความรู้ทางพุทธศาสนาที่สร้างตัวตนให้ผู้ติดเชื้อฯ กลายเป็นบุคคลที่ประหลาดผิดศีลธรรมที่ว่าด้วยการมักมากในกาม และกรอบความรู้ทางการแพทย์ที่สร้างตัวตนให้ผู้ติดเชื้อฯ กลายเป็นบุคคลที่มีพฤติกรรมสำส่อนทางเพศ “มากฝั่วหลายเมีย” จนนำไปสู่การติดเชื้อ HIV/AIDS ภายใต้การทำงานสอดประสานของวาทกรรมทั้งสามชุดข้างต้น การเจ็บป่วยด้วยโรค HIV/AIDS จึงไม่ได้เป็น



ความเจ็บป่วยทางร่างกายแต่เพียงอย่างเดียว เพราะการที่วาทกรรมกำหนดกรอบความรู้ประจำยุคสมัยที่ความคิดของสังคมมีต่อผู้ติดเชื้อฯ ในทำนองที่ผู้ติดเชื้อฯ เท่ากับ “ตราบาบ” ได้สร้างความเจ็บป่วยใจให้แก่ผู้ติดเชื้อฯ อย่างยิ่ง

ข้อจำกัดของการรักษาผู้ติดเชื้อเอชไอวีเอดส์ด้วยวิถีทางการแพทย์สมัยใหม่

ปัจจุบันอาการเจ็บป่วยทางร่างกายของผู้ติดเชื้อฯ สามารถรักษาได้ด้วยวิถีทางการแพทย์สมัยใหม่ (เช่น ยาต้านไวรัส เป็นต้น) ซึ่งจะส่งผลให้ผู้ติดเชื้อฯ มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ดังข้อค้นพบสำคัญจากงานวิจัยของ บุชรา กระแสบุตร (2554) ที่ศึกษาเรื่อง “คุณภาพชีวิตของผู้ติดเชื้อฯ ที่ได้รับการรักษาด้วยยาต้านไวรัสแบบสามชนิดพร้อมกัน (HAART Treatment)” พบว่า ยาต้านไวรัสและการรักษาตามมาตรฐานการแพทย์นั้นจำเป็นต่อการมีอายุขัยเฉลี่ยที่ยาวนานขึ้น มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ตลอดจนสามารถใช้ชีวิตประจำวันและทำงานได้ตามปกติเหมือนกับคนปกติทั่วไป หมายความว่า การรักษาผู้ติดเชื้อฯ ด้วยวิถีทางการแพทย์สมัยใหม่สามารถชুবชีวิตผู้ติดเชื้อฯ ที่ร่างกายชুবผอมให้กลับมามีน้ำหนักตัวเพิ่มขึ้น หรือผู้ติดเชื้อฯ ที่เดินไม่ได้ให้กลับมาเดินได้ หรือผู้ติดเชื้อฯ ที่อ่อนแรงให้กลับมามีกำลังเพิ่มขึ้น หรือผู้ติดเชื้อฯ ที่อายุขัยเฉลี่ยสั้นลงให้กลับมามีอายุขัยเฉลี่ยที่ยาวนานขึ้น เป็นต้น ประโยชน์ต่าง ๆ เหล่านี้คือคุณูปการของวิถีการรักษาแบบการแพทย์สมัยใหม่ที่มีต่อตัวผู้ติดเชื้อฯ อย่างไรก็ตาม การคืนร่างกายที่แข็งแรงและอายุขัยเฉลี่ยที่ยืนยาวขึ้นให้แก่ผู้ติดเชื้อฯ ด้วยยาต้านไวรัสเป็นเวลานานก็ส่งผลข้างเคียงต่อร่างกายในระยะยาวเช่นกัน

จากข้อจำกัดของการรักษายาต้านไวรัสที่รักษาได้เฉพาะร่างกาย การนำธรรมชาติเข้ามาช่วยรักษาใจจึงเป็นเรื่องจำเป็น โดยเฉพาะองค์ธรรมที่เรียกว่า “สติสัมโพชฌงค์” คือจุดเริ่มต้นของการรักษาใจผู้ติดเชื้อฯ จากวาทกรรมตราบาบ ป. อ. ปยุตโต. (2552) อธิบายสติสัมโพชฌงค์ว่า ประกอบด้วยองค์ธรรม 7 ประการ ได้แก่ สติ ัมมวิจยะ วิริยะ ปีติ ปัสสทธิ สมาธิ และอุเบกขา ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 1 แสดงองค์ธรรมของสติสัมโพชฌงค์ 7 ประการ

องค์ธรรม	ความหมาย
สติ	องค์แห่งปัญญาเป็นเครื่องตรัสรู้คือสติ (ระลึกถึงสิ่งที่เป็นกุศลเพื่อยึดเหนี่ยวจิตใจ)
ธัมมวิจยะ	องค์แห่งปัญญาเป็นเครื่องตรัสรู้คือธัมมวิจยะ (การแสวงหาความรู้ในการแก้ปัญหา)
วิริยะ	องค์แห่งปัญญาเป็นเครื่องตรัสรู้คือวิริยะ (ความเพียรพยายามในการทำให้สำเร็จ)
ปีติ	องค์แห่งปัญญาเป็นเครื่องตรัสรู้คือปีติ (พอใจ อิ่มใจในสิ่งที่มี)
ปัสสัทธิ	องค์แห่งปัญญาเป็นเครื่องตรัสรู้คือปัสสัทธิ (สงบจากทุกข์กายและใจ)
สมาธิ	องค์แห่งปัญญาเป็นเครื่องตรัสรู้คือสมาธิ (มีจิตใจแน่วแน่ มุ่งมั่น)
อุเบกขา	องค์แห่งปัญญาเป็นเครื่องตรัสรู้คืออุเบกขา (มีใจเป็นกลาง วางเฉย)

ความเจ็บป่วย 4 ระยะของผู้ติดเชื้อเอชไอวี/เอดส์กับการเจริญสติสัมโพชฌงค์

การที่ใจผู้ติดเชื้อฯ ถูกตีตราด้วยวาทกรรมตราบาป ส่งผลให้ผู้ติดเชื้อฯ เผชิญกับความเจ็บป่วย 4 ระยะ ได้แก่ ระยะรู้ตัวว่าติดเชื้อฯ ระยะโกรธ ระยะลี้ม และระยะสร้างตัว โดยแต่ละระยะมีรายละเอียดดังนี้

การเจริญสติสัมโพชฌงค์ในระยะรู้ตัวว่าติดเชื้อฯ

ระยะรู้ตัวว่าติดเชื้อฯ หมายถึง เสียวนาที่ ณ ขณะที่บุคคลจะตัดสินใจกระทำการใด ๆ ลงไปเมื่อทราบผลเล็ดว่าตนเองได้กลายเป็นผู้ติดเชื้อฯ อาการของผู้ติดเชื้อฯ ในระยะดังกล่าวจะมีความวิตกกังวล เสียใจ หวาดกลัว ทำร้ายตนเอง และอาจรวมถึงบุคคลที่เป็นพาหะ ดังนั้นการตัดสินใจในระยะนี้สำคัญที่สุด เพราะจะไปเป็นตัวกำหนดชีวิตหลังติดเชื้อฯ ของบุคคลนั้นๆว่าจะเดินไปในทางกุศลหรืออกุศล ผลการตัดสินใจส่วนใหญ่ที่เกิดขึ้นในระยะนี้ล้วนแต่เป็นการตัดสินใจที่ถูกครอบงำด้วยโทสะทั้งสิ้นจึงนำไปสู่การทำร้ายตนเอง การฆ่าตัวตายด้วยวิธีการต่าง ๆ พฤติกรรมอกุศลเหล่านี้เป็นปัจจัยเร่งให้สุขภาพของผู้ติดเชื้อฯ เดินมาถึงจุดตกต่ำที่สุดในชีวิต ดังกรณีตัวอย่างของ “ป้อม” นานาที่เธอรู้ว่าเธอติดเชื้อฯ จากสามีแล้วว่า



“พอรู้ว่าติดเชื้ๆ เราก็เสียใจสิ เพราะเราไม่ได้นอกใจแฟนเราเลยแต่ต้องมาติดทำให้ใจไม่ได้จะเสียใจมาก ๆ มันก็เลยทรุดอยากตายให้มันจบๆ เรารับในสิ่งที่เกิดขึ้นไม่ได้มันก็เลยต้องเริ่มยาต้านไวรัสไงเพราะเวลาเราอ่อนแอซีดีโฟร์มันต่ำมันก็ต้องกินยาต้าน”

แต่กรณีของ “บัว” นั้นแตกต่างไปจากกรณีของ “ป้อม” เพราะการตัดสินใจของ “บัว” ในนาทิตี่เธอรู้ว่าตัวเองติดเชื้ๆ ในปี พ.ศ. 2535 นั้นกระทำด้วยสติส่งผลให้ปัจจุบัน (ปี พ.ศ. 2555) “บัว” อยู่กับเอชไอวีด้วยสุขภาพที่แข็งแรงมากกว่า 20 ปีโดยที่ไม่ต้องพึ่งการรักษาด้วยเคมีจากยาต้านไวรัส น่าสนใจว่าเมื่อ “บัว” รู้ตัวว่าติดเชื้ๆ นั้นเธอได้สื่อสารกับตนเองเพื่อเจริญสติอย่างไร

การระลึกถึงความเมตตาคือหลักยึดเหนี่ยวในภาวะใจของเธอที่กำลังเค็งคว้างเมื่อทราบข่าวผลเลือดเป็นบวก ดังกรณีตัวอย่าง บัว (2555) เล่าว่า

“พี่ติดเชื้ๆ จากสามีคนแรก แกทรุดใจก็เลยไปตรวจเลือดพอรู้ว่าเป็นพยาบาลก็บอกให้พี่ไปตรวจเลือดด้วยพี่ก็ทำใจแล้วว่าไงก็คงจะต้องติดเชื้ๆ แน่ พอไปฟังผลเลือดก็ติดจริง ๆ ตอนนั้นพี่ต้องตั้งสติอย่างมากคิดว่าเราจะล้มอีกคนไม่ได้ เราต้องแข็งแรงเพราะถ้าเราล้มไปอีกคนใครจะดูแลเขา พอตั้งสติได้พี่ก็เริ่มหาข้อมูลในการดูแลตนเองแล้วก็ดูแลพี่เขาไปด้วย ตอนนั้นทราบข่าวหลวงพ่อลงกตที่ดูแลผู้ติดเชื้ๆ อยู่ที่ลพบุรีพี่ก็กับแฟนพี่ก็เลยมาอยู่ที่วัดช่วยงานหลวงพ่อดอนนั้นผู้ป่วยไม่เยอะขนาดนั้นมันเลยได้ใกล้ชิดหลวงพ่อ”

เช่นเดียวกันกับกรณีตัวอย่าง สมใจ (2555) นำความเมตตามาเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวใจเมื่อรู้ตัวว่าติดเชื้ๆ เล่าว่า

“ป่าไปตรวจเลือดหลังจากสามีตายพอรู้ตัวติดเชื้ๆ ป่าก็นึกถึงลูกเลยว่ลูกจะอยู่กับใครใครจะเลี้ยงลูกตอนนั้นลูกก็ยังเล็กอยู่ เราจะเป็นอะไรไปไม่ได้ต้องเลี้ยงลูกให้โตมีงานทำให้หมดห่วงก่อนจากนั้นจะตายก็ไม่ใช่ไร”

ประโยคที่ว่า “เราจะล้มอีกคนไม่ได้ เราต้องแข็งแรงเพราะถ้าเราล้มไปอีกคนใครจะดูแลสามี” และ “ใครจะดูแลลูก” เป็นสองประโยคที่สะท้อนให้เห็นถึงความปรารถนาดี (เมตตา) ที่ “บัว” และ “สมใจ” จำเป็นจะต้องมีชีวิตอยู่เพื่อดูแลบุคคลอันเป็นที่รักของเธอทั้งสอง การระลึกเช่นนี้ทำให้เธอทั้งสองตั้งสติได้ในขณะนั้น เมื่อตั้งสติได้แล้วสติของ “บัว” ก็ถูกทำให้เจริญต่อไปด้วยการแสวงหาวิธีการที่จะดูแลตนเองและสามี (ธัมมวิจยะ) เช่น หาความรู้ในการดูแลจากสื่อการแพทย์ เดินทางมา

วัดพระบาทน้ำพุเพื่อศึกษาวิธีการดูแลตนเองจากผู้ติดเชื้อฯคนอื่น ๆ ตลอดจนศึกษา
ธรรมะจากพระอุดมประชากรเพื่อนำมาปรับใช้ในการดูแลตนเองและสามีซึ่งทำให้เธอ
เกิดปัญหาในการเลือกที่จะกินแต่ของที่มีประโยชน์ ออกกำลังกาย และอาศัยอยู่ใน
สภาพแวดล้อมที่มีอากาศบริสุทธิ์และถ่ายเทสะดวก “บัว” และสามีของเธอจึงตัดสินใจ
มาอยู่ในอุปการะของพระอุดมประชากร

หลังจากมีปัญหาแล้วการที่ต้องดูแลทั้งสามีและตัวเธอเองตลอดจนช่วยงานพระ
อุดมประชากรไปด้วยในยุคบุกเบิกวัดพระบาทน้ำพุนั้นถือว่าเป็นภาระที่หนักอยู่มาก
การจะผ่านพ้นช่วงเวลานี้ไปได้จำเป็นต้องอาศัยความเพียร (วิริยะ) เพื่อ
ฝ่าฟันอุปสรรคต่าง ๆ การติดตามพระอุดมประชากรอย่างใกล้ชิดเป็นจุดสำคัญที่ทำให้
เธอได้ซึมซับธรรมะมากมายตลอดจนได้เห็นถึงแบบอย่างที่ดีในการดำเนินชีวิต ดังที่
บัว (2555) เล่าต่อไปนี้ว่า

“ตอนนั้นที่พักที่สำเนียงมาอยู่ใหม่ ๆ (วัดพระบาทน้ำพุ) ตอนนั้นวัดยังไม่มี
อะไรเลยหลวงพ่อก่อนดูแลผู้ติดเชื้อฯ เองหมดตั้งแต่ออกไปบิณฑบาตเพื่อเป็นอาหาร
ให้ผู้ติดเชื้อฯ ป้อนข้าว อาบน้ำ เช็ดตัว นำออกก้างกาย ไปจนถึงเช็ดขี้เช็ดเยี่ยวให้ผู้
ติดเชื้อฯ ตอนนั้นที่ก็ช่วยท่านนะก็เลยได้เห็นตัวอย่างในการดำเนินชีวิตเห็นความมี
เมตตาของท่านเห็นความอดทนของท่านท่านเป็นพระที่สุดยอดจริง ๆ พอท่านว่างก็
จะคุยกับเราสอนเรามีความสุขอบอุ่นมากตอนนั้นได้ใกล้ชิดท่าน”

เมื่อเธอเพียรพยายามที่จะดูแลตนเองและสามีอย่างดีที่สุดและเห็นสามีมีอาการ
ดีขึ้นรวมถึงตัวเธอเองก็อาการดีขึ้นด้วยจึงทำให้เธอเกิดความภูมิใจ (ปีติ) ในสิ่งที่เธอ
ได้ทำอย่างพากเพียรใจเธอจึงสงบจากความกลัวว่าจะล้มป่วย (ปีสัสทธิ) เพราะเธอเชื่อ
ในการนำหลักธรรมดำเนินชีวิตร่วมกับเอชไอวี/เอดส์ใจจึงมีความแน่วแน่ตั้งมั่น (สมาธิ)
ที่จะปฏิบัติตนให้อยู่ในศีลในธรรมต่อไปในที่สุดเธอจึงวางความหมายด้านลบต่าง ๆ
เช่น ตายทรมาน น่ารังเกียจ ฯลฯ ที่วาทกรรมกำหนดให้ผู้ติดเชื้อฯ จำต้องเป็นลงไป
ได้ (อุเบกขา) ดังที่ บัว (2555) กล่าวปฏิเสธวาทกรรม “ตราบาป” อย่างองอาจว่า

“ทุกวันนี้พี่ไม่สนใจเลยว่าสังคมจะมองเราว่าเป็นอะไร เพราะเขาก็รู้มาจากสื่อ
เหมือนที่เราเคยรู้มานั่นแหละ แต่สิ่งเหล่านั้น (หมายถึง ลิ่นหว่ง ป่วยทรมาน) มันได้
เกิดขึ้นกับเรา เห็นมัยทุกวันนี้พี่ก็มีครอบครัวมีพี่สหว่ง มีบ้าน มีอาชีพเลี้ยงตัวเองได้
ไม่ทำให้ใครเดือดร้อน แถมบางครั้งยังให้คนอื่นยืมตังได้อีก (หัวเราะ) มีญาติพี่น้องเห็น
มัยว่าแถวนี้ไม่เห็นมีใครรังเกียจพี่เลยไปซื้อของเขาก็ให้เข้าร้านเลือกได้ตามสบาย”



ภาพที่ 2 วิถีชีวิตของผู้ติดเชื่อฯ ที่อยู่ร่วมกับเอชไอวีได้อย่างมีความสุขที่จังหวัดเลย

ความรู้สำคัญที่สุดที่ได้จากการวิเคราะห์กรณีของ “บัว” แสดงให้เห็นว่า การสื่อสารภายในบุคคลที่เป็นไปในทางกุศลนั้นคือจุดแตกหักจากวาทกรรม “ตราบาป” อย่างแท้จริงและการสื่อสารนี้หากมาได้ประจวบเหมาะก็จะทำให้ผู้ติดเชื่อฯ ได้รับประโยชน์สูงสุดจากการเจริญสติดังเช่นที่ “บัว” สามารถอยู่กับเอชไอวีได้โดยไม่ล้มป่วยอย่างหนักจนถึงขั้นที่จำเป็นจะต้องพึ่งยาต้านไวรัส เมื่อไม่พึ่งยาต้านไวรัสเธอจึงไม่ต้องเผชิญกับผลข้างเคียงที่ไม่พึงประสงค์อันเกิดจากการรักษาด้วยวิธีทางการแพทย์ สำหรับประจวบเหมาะที่สำคัญคือช่วงเวลาที่บุคคลรู้ตัวว่าติดเชื่อฯ นั่นเอง

การเจริญสติสัมโพชฌงค์ในระยะโกรธ

ระยะโกรธ หมายถึง ช่วงเวลาที่บุคคลทราบผลเลือดของตนว่าเป็นบวก กลายเป็นผู้ติดเชื่อฯ อากาโรธในระยณะนี้ คือ ความโกรธแค้น (ทั้งต่อตนเองและบุคคลที่เป็นพาหะ) จึงเกิดและแพร่กระจายในใจอย่างรวดเร็วกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมแก้แค้นโดยวิธีการต่าง ๆ เช่น ทำร้ายตนเอง ฆ่าตัวตาย หรือทำร้ายบุคคลที่เป็นพาหะนำโรค หรือการแพร่เชื้อไปสู่สังคม เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การให้ยาต้านไวรัสแก่ผู้ติดเชื่อฯ ในระยะนี้จะช่วยให้ร่างกายผู้ติดเชื่อฯ แข็งแรงขึ้น แต่จะรับรองได้อย่างไรว่าผู้ติดเชื่อฯ จะไม่นำร่างกายที่แข็งแรงขึ้นมาใช้ในการแก้แค้น

การเจริญสติเพื่อจัดการกับความโกรธด้วยโพชฌงค์จะเริ่มต้นด้วยการระลึก (สติ) ถึงโทษที่เกิดขึ้นจากความโกรธแค้น เช่น อากาโรธร้อนรนในใจ ใจไม่สงบ สุขภาพย่ำแย่ เป็นต้น การเพ่งระลึกไปที่ความโกรธหรือการยกความโกรธขึ้นมาพิจารณาด้วยปัญญา จะทำให้ผู้เจริญสติเห็นทุกข์ เมื่อเห็นแล้วก็จะนำไปสู่การเลือกเฟ้นธรรมะมาจัดการกับความโกรธ ความพยายาม ความขัดเคืองใจ และการเพ่งโทษได้ถูกต้อง (ธัมมวิจยะ) ดังกรณีตัวอย่างของ หนวด (2555) เล่าว่า

“ยาจะดีแค่ไหนถ้าใจคนไม่อยากอยู่ มันอยากตายเพราะอายุ มันก็ไม่ยอมกินยา มันก็ตายเหมือนกันแหละครับ... ยิ่งถ้าใจมันยิ่งแค่นี้ยิ่งไม่ต้องพูดถึง ผมบอกได้เลย ถ้าอยากมีชีวิตอยู่ต้อง**อโหสิกรรม**ก่อนเป็นอย่างแรก”

กล่าวได้ว่า “ความแค้น” (อาฆาต พยาบาท) คือปฐมเหตุแห่งทุกข์ของผู้ติดเชื้อ เพราะเมื่อแค้นจิตก็หมกมุ่นอยู่กับความโกรธ ความเกลียด ส่งผลให้ร่างกายอ่อนแอลงอย่างรวดเร็ว ดังนั้นธรรมะที่ผู้ติดเชื้อฯ ยกมาใช้ต่อสู้เพื่อสลายความแค้นในใจคือ “ความเมตตา” หมายถึง การให้อภัยตนเองและการให้อภัยบุคคลที่เป็นพาหะนำโรค อย่างไรก็ตาม ในทางปฏิบัติการให้อภัยเป็นเรื่องที่ให้อภัยที่สุดในระยะเวลาอันสั้น ดังนั้นการให้อภัยจึงจำเป็นต้องอาศัยความเพียร (วิริยะ) ทั้งการเพียรเพื่อระงับความโกรธ (ปหานปชาน) การเพียรเพื่อป้องกันความโกรธที่เบาบางลงไปแล้วไม่ให้กลับมาครอบงำอีก (อนุรักษปชาน) และการเพียรทำให้ความเมตตาจรูณาเจริญงอกงามยิ่งขึ้นไป (ภาวนापชาน) เกิดความสุขความอิ่มใจที่เกิดจากการให้อภัย (ปีติ) จิตใจจึงสงบลงจากความโกรธได้ (ปัสสัทธิ) เพราะความแน่วแน่ (สมาธิ) ทำให้การเจริญสติดำเนินไปอย่างต่อเนื่องไม่ขาดสายในที่สุดจึงวางเฉย (อุเบกขา) ต่อความโกรธได้สำเร็จ

เมื่อความโกรธถูกควบคุมไว้ได้ด้วยการเจริญสติ “ใจ” ของผู้ติดเชื้อฯ ก็เปลี่ยนไปจากเดิมที่เคยเชื่อว่าติดเอดส์สิ้นหวังตายทรมานมาสู่การเริ่มต้นชีวิตใหม่ให้อยู่ในศีล 5 มองชีวิตที่ติดเชื้อฯ ทางบวกมากขึ้น เช่น มองว่าการที่ตนติดเชื้อฯ นั้นทำให้ตนมีชีวิตอยู่มาจนถึงทุกวันนี้และยังได้อยู่ใกล้ชิดพ่อแม่เรียนรู้อาชีพธรรมะ ดังกรณีตัวอย่างของ เขต (2555) เล่าว่า

“ถ้าผมไม่เป็นเอดส์ผมอาจถูกเขายิงตายไปแล้วก็ได้นะพี่ พ่อเป็นเอดส์มันทำให้ผมเข้าใจชีวิตมากขึ้น และได้**อยู่ใกล้ชิดพ่อแม่มากขึ้น** ทั้งที่แต่ก่อนปีหนึ่ง ๆ แทบจะไม่เจอกันเลย ทำให้ผมมี**ครอบครัว มีดอกไม้ มีที่อยู่ มีงานสุจริตทำ** ทั้งที่แต่ก่อนผมไม่เคยมีอะไรแบบนี้เลยนะพี่มีแต่กินเหล้าเสพยาและก่อกินแค่นั้น พ่อแม่ผมไม่เคยสนใจ”

เช่นเดียวกับกรณีตัวอย่างของ มิตร (2555) อดีตนักเลง มองการที่ตนติดเชื้อฯ ในทางบวก

“เป็นเอดส์นี้มันก็ทำให้เราได้**ใกล้ชิดธรรมะมากขึ้น กลับตัวกลับใจเป็นคนดี**”

โดยสรุป การเจริญสติของผู้ติดเชื้อฯ ตามหลักโพชฌังคในระยะโกรธนั้นเน้นไปที่การพัฒนาความคิด ความเชื่อและทัศนคติของผู้ติดเชื้อฯ ให้หลุดพ้นจากความโกรธแค้นหรือการมองตนเองในแง่ลบเป็นหลัก



การเจริญสติสัมโพชฌงค์ในระยะล้ม

ระยะล้มเป็นผลสืบเนื่องมาจากการที่ใจของผู้ติดเชื้อฯ ยึดติดอยู่กับความโกรธจนส่งผลให้ร่างกายทรุดโทรมลงอย่างต่อเนื่อง ระยะล้ม หมายถึง ช่วงเวลาที่ผู้ติดเชื้อฯ อยู่ในภาวะที่ไม่สามารถช่วยเหลือตนเองได้ อาการแสดงออกสำคัญ เช่น เดินไม่ได้ นั่งไม่ได้ ควบคุมการขับถ่ายไม่ได้ ป่วยด้วยโรคแทรกซ้อนที่สัมพันธ์กับเอชไอวี/เอดส์ เป็นต้น อาการเหล่านี้เป็นผลจากการที่ผู้ติดเชื้อฯ ปลดปล่อยความโกรธแค้นครอบงำจิตใจจึงไม่รักษาตนเองตั้งแต่เมื่อรู้ตัวว่าติดเชื้อฯ ดังเช่นกรณีตัวอย่างของ “ปอง” ผู้ติดเชื้อฯ ท่านหนึ่งที่วัตถุประสงค์ของการมาวัดป่าศรีมงคลคือการมาหาที่ตาย เพราะใจติดอยู่กับความโกรธแค้นสุขภาพจึงทรุดโทรมแย่งลงอย่างถึงที่สุด ปอง (2555) เล่าให้ฟังว่า

“ที่แรกนะพี่มาที่วัดนี้ไม่ได้ตั้งใจมารักษานะมาหาที่ตาย เพราะแถวบ้านเขาไม่ให้ตาย ตอนมาที่แรกนะเดินไม่ได้ ผอมน้ำหนักตัวแค่ 25 โล กินไรก็อ้วกออกมาหมด ชีเยี้ยวไหลออกมาเอง ใครเห็นที่แรกก็ว่าไม่รอดแน่ แต่พออยู่ไปเราเห็นคนอื่น เขาก็เป็นเอดส์เหมือนเราแต่ทำไมเขาอยู่ได้วะ แล้วนี่ (พี่เลี้ยงที่คอยดูแลปอง) เขาก็เล่าให้ฟังว่ามีคนหนักกว่านี้อีก ตอนนี่เขาเดินได้ทำงานหาเงินได้แล้วเราก็เลยมีกำลังใจคิดว่าเราก็คงต้องทำได้สิก็เลยเริ่มจากขยับแขน ขา เล็ก ๆ น้อย ๆ ก่อน”

การเจริญสติในระยะล้มด้วยโพชฌงค์เพื่อหลุดพ้นจากความอ่อนแอจะเริ่มต้นด้วยการระลึก (สติ) ถึงประโยชน์ของการมีสุขภาพที่แข็งแรง เช่น สามารถช่วยเหลือตนเองได้ สามารถไปเที่ยวผ่อนคลายได้ สามารถทำงานเลี้ยงชีพได้ ฯลฯ การระลึกเหล่านี้จะช่วยให้ผู้ติดเชื้อฯ มีความปรารถนาที่จะมีสุขภาพแข็งแรงจึงเลือกวิธีการดูแลสุขภาพที่เหมาะสมกับตนเองเพื่อลดอาการเจ็บป่วย (อัมมวิจยะ) เช่น ผู้ที่เดินไม่ได้แต่พอขยับมือได้ก็จะบิบนวดตนเองเพื่อคลายกล้ามเนื้อหรือผู้ที่พอจะยืนได้ก็จะพยายามหัดเดิน ซึ่งในระยะแรกจะมีการล้มหรือเดินไปไม่ได้ไม่ไกลหรือเดินแล้วเจ็บขาตลอดจนกินยาต้านไวรัสก็เกิดอาการแพ้ยา แต่ทั้งหมดนี้ก็ต้องอาศัยความเพียร (วิริยะ) ในการฝ่าฟัน เช่น ฝึกเดินทุกวัน ฝึกเดินให้ถี่ขึ้นเพื่อให้ตนเองกลับมาเดินได้อีกครั้ง ดังที่ ปอง (2555) เล่าถึงเวลาที่หัดเดินว่า

“พอเริ่มขยับแขนขาได้แล้วก็ลองลุกนั่ง พอนั่งได้ก็ลองลุกยืน แรก ๆ ก็เจ็บหน่อย เพราะเส้นมันยึดนอนนาน (หัวเราะ) พอเริ่มยืนได้ที่ก็เริ่มลองเดินเอากิ่งไม้มาทำเป็น

ไม่เท่า แล้วนี่เขาก็ช่วยประคอง ตอนนั้นทรมาณมากเจ็บมาก เดินได้ไม่ไกลก็ล้ม จากนี้ (เตียงนอน) ไปหน้าบ้าน (ประมาณ 3 เมตร) ก็ล้มแล้วก็พักแล้วก็ค่อยเดินใหม่ทำไปทุกวันทำไปเรื่อย ๆ มันก็เดินได้ไกลขึ้นเอง และมีอยู่วันหนึ่งบอกนี่ว่าไม่ต้องประคองจะเดินเองก็เดินได้นะ เดินไปถึงหน้าบ้านเลย ตรงรั้วเลย ดีใจมาก เลยโทรไปบอกพี่สาวให้ซื้อรองเท้าให้เพราะจะเดินได้แล้ว”

ผลจากความเพียรทำให้ผู้ติดเชื้อฯ จะสัมผัสได้ว่าร่างกายมีการตอบสนองในทางบวก เช่น ขยับร่างกายได้มากขึ้น อากาศปวดชาลดน้อยลง เดินได้ระยะทางไกลขึ้น กินอาหารได้มากขึ้นก็จะทำให้ผู้ติดเชื้อฯ มีกำลังใจ (ปีติ) จิตใจจึงสงบ (ปัสสัทธิ) จากความอ่อนแอมีความมุ่งมั่นแน่วแน่ที่จะฟื้นฟูสุขภาพตนเองให้กลับมาแข็งแรง (สมาธิ) ซึ่งในที่สุดก็จะสามารถวางเฉยต่อความเชื่อวาทิตเอดส์แล้วตายทรมาณลงไปได้ (อุเบกขา) ดังที่ ป่อง (2555) เล่าถึงความสุขในวันที่ตนเองกลับมาเดินได้อีกครั้งว่า

“พอเดินได้ไกลมากขึ้นมันก็กินได้มากขึ้น พอกินได้มากขึ้นมันก็อ้วนขึ้น พออ้วนขึ้นมันก็มีแรงเดินมากขึ้น ขามันก็โตขึ้น แต่ก่อนนี้ลีบแห้งเลยนะ พอเราเห็นแบบนี้มันก็มีกำลังใจที่ทุกวันจะต้องหัดเดินทุกวัน ๆ มันก็เพลินดีทำไปเรื่อย ๆ มันก็เดินไปไหนมาไหนได้เหมือนคนปกตินั่นแหละ เย็นมีตลาดนัดบ้านปอภาราก็ซื้ออะไรไปเองได้ละ”

ในการทำงานเดียวกันกับที่ นี้ (2555) ชี้ให้เห็นความสำคัญของการดูแลสุขภาพนั้น เป็นเรื่องจำเป็นสำหรับผู้ติดเชื้อฯ ที่จะต้องกระทำอย่างต่อเนื่อง เล่าว่า

“แต่ก่อนนะตอนรู้ว่าติดเอดส์นะที่หนีลูกมาเลย บอกว่าไปทำงานต่างประเทศทิ้งลูกไว้ให้พี่สาวดูแลกลัวลูกจะติดเอดส์จากพี่เิง เพราะพี่คิดว่าเป็นเอดส์แล้วรักษาไม่หายมันต้องตายทรมาณ เลยไม่อยากให้ลูกเห็นเลยหนีมาตายที่นี่ (วัดป่าศรีมงคล) ตอนที่ยังเดินทางได้อยู่ ก็ตอนนั้นโทรทศน์เขาบอกแบบนี้ไง... แต่หลังจากที่หนีลูกมาก็มาอยู่ที่นี่ ก็มาเห็นผู้ติดเชื้อฯ คนอื่นที่เขาแข็งแรง หลายคนก็ทำงานได้ไม่ต่างจากคนปกติ บางคนก็ติดมานานไม่แสดงอาการมันก็เลยงงใจว่าตกลงไอ้ที่เราเคยเข้าใจว่าติดเอดส์แล้วต้องตายทรมาณอะมันจริงหรือเปล่า พอคุยกับเพื่อนผู้ติดเชื้อฯ กับพระกับหมอบไปเรื่อย ๆ มันก็รู้ว่าไอ้โรคนี้มันไม่ได้เป็นแล้วตายทันทีตายทรมาณเหมือนที่โทรทศน์มันเคยบอกตอนที่เอดส์ระบาคหนักๆ แต่มันขึ้นอยู่กับการดูแลตัวเองของเราไงถ้าเราดูแลตัวเองดีก็อยู่ได้ปกติ เผลอๆ อยู่ยาวนานกว่าคนเป็นมะเร็งอีก”



จะเห็นได้ว่าการดูแลสุขภาพของตนเองและกำลังใจจากคนรอบข้างเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งในกระบวนการเจริญสติที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงความคิด/ความเชื่อที่ส่งอิทธิพลต่อพฤติกรรมดูแลสุขภาพตนเองของผู้ติดเชื้อมา อย่างไรก็ตาม ผลการเปลี่ยนแปลงทางบวกต่อร่างกายที่เกิดขึ้นนั้นเป็นเพราะการกินยาต้านไวรัสร่วมด้วย แต่ที่งานวิจัยนี้ต้องการแสดงให้เห็นว่าการกินยาต้านไวรัสของผู้ติดเชื้อมา ก็เป็นพฤติกรรมหนึ่งที่เกิดขึ้นภายใต้กระบวนการเจริญสติ เพราะหากขาดสติในการกินยาต้านไวรัสแล้วก็จะลืมกินยา กินยาไม่ตรงเวลา กินยาไม่ครบจำนวน ไปจนถึงมีอาการแพ้ยาต้านไวรัส

การเจริญสติสัมโพชฌงค์ในระยะสร้างตัว

ระยะสร้างตัวเป็นผลต่อยอดมาจากที่ผู้ติดเชื้อมา ผ่านการเจริญสติสัมโพชฌงค์ในระยะโกรธ ระยะล้มจนมีสุขภาพใจและกายที่แข็งแรงขึ้นพอที่จะสร้างตัวเริ่มต้นชีวิตใหม่ในสังคมใหม่ได้แล้ว ระยะสร้างตัว หมายถึง ช่วงเวลาหลังจากที่ผู้ติดเชื้อมา พ้นจากความเจ็บป่วยและมีสุขภาพแข็งแรงประกอบกับการเห็นผู้ติดเชื้อมา คนอื่น ๆ มีรายได้จากการประกอบอาชีพสุจริตจึงทำให้ผู้ติดเชื้อมา ระลึกถึงการสร้างตัว (สติ) เพื่อให้ตนเองมีรายได้เลี้ยงชีพจึงแสวงหาอาชีพที่เหมาะสมกับสุขภาพของตนเอง (อัมมวิจยะ) เช่น การทำน้ายาปรับผ้านุ่ม การเลี้ยงปลา การปลูกผักไว้บริโภคเพื่อลดภาระค่าใช้จ่าย การทำงานก่อสร้าง ฯลฯ อาชีพเหล่านี้ล้วนต้องอาศัยความเพียร (วิริยะ) เป็นแรงขับเคลื่อนการทำงานที่เหน็ดเหนื่อยให้ประสบผลสำเร็จ

“รายได้” เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จที่เกิดจากการทำงานแม้ว่าจะเป็นเงินที่ไม่มาก แต่ก็ทำให้ผู้ติดเชื้อมา มีความสุขอิมเมจ (ปีติ) ขึ้นมาจากเงินที่หามาได้ด้วยน้ำพักน้ำแรงของตน ใจจึงเป็นสุขไม่ร้อนรน (ปัสสัทธิ) ดังที่ เขต (2555) ผู้ติดเชื้อมา คนหนึ่งที่มีความสุขใจจากรายได้ที่ได้รับจากการร้อยบายาสูบที่ถึงแม้จะไม่ใช่อาชีพโดยสุจริตเล่าให้ฟังว่า

“ผมร้อยยาได้วันหนึ่งยี่สิบสามสิบบาทก็พอใจแล้วไม่ต้องไปร้อยมากให้ได้เป็นร้อยเหมือนคนอื่นแล้วก็เครียด สิบบาทยี่สิบบาทก็เป็นเงินของผม ค่อยๆ เก็บไปเรื่อยๆ มันก็มากเอง”

ขณะที่อีกด้านก็ยังมีผู้ติดเชื้อมา ที่ไม่มีความสุขจากการที่ตนเองมีรายได้จากการประกอบอาชีพเพียงน้อยนิด เพราะมีความจำเป็นที่จะต้องหาเงินมาใช้จ่ายในสิ่งที่ตน

อยากได้ (แต่เกินกำลัง) การทำงานจึงไม่ผ่อนคลาย ดังที่ หลง (2555) เล่าถึงเหตุผลของการทำงานหามรุ่งหามค่ำโดยไม่ห้วงสุขภาพก็เพื่อนำเงินไปผ่อนรถจักรยานยนต์ว่า “ผมต้องรื้อยยาทั้งวันทั้งคืนเหนื่อยก็ต้องอดทนกินเอ็ม (รื้อย) ไป ถ้ามั่นงว่งเพราะจะเอาเงินไปผ่อนรถมอเตอร์ไซด์เวลาออกไปข้างนอกได้สะดวก... นี่เมื่อคืนก็ไม่ได้นอน”

ความสุขในระหว่างการทำงานนั้นจำเป็นต้องอาศัยใช้ความ “สันโดษ” คือ ความพอใจในสิ่งที่ตนมีและไม่ทำอะไรเกินกำลังของตน การทำงานของผู้ติดเชื่อฯ จึงจำเป็นต้องคำนึงถึงเรื่องของสุขภาพตนเองไปด้วย กล่าวคือ จะทำงานอย่างไรเพื่อให้มีความสุขระหว่างทำงานและอิมใจกับรายได้ที่ได้รับในขณะเดียวกันก็ต้องไม่ไปเบียดเบียนสุขภาพตนเองจนล้มป่วยด้วย

อย่างไรก็ตาม ผู้ติดเชื่อฯ ทั้งสองที่ยกมาเป็นตัวอย่างต่างก็มีใจที่มั่นคงแน่วแน่อยู่กับการทำงาน (สมาธิ) ทั้งที่รู้ว่าค่าแรงที่ตนเองได้รับนั้นเป็นจำนวนน้อยเมื่อเทียบกับค่าแรงขั้นต่ำทั่วไป (ได้ค่าแรงไม่คุ้มกับการเหน็ดเหนื่อยจากการทำงานหนัก) แต่นั่นก็เข้าใจได้ว่าตนเองเป็นผู้ติดเชื่อฯ ไม่มีทางเลือกมากนัก จึงวางเฉย (อุเบกขา) ต่อแ่งมุดังกล่าวพร้อมเข้าใจและยอมรับต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้นว่าไปแก้ไขอะไรไม่ได้

บทสรุป : การเจริญสติสัมโพชฌงค์เมื่อรู้ตัวว่าติดเชื่อฯ เป็นจุดแตกหักของชีวิต

การเจริญสติสัมโพชฌงค์ของผู้ติดเชื่อฯ แบ่งเป็น 4 ระยะ ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 2 สรุปการเจริญสติสัมโพชฌงค์ของผู้ติดเชื่อเอชไอวี/เอดส์เพื่อรักษาใจจากตราบาป

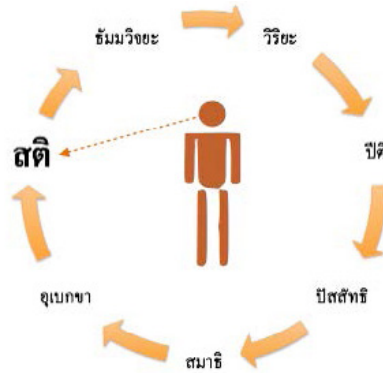
โพชฌงค์	การเจริญโพชฌงค์เพื่อหลุดพ้นจากตราบาป			
	ระยะรู้ตัวว่าติดเชื่อฯ	ระยะโกรธ	ระยะลั้ม	ระยะสร้างตัว
สติ	ระลึกถึงบุคคลในครอบครัว	ระลึกถึงโทษของความโกรธ	ระลึกถึงการมีสุขภาพที่แข็งแรง	ระลึกถึงงานที่ตนถนัด



ตารางที่ 2 สรุปรูปการเจริญสติสัมโพชฌงค์ของผู้ติดเชื้อเอชไอวี/เอดส์เพื่อรักษาใจจาก ตราบาป (ต่อ)

โพชฌงค์	การเจริญโพชฌงค์เพื่อหลุดพ้นจากตราบาป			
	ระยะรู้ตัวว่าติดเชื้อฯ	ระยะโกรธ	ระยะลี้ม	ระยะสร้างตัว
ธัมมวิจยะ	หาความรู้ในการดูแลตนเอง	พิจารณาโทษของความโกรธ	เลือกรักษาที่ดูแลสุขภาพที่เหมาะสมกับตนเอง	เลือกทำงานที่ตนถนัด
วิริยะ	เพียรรักษาสุขภาพ	เพียรกำจัดความโกรธ	มีความเพียรฟื้นฟูสุขภาพ	มีความเพียรในการทำงาน
ปิติ	สุขใจจากที่สุขภาพไม่ทรุด	ความสุขจากการให้อภัย	สุขใจที่สุขภาพแข็งแรงขึ้น	สุขใจเมื่อตนเองมีคุณค่า
ปัสสัทธิ	ไม่กังวลต่อความเจ็บป่วย	ใจสงบจากความโกรธ	ใจสงบจากอาการเจ็บป่วย	สงบจากคำครหาว่าเป็นภาระ
สมาธิ	แน่วแน่ที่จะปฏิบัติ	แน่วแน่ในการให้อภัย	แน่วแน่ที่จะดูแลตนเอง	ตั้งใจทำงานด้วยความมุ่งมั่น
อุเบกขา	ปล่อยวางจากคำครหา	ปล่อยวางความโกรธแค้น	ปล่อยวางจากความอ่อนแอ	ปล่อยวางจากชีวิตที่ไร้ศักดิ์ศรี

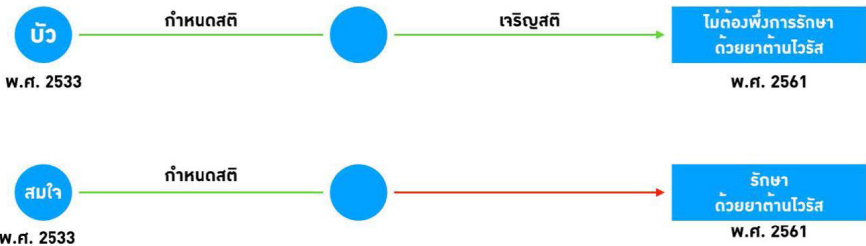
การเจริญสติสัมโพชฌงค์ของผู้ติดเชื้อฯ ในระยะรู้ตัวว่าติดเชื้อ คือ ระยะที่สำคัญที่สุด เนื่องจากเป็นจุดแตกหักของการรักษาด้วยธรรมชาติหรือยาต้านไวรัส 2 ตัวแปร ดังนี้ ตัวแปรแรก การกำหนดสติให้ทันท่วงที กล่าวคือ เมื่อรู้ตัวว่าตนติดเชื้อฯ แล้วสามารถตั้งสติได้ทันท่วงที ผลคือบุคคลนั้นสามารถอยู่กับเอชไอวี/เอดส์ได้โดยไม่ต้องพึ่งยาต้านไวรัส เช่น ในกรณีของบัวและสมใจ ดังแผนภาพที่ 3



ภาพที่ 3 แสดงการเจริญสติด้วยหลักโพชฌงค์ 7

ตัวแปรที่สอง การประกอบสติที่ตั้งใจเจริญไปตามรอบโพชฌงค์ให้สำเร็จ กล่าวคือ เมื่อกำหนดสติได้แล้ว ผู้ติดเชื้ จำเป็นต้องเจริญสติให้หมุนไปตามรอบโพชฌงค์อย่างต่อเนื่อง เช่น กรณีของบัวสามารถเจริญสติให้หมุนไปตามรอบของโพชฌงค์ได้อย่างต่อเนื่อง ขณะที่สมใจกำหนดสติได้สำเร็จ แต่ไม่สามารถเจริญให้สติหมุนไปตามรอบของโพชฌงค์ได้ต่อเนื่องเป็นผลสำเร็จจึงส่งผลให้สมใจต้องเข้ารับการรักษาด้วยยาต้านไวรัสในเวลาต่อมา ดังภาพ

รู้ตัวว่าติดเชื้



ภาพที่ 4 แสดงจุดพลิกชีวิตอันเป็นผลของการเจริญสติสัมโพชฌงค์

การเจริญสติสัมโพชฌงค์ในระยะรู้ตัวว่าติดเชื้ คือ จุดแตกหักที่สำคัญที่สุด เพราะเป็นตัวกำหนดวิธีการรักษาของบุคคลหลังติดเชื้ ว่าต้องรักษาด้วยยาต้านไวรัสหรือธรรมชาติซึ่งวิธีทั้งสองส่งผลต่อร่างกายโดยตรง ต่างกันตรงที่วิธีแรกส่งผลข้างเคียงต่อร่างกายในระยะยาวจากเคมีของยา ขณะที่วิธีที่สองไม่ส่งผลต่อร่างกายเพราะใช้การสื่อสารภายในบุคคลเป็นสื่อสารธรรมชาติเข้ารักษาใจ



โดยสรุป การเจริญสติสัมโพชฌงค์ คือ ทางเลือกหนึ่งที่คุณติตเชื่อฯ สามารถเลือกใช้ในการสื่อสารกับตนเองในระยะต่าง ๆ เช่น ระยะที่ทราบผลเลือดและรู้ว่าติดเชื้อเอชไอวี/เอดส์ ระยะโกรธ ระยะลุ่ม ไปจนถึงระยะสร้างตัว ซึ่งในทุกระยะหัวใจสำคัญคือ ผู้ติตเชื่อฯ จะต้องเริ่มที่ตั้งหลักความคิดตนเองให้ได้เสียก่อนเป็นอย่างแรก (สติ) จากนั้นจึงเริ่มพิจารณาหาสาเหตุและแนวทางแก้ปัญหาอย่างมีสติ (ฉมมวิจยะ) เมื่อได้หนทางแก้ปัญหาหมั่นปฏิบัติตามแนวทางที่กำหนดไว้ในตอนต้นอย่างเต็มที่ไมย่อท้อต่ออุปสรรค (วิริยะ) อย่างไรก็ตาม แม้ผู้ติตเชื่อฯ เพียรพยายามปฏิบัติตามแนวทางแก้ปัญหาอย่างเต็มที่แล้วผลลัพธ์ที่ได้อาจไม่เป็นดังใจปรารถนาที่จงพอใจในสิ่งที่มี (ปิติ) ไม่เป็นกังวลต่อสิ่งที่เป็นไปไม่ได้ (ปัสสทธิ) แน่วแน่กระทำในสิ่งที่ตนกระทำได้อย่างเต็มกำลังความสามารถ (สมาธิ) และรู้จักปล่อยวาง (อุเบกขา)

ตัวอย่างการประยุกต์ใช้การเจริญสติสัมโพชฌงค์ของผู้ติตเชื่อฯ ที่เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม เช่น เมื่อบวรู้รู้ว่าตนเองติดเชื้อฯ จากนั้นเธอก็พยายามที่จะตั้งสติ (แม้ว่าในช่วงเวลานั้นจะเป็นสิ่งที่กระทำยากที่สุด) และพยายามบอกกับตนเองว่า “ตนเองจะเป็นอะไรไปไม่ได้ เพราะต้องดูแลสามีที่ติดเชื้อฯ และกำลังทรุดอย่างหนัก” เมื่อระลึกได้เช่นนี้เธอก็จึงพยายามค้นหาวิธีการดูแลตนเองทั้งจากเว็บไซต์ หนังสือ แพทย์ผู้รักษา ตลอดจนสอบถามจากผู้ติตเชื่อฯ คนอื่น ๆ ถึงวิธีการดูแลผู้ติตเชื่อฯ และนำมาประยุกต์ใช้ในการดูแลตนเองและสามีด้วยความอดทนสูง ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้อาจจะไม่เป็นไปตามที่ตั้งใจ เพราะในระหว่างนั้นหลายครั้งที่สามีเธอก็มีอาการทรุดลงแต่เธอก็ยอมรับกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นตรงหน้าได้ และในที่สุดสามีเธอก็จากไป แต่เธอก็ไม่วิตกว่าเธอจะต้องเป็นเช่นสามี เธอเลือกที่จะตั้งใจอย่างแน่วแน่ในการที่จะดูแลตนเอง ทั้งการเลือกกินอาหารที่มีสารพิษให้น้อยที่สุด เลือกอยู่ในสภาพแวดล้อมที่มีอากาศบริสุทธิ์ เลือกที่จะรักษาความสะอาดของตัวเธอและที่อยู่อาศัย เลือกที่จะออกกำลังกายสม่ำเสมอ เลือกที่จะติดเชื้อเอชไอวี/เอดส์เพียงครั้งเดียว และเลือกที่จะฝึกใจให้รู้ถึงการวางเฉยที่จะอยู่กับเอชไอวีได้โดยไม่เป็นกังวล ผลลัพธ์สุดท้ายเธอสามารถอยู่ร่วมกับเอชไอวี/เอดส์ได้โดยไม่เข้ารับการรักษาด้วยยาต้านไวรัส

ข้ออภิปราย : สติสัมโพชฌงค์รักษาใจผู้ติตเชื่อเอชไอวี/เอดส์

ในยุคบรรพกาล “ความเจ็บป่วย” ถูกอธิบายในกรอบวิถีคิดของการเกิดจากอำนาจเหนือธรรมชาติ เช่น ความเชื่อเรื่องผี หรือความเชื่อเรื่องวิญญาณร้าย กักับการ

มองว่าเกิดจากธรรมชาติ เช่น สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง ปัญหาการปรับตัวเข้ากับธรรมชาติการกินของที่เกิดพิษต่อร่างกาย เป็นต้น ครั้งเมื่อกาลเวลาล่วงเลยมาถึงช่วงปลายศตวรรษที่ 19 ความเจริญก้าวหน้าทางด้านวิทยาศาสตร์การแพทย์ทำให้เกิดการค้นพบทฤษฎีเชื้อโรค (germ theory) จึงนำไปสู่การพลิกกรอบวิธีคิดในการอธิบายสาเหตุของการเกิดโรคจากอำนาจเร้นลับเหนือธรรมชาติมาสู่กรอบวิธีคิดแบบการแพทย์สมัยใหม่ที่อธิบายด้วยทฤษฎีเชื้อโรคและพัฒนาเรื่อยมาเป็นการแพทย์แบบชีวเวชศาสตร์ (biomedicine) มาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งวิธีคิดแบบทฤษฎีเชื้อโรคดังกล่าวกำหนดให้การรักษาเกิดขึ้นเฉพาะในส่วนที่เป็นความผิดปกติทางร่างกายเป็นหลัก ดังเช่นในกรณีของผู้ติดเชื้อที่แพทย์วินิจฉัยสาเหตุของโรคเนื่องมาจากการติดเชื้อจากการมีเพศสัมพันธ์ แนวทางการรักษาจึงถูกให้นำหนักไปที่การควบคุมเชื้อโรคในร่างกายของผู้ติดเชื้อ ด้วยยาต้านไวรัส

Cassell (1976) อธิบายสรุปความแตกต่างระหว่างโรคกับความเจ็บป่วยไว้ว่า “ความแตกต่างระหว่างโรคกับความเจ็บป่วย โดยให้ความหมายโรคว่าคืออาการที่เกิดกับอวัยวะของร่างกายส่วนความเจ็บป่วยคืออาการที่เกิดขึ้นกับคนทั้งคน” ดังเช่นกรณีของผู้ติดเชื้อโรค (disease) หมายถึง การติดเชื้อโรค คือ เอชไอวี/เอดส์ หลังจากติดเชื้อแล้วจะแสดงความเจ็บป่วย (illness) ทางร่างกาย เช่น ตุ่มขึ้นตามร่างกาย ลื่นเป็นฝ้า ร่างกายชुบผอม เป็นต้น อาการดังกล่าวส่งผลโดยรวมต่อการดำเนินชีวิตของผู้ติดเชื้อ วิธีการที่แพทย์ใช้รักษาโรคเพื่อควบคุมอาการเจ็บป่วยของผู้ติดเชื้อ คือ การจ่ายยาต้านไวรัส วิธีการสื่อสารที่เกิดขึ้นระหว่างแพทย์กับผู้ติดเชื้อ จะเป็นการสื่อสารที่มุ่งทำการรักษาร่างกาย ซึ่งจะเริ่มขึ้นในโรงพยาบาลโดยแพทย์จะให้ผู้ติดเชื้อ นำเสนออาการความเจ็บป่วยด้วยภาษาของผู้ติดเชื้อ จากนั้นแพทย์จะตีความ และให้ความหมายใหม่ด้วยภาษาการแพทย์สมัยใหม่ (เช่น ค่า CD 4 ไวรัส HIV เป็นต้น) เข้าไปแทนที่ภาษาที่ผู้ติดเชื้อ ใช้พรรณนาความเจ็บป่วยของตน เมื่อผ่านขั้นตอนของการวินิจฉัยโรคแล้วแพทย์ก็จ่ายยาต้านไวรัสให้ผู้ติดเชื้อ กินเพื่อควบคุมยับยั้งการขยายตัวของเชื้อโรคโดยเชื่อว่าเมื่อควบคุมเชื้อโรคได้แล้วอาการเจ็บป่วยทางร่างกายก็จะลดลงซึ่งจะทำให้ร่างกายโดยรวมแข็งแรงขึ้น

ดังที่บุษรา กระแสบุตร (2554 : 155) อภิปรายไว้ว่า “ผู้ติดเชื้อ สามารถมีชีวิตที่มีคุณภาพ ซึ่งหมายถึงชีวิตที่มีอายุขัยเฉลี่ยที่ยาวนานขึ้นจากการรักษาด้วยการได้รับคำปรึกษาจากแพทย์และรักษาด้วยยาต้านไวรัสแบบสามชนิดพร้อมกันเพื่อให้



ร่างกายสามารถต้านทานต่อเชื้อฯ ได้ก็จะทำให้เกิดอาการเจ็บป่วยด้วยอาการของโรคลดน้อยลง”

จะเห็นได้ว่าการรักษาผู้ติดเชื้อฯ ภายใต้อาการระบาดที่ศรัทธาแพทย์สมัยใหม่นั้นเน้นไปที่การรักษาโรคและความเจ็บป่วยทางร่างกายเป็นหลักไม่ครอบคลุมโรคใจที่เกิดขึ้นจากวาทกรรมตราบาปที่เป็นเหตุแห่งความทุกข์ที่ใจอันเป็นเหตุให้ผู้ติดเชื้อเสียชีวิตในที่สุด เช่น ความทุกข์ที่ถูกตีตราบาป ความทุกข์ที่เนื่องด้วยความโกรธ ความทุกข์ที่เกิดจากเดินทางผิด เป็นต้น

เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับกรณีของ “บัว” ผู้ติดเชื้อฯ ที่พบในงานวิจัยนี้ที่อยู่ร่วมกับเอชไอวีมากกว่า 20 ปีอย่างไม่เดือดร้อนใจ และที่สำคัญวิธีหลักในการรักษาตนเองของเธอไม่ได้ให้น้ำหนักกับการรักษาตามวิถีทางการแพทย์สมัยใหม่มากไปกว่าการรักษาด้วยการนำธรรมะมาปฏิบัติเป็นวิถีชีวิต ผลลัพธ์ที่ได้ปัจจุบันนี้ (ปี พ.ศ. 2555) เธอสามารถอยู่ร่วมกับเอชไอวี สามปี และญาติพี่น้องของเธอที่จังหวัดเลยได้อย่างมีความสุขทั้งกายโดยไม่ต้องพึ่งการกินยาต้านไวรัส กรณีของบัวสะท้อนให้เห็นว่าเอชไอวี/เอดส์เป็นเพียงภาวะหนึ่งหากเปรียบเป็นโรคก็เป็นโรคทางใจมากกว่าโรคทางร่างกาย ดังนั้นเมื่อใจของ “บัว” ถูกรักษาด้วยธรรมะจึงส่งผลให้ร่างกายและสังคมของเธอแข็งแรงขึ้นตามไปด้วย

นอกจากเสียงสะท้อนของผู้ติดเชื้อฯ แล้ว แม้แต่ตัวบุคลากรทางการแพทย์ที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับรักษาผู้ติดเชื้อฯ มายาวนานก็ออกมายอมรับเป็นเสียงเดียวกันว่า “การรักษาผู้ติดเชื้อฯ ที่ใจนั้นเป็นเรื่องสำคัญกว่าการรักษาที่ร่างกาย”

ดังที่นายแพทย์จตุติ รัตนศิริ (2555) แพทย์ประจำโรงพยาบาลเซ็นทรัลที่อาสา มารักษาผู้ติดเชื้อฯ ที่วัดพระบาทน้ำพุ กล่าวไว้ว่า

“กำลังใจสำหรับผู้ติดเชื้อฯ นั้นเป็นเรื่องสำคัญ ถ้าเขามีกำลังใจดีอาการป่วยพวกนี้เรื่องเล็ก”

เช่นเดียวกับที่สุรณี ศักดิ์ไพบุลย์ (2555) พยาบาลวิชาชีพชำนาญการประจำโรงพยาบาลสมเด็จพระนารายณ์มหาราช กล่าวไว้ว่า

“โรคเอดส์นี้มันไม่เหมือนโรคอื่น ๆ เป็นไข้หวัดรักษาหายก็หายกัน แต่เอดส์นี้มันเป็นโรคใจ หากใจเขา (หมายถึงผู้ติดเชื้อฯ) ไม่สู้ไม่เอาด้วยแล้วยังงี้ก็รักษาไม่ได้ บางคนถ้ากำลังใจดีให้ยาไปทานก็ฟื้นเร็ว”

ในการทำงานเดียวกันกับที่นุชนารถ (2555) พยาบาลวิชาชีพชำนาญการที่ทำหน้าที่พยาบาลผู้ติดเชื้อฯ ในวัดพระบาทน้ำพุ กล่าวว่า

“บางคนทีที่ที่เคยพยาบาลมา มาช่วงแรกนี้หามเข้ามาจะตายอยู่แล้ว แต่ญาติมาเยี่ยมบ้าง โทรศัพท์มาให้กำลังใจบ้าง อาการดีขึ้นเร็วมากแป๊บเดียวเดินได้แล้ว แล้วก็มียีกคนนะที่เห็นคุยโทรศัพท์ที่บ้านไม่รู้พูดอะไรกันสงสัยญาติคงโทรมาว่า หว่า เป็นภาระทำให้ทำอะไรประมาณนั้น คนนี้ (หมายถึง ผู้ติดเชื้อฯ) แข็งแรงนะผ่านไปสามวันตายเลย เนี่ยกำลังใจสำคัญมากสำหรับผู้ติดเชื้อฯ”

จากคำกล่าวข้างต้นของบุคลากรทางการแพทย์ที่เมื่อนำมาประมวลสามารถเป็นหลักฐานยืนยันและสนับสนุนข้ออภิปรายที่ว่า “ในกรณีของผู้ติดเชื้อฯ ที่ถูกกระทำโดยอำนาจของวาทกรรม “ตราบาป” การรักษาใจนั้นสำคัญกว่าการรักษาร่างกาย”

บทส่งท้าย

เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปว่าการรักษาผู้ติดเชื้อฯ ด้วยวิถีวิทยาศาสตร์การแพทย์สมัยใหม่นั้นมีประสิทธิภาพในการรักษาผู้ติดเชื้อฯ ให้กลับมามีร่างกายที่แข็งแรงสามารถดำเนินชีวิตได้ใกล้เคียงกับภาวะปกติ แต่ด้วยข้อจำกัดของวิธีการรักษาดังกล่าวยังไม่สามารถรักษาใจของผู้ติดเชื้อฯ ได้เท่าที่ควร ทั้งนี้เนื่องจากใจที่ป่วยของผู้ติดเชื้อฯ นั้นเหตุมาจากการถูกกระทำผ่านระบบภาษาที่เรียกว่า “วาทกรรมตราบาป” จึงไม่มียาปฏิชีวนะใดที่ผู้ป่วยทานเข้าไปแล้วสามารถตรงไปออกฤทธิ์สลายตราบาปที่เกาะกินใจผู้ติดเชื้อฯ ได้ และด้วยเหตุนี้ เพื่อให้การรักษาผู้ติดเชื้อฯ มีประสิทธิภาพสูงสุด การนำวิธีการเจริญสติสัมโพชฌงค์เพื่อกระตุ้นให้ผู้ติดเชื้อฯ รักษาใจจากวาทกรรมตราบาปด้วยการสื่อสารภายในบุคคลจึงเป็นการเกื้อหนุนการรักษาด้วยวิถีแบบวิทยาศาสตร์การแพทย์สมัยใหม่ด้วยยาต้านไวรัสให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น อันจะเป็นคุณูปการต่อตัวผู้ติดเชื้อฯ โดยตรง

แม้ว่าผลการวิจัยข้างต้นจะยังมีข้อจำกัดในแง่ของการพิสูจน์ผลลัพธ์ของการเจริญสติสัมโพชฌงค์ด้วยหลักฐานเชิงประจักษ์ เช่น จำนวนลิ้มโฟไซต์ CD 4 เป็นต้น เนื่องจากฐานคิดทางปรัชญาระหว่างพุทธศาสนากับวิทยาศาสตร์มีความแตกต่างกัน กล่าวคือ พุทธศาสนาให้ความสำคัญกับจิตใจที่มีธรรมชาติเป็นนามธรรมจึงพิสูจน์ได้ยากในลักษณะสากล ขณะที่วิทยาศาสตร์ให้ความสำคัญกับกายที่มีธรรมชาติเป็นรูปธรรมจึงพิสูจน์ในลักษณะของการเจงนับได้ชัดเจนกว่า



อย่างไรก็ตาม หากมองข้อจำกัดข้างต้นในเชิงสร้างสรรค์ทางวิชาการบนความแตกต่างของฐานคิดทางปรัชญาดังกล่าว ในสถานการณ์ที่ทั้งสองศาสตร์จำเป็นต้องบูรณาการความรู้เพื่อประสิทธิภาพสูงสุดในการรักษาผู้ติดเชื้อ ข้อจำกัดข้างต้นจึงเป็นโอกาสทางวิชาการที่จะต่อยอดไปสู่การศึกษาวិจัยในเชิงลึกเพื่อพิสูจน์ผลลัพธ์ของวิธีการรักษาใจผู้ติดเชื้อ ด้วยการเจริญสติสัมโพชฌงค์ให้เป็นวิทยาศาสตร์ทางจิตด้วยหลักฐานเชิงประจักษ์ต่อไป ซึ่งจะเป็นการเปิดพรมแดนความรู้ การวิจัยทางด้านนิเทศศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นการสื่อสารภายในบุคคลของผู้ติดเชื้อ ให้เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- จันทร์สุตา สุวรรณจันดี. (2554). *เรื่องเล่าของฉันในวันที่อยู่กับเอชไอวี*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ ส.ไพบุลย์การพิมพ์.
- ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร. (2549). *วาทกรรมการพัฒนา อำนาจ ความรู้ ความจริง เอกลักษณะ และความเป็นอื่น*. กรุงเทพฯ : วิชาษา.
- บุษรา กระแสบุตร. (2554). *คุณภาพชีวิตของผู้ติดเชื้อเอชไอวี/เอดส์ที่ได้รับการรักษาด้วยยาต้านไวรัสแบบสามชนิดพร้อมกัน (HAART Treatment)*. คณะสังคมศาสตร์การแพทย์และสาธารณสุข มหาวิทยาลัยมหิดล, กรุงเทพฯ.
- ป. อ. ปยุตโต. (2552). *พุทธธรรม*. กรุงเทพฯ : สหธรรมิก.
- อาภัสรา จันสุวรรณ. (2535). *ความวิตกกังวลอันเกิดจากข้อมูลข่าวสารการรณรงค์เรื่องโรคเอดส์ผ่านสื่อมวลชนช่วงปี พ.ศ.2531 – 2534 กรณีศึกษาในทัศนะแบบองค์รวม*. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- Cassell, E. J. (1976). *The Healer art : A New Approach to the Doctor-Patient Relationship*. New York : Lippincott.

สัมภาษณ์

- เขต, ผู้ติดเชื้อเอชไอวี/เอดส์. สัมภาษณ์, 11 พฤษภาคม 2555.
- จตุติ รัตนศิริ, แพทย์ประจำโรงพยาบาลเซ็นทรัล. สัมภาษณ์, 6 พฤษภาคม 2555.
- นี่, ผู้ติดเชื้อเอชไอวี/เอดส์. สัมภาษณ์, 2 สิงหาคม 2555.

- นุชนารถ, พยาบาลวิชาชีพชำนาญการที่ทำหน้าที่พยาบาลผู้ติดเชื้อเอชไอวี/เอดส์ใน
วัดพระบาทน้ำพุ. สัมภาษณ์, 7 มิถุนายน 2555.
- บัว, ผู้ติดเชื้อเอชไอวี/เอดส์. สัมภาษณ์, 15 กันยายน 2555.
- ป๋อง, ผู้ติดเชื้อเอชไอวี/เอดส์. สัมภาษณ์, 19 กุมภาพันธ์ 2555.
- ป้อม, ผู้ติดเชื้อเอชไอวี/เอดส์. สัมภาษณ์, 2 ธันวาคม 2555.
- มิตร, ผู้ติดเชื้อเอชไอวี/เอดส์. สัมภาษณ์, 7 กุมภาพันธ์ 2555.
- สมใจ, ผู้ติดเชื้อเอชไอวี/เอดส์. สัมภาษณ์, 2 กันยายน, 2555.
- สุรณี ศักดิ์ไพบูลย์, พยาบาลวิชาชีพชำนาญการประจำโรงพยาบาลสมเด็จพระนารายณ์
มหาราช. สัมภาษณ์, 9 กันยายน 2555.
- หนด, ผู้ติดเชื้อเอชไอวี/เอดส์. สัมภาษณ์, 31 มีนาคม 2555.
- หลง, ผู้ติดเชื้อเอชไอวี/เอดส์. สัมภาษณ์, 11 มิถุนายน 2555.

บทที่

7

แนวทางการเสริมสร้างจริยธรรมสื่อมวลชนไทย เชิงพุทธบูรณาการ

The Way to Promote Ethics for Thai Media Using
Buddhist Integration

นงคณาถ ห่านวิไล

Nongnat Hanwilai





แนวทางการเสริมสร้างจริยธรรม สื่อมวลชนไทยเชิงพุทธบูรณาการ¹

The Way to Promote Ethics for Thai Media
Using Buddhist Integration

นงคณาถ ห่านวิไล²
Nongnat Hanwilai

บทคัดย่อ

สังคมไทยเรียกร้องให้สื่อมวลชนทำหน้าที่ภายใต้กรอบจริยธรรมมากขึ้น เนื่องจากปัจจุบันสื่อมีความเป็นอุตสาหกรรม มีทุนใหม่ๆ เข้ามาจึงคำนึงถึงผลกำไรมากกว่าประโยชน์ส่วนรวม วัตถุประสงค์ของบทความนี้เพื่อนำเสนอแนวทางเสริมสร้างจริยธรรมสื่อมวลชนไทยเชิงพุทธบูรณาการ โดยศึกษาสภาพปัญหาจริยธรรมสื่อมวลชนพบว่ามี 4 ประการคือ 1) ปัญหาจริยธรรมด้านการนำเสนอเนื้อหาข่าว 2) ปัญหาจริยธรรมของทุนธุรกิจสื่อมวลชน 3) ปัญหาความรู้ความเข้าใจในกรอบจริยธรรมและจิตสำนึกความเป็นวิชาชีพสื่อมวลชน 4) ปัญหาการกำกับดูแลจริยธรรมวิชาชีพสื่อมวลชน จากปัญหาดังกล่าวนำมาเป็นประเด็นเพื่อหาแนวทางเสริมสร้างจริยธรรมสื่อมวลชนให้เข้มแข็งสู่จิตสำนึก ผลการศึกษาพบว่ามีหลักพุทธธรรม 5 ประการ คือ หิริโอตตปปะ อคคิ 4 เภยจศีลเบญจจรรยา สัมมาอาชีวะ และหลัก

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของดัชนีนิพนธ์เรื่อง การเสริมสร้างจริยธรรมสื่อมวลชนไทยเชิงพุทธบูรณาการ สาขาวิชาพระพุทธศาสนา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

² นิสิตระดับปริญญาเอก หลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพระพุทธศาสนา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ที่อยู่ 79 หมู่ที่ 1 หลักกิโลเมตรที่ 55 ตำบลลำไทร อำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13170 โทรฯ 081-409-4400 email : h.nongnat@gmail.com

ประโยชน์ 3 บูรณาการกับหลักจริยธรรมวิชาชีพสื่อมวลชนคือ 1) การนำเสนอข้อเท็จจริงปราศจากอคติ 2) แยกข้อเท็จจริงและความเห็น 3) สมดุลเป็นธรรม 4) คำนึงถึงประโยชน์สาธารณะ 5) เคารพสิทธิส่วนบุคคลและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ 6) ไม่นำเสนอภาพข่าวที่อุจาด ลามก อนาจาร 7) หลีกเลี่ยงประทุษวาจา 8) ละเว้นอามิสสินจ้าง 9) ไม่โฆษณาแอบแฝงให้หลงเชื่อ จากการบูรณาการหลักจริยธรรมสื่อมวลชนและหลักพุทธธรรม 5 ประการเข้าด้วยกันนำมาสู่องค์ความรู้เป็นแนวปฏิบัติ ที่เรียกว่า “พุทธจริยธรรมสื่อมวลชน” (Buddhist Ethics of Mass Media) เพื่อแก้ปัญหาจริยธรรมของสื่อมวลชนด้วยการเสริมสร้างจิตสำนึกด้วยหลักพุทธธรรมควบคู่กับหลักจริยธรรมสื่อมวลชน ซึ่งจะสามารถแก้ไขปัญหาการทำผิดจริยธรรมของสื่อมวลชนที่ได้ผลยั่งยืนยิ่งขึ้น ด้วยการมุ่งฝึกฝนปรับจิตใจ กาย วาจา กระตุ้นเตือนให้เกิดมโนธรรมในจิตใจของสื่อมวลชน สำนึกแห่งความรู้สึกรับผิดชอบชั่วดี ให้ละอายกลัวต่อความประพฤติผิดจริยธรรมทางกาย วาจา ใจ ที่จะส่งผลกระทบต่อผู้อื่น ปรับเปลี่ยนมาเป็นการทำหน้าที่รายงานความจริง ตรงไปตรงมา ไม่ลำเอียง มีความเป็นธรรม คำนึงถึงประโยชน์สาธารณะ มีจิตวิญญานความเป็นสื่อมวลชน และมีอาชีพวิญญานปฏิบัติตนตามหลักจริยธรรมวิชาชีพสื่อมวลชนอย่างถูกต้องและยั่งยืน

คำสำคัญ : สื่อมวลชนไทย; การเสริมสร้าง; จริยธรรม; พุทธบูรณาการ

Abstract

Thai society has been stepping up its calls for mass media to demonstrate greater ethics, after new-style investors enter mass-media industry with a focus on profits rather than public interests. Having the objective of promoting media ethics, this research identified four ethical problems in mass media. They were 1) unethical news presentation; 2) unethical media investors; 3) problems related to knowledge and understanding of mass-media ethics; and 4) problems in media-ethic regulatory system. These issues were studied to develop ethical guideline for mass media. According to findings, five Buddhist concepts can be integrated to the guideline namely Conscientiousness, Four Prejudices, Five Precepts and Five Dharma Components, the Right Livelihood, and



Three-Fold Training. The integrated guideline features: 1) unbiased presentation of facts; 2) separation of facts and opinions; 3) fair and balanced coverage; 4) focus on public interests; 5) respect for privacy and human dignity; 6) ban on obscene or lewd photos; 7) ban on hate speeches; 8) ban on bribery; and 9) ban on veiled advertisements. Through the integration of Buddhist concepts into mass-media ethics, this research presented “Buddhist Ethics of Mass Media” so as to provide more sustainable solutions to ethical issues. To follow the guideline, mass-media members should persevere in improving their mind and actions; speak of ethics to foster conscientiousness; feel ashamed of unethical thoughts, words and acts; strive to present accurate, transparent, unbiased and fair reports; focus on public interests; uphold mass-media spirit, and fully comply with media ethics on a sustainable basis.

Keywords : Thai Mass Media; Promotion; Media Ethics; Buddhist Concepts; Buddhist Integration

บทนำ

สื่อมวลชน (Mass Media) เป็นวิชาชีพที่มีความสำคัญต่อสังคม เนื่องจากเข้าไปมีบทบาทในการนำเสนอเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ทำให้ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารข้อเท็จจริงต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม เป็นการเพิ่มพูนประสบการณ์ใหม่ๆ ให้แก่ประชาชนผู้รับสาร รวมถึงยังเป็นพลังทางสังคมอีกด้วย บทบาทหน้าที่อันสำคัญของสื่อมวลชน ประกอบด้วย 4 ประการหลัก ได้แก่ 1) สื่อมวลชนต้องนำเสนอข่าวสารให้เกิดความกระจ่างให้แสงสว่างทางปัญญาเพื่อให้สังคมเกิดความสันติสุข 2) เสรีภาพของสื่อมวลชนต้องมาพร้อมกับความรับผิดชอบเสมอ 3) สื่อมวลชนต้องนำเสนอข้อมูลข่าวสารอันเกิดประโยชน์ต่อส่วนรวม และมีส่วนในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นต่อการรักษาผลประโยชน์ของส่วนรวม 4) สื่อมวลชนต้องไม่นำเรื่องส่วนตัวเข้ามาเกี่ยวข้อง ต้องมีความซื่อตรงและยุติธรรม (Jeffrey Olen, 1988 : 14)

อย่างไรก็ตาม นักนิเทศศาสตร์ได้ศึกษาผลกระทบของการทำหน้าที่สื่อมวลชนต่อสังคม พบว่าหลังจากที่ผู้รับสารได้รับข่าวสารและบทความ ความคิดเห็นจากสื่อมวลชนแล้วความเปลี่ยนแปลงอาจเกิดขึ้นที่การรู้ (Cognitive Change) อาจเกิดขึ้นทันทีหรือในเวลาต่อมา โดยที่ผู้รับสารอาจรู้ตัว หรือไม่รู้ตัว อาจซ่อนเร้นอยู่ภายใต้จิตสำนึกของผู้รับสาร และอาจสั่งสมเป็นผลระยะยาวที่อาจจะไปปรากฏให้เห็นในวัฒนธรรมมวลชน (Mass Culture) เช่น การกิน การอยู่ การแต่งกายที่เป็นผลมาจากสื่อมวลชน ดังนั้น การดำเนินกิจการของสถาบันสื่อมวลชน จึงส่งผลกระทบต่อสังคมและสมาชิกของสังคม จนมีการกล่าวขวัญและวิพากษ์วิจารณ์ถึงอิทธิพลของสื่อมวลชนในด้านลบว่า สภาพความเสื่อมโทรมทั้งหลายทั้งทางจิตใจและศีลธรรมของคนในสังคมเกิดจากอิทธิพลของสื่อมวลชน (สมควร กวียะ, 2545) การทำหน้าที่ของสื่อมวลชนจึงต้องมีจริยธรรมวิชาชีพกำกับเพื่อเป็นแนวปฏิบัติให้สื่อมวลชนยึดปฏิบัติ ซึ่งสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติได้ออกข้อบังคับว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพหนังสือพิมพ์ พ.ศ.2559 (สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ, 2559) โดยมีข้อบังคับสรุปได้ว่า

1. สื่อมวลชนต้องนำเสนอความถูกต้องและข้อเท็จจริง
2. เพื่อประโยชน์สาธารณะ
3. มีความสมดุลและเป็นธรรม
4. เคารพสิทธิส่วนบุคคลและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์
5. การปกปิดและเคารพแหล่งข่าว
6. มีความรับผิดชอบในการแก้ไขข่าว
7. การแยกแยะข้อเท็จจริงกับความคิดเห็น
8. การละเว้นอำิสสินจ้างและประโยชน์ทับซ้อน
9. การได้มาซึ่งข้อมูลโดยไม่ละเมิด
10. โฆษณาที่ไม่แอบแฝงและงมงาย

แม้ว่ามีแนวปฏิบัติจริยธรรมที่กำหนดไว้แต่การทำผิดจริยธรรมของสื่อมวลชนยังพบบ่อยในปัจจุบัน ได้แก่ การนำเสนอข่าวโดยมีอคติ การละเมิดสิทธิส่วนบุคคลและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ภาพอูจาดหวาดเสียว โดยมีข้อมูลจากโครงการวิจัย “จับจ้องส่องจริยธรรมสื่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์” ของสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ ที่มอบหมายให้ทีมนิสิต คณาจารย์คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ทำการศึกษาเพื่อเป็นกระจกสะท้อนการทำงานให้แก่สื่อมวลชน โดยศึกษาในหมวดข่าวเด่นบนหน้าแรกของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ 9 ฉบับ ได้แก่ ผู้จัดการ เดลินิวส์ โพสต์ทูเดย์ ไทยรัฐ กรุงเทพธุรกิจ ไทยโพสต์ สยามรัฐ คมชัดลึก และโลกวันนี้ ตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม พ.ศ. 2560 พบว่ามีข่าวที่เข้าข่ายผิดจริยธรรม 149 ข่าว จากตัวอย่างทั้งหมด 1,494 ข่าว คิดเป็นร้อยละ 9.97 โดยประเด็นทำผิดจริยธรรม 5 อันดับต้น ได้แก่ การนำเสนอข่าว



โดยมีอคติ การโฆษณาแฝง ละเมิดศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ภาวะจลาจลหวาดเสียว และ
นำเสนอเรื่องงมงาย (สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ, 2560 : 33-34)

จากปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น ส่งผลให้สภาวิชาชีพสื่อมวลชนพยายามปรับปรุง
การกำกับดูแลจริยธรรมของสื่อมวลชน เช่น การเพิ่มสัดส่วนคนนอกวงการด้วยการ
แต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิ ด้าน วิชาการสื่อสารมวลชน กฎหมาย คຸ້ມครองผู้บริโภค
สิทธิมนุษยชน บริหารจัดการ เข้ามาเป็นกรรมการในสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ
เพิ่มขึ้น เพื่อให้บุคคลภายนอกมีส่วนในการกำกับดูแลจริยธรรมของสื่อมวลชน
นอกจากนี้ยังขอความร่วมมือให้องค์กรสื่อจัดตั้งคณะกรรมการจริยธรรมภายในองค์กร
(News ombudsmen) เพื่อทำหน้าที่รับเรื่องร้องทุกข์ ตรวจสอบการนำเสนอข้อมูล
ข่าวสารและรวมถึงจริยธรรมของบุคลากรภายในองค์กร ในอีกด้านหนึ่งฝ่ายรัฐบาลที่
ขณะนี้ได้รวบรวมผู้เกี่ยวข้องในวิชาชีพสื่อมวลชนจัดตั้งคณะกรรมการปฏิรูปประเทศ
ด้านสื่อสารมวลชน เทคโนโลยีสารสนเทศขึ้นมา

จิรัชย มูลทองโรรย ประธานคณะกรรมการปฏิรูปประเทศด้านสื่อสารมวลชน
เทคโนโลยีสารสนเทศ กล่าวว่า การปฏิรูปสื่อมวลชนขณะนี้กำลังอยู่ในกระบวนการ
ร่าง พ.ร.บ.กำกับจริยธรรมสื่อ เพื่อปฏิรูปสื่อมวลชน หลักการสำคัญ กำหนดให้มีการ
กำกับตรวจสอบสื่อในด้านจริยธรรม แบ่งเป็นบันไดสามขั้น ประกอบด้วย 1. ในฐานะ
เป็นองค์กรสื่อของต้นสังกัดนั้น ๆ 2. การกำกับตนเอง ในฐานะองค์กรวิชาชีพสื่อที่มี
อยู่ 3. สภาวิชาชีพสื่อมวลชนแห่งชาติ ที่จะเกิดขึ้นจากร่างกฎหมายฉบับนี้ สามหลักนี้
ชัดเจนที่จะให้สื่อกำกับกันเอง มีบทลงโทษทางจริยธรรมตามกฎหมาย ตรงนี้เชื่อว่า
จะเป็นประโยชน์ แต่จะเป็นได้หรือไม่ อยู่ที่สื่อแต่ละคนว่าจะมีจิตสำนึกที่จะร่วมมือ
เพื่อรักษาวิชาชีพตนเองไว้ได้แค่ไหน จะได้ไม่เกิด ปัญหาเหมือนปัจจุบัน (ชัยฤทธิ์ ยน
เปี่ยม, 2560 : 94) กล่าวได้ว่าแนวปฏิบัติจริยธรรมสื่อมวลชนที่มีอยู่อาจไม่เพียงพอ
และหรือนำจริยธรรมสื่อมวลชนไปใช้กำกับให้เป็นสื่อมวลชนไม่เหมาะสมที่จะทำให้
เกิดเป็นสื่อมวลชนที่ดี มีคุณธรรม ซึ่งการกำกับในรูปแบบดังกล่าวยังถือเป็นการกำกับ
จากภายนอก ไม่ได้เป็นจริยธรรมที่เกิดจากภายในจิตใจของสื่อมวลชน เนื่องด้วย
จริยธรรมเป็นหลักการที่บุคคลยึดถืออยู่ในใจในการตัดสินใจ ความถูกต้อง-ผิด ดี-เลว ควร-
ไม่ควรทำ ของพฤติกรรมต่าง ๆ

พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตฺโต) (2555 : 920) ให้ทัศนะเกี่ยวกับคุณธรรมไว้ว่า คุณธรรมเป็น สมบัติของจิตใจ คือเป็นสภาพจิตที่ติงามที่อยู่ในจิตใจ ส่วนจริยธรรมจะมองในแง่ของการแสดงออกภายนอก พวกพฤติกรรมซึ่งการตัดสินคุณค่าคุณธรรมที่เป็นเครื่องแสดงออกถึงคุณธรรมนั่นเอง ดังนั้น ในการที่จะพัฒนาบุคคลให้มีจรรยาบรรณหรือจริยธรรมในวิชาชีพหนึ่ง ๆ นั้นจำเป็นต้องสร้างให้เกิดคุณธรรมภายในจิตใจก่อน ซึ่งเป็นที่ชัดเจนว่าคำสอนตามหลักธรรมในพระพุทธศาสนาเป็นไปเพื่อการพัฒนาคุณธรรมภายในจิตใจ (ประทุม ฤกษ์กลาง, 2547: 139) ได้กล่าวไว้ว่า หลักคำสอนของพระพุทธองค์ ได้ครอบคลุมถึงเรื่องการสื่อสารของมนุษย์ทั้งในด้านการรับรู้ การพูด การฟัง การเปิดรับการสื่อสาร การคิดและการเชื่อ ซึ่งหลักการสื่อสารตามแนวพระพุทธศาสนาสามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้ในการสื่อสารยุคปัจจุบัน จัดเป็นหลักการสื่อสารที่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการสื่อสาร และส่งเสริมให้เกิดจริยธรรมในการสื่อสาร รวมถึงนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการเสริมสร้างจริยธรรมสื่อมวลชน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาสภาพปัญหาจริยธรรมสื่อมวลชนไทย และศึกษาหลักพุทธธรรมที่ใช้เสริมสร้างจริยธรรมสื่อมวลชนไทย รวมถึงค้นหาแนวทางเสริมสร้างจริยธรรมสื่อมวลชนไทยเชิงพุทธบูรณาการ โดยศึกษาเฉพาะสื่อมืออาชีพ หรือสื่อกระแสหลัก ในกลุ่มสื่อมวลชนระดับบรรณาธิการ หัวหน้าข่าว บรรณาธิการข่าวสายการเมือง ผู้กำกับนโยบายด้านกองบรรณาธิการ เพราะเห็นว่ากลุ่มนี้มีความสำคัญต่อการควบคุมการนำเสนอข่าว และเป็นสายงานสื่อมวลชนที่มีความใกล้ชิดกับกลุ่มผลประโยชน์ที่โยงใยอยู่กับรัฐบาล นักการเมือง ราชการและกลุ่มทุน ที่มีผลต่อการพัฒนาประเทศและสังคมส่วนรวม ผลจากการศึกษาในครั้งนี้ จะเป็นข้อเสนอต่อผู้รับผิดชอบเพื่อนำไปใช้ในการเสริมสร้างจริยธรรมสื่อมวลชน ซึ่งจะส่งผลให้สังคมสงบสุขเพราะมีสื่อมวลชนที่ดีมีจริยธรรม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาจริยธรรมสื่อมวลชนไทย
2. เพื่อศึกษาหลักพุทธธรรมที่ใช้เสริมสร้างจริยธรรมสื่อมวลชนไทย
3. เพื่อเสนอแนวทางการเสริมสร้างจริยธรรมสื่อมวลชนไทยเชิงพุทธบูรณาการ



วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการศึกษา ค้นคว้าเนื้อหาจากแนวคิดทฤษฎีด้านจริยธรรมสื่อมวลชน ได้แก่ ทฤษฎีความรับผิดชอบ ต่อสังคม (The Theory of Social Responsibility) แนวคิดประโยชน์นิยม และ ทฤษฎีทางศีลธรรมของอิมมานูเอล ค้านท์

คัมภีร์พระพุทธศาสนา พระไตรปิฎก หนังสือ ตำรา เอกสารวิชาการด้าน จริยธรรมสื่อมวลชน โดยมุ่งศึกษาวิเคราะห์แนวทางการเสริมสร้างจริยธรรม สื่อมวลชนไทยทั้งที่เป็นแนวคิด ทฤษฎีจริยธรรมสื่อมวลชน หลักจริยธรรมสื่อมวลชน หลักพุทธธรรม สภาพปัญหาและสาเหตุการทำให้ผิดจริยธรรมของสื่อมวลชนไทย โดย การการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus group Discussion) ผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลจริยธรรมสื่อมวลชน 11 คน อาทิ นายกสมาคมกวีนิพนธ์นักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย ประธานสภาการ หนังสือพิมพ์แห่งชาติ ประธานสภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย ผู้บริหารองค์กร สื่อ บรรณาธิการ หัวหน้าข่าว ผู้สื่อข่าว ผู้เชี่ยวชาญด้านพระพุทธศาสนา 5 รูป/คน นักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์และสื่อมวลชน 7 คน และผู้บริโภคสื่อ 7 คน รวมทั้งสิ้น 30 รูป/คน โดยลักษณะเป็นคำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์สามารถตอบ คำถามได้อย่างอิสระ มีการเพิ่มเติมคำถามระหว่างสัมภาษณ์เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก โดยผ่านการตรวจสอบเครื่องมือวิจัยจากผู้ทรงคุณวุฒิด้านนิเทศศาสตร์ สื่อสารมวลชน และพุทธศาสนารวม 3 ท่าน

การศึกษาครั้งนี้ศึกษาเฉพาะกลุ่มสื่อมวลชน ที่ทำหน้าที่เป็น ผู้สื่อข่าว หัวหน้า ข่าว บรรณาธิการ สายข่าวการเมือง ผู้กำกับนโยบายด้านกองบรรณาธิการ

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้แนวทางการวิเคราะห์ด้วยบท โดยใช้ทฤษฎี เป็นเครื่องมือร่วมกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ จากนั้นสร้างประเด็นคำตอบด้วย วิธีอุปนัย โดยวิเคราะห์หาแนวทางการเสริมสร้างจริยธรรมสื่อมวลชนไทยเชิงพุทธ บูรณาการ

ผลการวิจัย

สภาพปัญหาจริยธรรมสื่อมวลชนไทย จำแนกได้ 4 ประการ ได้แก่ 1. สภาพ ปัญหาจริยธรรมของทุนธุรกิจสื่อมวลชน 2.สภาพปัญหาจริยธรรมด้านการนำเสนอ

เนื้อหาข่าว 3. สภาพปัญหาด้านความรู้ความเข้าใจในกรอบจริยธรรมและจิตสำนึก
ความเป็นวิชาชีพสื่อมวลชน 4. สภาพปัญหาด้านการกำกับดูแลจริยธรรมวิชาชีพ
สื่อมวลชน โดยในส่วนของปัญหาจริยธรรมด้านการนำเสนอเนื้อหาข่าว แยกย่อยออก
เป็น 5 ประเด็น ขอกล่าวอธิบายสรุปต่อไป

1 สภาพปัญหาจริยธรรมของทุนธุรกิจสื่อมวลชน

ยุคนี้ธุรกิจสื่ออยู่ในภาวะตกต่ำ และมีการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น ต่างก็ต้องนำพา
องค์กรให้รอดเป็นหลัก มีการแข่งขันกันมากขึ้น ความรับผิดชอบด้านจริยธรรม ก็
ลดน้อยลงไป ขณะเดียวกันผู้บริหารของหลายองค์กรสื่อไม่ได้มาจากสื่อมวลชนสาย
ตรงเหมือนในอดีต การเข้ามาลงทุนของทุนธุรกิจที่อยู่นอกวงการสื่อมวลชน เป็นการ
เปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ ย่อมส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทิศทางการประกอบธุรกิจสื่อใน
หลาย ๆ ด้าน โดยเฉพาะการเน้นลงทุนเพื่อผลตอบแทนทางธุรกิจและเพื่อใช้สื่อ
สนับสนุนธุรกิจอื่น

“...ยุคนี้ธุรกิจสื่อแข่งขันกันอย่างรุนแรง ต่างก็ต้องการชัยชนะ เมื่อแข่งขันกัน
มากขึ้น ความถูกต้อง ความรับผิดชอบด้านจริยธรรม ก็ลดน้อยลงไป ขณะเดียวกันผู้
บริหารของหลายองค์กรสื่อไม่ได้มาจากสื่อมวลชนสายตรงเหมือนในอดีต แต่มาจาก
นอกวงการสื่อ จึงให้ความสำคัญเรื่องจริยธรรมน้อยลง มุ่งเน้นเรื่องการทำกำไร
มากกว่า...” (วิสุทธิ์ คมวัชรพงศ์, สัมภาษณ์, 28 เมษายน 2560)

“...นายทุนเจ้าขององค์กรสื่อให้ความสำคัญเรื่องความอยู่รอดของธุรกิจในยุคที่
อุตสาหกรรมสื่ออยู่ในช่วงขาลง จริยธรรมวิชาชีพจึงเป็นเรื่องรอง ไม่เข้มงวดคนใน
องค์กรให้ปฏิบัติตามบทบัญญัติจริยธรรม การเสนอเนื้อหาข่าวเน้นขายประเด็นที่สังคม
อยากได้ใคร่รู้ จำพวก Dark News ที่คนชื่นชอบ แม้ว่าเรื่องนั้นจะผิดจริยธรรมแต่ถ้า
ข่าวนั้นถูกระดับนโยบายสั่งลงมากก็ต้องทำ เพราะระดับปฏิบัติการก็ทำงานแบบตั้งรับ
ยึดปากท้องเป็นหลักเช่นกัน...” (ชัยฤทธิ์ ยนเปี่ยม, สัมภาษณ์, 24 ตุลาคม 2560)

จากการศึกษาของ ศิริวรรณ อนันต์โท และ สันทัต ทองรินทร์ (2559 : 73-74)
เรื่องจริยธรรมในวิชาชีพสื่อมวลชน ระบุถึงบทบาทเจ้าของทุนสื่อกับจริยธรรม
สื่อมวลชน โดยพบว่า เจ้าของทุนธุรกิจถือว่าเป็นปัญหาหลักที่มีความสำคัญยิ่ง เพราะ
มีส่วนสำคัญในการกำหนดโครงสร้าง ทิศทาง เนื้อหา และบทบาทต่างๆ ของสื่อมวลชน
จนทำให้สื่อขาดการคำนึงถึงจริยธรรม เนื่องจากมุ่งไปที่ระบบทุนมากกว่า



ความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งอำนาจทุนนี้สามารถส่งผลกระทบไปถึงระดับผู้ปฏิบัติงาน สื่อมวลชนได้ และปัญหาด้านการเมืองมีความสัมพันธ์กับจริยธรรมสื่อใน 2 ลักษณะ คือการแทรกแซงสื่อเพื่อผลประโยชน์หรืออำนาจฝ่ายตน รวมถึงการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ซึ่งกันและกัน และความสัมพันธ์ระหว่างการเป็นเจ้าของสื่อกับการเป็นนักการเมือง

อย่างไรก็ตาม นักวิชาการอิสระด้านสื่อสารมวลชน กล่าวสอดคล้องกันว่า ยุคนี้ นักลงทุน มองสื่อเป็นจิกซอร์ต่อยอดธุรกิจ คือเครื่องมือต่อยอดอำนาจ เมื่อนักธุรกิจ เข้ามาลงทุน ต้องมองกำไรสูงสุด การมองสื่อเป็นหมาเฝ้าบ้าน เป็นพิราบสื่อสาร จึงไม่ใช่ต่อไปแล้ว เสรีภาพสื่อคือเสรีภาพประชาชน คำนี้ห่างไกลมากกว่า 10 ปี สื่อมวลชนทุกวันนี้ผลิตข่าวสารแบบยินยอมจึงไม่ใช่ Content แต่เป็น Consent เป็นข้อมูลข่าวสาร “แบบยินยอม มีมากมายในสื่อ”

2. ปัญหาจริยธรรมด้านการนำเสนอเนื้อหาข่าวมี 5 ประการ ได้แก่ (1) การนำเสนอเนื้อหาข่าวบิดเบือนข้อเท็จจริงและข้อเท็จจริงไม่ครบถ้วน (2) เนื้อหาละเมิดสิทธิส่วนบุคคล (Right to Privacy) ล่วงละเมิดศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ (Human Dignity) (3) การใส่ความเห็นในข่าว มีอคติ ทำให้ข่าวเอนเอียง ไม่สมดุล (4) เนื้อหาไร้สาระ ไม่มีประโยชน์ มอมเมาประชาชน (5) การนำเสนอเนื้อหาไม่เหมาะสม เป็นเนื้อหาที่ส่งผลเสียหายต่อสังคม ทำให้เกิดการเลียนแบบ

กุลทิพย์ ศาสตรະรุจิ กล่าวว่า ...ปัจจุบันสื่อกระแสหลักไม่ได้ทำหน้าที่ดีพอ เพราะเน้นสร้างเรตติ้ง ความนิยมของผู้ชม ผู้อ่าน แข่งขันกับสื่อออนไลน์ ที่เร็วมาก สะท้อนว่าสื่อไม่ได้คำนึงถึงมาตรฐานจริยธรรม เพราะแข่งขันกันจนไม่ตรวจสอบข้อเท็จจริง สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ไม่ตรวจสอบข้อเท็จจริงเพราะเน้นที่ความรวดเร็ว ในการนำเสนอ สื่อกระแสหลัก สื่อมีอาชีพ กลับไปลอกสื่อโซเชียล โดยไม่ตรวจสอบอีก ทำให้ในบางครั้งนำเสนอเนื้อหาข่าวที่ขาดข้อเท็จจริง...”

สอดคล้องกับผู้เชี่ยวชาญด้านพระพุทธศาสนา พระมหาวิชัย วชิรเมธี ให้ความเห็นว่า

“การนำเสนอเนื้อหาข่าวสารของสื่อมวลชน ยุคนี้ มีทั้ง “ข่าวนั่งเทียน” เขียนข่าวโดยไม่มีข้อเท็จจริง ไร้สาระ มีการ “เต้าข่าว” ข่าวใส่ร้ายป้ายสีกันมากมาย “... บางเรื่องที่เป็นเรื่องขี้หมูราขี้หมาแห้ง...”

3) ปัญหาด้านความรู้ความเข้าใจในกรอบจริยธรรมสื่อมวลชนและจิตสำนึกความเป็นวิชาชีพสื่อมวลชน มาจากผู้ประกอบการในธุรกิจสื่อมุ่งเน้นการทำธุรกิจจนละเลยการสร้างคนสื่อที่ดีมีจริยธรรม ทำให้การทำหน้าที่สื่อเน้นการขายข้อมูล แต่งเติมเพิ่มสีสันเนื้อหาให้น่าสนใจและไม่เข้มงวดในการปลูกฝังเรื่องจริยธรรม ทำให้สื่อมวลชนยุคนี้มีจิตสำนึกในความเป็นวิชาชีพสื่อมวลชนน้อยลง “...บางทีเอาข้อมูลเท็จ ข้อมูลที่ไม่รอบด้านมาเผยแพร่ แล้วสังคมไม่มีภูมิภาวะก็จะเกิดปัญหาตามมาค่อนข้างมาก เกิดการยั่วยุ เกิดความรุนแรง เกิดเหตุการณ์ที่เลวร้ายต่างๆ ประเทศเราต้องยอมรับยังมีปัญหาภูมิภาวะทางสังคม การที่สื่อไม่อยู่ในกรอบก็จะเกิดปัญหามาก...” (ชวรงค์ ลิมป์ปัทมปาณี, สัมภาษณ์, 19 เมษายน 2560)

4) ปัญหาการกำกับดูแลจริยธรรมวิชาชีพสื่อมวลชน

สภาพการกำกับดูแลกันเองขององค์กรวิชาชีพสื่อที่ยังไม่บรรลุเป้าหมายและเป็นที่ตอบโจทย์ของสังคม ทำให้สื่อมวลชนมีปัญหาด้านจริยธรรมเพิ่มมากขึ้น ส่วนหนึ่งมาจากการขาดความรู้ด้านจริยธรรม และการขาดความเคร่งครัดในการกำกับดูแลกันเองขององค์กรสื่อ และองค์กรวิชาชีพสื่อ รวมถึงการที่มีสื่อจำนวนมากขึ้น และยังขาดองค์กรวิชาชีพกำกับดูแลจริยธรรมอย่างจริงจัง

“...องค์กรวิชาชีพสื่อเอง กำกับดูแลกันเองไม่ดีพอ และกำกับดูแลได้เฉพาะสมาชิก หากสมาชิกถูกกดดันมากๆ ก็ลาออก กำกับดูแลกันไม่ได้...” (มานะ ตีรียาภิวัดน์, สัมภาษณ์, 26 กันยายน 2560)

2. หลักพุทธธรรมที่ใช้ในการเสริมสร้างจริยธรรมสื่อมวลชนไทย

จากการศึกษาครั้งนี้มีหลักพุทธธรรม 5 หลักธรรมที่ใช้ในการเสริมสร้างจริยธรรมสื่อมวลชนจากภายในจิตใจ พิจารณาตามสภาพปัญหาจริยธรรมสื่อมวลชน คือ

2.1 หลักพุทธธรรมที่ใช้ในการเสริมสร้างด้านการนำเสนอเนื้อหาข่าว ซึ่งประกอบด้วย 5 ปัญหาหลัก ดังนี้ คือ

(1) การนำหลักทิริโธตตปปะ³ เพื่อเสริมสร้างจริยธรรมสื่อมวลชนในด้านการบิดเบือนข้อเท็จจริงในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารต่อประชาชน เพื่อให้สื่อมวลชนละเอียดใจในการกระทำความผิดต่อจริยธรรมจรรยาบรรณวิชาชีพ และกลัวผลบาปที่จะตามมา และหากสื่อมวลชนสำนึกในจิตใจ ละอายชั้วกลัวบาปก็จะไม่กล้าที่จะทำตัวเป็น “สื่อมวลชนแปลงสาร”

³ ทิริโธตตปปะ ความละเอียดใจและความเกรงกลัวบาป, ความละเอียดใจ



(2) นำหลักอคติ 4⁴ เพื่อเสริมสร้างจริยธรรมของสื่อมวลชนในการใส่ความเห็นในข่าวจนทำให้ข้อมูลข่าวสารเอนเอียงเข้าข้างฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ซึ่งตามหลักการนำเสนอข่าวนั้นจะต้องแยกข้อเท็จจริงกับความเห็นออกจากกัน หากสื่อมวลชนมีอคติกับข่าวนั้นๆ ก็จะทำให้ข้อเท็จจริงคลาดเคลื่อน หลักอคติ 4 จึงเป็นคัมภีร์สำคัญที่สื่อมวลชนจะต้องยึดถือเป็นเครื่องเตือนใจไว้เสมอ

(3) นำหลักเบญจศีล เบญจธรรม⁵ ใช้ในการเสริมสร้างจริยธรรมสื่อมวลชนด้านปัญหาการล่วงละเมิดสิทธิส่วนบุคคลและละเมิดศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ มนุษย์ทุกคนมีสิทธิส่วนบุคคล มีศักดิ์ศรี หากสื่อไปย่ำยี หรือ ละเมิดสิทธิในทรัพย์สินหรือชื่อเสียงผู้อื่น ถือว่าเป็นการผิดศีล ศีลธรรม ข้อที่ 2 คือ จดเว้นจากการถือเอาสิ่งของที่เจ้าของไม่ได้ให้ ในวิชาชีพสื่อมวลชน คือ จดเว้นจากการละเมิดสิทธิผู้อื่น หรือทำให้ผู้อื่นเสียชื่อเสียง สื่อจึงต้องสำนึกเสมอถึงสิทธิของผู้อื่น หากมีศีลไว้ในจิตใจเสมอ ก็จะช่วยยับยั้งการกระทำที่ไม่เหมาะสมกับเพื่อนมนุษย์ลงได้บ้าง

(4) นำหลักประโยชน์ 3⁶ ใช้ในการเสริมสร้างจริยธรรมในด้านการนำเสนอเนื้อหาไร้สาระ มอมเมาประชาชน สามารถนำหลักประโยชน์ 3 เป็นหลักธรรมที่ปลูกจิตสำนึกสื่อมวลชนให้คำนึงถึงผลประโยชน์ส่วนรวม ซึ่งเป็นบทบาทสำคัญของวิชาชีพนี้ รวมถึงมีความรับผิดชอบต่อสังคม จึงเป็นหลักธรรมที่จะนำชีวิตไปสู่เป้าหมายทำงานของสื่อมวลชน เพื่อประโยชน์ทั้งแก่ตนเอง ผู้อื่น และแก่ส่วนรวม

(5) นำหลักเบญจศีลเบญจธรรม เพื่อเสริมสร้างจริยธรรมสื่อมวลชนด้านการนำเสนอเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม ส่งผลเสียต่อสังคม และทำให้เกิดการเลียนแบบจากสื่อ เพราะสื่อมีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของผู้รับสาร หลักพุทธธรรมข้อนี้มาเสริมสร้างจากข้างในจิตใจของสื่อมวลชนเพื่อให้คำเนิการอยู่ร่วมกันโดยปกติสุขโดยละเว้นการนำเสนอข่าวที่เกิดผลกระทบเชิงลบกับสังคมนำไปสู่การเลียนแบบเกิดความ

⁴ อคติ 4 คือ ความลำเอียง มี 4 อย่าง คือ ฉันทาคติ = ความลำเอียงเพราะรัก โทษาคติ = ความลำเอียงเพราะโกรธ ภยาคติ = ความลำเอียงเพราะกลัว โมหาคติ = ความลำเอียงเพราะหลง

⁵ เบญจศีลเบญจธรรม คือ ศีล 5 คือ 1. จดเว้นจากการฆ่าสัตว์ 2. จดเว้นจากการลักทรัพย์ 3. จดเว้นจากการประพฤติผิดในกาม 4. จดเว้นจากการพูดเท็จ 5. จดเว้นจากการเสพสุราเมรัยและของมึนเมา คู่กับเบญจธรรม ธรรมะ 5 ประการ คือ เมตตา ทาน ความสำรวมในกาม สัจจะ สติ

⁶ ประกอบด้วย อัตตัตถะ ประโยชน์ของตนเอง, ปรัตถะ ประโยชน์ผู้อื่น และอุภยัตถะ ประโยชน์ทั้งสองฝ่าย

เสียหายให้สังคมเสื่อมเกิดความไม่สงบสุข นอกจากนี้ หากละเว้นศีลข้อ 5 และปฏิบัติตามเบญจธรรม ข้อที่ 5 คือบุคคลมีสติสัมปชัญญะ ย่อมทำให้มีจิตใจมั่นคง ไม่ถลาลงไปในทางที่เสื่อม และไม่พลาดโอกาสในการกระทำความดี สติสัมปชัญญะ ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตในด้านต่าง ๆ เช่น เป็นเครื่องยับยั้ง เตือนไม่ให้ตกไปในทางเสื่อมไม่ให้มัวเมาลุ่มหลง ไม่ให้เพลิดเพลिनไปในสิ่งที่เป็นทุกข์เป็นโทษต่อตนเองและผู้อื่น เป็นเครื่องทำให้เกิดความสำนึกในหน้าที่

2.2 นำหลักสมาอาชีวะเพื่อเสริมสร้างจริยธรรมของทุนธุรกิจสื่อมวลชน

ปัญหาจริยธรรมของทุนธุรกิจสื่อมวลชนในยุคนี้ มีการเข้ามาลงทุนของทุนธุรกิจที่อยู่นอวงวงการสื่อมวลชนมากขึ้น ซึ่งอาจไม่เข้าใจจิตวิญญาณความเป็นสื่อมวลชนหรือบทบาทหน้าที่สื่อในเชิงสังคมเท่ากับผู้ที่เคยเป็นนักข่าวหรือบรรณาธิการมาก่อน ย่อมส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทิศทางการประกอบธุรกิจสื่อในหลายๆ ด้าน โดยเฉพาะการเน้นลงทุนเพื่อผลตอบแทนทางธุรกิจและเพื่อใช้สนับสนุนธุรกิจอื่นๆ ในเครือ ทว่าธุรกิจสื่อมวลชนมีความแตกต่างจากธุรกิจอื่นๆ เพราะเป็นผู้ผลิตสินค้าซึ่งหมายถึงข้อมูลข่าวสารที่มีผลกระทบต่อความรู้สึกนึกคิดผู้ประกอบการธุรกิจสื่อมวลชนควรรียติวิชาชีพนี้ ด้วยการมีสมาอาชีวะ

2.3 นำหลักหิริโอตตปปะเพื่อเสริมสร้างจิตสำนึกความเป็นวิชาชีพสื่อมวลชน

หิริโอตตปปะ คือความละอายต่อการทำความชั่ว และเกรงกลัวต่อผลการกระทำคือกลัวในบาปกรรม ที่จะตามมากกระทบกับตนเอง ซึ่งเป็นหลักของการกระตุ้นคอยเตือนจิตใจผู้ที่มีหน้าที่สื่อมวลชนในความประพฤติทางกายวาจาใจ ให้มีความละอายต่อการกระทำที่ขัดกับหลักจริยธรรมสื่อมวลชน นำเสนอสิ่งที่จะเป็นประโยชน์ต่อสังคม มีจิตสำนึกในการทำหน้าที่โดยสุจริต ซื่อสัตย์ต่อวิชาชีพ

2.4 นำหลักประโยชน์ 3 เสริมสร้างด้านการกำกับดูแลจริยธรรมวิชาชีพสื่อมวลชน

สื่อมวลชนมีระบบการกำกับดูแลกันเอง (Self regulator) แต่ไม่ได้ผลในการลดการกระทำผิดทางจริยธรรมของสื่อมวลชน องค์กรวิชาชีพที่กำกับดูแลกษนานามว่าเป็น “เสือกระดาษ” เพราะใช้กรอบจริยธรรมที่เขียนไว้แต่ไม่นำไปสู่การปฏิบัติ การเสริมสร้างระบบนี้จึงควรมีกฎเกณฑ์ด้านการกำกับจากข้างในจิตใจ โดยการปลูกฝัง ปรับจิตใจให้เข้าใจเข้าถึงหลักวิชาชีพสื่อมวลชนที่มีบทบาทสำคัญในการทำงานที่มีเป้า



หมายคือผลประโยชน์สาธารณะเป็นหลัก ซึ่งหลักประโยชน์ 3 เป็นหลักธรรมที่สื่อมวลชนซึ่งต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ส่วนรวม จะต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม จึงเป็นหลักธรรมที่จะนำชีวิตไปสู่จุดเป้าหมายของการทำงานของสื่อมวลชน เพื่อเป็นประโยชน์ทั้งแก่ตนเองและผู้อื่น แก่ตนเองคือ ดูแลตนเองให้ดำเนินชีวิตที่เป็นประโยชน์กับคนอื่น และการทำประโยชน์นั้นให้ผลในปัจจุบัน ในอนาคต

สำหรับพุทธธรรมถือว่าจิตใจเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง ระบบจริยธรรมจึงต้องประสานต่อเนื่องกันโดยตลอด ทั้งด้านจิตใจ และความประพฤติทางกาย วาจา จิตใจเป็นจุดเริ่มต้น จึงกำหนดที่ตัวเจตนาในใจเป็นหลัก เพื่อให้การกระทำความดีเป็นไปด้วยความจริงใจ มิใช่เพียงไม่หลอกคนอื่นเท่านั้น แต่หมายถึงการไม่หลอกตนเองด้วย เป็นการกำจัดการไม่ให้เกิดปัญหาทางจิตในด้านความขัดแย้งของความประพฤติ (พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต), 2546 : 297)

3. แนวทางการเสริมสร้างจริยธรรมสื่อมวลชนไทยเชิงพุทธบูรณาการ

จากสภาพปัญหาของสื่อมวลชนไทย 4 ประการสำคัญ ดังกล่าว ได้แก่ 1. สภาพปัญหาจริยธรรมของทุนธุรกิจสื่อมวลชน 2. สภาพปัญหาจริยธรรมด้านการนำเสนอเนื้อหาข่าว 3. สภาพปัญหาด้านความรู้ความเข้าใจในกรอบจริยธรรมและจิตสำนึกความเป็นวิชาชีพสื่อมวลชน 4. สภาพปัญหาด้านการกำกับดูแลจริยธรรมวิชาชีพสื่อมวลชน ปัญหาทั้งหมดนี้ที่ผ่านมาวงการวิชาชีพสื่อมวลชนมีการกำกับดูแลกันเองโดยใช้บทบัญญัติทางจริยธรรม ที่ประกอบด้วย หลักจริยธรรมสื่อมวลชน ดังนี้ คือ ต้องนำเสนอข้อเท็จจริง ด้วยความถูกต้อง ปราศจากอคติ ลำเอียง ไม่นำเสนอข่าวเลื่อนลอย ปราศจากแหล่งที่มา ต้องแยกข้อเท็จจริง และความเห็น ไม่สอดแทรกความคิดเห็นลงในข่าว ยึดหลักความสมดุลและเป็นธรรมกับทุกฝ่าย ต้องคำนึงถึงประโยชน์สาธารณะ เคารพสิทธิส่วนบุคคล และศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ไม่นำเสนอภาพข่าวที่อุจาด ลามก อนาจาร หรือน่าหวาดเสียว หลีกเลี่ยงการใช้คำไม่สุภาพ ประทุษวาจา ละเว้นอำมิสสินจ้าง และประโยชน์ทับซ้อน ต้องไม่โฆษณาแอบแฝงและทำให้เกิดความหลงเชื่อในสิ่งมมาย

หลักจริยธรรมสื่อมวลชนทั้งหมดนี้ ยังไม่สามารถบังคับใช้ให้สื่อมวลชนมีการทำผิดจริยธรรม เพราะจริยธรรมเป็นสิ่งที่ต้องเกิดขึ้นจากภายในจิตใจ จึงจำเป็นต้องการมุ่งฝึกฝนปรับจิตใจ ภาย วาจากระตุ้นเตือนให้เกิดมโนธรรมในจิตใจของ

สื่อมวลชน สำนักแห่งความรู้สึกผิดชอบชั่วดี ให้ละอายกลัวต่อความประพฤติผิด จริยธรรมทางกาย วาจา ใจ ที่จะส่งผลกระทบต่อผู้อื่น ปรับเปลี่ยนมาเป็นการ ทำหน้าที่รายงานความจริง ตรงไปตรงมา ไม่ลำเอียง มีความเป็นธรรม คำนึงถึง ประโยชน์สาธารณะ มีจิตวิญญาณความเป็นสื่อมวลชน และปฏิบัติตนตามหลัก จริยธรรมวิชาชีพสื่อมวลชนอย่างถูกต้อง

การศึกษาครั้งนี้ได้ตั้งคำถามว่า คือ โมเดล “พุทธจริยธรรมสื่อมวลชน” (Buddhist Ethics of Mass Media) ซึ่งจะช่วยแก้ไขปัญหาการทำผิดจริยธรรมของ สื่อมวลชนจากข้างในจิตใจ ที่จะนำไปสู่ความยั่งยืนของการแก้ปัญหา โมเดลดังกล่าว สามารถสรุปแนวทางบูรณาการหลักจริยธรรมสื่อมวลชนและหลักพุทธธรรมเข้าด้วยกัน เพื่อแก้ไขปัญหาด้านการนำเสนอเนื้อหาที่ทำผิดจริยธรรม ซึ่งต้องอาศัยหลัก จริยธรรมสื่อมวลชน คือ ต้องละเว้นการนำเสนอเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม เนื้อหาที่มอมเมา บิดเบือน หรือ เสนอความเท็จ โดยนำเสนอด้วยหลักความถูกต้อง ให้ข้อเท็จจริง ที่ แม่นยำ ครบถ้วน ไม่ทำให้เกิดความเข้าใจผิด ไม่แต่งเนื้อหาสาระ ไม่บิดเบือนข้อเท็จจริง ไม่แทรกข้อคิดเห็นในข่าว หรือนำเสนอคลาดเคลื่อนจากข้อเท็จจริง พร้อมกับ ละเว้นการเอนเอียง โดยยึดหลักความสมดุลเป็นธรรม ไม่อคติ ลำเอียง ไม่แสวงหา หรือเห็นแก่ประโยชน์ส่วนตนและหมู่คณะ ต้องคำนึงถึงประโยชน์สาธารณะเป็นหลัก ไม่นำเสนอจนเกิดผลกระทบที่เลวร้ายต่อสังคม กล้าชี้อันตรายในสังคมด้วยความ บริสุทธิ์ใจ

ทั้งนี้ เพื่อเป็นการปรับจิตใจให้รู้สึกรับผิดชอบชั่วดี หลักพุทธธรรมที่จะส่งเสริม ให้เกิดจริยธรรมจากภายในจิตใจ คือการปลูกฝังสื่อมวลชนให้เข้าใจแก่นของทิริ โอตตปะ ซึ่งเป็นหลักของการกระตุ้นคอยเตือนจิตใจสื่อมวลชนในความประพฤติทาง กายวาจาใจ ให้มีความละอายและเกรงกลัวต่อการกระทำที่ขัดกับหลักจริยธรรม สื่อมวลชน มีจิตสำนึกในการทำหน้าที่โดยสุจริต ซื่อสัตย์ต่อวิชาชีพ และความรับผิดชอบ ต่อสังคม และนำหลักออคติ 4 เพื่อเสริมสร้างจริยธรรมของสื่อมวลชนในการไม่ใส่ ความเห็นในข่าวจนทำให้ข้อมูลข่าวสารเอนเอียงเข้าข้างฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ซึ่งตามหลัก การนำเสนอข่าวนั้นจะต้องแยกข้อเท็จจริงกับความเห็นออกจากกัน หากสื่อมวลชน มีอคติกับข่าวนั้นๆ ก็จะทำให้ข้อเท็จจริงคลาดเคลื่อน หลักออคติ 4 จึงเป็นหลักยึดจิตใจ ที่สื่อมวลชนจะต้องยึดถือเป็นเครื่องเตือนใจ



ส่วนสภาพปัญหาด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวิชาชีพและจริยธรรมสื่อมวลชน และสภาพปัญหาระบบการกำกับดูแลสื่อมวลชน เป็นส่วนประกอบสำคัญที่ต้องคำนึงถึงอยู่เสมอ โดยต้องอาศัยหลักจริยธรรมสื่อมวลชนในการสร้างมาตรฐานวิชาชีพกำกับดูแลกันเอง มีจิตสำนึกความเป็นสื่อมวลชน โดยยึดหลักตามกรอบทฤษฎี ความรับผิดชอบ ต่อสังคม เพื่อให้มีเสรีภาพอย่างรับผิดชอบ องค์กรสื่อ และองค์กรวิชาชีพ จะต้องเข้มงวดในการกำกับดูแลและกล่อมเกลาจิตใจผู้ที่ปฏิบัติหน้าที่ในกองบรรณาธิการให้ทำหน้าที่สื่อมวลชนเพื่อประโยชน์สาธารณะและเข้าใจเข้าถึงหลักประโยชน์ 3 และสัมมาอาชีวะ คือการเลี้ยงชีพชอบ ไม่เบียดเบียนผู้อื่น หลักเบญจศีลเบญจธรรม ธรรมพื้นฐานในการละเว้นความชั่ว และการทำความดี เป็นหลักธรรมที่ช่วยส่งเสริมให้ทำหน้าที่นำเสนอข่าวสารผ่านไปยังประชาชนตามข้อเท็จจริงไม่ผิดศีลข้อ 4 คือการพูดเท็จ ควรนำหลักเบญจธรรมเป็นแนวปฏิบัติ เว้นจากการทำความชั่ว รู้จักควบคุมตนให้ตั้งอยู่ในความดี ไม่เบียดเบียนตนและผู้อื่น ประพฤติชอบทางกาย วาจา และใจ ทำให้อยู่ร่วมกับคนอื่นในสังคมได้อย่างมีความสุข

นอกจากนี้ ผู้บริหารองค์กรสื่อมวลชน ควรฝึกเมตตาบุคลการในองค์กรด้วยวิธีง่ายๆ คือ ฝึกการแบ่งปัน ฝึกเรื่องจิตอาสา ฝึกให้รู้จักการให้โดยจัดกิจกรรมเพื่อสังคม ให้พนักงานออกไปช่วยเหลือสังคม เช่น กรณีภัยพิบัติ สื่อมวลชนควรใช้สื่อเพื่อการช่วยเหลือสังคม การจัดบรรยากาศและออกแบบโครงสร้างการทำงานให้พนักงานมีความร่วมมือช่วยเหลือกันในการทำงาน ถ้าฝึกได้ตามนี้ สื่อมวลชนก็จะทำงานโดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้อื่น นึกถึงประโยชน์ของส่วนรวมมากขึ้น และจะต้องมีการสร้างพลังผู้บริโภคให้เข้มแข็ง ธรรมรงค์ให้ผู้บริโภครู้เท่าทันสื่อ (Media literacy) เปิดโอกาสให้ผู้บริโภคร้องเรียน โดยสร้างกลไกการร้องเรียนผ่านคณะกรรมการจริยธรรมภายในองค์กรสื่อ หรือ News ombudsman เพื่อเปิดช่องทางให้ผู้บริโภคมีกลไกในการกำกับดูแลการทำหน้าที่ของสื่อมวลชน ขณะเดียวกัน เพื่อให้ผู้บริโภคมีความเข้มแข็งและมีระบบในการเฝ้าติดตามการทำงานของสื่อ จึงควรมีองค์กรที่เรียกว่า “consumer watchdog” วัคคอยมอนิเตอร์พฤติกรรมสื่อ เพื่อให้สื่อมีความตระหนัก และระมัดระวังในการปฏิบัติหน้าที่มากขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญในอุตสาหกรรมสื่อมวลชน (Media Industry)

ทั้งนี้ สามารถสรุปเป็นโมเดล “พุทธจริยธรรมสื่อมวลชน” (Buddhist Ethics of mass media) ได้ดังนี้



วิชาชีพจะต้องสร้างมาตรฐานวิชาชีพกำกับดูแลกันเอง ให้สื่อมวลชนยึดหลักการทำหน้าที่ตามกรอบจริยธรรมเพื่อให้มีเสรีภาพอย่างรับผิดชอบ และองค์กรสื่อ องค์กรวิชาชีพ จะต้องเข้มงวดในการกำกับดูแลและกล่อมเกลาจิตใจให้เกิดปัญญาแห่งการปฏิบัติที่ถูกต้องควรมีจริยธรรมในสาขาวิชาชีพที่ต้องคำนึงถึงประโยชน์สาธารณะตามแนวของหลักประโยชน์ 3 หลัก “เบญจศีล เบญจธรรม” ธรรมพื้นฐานในการละเว้นความชั่ว และการทำความดี เป็นคุณธรรมที่ช่วยส่งเสริมให้ผู้ที่ทำหน้าที่สื่อมวลชนนำเสนอข่าวสารไปยังประชาชนตามข้อเท็จจริง มีสัมมาอาชีวะ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

เนื้อหาและรายละเอียดของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยคาดหวังว่าจะเกิดประโยชน์กับวงการวิชาชีพสื่อมวลชน และสถาบันการศึกษา ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะเพื่อประโยชน์แก่บุคลากรในองค์กรสื่อมวลชนและคณะกรรมการขององค์กรวิชาชีพสื่อมวลชน ตลอดจนสถาบันการศึกษาที่มีการเรียนการสอนด้านนิเทศศาสตร์ วารสารศาสตร์และการสื่อสารมวลชน สามารถนำข้อค้นพบจากการวิจัย คือ แนวทางการเสริมสร้างจริยธรรมสื่อมวลชนเชิงพุทธบูรณาการ หรือ “พุทธจริยธรรมสื่อมวลชน” (Buddhist ethics of Mass Media) ไปประยุกต์ใช้ได้ดังต่อไปนี้

1.1 องค์กรสื่อมวลชน ผู้ประกอบการธุรกิจสื่อ สามารถนำประเด็นค้นพบจากงานวิจัยนี้ ไปประยุกต์ใช้ในแนวปฏิบัติด้านจริยธรรม จรรยาบรรณ (code of conduct) เพื่อให้บุคลากรในกองบรรณาธิการและแผนกที่เกี่ยวข้องกับการผลิตเนื้อหา (content) ได้นำไปปฏิบัติ โดยเฉพาะผู้สื่อข่าวใหม่ที่เพิ่งเริ่มทำงานควรได้ทำความเข้าใจกับกรอบจริยธรรมที่สามารถปลูกจิตสำนึกจากข้างในจิตใจ โดยเฉพาะการจัดปฐมนิเทศผู้สื่อข่าวใหม่ สามารถนำหลัก “พุทธจริยธรรมสื่อมวลชน” (Buddhist ethics of Mass Media) เป็นส่วนหนึ่งของการทำความเข้าใจเกี่ยวกับจริยธรรมสื่อมวลชนที่ยังลึกถึงจิตใจ เพื่อเป็นการบ่มเพาะหล่อหลอมผู้สื่อข่าวก่อนส่งลงสนามข่าว

1.2 องค์กรวิชาชีพสื่อมวลชน ได้แก่สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ สภาวิชาชีพข่าววิทยุโทรทัศน์ไทย สามารถนำหลัก “พุทธจริยธรรมสื่อมวลชน” (Buddhist

ethical of Mass Media) เสริมเข้ากับหลักจริยธรรมสื่อมวลชนที่มีอยู่แล้ว และควรมีการจัดหลักสูตร “Post Graduate Programs” สำหรับผู้ที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปได้มีโอกาสมาเข้าฝึกอบรมเตรียมพร้อมเพื่อวิชาชีพสื่อมวลชน เมื่ออบรมจบหลักสูตรจะได้รับใบประกาศนียบัตรเพื่อนำไปสมัครงานเข้าสู่วงการวิชาชีพสื่อมวลชนเป็นการช่วยเตรียมความพร้อมด้านบุคลากรให้กับองค์กรสื่อโดยทางอ้อม

1.3 สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย ควรมีโครงการประกวด “สื่อสัมมาชีพ” หมายถึงสื่อมวลชนที่ประกอบสัมมาอาชีพะ มีอาชีพะปฎิญาณ ตามกรอบของ “พุทธจริยธรรมสื่อมวลชน” โดยสมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย สามารถจัดเป็นโครงการประกวด “สื่อสัมมาชีพ” บรรจุเป็นส่วนหนึ่งของการประกวดต่างๆที่จัดขึ้นทุกปีในวันสื่อสารมวลชนแห่งชาติ 5 มีนาคม

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ผู้วิจัยได้เล็งเห็นประเด็นสำคัญในประเด็นที่ควรวิจัยต่อไปดังนี้

1.1 ควรศึกษาวิจัยเรื่องการเสริมสร้างจริยธรรมของ “แอดมิน เพจ” หรือเว็บไซต์ข่าวเชิงพุทธ เนื่องจากภูมิทัศน์สื่อได้เปลี่ยนไปจากการที่มีเทคโนโลยี ดิจิทัล เข้ามามีบทบาทในการผลิตสื่อ การเปิดเว็บไซต์ข่าวขนาดเล็ก และการที่มี เพจ ต่างๆ เกิดขึ้นจำนวนมาก กลุ่มคนเหล่านี้ ควรมีแนวปฏิบัติด้านจริยธรรมที่ชัดเจนปฏิบัติได้จริง

1.2. ควรศึกษาวิจัยเรื่อง ทักษะคิดและพฤติกรรมด้านจริยธรรมวิชาชีพสื่อมวลชนของกลุ่มทุนธุรกิจที่เข้าเป็นเจ้าของสื่อในยุคปัจจุบัน

1.3 ควรศึกษาวิจัยเรื่องความรู้ความเข้าใจในจริยธรรมวิชาชีพสื่อมวลชนของนักข่าวรุ่นใหม่

1.4 ควรศึกษาวิจัยเรื่อง การปรับปรุงหลักสูตรการเรียนการสอนด้านจริยธรรมสื่อมวลชนของคณะนิเทศศาสตร์และการสื่อสารมวลชน

เอกสารอ้างอิง

ขวรงค์ ลิ้มปัทมปาณี, ประธานสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติและผู้บริหารนสพ. ไทยรัฐ. สัมภาษณ์, 19 เมษายน 2560.



- ชัยฤทธิ์ ยนเปี่ยม. (2560). กม.กำกับจริยธรรม-รู้เท่าทันสื่อ การปฏิรูปจึงจะสำเร็จ สื่อ
มืออาชีพในภูมิทัศน์ใหม่ 5 มีนาคม วันนักข่าว. 94.
- ชัยฤทธิ์ ยนเปี่ยม. บรรณาธิการข่าวการเมือง หนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์. สัมภาษณ์, 24
ตุลาคม 2560.
- ประทุม ฤกษ์กลาง. (2547). หลักการสื่อสารตามแนวพุทธศาสนา. *BU Academic
Review*, 3 (2), 139.
- ปราเมศ เหล็กเพชร. นายกสมาคมนักข่าวหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย หัวหน้า
ข่าวการเมืองไทยรัฐ. สัมภาษณ์, 29 มกราคม 2560.
- พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต). (2546). *พุทธธรรม* (ฉบับเดิม). กรุงเทพฯ : บริษัท
ธรรมสาร จำกัด.
- พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตโต). (2558). *พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับ
ประมวลธรรม*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ผลิธีมมี.
- พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตโต). (2555). *พุทธธรรม ฉบับปรับขยาย*. กรุงเทพฯ
: สำนักพิมพ์ผลิธีมมี.
- มานะ ตริริยาภิวัดน์, คณบดีคณะนิเทศศาสตร์ ม.หอการค้าไทย. สัมภาษณ์, 26
กันยายน 2560.
- ราชกิจจานุเบกษา. *พระราชบัญญัติแผนและขั้นตอนการดำเนินการปฏิรูปประเทศ
พ.ศ.2560*. เล่ม 134 ตอนพิเศษ 205 ง.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542*. กรุงเทพฯ
: บริษัท นานมีบุ๊คส์พับลิเคชันส์ จำกัด.
- วิสุทธิ์ คมวีชรพงศ์. ผู้ช่วยกรรมการผู้อำนวยการใหญ่นักวิทยุ อสมท และประธานสภา
วิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย. สัมภาษณ์, 28 เมษายน 2560.
- วิโรจน์ ศรีหิรัญ. (2541). *จิตสำนึกทางวารสารศาสตร์และการตัดสินใจเชิงจริยธรรม
ของช่างภาพหนังสือพิมพ์*. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
กรุงเทพฯ.
- ศิริวรรณ อนันต์โท และ สันทัต ทองรินทร์. (2559). *จริยธรรมในวิชาชีพสื่อมวลชน*.
กรุงเทพฯ : คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย
มหิดล.

- สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ. (2559). 19 ปี สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ สื่
มืออาชีพในยุคสงครามออนไลน์. กรุงเทพฯ : สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ.
- สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ. (2559). ข้อบังคับว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพ
หนังสือพิมพ์สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ พ.ศ.2559. (30 สิงหาคม 2560)
สืบค้นจาก <http://www.presscouncil.or.th/>.
- สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ. (2560). ก้าวสู่ทศวรรษที่ 3 ยกเครื่องกลไกกำกับตนเอง.
กรุงเทพฯ : สภาการหนังสือพิมพ์.
- สมควร กวียะ. (2545). การสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ : อักษรापิพัฒน์.
- สมหมาย ปาจรินัตต์. (2543). พัฒนาการการควบคุมกันเองของ น.ส.พ. : วิเคราะห์
ความเป็นไปได้ในสังคมไทย. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- สุภาภรณ์ ศรีดี และ ไพบุลย์ คะเชนทรพรรค์. (2558). ความรู้ความเข้าใจเรื่องกฎหมาย
และจริยธรรมของสื่อมวลชนท้องถิ่น. สภาการหนังสือพิมพ์กองทุนสนับสนุน
การสร้างเสริมสุขภาพ, กรุงเทพฯ.
- Olen Jeffrey. (1988). *Ethics in journalism*. Englewood Cliffs, New Jersey
: Prentice Hall.



การวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานโรงสีข้าวอินทรีย์ขนาดเล็ก จังหวัดเชียงใหม่ โดยตัวแบบจำลองอ้างอิงการดำเนินงานโซ่อุปทาน

Supply Chain Analysis of Small Organic Rice Mills in
Chiang Mai Province
Using Supply Chain Operations Reference (SCOR) Model

ศิริรัตน์ ทรงวัฒนาวุฒิ¹ ปิยวรรณ สิริประเสริฐศิลป์² และ ชัยวัฒน์ ไบไม้³
Sirirat Trongwattanawuth Piyawan Siriprasertsin and Chaiwat Baimai

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานของโรงสีข้าวอินทรีย์ขนาดเล็ก โดยการประยุกต์ใช้ตัวแบบจำลองอ้างอิงการดำเนินงานโซ่อุปทาน ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลโดยการเลือกตัวอย่างจากประชากรในจังหวัดเชียงใหม่ ด้วยเทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบบอกลูก (Snowball Sampling) และใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ จากการวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานโรงสีข้าวอินทรีย์ขนาดเล็กพบว่า กระบวนการหลักที่ควรปรับปรุง ได้แก่ การวางแผนโซ่อุปทาน (sP1) การจัดหาตามคำสั่งซื้อ (sS2) การจัดส่งข้าวเปลือกเพื่อเก็บ (sD1) และการผลิตเพื่อรอจำหน่าย (sM1) ส่วนกระบวนการสนับสนุนที่ควร

¹ นักศึกษาปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ที่อยู่ สุเทพวิเวก แมนชั่น เลขที่ 156/101 ม.10 ถ.คันคลองชลประทาน ต.สุเทพ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50200 โทรฯ 086-587-6695 email : sirirat.trong@gmail.com

² อาจารย์ประจำ หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

³ อาจารย์ประจำ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ปรับปรุง ได้แก่ การวางแผนประสิทธิภาพคลังสินค้า (EP.2) การประเมินประสิทธิภาพในการจัดหาข้าวเปลือก (ES.2) การจัดการขนส่งข้าวเปลือก (ES.6) และการประเมินประสิทธิภาพในการผลิต (EM.2) ผลการศึกษาทำให้ทราบถึงแนวทางการปรับปรุงกิจกรรมที่สำคัญตลอดห่วงโซ่อุปทานของโรงสีข้าวอินทรีย์ขนาดเล็กให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น

คำสำคัญ : การวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทาน; โรงสีข้าวอินทรีย์; ตัวแบบจำลองอ้างอิงการดำเนินงานโซ่อุปทาน

Abstract

This research aimed at analyzing the supply chain of small organic rice mills based on Supply Chain Operations Reference (SCOR) model. The data were collected from population in Chiang Mai Province by using snowball sampling technique and applying in-depth interview of stakeholders from upstream to downstream. The results showed that supply chain of small organic rice mills should improve main processes, that is, Supply Chain Plan (sP1), Source Make-to-Order Product (sS2), Deliver Stocked Product (sD1), and Make-to-Stock (sM1). With regard to enable processes, an improvement should focus on Manage Plan Inventory Performance (EP.2), Source Assess Performance (ES.2), Source Manage Transportation (ES.6), and Make Assess Performance (EM.2). The findings revealed some guidelines for key activities to improve efficiency along the supply chain of small organic rice mills.

Keywords : Supply Chain Analysis; Organic Rice Mills; Supply Chain Operations Reference (SCOR) Model

บทนำ

ปัจจุบันการส่งออกข้าวของประเทศไทยกำลังเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงจากประเทศผู้ส่งออกข้าวจากต่างประเทศ โดยเฉพาะเวียดนามและอินเดีย ซึ่งเป็นประเทศที่ข้าวมีความใกล้เคียงกับข้าวของไทย (Mahanaseth & Tauer, 2014) จากตัวเลข



การส่งออกข้าวไทยในปี พ.ศ. 2559 ปริมาณส่งออกข้าว 9.88 ล้านตัน ซึ่งเป็นอันดับ 2 ของโลก รองจากอินเดียที่ส่งออกข้าวได้ 10.50 ล้านตัน ส่วนเวียดนามส่งออกข้าวในอันดับที่ 3 ของโลก โดยมีปริมาณส่งออก 4.89 ล้านตัน หากเทียบกับปี พ.ศ. 2557 ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการส่งออกข้าวสูงสุดของโลก ปริมาณการส่งออก 10.97 ล้านตัน (สมาคมผู้ส่งออกข้าวไทย, 2560) ซึ่งไทยต้องรักษาคุณภาพ มาตรฐาน และ ปรับกลยุทธ์ในการจัดการภายใน เพื่อยกระดับความสามารถการแข่งขันให้มี ประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจค้าข้าวในห่วงโซ่อุปทานเพื่อแข่งขันในตลาดโลก โดย รัฐบาลได้กำหนดแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของไทย ฉบับที่ 3 (2560-2564) เพื่อยกระดับความสามารถระบบโลจิสติกส์ของประเทศ สนับสนุนการเป็น ศูนย์กลางทางการค้า การบริการ การลงทุน เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เสริม สร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการ และส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม ใหม่ในการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์ เพื่อสอดคล้องกับแผนปฏิรูปภาคการเกษตร อย่างยั่งยืน 20 ปี พ.ศ. 2560-2579 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ, 2559)

ข้าวเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทย ทั้งบริโภคภายในประเทศและส่งออกจำหน่ายต่างประเทศ โดยมูลค่าการส่งออกหมวดสินค้าเกษตรกรรม ในปี พ.ศ. 2559 ข้าวมีมูลค่าการส่งออก 154,690.50 ล้านบาท ทำรายได้เป็นอันดับสองรอง จากยางพารา จากอดีตเมื่อปี พ.ศ. 2552 ข้าวทำรายได้เป็นอันดับหนึ่ง (กระทรวง พาณิชย, 2560) ซึ่งเป็นผลจากผลผลิตข้าวเฉลี่ยของไทยมีปริมาณลดลง ดังเห็นได้จาก ผลผลิตข้าวในปี พ.ศ. 2559 มีปริมาณ 28.09 ล้านตัน ลดลงจากปี พ.ศ. 2558 มี ปริมาณ 31.62 ล้านตัน (สมาคมผู้ส่งออกข้าวไทย, 2560) เนื่องจากประเทศไทยหัน มาส่งเสริมให้มีการปลูกข้าวอินทรีย์ เพื่อเน้นคุณภาพแทนการแข่งขันด้านราคากับ ประเทศคู่แข่ง ในปัจจุบันผลผลิตข้าวอินทรีย์ส่วนใหญ่มาจากเกษตรกรรายย่อยที่อาศัย วิธีการปลูกแบบพึ่งพาตนเองไม่มีใบรับรองมาตรฐาน เมื่อเก็บเกี่ยวผลผลิต ก็จะไป ขายให้กับโรงสีชุมชนขนาดเล็ก จึงทำให้มีปัญหาเรื่องกระบวนการผลิตไม่มีคุณภาพ ไม่ได้มาตรฐาน และต้นทุนโลจิสติกส์สูง

จากการศึกษาที่มาและปัญหาพบว่า ข้าวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจในประเทศ อีกทั้งยังมีโอกาสเติบโตจากแนวโน้มการบริโภคข้าวอินทรีย์ที่เพิ่มสูงขึ้น แต่การดำเนิน

งานของโรงสีข้าวอินทรีย์ขนาดเล็กยังมีปัญหา โดยสาเหตุส่วนหนึ่งมาจากการขาดการวางแผน กระบวนการผลิตมีประสิทธิภาพต่ำและขาดมาตรฐาน โดยเฉพาะโรงสีขนาดเล็กที่ขาดอุปกรณ์ที่ได้มาตรฐานในกระบวนการต่างๆ (วิวัฒน์ ไม้แก่นสาร และมลฤดี จันทรัตน์, 2558) หากปล่อยให้โรงสีขนาดเล็กประสบปัญหานี้ จะเป็นสัญญาณบอกเหตุถึงปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต คือ โรงสีขนาดเล็กอาจต้องปิดกิจการ เพราะไม่สามารถแข่งขันกับโรงสีขนาดกลางและขนาดใหญ่ได้ เกษตรกรไม่มีที่ขายข้าวเปลือก ผู้บริโภคไม่สามารถซื้อข้าวในราคาที่เหมาะสม และตลาดข้าวอินทรีย์ผูกขาดกับผู้ประกอบการรายใหญ่ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานโรงสีข้าวอินทรีย์ขนาดเล็กในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้ตัวแบบจำลองอ้างอิงกระบวนการโซ่อุปทาน เพื่อวิเคราะห์ปัญหากระบวนการและกิจกรรมห่วงโซ่อุปทาน เพื่อเป็นแนวทางแก้ไขปัญหา และปรับปรุงกระบวนการผลิตให้โรงสีขนาดเล็กมีการดำเนินการที่มีประสิทธิภาพ ช่วยลดต้นทุน รวมถึงการสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันในระยะยาวที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของชาติในการเป็นศูนย์กลางการค้าข้าวของโลก และลดความเหลื่อมล้ำทางรายได้ให้กับเกษตรกร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการและกิจกรรมห่วงโซ่อุปทานของโรงสีข้าวอินทรีย์ขนาดเล็ก
2. เพื่อวิเคราะห์ปัญหากระบวนการและกิจกรรมห่วงโซ่อุปทานโรงสีข้าวอินทรีย์ขนาดเล็ก
3. เพื่อหาแนวทางการแก้ไขและปรับปรุงกระบวนการผลิตของโรงสีข้าวอินทรีย์ขนาดเล็ก

การทบทวนวรรณกรรม

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานโซ่อุปทานสามารถสรุปได้ดังนี้

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการโซ่อุปทาน

เป็นแนวคิดที่เกิดจากลักษณะของการดำเนินธุรกิจสมัยใหม่ ที่ไม่สามารถดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจเพียงลำพังได้โดยปราศจากความสัมพันธ์กับธุรกิจรอบข้าง อีกทั้ง



ยังครอบคลุมการทำหน้าที่และกิจกรรม ที่เกี่ยวข้องในการผลิตสินค้าหรือบริการจาก ซัพพลายเออร์ให้กับลูกค้า (Kamble, Desai, & Vartak, 2015) และเป็นเครือข่ายองค์กรที่เกี่ยวข้องโดยผ่านการเชื่อมโยง ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำในกระบวนการต่างๆ ที่ก่อให้เกิดมูลค่าในรูปแบบของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ส่งมอบให้กับผู้บริโภคปลายทาง (Christopher, 1999) มีการบูรณาการและจัดการระหว่างองค์กรและกิจกรรมต่างๆ โดยการร่วมมือของแต่ละองค์กร ซึ่งมีกระบวนการทางธุรกิจที่ใช้ร่วมกัน และมีการแบ่งปันข้อมูลข่าวสารระหว่างกันในระดับมาก เพื่อสร้างระบบปฏิบัติการที่มีคุณค่าที่ทำให้ทุกองค์กรที่เกี่ยวข้องมีความได้เปรียบในการแข่งขันแบบยั่งยืน (Handfield & Nichols, 2002)

ในการศึกษาปัญหาการจัดการโซ่อุปทาน จากการประเมินประสิทธิภาพสามารถช่วยทำให้เกิดความเข้าใจและรับรู้สถานการณ์ระหว่างสมาชิกในโซ่อุปทาน และยังช่วยทำให้ทราบถึงประสิทธิผลของ กลยุทธ์และระดับความสำเร็จในธุรกิจ วิธีที่นิยมใช้ในการวัดประสิทธิภาพของห่วงโซ่อุปทาน คือ Balanced Scorecard (BSC), Supply Chain Operations Reference Model (SCOR), Logistics Scoreboard, Activity Based Costing (ABC) and Economic Value Analysis (EVA) (Bátori, 2010)

การประเมินประสิทธิภาพจากกิจกรรมในโซ่อุปทาน จะช่วยให้วิเคราะห์ปัญหาได้ตรงจุด อีกทั้งยังสามารถหาแนวทางแก้ไขปัญหาได้ตรงกับปัญหา ดังนั้น ทางเลือกหนึ่งในการใช้เครื่องมือในการวัดประสิทธิภาพของห่วงโซ่อุปทานในแต่ละกิจกรรม ได้แก่ ตัวแบบจำลองอ้างอิงการดำเนินงานในโซ่อุปทาน (Supply Chain Operations Reference Model : SCOR) ซึ่งพัฒนาขึ้นเพื่ออธิบายลักษณะและแสดงกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยมีการกำหนดกระบวนการทำงานให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน และกำหนดมาตรวัด (Metric) สำหรับวัดประสิทธิภาพในแต่ละกระบวนการ และเสนอวิธีการปฏิบัติงานที่ดีที่สุด (Best Practice) ในแต่ละกระบวนการเพื่อให้บริษัทหรือองค์กรสามารถนำไปประยุกต์ใช้ (Stephens, 2001) โดยข้อดีของ SCOR คือ สามารถวัดประสิทธิภาพได้ทั้งระบบโซ่อุปทาน ช่วยให้เห็นถึงสภาพปัญหาที่แท้จริงเพื่อแก้ไขให้

ตรงจุด และเป็นมาตรฐานในการวัดและเพิ่มประสิทธิภาพของกิจกรรมระหว่างองค์กร (Husby, 2007) ซึ่งต่างกับห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ที่เป็นการวิเคราะห์ห่วงโซ่ อุปทานวิธีหนึ่ง แต่ห่วงโซ่คุณค่าเน้นที่หน้าที่ทางธุรกิจโดยพิจารณาว่ากิจกรรมของ ห่วงโซ่อุปทานสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ ที่ส่งมอบให้กับลูกค้าได้ อย่างไร (Chaffey, 2007) ไม่ลงรายละเอียดกิจกรรม ดังนั้น การวิเคราะห์กิจกรรม ที่มีปัญหาของโซ่อุปทาน การใช้ SCOR จึงมีความเหมาะสมกว่า

ตัวแบบจำลองอ้างอิงการดำเนินงานโซ่อุปทาน

ถูกพัฒนาขึ้นตั้งแต่ปี ค.ศ. 1996 จากองค์กรเริ่มก่อตั้ง 69 องค์กร ด้วยความ ร่วมมือของ Supply Chain Council (SCC) โดยมีผู้นำ SCOR ไปใช้ทั่วโลก ทั้ง อุตสาหกรรม ผู้จัดจำหน่ายร้านค้าปลีก และผู้ให้บริการ มีการกำหนดกระบวนการ ทำงานต่างๆ ให้เป็นมาตรฐานเดียวกันและมีโครงสร้างแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง กระบวนการ โดยโครงสร้างของ SCOR ประกอบด้วย 5 กระบวนการ ได้แก่ การวางแผน (Plan) การจัดหาแหล่งวัตถุดิบ (Source) การผลิต (Make) การจัดส่ง (Deliver) และการส่งคืน (Return) โดยโครงสร้าง SCOR คณะกรรมการห่วงโซ่อุปทาน ได้กำหนดสัญลักษณ์มาตรฐานที่ใช้อ้างอิงใน SCOR เป็น 3 ประเภท ได้แก่ กระบวนการ วางแผน (Planning) การปฏิบัติการ (Execution) และการสนับสนุน (Enable) เพื่อ ให้เกิดความสอดคล้องในการปฏิบัติงาน แบบจำลองได้กำหนดขั้นตอนการพัฒนาเป็น 4 ระดับ ได้แก่ ระดับที่ 1 กำหนดขอบเขตการดำเนินงานทั้ง 5 กระบวนการ ระดับ ที่ 2 สร้างแบบจำลองขององค์กรตามกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจเทียบกับแบบจำลอง ของ SCOR ระดับที่ 3 ส่วนประกอบของกิจกรรม ข้อมูลเข้าและข้อมูลออก ตัววัด สมรรถนะกระบวนการ วิธีปฏิบัติงานที่ดีที่สุดขององค์กร และปรับกลยุทธ์ตามวิธีการ ปฏิบัติงานที่ดีที่สุด และระดับที่ 4 SCOR ไม่ได้กำหนดรายละเอียดไว้ โดยองค์กร สามารถกำหนดกิจกรรมหรือกระบวนการเฉพาะแต่ละองค์กร (SCC, 2017)

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับ SCOR พบว่า มีการนำ SCOR ไปใช้ กับหลากหลายอุตสาหกรรมทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็ก ดังแสดงในตารางที่ 1



ตารางที่ 1 การนำ SCOR ไปใช้ในอุตสาหกรรมต่างๆ

นักวิชาการ (ค.ศ.)	อุตสาหกรรม	การนำ SCOR ไปใช้
Seifbarghy, Akbari, & Sajadieh (2010)	ผลิตเหล็ก	เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพห่วงโซ่อุปทานตามแนวปฏิบัติที่ดีที่สุด โดยพิจารณาการวางแผน การขนส่ง การไหลของข้อมูล และความสัมพันธ์ในห่วงโซ่อุปทาน
Yongan & Menghan (2011)	ผลิตยานยนต์	เพื่อวิเคราะห์ปัญหาและเสนอแนะการนำ SCOR ไปใช้ในอุตสาหกรรมผู้ผลิตยานยนต์
Thunberg & Persson (2014)	ก่อสร้าง	เพื่อหาปัญหาและแนวทางการปรับปรุงกระบวนการจัดส่งของผู้จำหน่าย และกระบวนการจัดหาสถานที่ก่อสร้าง
Sellitto, Pereira, Borchardt, da Silva, & Viegas (2015)	ผลิตรองเท้า	เพื่อวัดประสิทธิภาพของห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่ผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย ช่องทางการจัดจำหน่าย และการรับคืน โดยใช้ SCOR กับตัวชี้วัดประสิทธิภาพ
Sutopo, Maryanie, & Yuniaristanto (2015)	ผลิตน้ำมัน ปาล์ม	เพื่อประเมินสภาพการทำงานของห่วงโซ่ที่มีคุณค่าในอุตสาหกรรมน้ำมันปาล์มจากต้นน้ำถึงปลายน้ำ

ระเบียบวิธีการวิจัย

เก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานข้าวอินทรีย์ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ โดยทำการเลือกตัวอย่างแบบบอกต่อ (Snowball Sampling) ได้แก่ เกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ จำนวน 5 คน ผู้ประกอบการโรงสีข้าวอินทรีย์ขนาดเล็กในจังหวัดเชียงใหม่ที่กำลังการผลิตต่ำกว่าห้าเมตริกตันต่อปีสิบชั่วโมง จำนวน 5 คน และผู้บริโภคข้าวอินทรีย์ที่ซื้อข้าวสารจากโรงสีที่สัมภาษณ์ จำนวน 7 คน โดยการสำรวจภาคสนามใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

การตรวจสอบความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของกระบวนการและกิจกรรมโซ่อุปทานข้าวอินทรีย์ที่สร้างใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ด้านข้อมูลโดยการสัมภาษณ์โรงสีข้าวอินทรีย์อื่นเพื่อตรวจสอบว่าได้ข้อมูลตรงกับที่สร้างหรือไม่ และตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล จากการศึกษาเอกสาร การสัมภาษณ์ การสังเกตและให้ผู้เชี่ยวชาญด้านกระบวนการผลิต และด้านการเกษตรตรวจสอบกระบวนการที่สร้าง

ผลการวิจัย

แบ่งการศึกษาเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ศึกษาลักษณะการดำเนินงานของผู้ประกอบการโรงสีข้าวอินทรีย์ขนาดเล็ก ส่วนที่ 2 ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานข้าวอินทรีย์ และส่วนที่ 3 กระบวนการดำเนินงานโดย SCOR

การศึกษาลักษณะการดำเนินงานของผู้ประกอบการโรงสีข้าวอินทรีย์ขนาดเล็ก

ผู้ขายปัจจัยการผลิตเป็นเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ที่เป็นกลุ่มสมาชิกกับโรงสี โดยเกษตรกรนำข้าวเปลือกมาส่งขายให้กับโรงสี โดยจากการสัมภาษณ์ทั้ง 5 แห่ง ให้ข้อมูลเหมือนกันว่า “การรับซื้อข้าวเปลือกจะรับซื้อเฉพาะจากสมาชิกที่เป็นเครือข่ายกันเท่านั้น โดยอาศัยความไว้วางใจและเชื่อใจในระหว่างสมาชิก” ส่วนแปลงข้าวมีการสุ่มตรวจเป็นระยะ เนื่องจากการปลูกข้าวอินทรีย์มีข้อจำกัดในการได้รับตราการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ โดยจากผู้ให้สัมภาษณ์ที่ 2 กล่าวว่า “การรับรองเกษตรอินทรีย์เป็นเรื่องยากและต้นทุนสูง ซึ่งเราก็กทำตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์เพื่อให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจในสินค้าโดยมีมาตรฐานรับรองเกษตรอินทรีย์ภาคเหนือ (มอน.)” เมื่อเกษตรกรนำข้าวเปลือกขายให้กับโรงสี โรงสีจะตรวจสอบคุณภาพของข้าวเปลือก เช่น ความชื้น สิ่งปนเปื้อน เป็นต้น หลังจากนั้นจะเก็บเข้าโกดังรอการผลิตตามคำสั่งซื้อ หรือผลิตเพื่อจำหน่าย โดยการผลิตจะไม่ผลิตไว้รอ โดยมีทั้งผู้ค้าส่งที่รับข้าวสารแบบไม่มีตราสินค้า เพื่อไปติดตราสินค้าแล้วขายเอง หรือรับข้าวสารที่มีตราสินค้าของโรงสีเพื่อไปขายต่อ หรือสมาชิกเกษตรกรนำไปขายเอง หรือโรงสีนำข้าวไปที่ตลาดเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดเชียงใหม่ขายให้กับผู้บริโภคโดยตรง



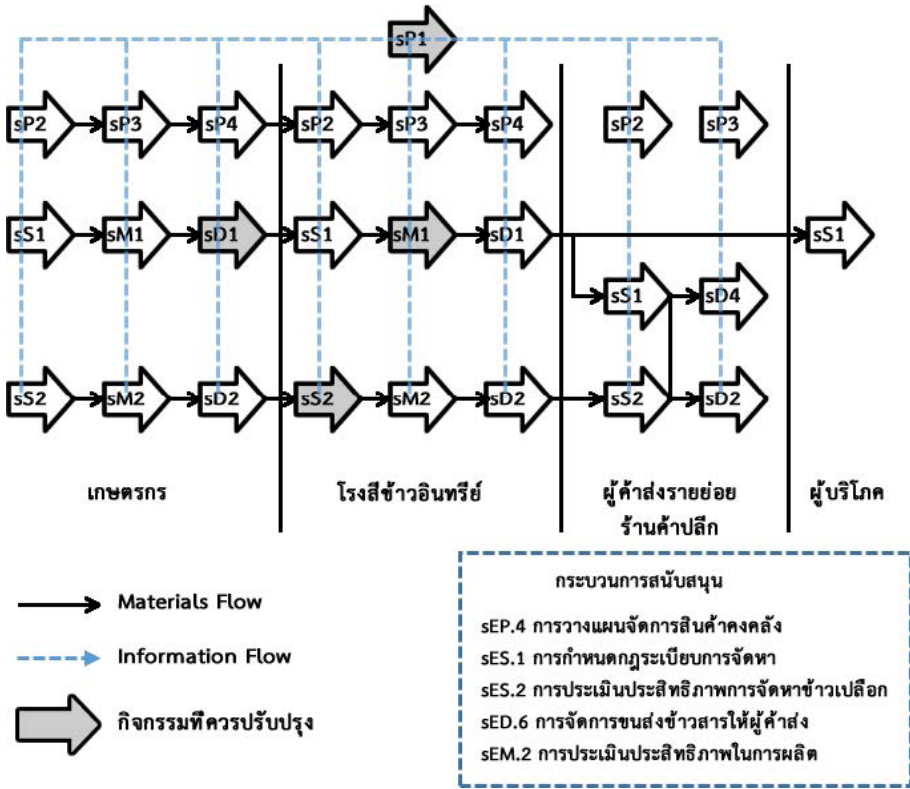
การศึกษาผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานข้าวอินทรีย์

ความสัมพันธ์ของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานโรงสีข้าวอินทรีย์ขนาดเล็ก ประกอบด้วย 4 กลุ่ม คือ เกษตรกร ผู้ประกอบการโรงสีข้าว ผู้บริโภค และผู้บริการด้านการขนส่ง โดยที่สมาชิกเกษตรกรจะนำข้าวเปลือกส่งให้กับโรงสีโดยขนส่งเอง เมื่อโรงสีข้าวอินทรีย์ทำการสีข้าวเปลือกเป็นข้าวสารเสร็จแล้ว จึงนำไปขายให้กับผู้บริโภค ตามแหล่งเกษตรอินทรีย์ต่างๆ แต่ถ้าเป็นการขายให้กับผู้ค้ารายใหญ่ในต่างจังหวัด จะใช้บริการด้านการขนส่งให้ลูกค้าแทน

การศึกษากระบวนการดำเนินงานโดย SCOR

SCOR ระดับที่ 1 ของโรงสีข้าวอินทรีย์ขนาดเล็ก แตกต่างจากโรงสีขนาดกลาง และขนาดใหญ่ หรืออุตสาหกรรมอื่น คือ โรงสีข้าวอินทรีย์ขนาดเล็กจะไม่มีกระบวนการส่งคืนข้าวเปลือกกับเกษตรกร เนื่องจากเป็นกลุ่มสมาชิกและเครือข่ายเดียวกัน โรงสีจะตรวจสอบความชื้นถ้าเกินที่กำหนดจะขอให้เกษตรกรนำข้าวไปตากก่อนที่จะขาย จึงไม่มีปัญหาการส่งคืน และในส่วนของกระบวนการส่งคืนจากผู้บริโภคคืนโรงสี ในกระบวนการนี้จะไม่มีปัญหาเรื่องการส่งคืนเช่นกัน เนื่องจากผู้บริโภคที่เป็นรายย่อยซื้อข้าวสารในปริมาณ ไม่มาก รวมถึงผู้ค้ารายใหญ่มีการทำข้อตกลงก่อน ดังนั้นจึงไม่มีกระบวนการส่งคืนทั้งส่งคืนข้าวเปลือกจากโรงสีให้กับเกษตรกร และการส่งคืนข้าวสารจากผู้บริโภคกับโรงสี จากผู้ให้สัมภาษณ์ที่ 3 กล่าวว่า “เราไม่มีปัญหาเรื่องการส่งคืนสินค้าจากลูกค้าเพราะเราจะมีการทำข้อตกลงการรับสินค้าก่อนรับสินค้า”

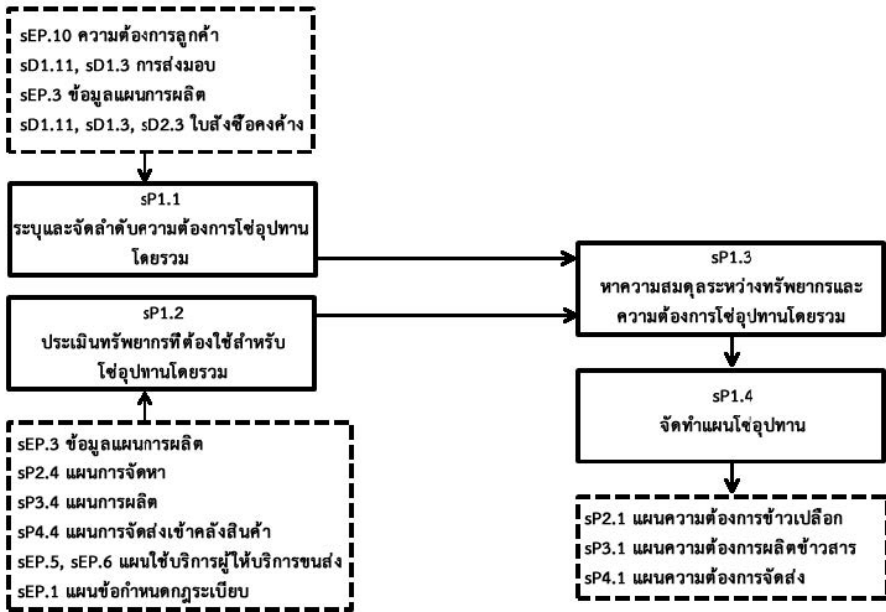
SCOR ระดับที่ 2 มีกระบวนการหลัก ที่ควรปรับปรุงได้แก่ การวางแผนห่วงโซ่อุปทาน (sP1) การจัดส่งเพื่อจัดเก็บ (sD1) จากเกษตรกรส่งเข้าโรงสี การจัดหาข้าวเปลือกตามคำสั่งซื้อ (sS2) และการผลิตเพื่อจำหน่าย (sM1) ของโรงสี ส่วนกระบวนการสนับสนุนที่ควรปรับปรุงได้แก่ การวางแผนจัดการสินค้าคงคลัง (EP.4) การประเมินประสิทธิภาพในการจัดหาข้าวเปลือกของเกษตรกร (ES.2) การจัดการขนส่งข้าวเปลือกจากเกษตรกรมาโรงสี (ED.6) และการประเมินประสิทธิภาพในการผลิต (EM.2) ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 SCOR ระดับที่ 2 แนวทางในการพัฒนาที่ต้องการปรับปรุงของโรงสีข้าวอินทรีย์ขนาดเล็ก

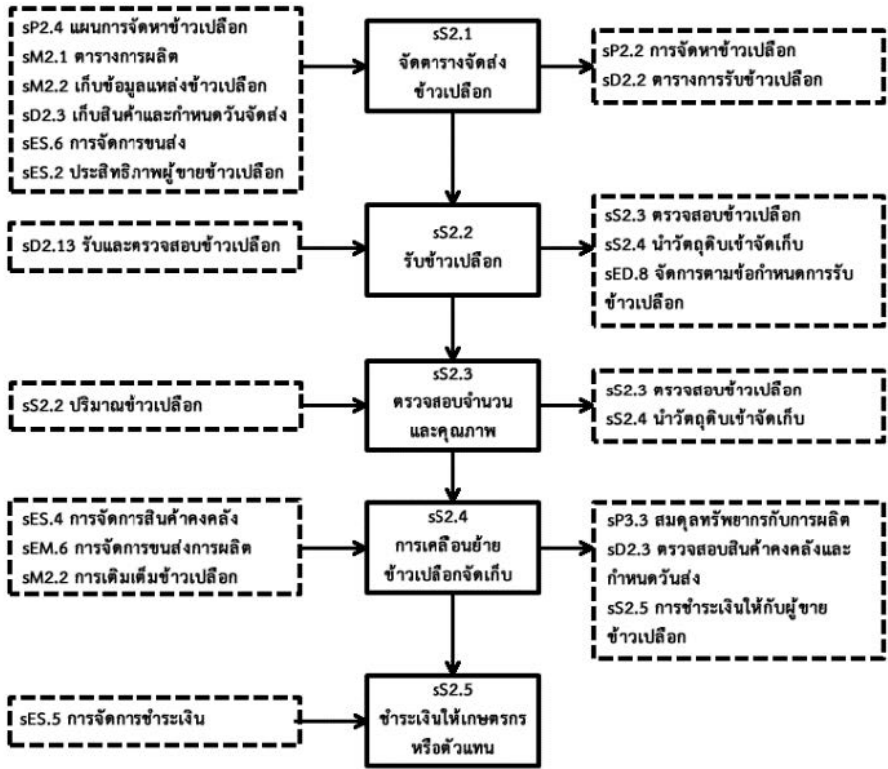
SCOR ระดับที่ 3 ศึกษาส่วนประกอบกระบวนการหลักที่ควรปรับปรุง จาก SCOR ระดับที่ 2

กระบวนการวางแผนโซ่อุปทาน (sP1) ปัญหาที่พบ คือ กิจกรรมระบุและลำดับความต้องการโซ่อุปทานโดยรวม (sP1.1) ซึ่งปัญหาเริ่มจากการจัดการความต้องการลูกค้า (sEP.10) โดยจะมีผลต่อการพยากรณ์ความต้องการของลูกค้าให้สอดคล้องกับปริมาณข้าวเปลือกและกำลังการผลิตของโรงสี ดังภาพที่ 2



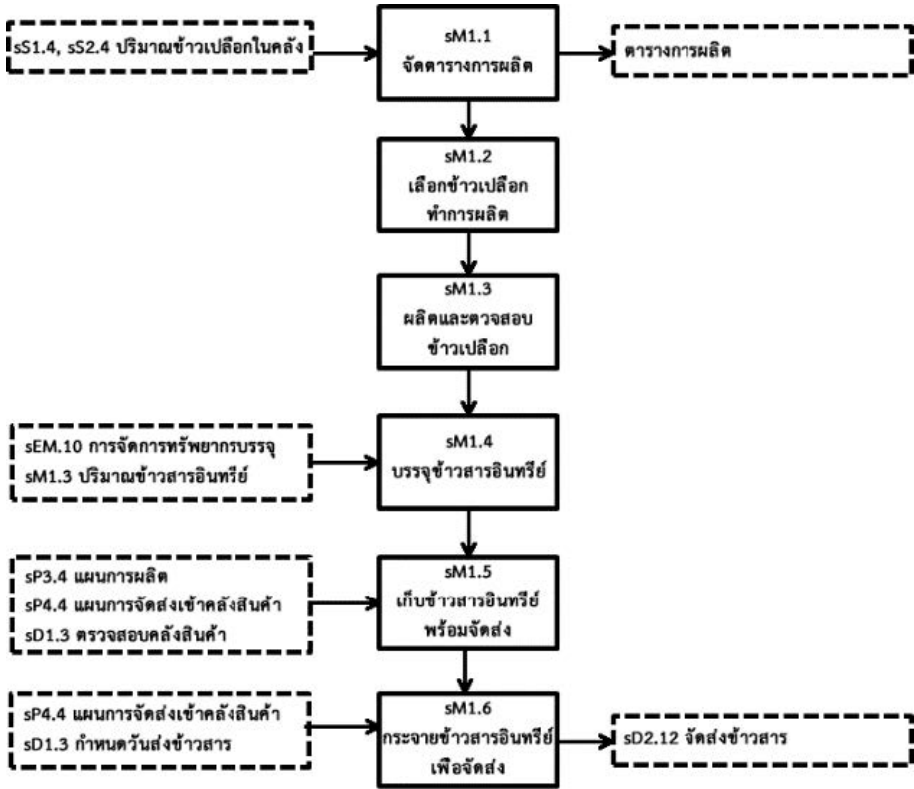
ภาพที่ 2 กิจกรรมกระบวนการวางแผนโซุ่ปทาน (sP1)
ของโรงสีข้าวอินทรีย์ขนาดเล็ก

กระบวนการจัดหาข้าวเปลือกตามคำสั่งซื้อ (sS2) ปัญหาที่พบ คือ กิจกรรมจัดตารางจัดส่งข้าวเปลือก (sS2.1) ปัญหามาจากประสิทธิภาพของผู้ขายข้าวเปลือก (sES.2) เนื่องจากผู้ขายข้าวเปลือกให้กับโรงสีเป็นเกษตรกรในชุมชน ซึ่งยากต่อการควบคุมทั้งปริมาณและคุณภาพข้าวเปลือก ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 กิจกรรมกระบวนการจัดการข้าวเปลือกตามคำสั่งซื้อ (sS2) ของโรงสีข้าวอินทรีย์ขนาดเล็ก

กระบวนการผลิตเพื่อรอจำหน่าย (sM1) ปัญหาที่พบ คือ กิจกรรมการจัดตารางการผลิต (sM1.1) สืบเนื่องจากแผนการผลิต (sP3.4) และกำหนดรับข้าวเปลือก (sS1.4) ของเกษตรกรไม่แน่นอน จึงนำข้าวเปลือกมาส่งไม่ตรงตามกำหนด ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 กิจกรรมกระบวนการผลิตเพื่อจัดเก็บรอจำหน่าย (sM1)
ของโรงสีข้าวอินทรีย์ขนาดเล็ก

กระบวนการจัดส่งเพื่อเก็บ (sD1) ในส่วนของเกษตรกรส่งข้าวเปลือกให้กับโรงสี ซึ่งเกษตรกรไม่มีกระบวนการตามหลักการอ้างอิงโซ่อุปทาน แต่ปัญหาที่พบ คือ การวางแผนจัดหาพาหนะขนส่ง (sD1.5) และกิจกรรมการบรรจุทุกข้าวอินทรีย์และออกเอกสารการจัดส่ง (sD1.11) เป็นผลจากปริมาณข้าวเปลือกในคลัง (sM1.6) มีปริมาณไม่สอดคล้องกับยานพาหนะที่จัดส่ง อีกทั้งเกษตรกรมักใช้ยานพาหนะร่วมกับการขนส่งสินค้าอื่น จึงทำให้มีสิ่งเจือปนและสารปนเปื้อนมากับข้าวเปลือกในระหว่างการขนส่งจากการศึกษาส่วนประกอบกิจกรรม SCOR ระดับที่ 3 สามารถสรุปปัญหาที่เกิดขึ้นในกระบวนการจัดการโซ่อุปทานโรงสีข้าวอินทรีย์ขนาดเล็ก และแนวทางการแก้ไขดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ปัญหาและแนวทางการแก้ไข

กระบวนการ	ปัญหา	แนวทางการแก้ไข
กระบวนการหลัก		
การวางแผนโซ่อุปทาน (sP1)	ไม่มีการเชื่อมโยงข้อมูลเพื่อวางแผนการขายปลีกให้กับลูกค้า ทำให้ไม่สามารถพยากรณ์ความต้องการของลูกค้าได้	ควรทำการพยากรณ์ความต้องการ (Forecast Demand) ของลูกค้าเพื่อวางแผนการผลิต
การจัดหาตามคำสั่งซื้อ (sS2)	ปริมาณข้าวเปลือกไม่เพียงพอต่อความต้องการของโรงสี รวมถึงการจัดซื้อจะต้องรอข้าวเปลือกจากเกษตรกร ซึ่งบางครั้งมาไม่ทันเวลาหรือไม่ได้ตามข้อกำหนด	ควรมีการประเมินประสิทธิภาพการส่งข้าวเปลือกของเกษตรกร รวมถึงการจัดทำข้อตกลง และกำหนดการส่งมอบข้าวเปลือกให้ชัดเจน
การผลิตเพื่อจำหน่าย (sM1)	การผลิตไม่เต็มกำลังการผลิตของเครื่อง และสภาพอากาศแปรปรวนทำให้ไม่ได้ปริมาณข้าวเปลือกตามคำสั่งซื้อ	ควรวางแผนการผลิตรวมให้เหมาะสมกับกำลังการผลิตของเครื่อง
การจัดส่งเพื่อเก็บ (sD1)	ยานพาหนะที่เกษตรกรใช้ในการขนส่งไม่มีการป้องกัน ทำให้อาจมีสิ่งเจือปนและสารปนเปื้อนเกิดขึ้นระหว่างการขนส่ง	ทางโรงสีควรจัดเตรียมรถเฉพาะขนส่งข้าวเปลือก รวมถึงทำการออกแบบเส้นทางการขนส่งให้เหมาะสมที่สุด



ตารางที่ 2 ปัญหาและแนวทางการแก้ไข (ต่อ)

กระบวนการ	ปัญหา	แนวทางการแก้ไข
กระบวนการสนับสนุน		
การวางแผนประสิทธิภาพคลังสินค้า (EP.4)	เกษตรกรจะปลูกข้าวนาปีแล้วส่งข้าวเปลือกให้กับโรงสีพร้อมกันทำให้เกิดปัญหาเรื่องพื้นที่การจัดเก็บไม่เพียงพอ รวมถึงต้นทุนการจัดเก็บและดูแลรักษา	ควรวางแผนปริมาณการสั่งซื้อที่เหมาะสม (EOQ) ทำให้ค่าใช้จ่ายรวมในการสั่งซื้อข้าวเปลือกต่ำที่สุด
การประเมินประสิทธิภาพในการจัดหาข้าวเปลือก (ES.2)	พื้นที่ปลูกข้าวของเกษตรกรมีน้อย เนื่องจากเป็นพื้นที่ส่วนตัว อีกทั้งบางพื้นที่ติดกับแปลงของเกษตรกรที่ปลูกแบบเคมี ทำให้ปริมาณข้าวเปลือกที่ได้มีน้อย อีกทั้งเกษตรกรยังปลูกข้าวเพื่อบริโภคในครัวเรือน เหลือจึงนำไปขายให้กับโรงสี	ควรสนับสนุนและส่งเสริมให้เกษตรกรใช้สารอินทรีย์ทดแทนการใช้สารเคมีในการผลิตให้มากขึ้น รวมทั้งสนับสนุนส่งเสริมเกษตรกรให้มีความรู้ และสามารถเข้าสู่กระบวนการผลิตข้าวอินทรีย์อย่างเต็มรูปแบบให้เป็นรูปธรรม
การจัดการขนส่งข้าวเปลือก (ED.6)	ไม่มีการวางแผนเส้นทางการขนส่ง รวมถึงไม่มีการรวมกลุ่มเพื่อจัดส่งข้าวให้กับโรงสี ทำให้ต้นทุนการขนส่งสูง	โรงสีควรวางแผนเส้นทางการขนส่งที่เหมาะสม ตามปริมาณความจุของรถ จำนวนรถ เวลาในการขนส่ง สถานที่รับข้าว และปริมาณข้าว

ตารางที่ 2 ปัญหาและแนวทางการแก้ไข (ต่อ)

กระบวนการ	ปัญหา	แนวทางการแก้ไข
การประเมินประสิทธิภาพในการผลิต (EM.2)	เครื่องสีข้าวไม่สามารถแยกสารปนเปื้อนได้ สมบูรณ์ อีกทั้งเครื่องสีมีขนาดเล็ก ถ้าในช่วงที่ข้าวเข้าโรงสีปริมาณมากพร้อมกัน ทำให้เกิดการรอกการผลิต หรือในบางครั้งไม่มีข้าวเปลือก จะผลิตไม่เต็มกำลังของเครื่อง	ควรจัดสมดุลสายการผลิต (Line Balancing) เพื่อให้สายงานผลิตมีประสิทธิภาพสูงสุด ไม่เกิดกระบวนการคอขวด (Bottleneck Process)

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาห่วงโซ่อุปทานโรงสีข้าวอินทรีย์จังหวัดเชียงใหม่ โดย SCOR มีประเด็นสำคัญที่ผู้วิจัยนำมาอภิปรายผลการศึกษาที่ได้ดังนี้

สภาพปัจจุบันของโรงสีข้าวอินทรีย์

โรงสีข้าวอินทรีย์ขนาดเล็กในจังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในรูปของวิสาหกิจชุมชน มีการบริหารจัดการในรูปแบบสมาชิกได้เงินสนับสนุนการลงทุนจากหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และเงินหมุนเวียนจากการขายข้าวสารในแต่ละปี โดยข้าวอินทรีย์ที่ได้จากโรงสีข้าวอินทรีย์ขนาดเล็กจะไม่ใช่เกษตรอินทรีย์ 100% แต่จะได้รับตรามาตรฐานเกษตรอินทรีย์จากองค์กรมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ภาคเหนือ (มอน.) ที่รับรองว่าผลิตผลได้รับการรับรอง เป็นผลิตผลที่ปลอดจากสารพิษ สารเคมีสังเคราะห์ โดยปัญหาที่เกิดขึ้นกับผู้ที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานข้าวอินทรีย์ ประกอบด้วย

สมาชิกเกษตรกรผู้ส่งข้าวเปลือกให้กับโรงสี เป็นกลุ่มที่ต้องให้ความสำคัญแต่ปัญหาในปัจจุบัน คือ ถึงแม้เกษตรกรจะรับรู้เรื่องการปลูกแบบสารเคมีทำให้เกิดปัญหาสุขภาพแต่การปลูกได้ผลผลิตเร็วทำให้เกษตรกรบางส่วนก็ยังคงปลูกข้าวแบบเคมี



ทำให้กลุ่มคนที่ปลูกแบบอินทรีย์มีปัญหาเรื่องพื้นที่เพาะปลูก อีกทั้งการปลูกแบบอินทรีย์ เกษตรกรบางรายยังขาดความรู้ความเข้าใจเรื่องมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ จึงทำให้ขาดความเชื่อมั่นที่จะทำเกษตรอินทรีย์ แม้จะรู้ว่าดีต่อสุขภาพของตนเองซึ่งสอดคล้องกับ ปรีชา ปิยจันทร์, นุชนาท จันทเดมิย์, เจริญ สุธรรมชัย, ณัฐธะปราน คล้ายประสิทธิ์, และกนกนาถ รัตนาอนุพงศ์ (2552) ที่พบว่า กลุ่มเกษตรกรยังขาดความรู้ความเข้าใจในการผลิต

กลุ่มที่ทำการรวบรวมข้าวเปลือกจากสมาชิกเกษตรกร หรือโรงสีข้าวอินทรีย์มีปัญหาที่เกิดขึ้นกับโรงสี คือ ปัญหาเรื่องการวางแผนการผลิต ที่ไม่ทราบความต้องการลูกค้า ขณะเดียวกันก็ไม่ทราบปริมาณข้าวเปลือกที่เกษตรกรส่ง ทำให้เกิดปัญหาการผลิตไม่เต็มกำลังการผลิต รวมถึงไม่สามารถวางแผนการผลิตได้ อีกทั้งเครื่องสีข้าวสำหรับการแปรรูปข้าวอินทรีย์มีคุณภาพต่ำและเทคโนโลยีล้าสมัยซึ่งสอดคล้องกับ ผดุงศักดิ์ วานิชชัง, ใจทิพย์ วานิชชัง, และสมควร มณีพิทักษ์สันติ (2557) ที่พบว่า โรงสีข้าวสหกรณ์ส่วนใหญ่ยังมีความต้องการเครื่องจักรสีแปรรูปข้าวเพิ่มเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพโดยเฉพาะในส่วนของเครื่องคัดแยกด้วยสีและเครื่องลดความชื้นรวมทั้งเครื่องจักรหลักเดิมที่เริ่มเสื่อมคุณภาพ

ร้านค้ารายย่อยหรือผู้บริโภค ปัญหาจะเกิดกับร้านค้ารายย่อยกลุ่มใหม่ที่ต้องการสั่งซื้อข้าวสารจากโรงสี เนื่องจากโรงสีจะมีแผนเป็นรายปี ดังนั้น ถ้าข้าวเปลือกมีไม่เพียงพอจะไม่สามารถขายได้ซึ่งเป็นผลมาจากเกษตรกรปลูกข้าวอินทรีย์น้อย อีกทั้งเกษตรกรเก็บข้าวไว้บริโภคในครัวเรือนก่อนซึ่งสอดคล้องกับสัญญา ลั้งแทกุล และเจษฎา นกน้อย (2559) ที่พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ยังผลิตข้าวเปลือกได้น้อยกว่าเป้าหมายที่วางไว้และปัญหาที่เกิดขึ้นกับผู้บริโภค คือ เรื่องการรับรู้ว่ามีข้าวที่ซื้อเป็นข้าวอินทรีย์จริงหรือไม่ซึ่งลูกค้าจะซื้อกับร้านประจำและไว้ใจ และสอดคล้องกับ ปราโมทย์ ยอดแก้ว (2560) ที่พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะซื้อข้าวจากร้านเฉพาะ เช่น ซื้อจากร้านสวัสดิการสหกรณ์ ตลาดชุมชนต่างจังหวัด หรืองานเกษตรที่ให้ผู้ผลิตมาจำหน่าย ผลการศึกษาปัญหากระบวนการและกิจกรรมห่วงโซ่อุปทานของโรงสีข้าวอินทรีย์ขนาดเล็ก

กระบวนการวางแผนโซ่อุปทาน (sP1) ประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้น คือ โซ่อุปทานข้าวอินทรีย์มีการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างเกษตรกร โรงสี และผู้บริโภค แต่เป็นการ

เชื่อมโยงข้อมูลเพื่อวางแผนการผลิตตามคำสั่งซื้อปีละครั้ง ไม่มีการเชื่อมโยงข้อมูลเพื่อวางแผนการจำหน่ายค้าปลีกให้กับลูกค้า ทำให้ไม่สามารถพยากรณ์ความต้องการของลูกค้าได้ ส่งผลให้เกิดปรากฏการณ์แส้ม้า (The Bullwhip Effect) ดังนั้น จึงควรใช้การพยากรณ์โดยรวมเพื่อใช้ข้อมูลร่วมกันซึ่งสอดคล้องกับ อนุรักษ์ ปานสีด้า (2552) ที่พบว่า การดำเนินงานตลอดห่วงโซ่คุณค่า ทุกคนในกลุ่มจะต้องช่วยเหลือ วางแผนร่วมกันเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์

กระบวนการจัดการตามคำสั่งซื้อ (sS2) ประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้น คือ ปริมาณข้าวเปลือกไม่เพียงพอต่อความต้องการของโรงสี รวมถึงการจัดซื้อจะต้องรอข้าวเปลือกจากเกษตรกรซึ่งบางครั้งมาไม่ทันเวลาหรือไม่ได้ตามข้อกำหนด เช่น ความชื้น สิ่งปนเปื้อน เป็นต้น ทำให้มีผลกระทบต่อกระบวนการผลิตที่ไม่เป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้ซึ่งสอดคล้องกับ สัญชัย ลิ่งแท้กุล และ เจษฎา นกน้อย (2559) ที่พบว่า เกษตรกรจะส่งมอบข้าวเปลือกให้กับโรงสีตามจำนวนและเวลาที่ต้องการ โดยไม่รอคำสั่งซื้อจากโรงสี

กระบวนการผลิตเพื่อจำหน่าย (sM1) ประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้น คือ ปัญหาสภาพอากาศแปรปรวนทำให้ปริมาณข้าวเปลือกไม่ได้ตามคำสั่งซื้อ ทำให้มีผลต่อการผลิตกระบวนการจัดส่งข้าวเปลือกเพื่อเก็บ (sD1) ประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้น คือ ยานพาหนะที่เกษตรกรใช้ในการขนส่งข้าวเปลือกไม่มีการป้องกันสิ่งปนเปื้อน ดังนั้น อาจมีสิ่งปนเปื้อนเกิดขึ้นระหว่างการขนส่ง รวมถึงปริมาณที่เหมาะสมกับยานพาหนะจะเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่ง

การวางแผนประสิทธิภาพสินค้าคงคลัง (EP.2) ประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้น คือ เกษตรกรจะปลูกข้าวนาปี และส่งข้าวเปลือกให้กับโรงสีพร้อมกัน ทำให้เกิดปัญหาเรื่องพื้นที่การจัดเก็บไม่เพียงพอ รวมถึงต้นทุนการดูแลรักษา ดังนั้น บางครั้งต้องจัดเก็บที่เกษตรกร เมื่อถึงเวลาสีข้าวจึงให้เกษตรกรนำข้าวเปลือกมาส่งซึ่งสอดคล้องกับ ทำนอง ชิตชอบ (2554) ที่พบว่า สถานที่เก็บข้าวเปลือกไม่เพียงพอและขาดมาตรฐานเนื่องจากข้าวออกมารั้งเดียวจากการทำนาปี

การประเมินประสิทธิภาพในการจัดหาข้าวเปลือกของเกษตรกร (ES.2) ประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้น คือ พื้นที่การปลูกข้าวอินทรีย์ของเกษตรกรมีไม่มาก เนื่องจากเป็นพื้นที่ส่วนตัวของเกษตรกรอีกทั้งบางพื้นที่ ติดกับแปลงของเกษตรกรที่ปลูกแบบเคมี



ทำให้ปริมาณข้าวเปลือกที่ได้มีน้อย อีกทั้งเกษตรกรยังปลูกข้าวเพื่อบริโภคในครัวเรือน เหลือจึงนำไปขายให้กับโรงสี

การจัดการขนส่งข้าวเปลือกจากเกษตรกรมาโรงสี (ED.6) ประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้น คือ ไม่มีการวางแผนเส้นทางการขนส่ง แต่เนื่องจากพื้นที่ไม่ไกลจากโรงสีมากทำให้ต้นทุนการขนส่งไม่สูงซึ่งสอดคล้องกับ สัญชัย ลี้งแท้กุล และเจษฎา นกน้อย (2559) ที่พบว่า ต้นทุนในการขนส่งมีความเหมาะสม เพราะมีระยะทางในการขนส่งใกล้ แต่ไม่สอดคล้องกับ สนั่น เกษารีย์ และ ระพีพันธ์์ ปิตาคะโส (2555) ที่พบว่า กลุ่มวิสาหกิจแปรรูปข้าวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีต้นทุนค่าขนส่งสูง

การประเมินประสิทธิภาพในการผลิต (EM.2) ประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้น คือ เครื่องสีข้าวไม่มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย อีกทั้งเครื่องสีมีขนาดเล็ก ถ้าในช่วงที่ข้าวเข้าโรงสีปริมาณมากพร้อมกัน จะทำให้เกิดการรอการผลิตในบางครั้ง จึงควรจัดสมดุลสายการผลิตเพื่อให้สามารถแก้ไขปัญหาคอขวด หรือในบางครั้งที่ข้าวเปลือกมีน้อยแต่ต้องสีข้าวทำให้การผลิตไม่เต็มกำลังการผลิตของเครื่อง

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์โซ่อุปทานโรงสีข้าวอินทรีย์พบว่า กระบวนการโซ่อุปทานโรงสีข้าวอินทรีย์ขนาดเล็ก ประกอบด้วยกระบวนการ วางแผน จัดหา การผลิต และการจัดส่ง โดยที่กระบวนการที่ควรปรับปรุง เพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพในกระบวนการหลัก ได้แก่ การวางแผนโซ่อุปทาน การจัดหาตามคำสั่งซื้อ การผลิตเพื่อเก็บ และการจัดส่งเพื่อเก็บ ส่วนกระบวนการสนับสนุนที่ควรปรับปรุง ได้แก่ การวางแผนจัดการสินค้าคงคลัง การประเมินประสิทธิภาพในการจัดหาข้าวเปลือกของเกษตรกร การจัดการขนส่งข้าวเปลือกจากเกษตรกรมายังโรงสี และการประเมินประสิทธิภาพในการผลิต

สำหรับปัญหาที่เกิดขึ้นกับกระบวนการจัดการโซ่อุปทานของโรงสีข้าวอินทรีย์ขนาดเล็กพบว่า โรงสีข้าวอินทรีย์ขนาดเล็ก ไม่มีการวางแผนเชื่อมโยงข้อมูลตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ปริมาณข้าวเปลือกไม่สมดุลกับกำลังการผลิต การขนส่งขาดการดูแลและป้องกัน ต้นทุนการขนส่งสูง กระบวนการผลิตไม่มีคุณภาพ และการจัดการคลังสินค้าไม่สมดุลกับปริมาณข้าว ดังนั้น แนวทางการแก้ไขปัญหาที่โรงสีข้าวอินทรีย์

ควรทำ ได้แก่ การพยากรณ์ความต้องการของลูกค้าเพื่อวางแผนการผลิต วางแผนการผลิตให้เหมาะสมกับกำลังการผลิตของเครื่อง การวางแผนจัดเส้นทางขนส่ง การจัดส่งสมดุลสายการผลิตที่มีประสิทธิภาพ การสนับสนุนและส่งเสริมให้เกษตรกรใช้สารอินทรีย์ทดแทนการใช้สารเคมีในการผลิต และวางแผนขนาดการสั่งซื้อเพื่อจัดเก็บคลังสินค้า

ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาในครั้งนี้มีข้อจำกัดที่กลุ่มตัวอย่างโรงสีข้าวอินทรีย์มีน้อย และเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั้งหมด เนื่องจากคัดเลือกเฉพาะโรงสีข้าวอินทรีย์ขนาดเล็กในจังหวัดเชียงใหม่ ดังนั้น ในการศึกษารoundต่อไปอาจเพิ่มกลุ่มตัวอย่างให้มากขึ้น รวมถึงเพิ่มความหลากหลายในลักษณะการประกอบการ

การวิเคราะห์ในครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเพื่อหาลักษณะการดำเนินงาน รวมถึงหาปัญหากระบวนการและกิจกรรมห่วงโซ่อุปทาน ทำให้ทราบแนวทางการแก้ไขปัญหาเบื้องต้น ดังนั้น งานวิจัยในครั้งต่อไปจึงมุ่งไปที่การวิจัยเชิงปริมาณ โดยเฉพาะประเด็นสำคัญที่ ควรปรับปรุงในกระบวนการผลิต เช่น การคำนวณปริมาณการสั่งซื้อข้าวเปลือกที่ประหยัด ตามข้อเสนอแนะการแก้ไขปัญหาที่ได้จากการวิเคราะห์การดำเนินงานจากการวิจัยในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงพาณิชย์. (2560). *สินค้าออกสำคัญ 10 อันดับแรก*. (20 กรกฎาคม 2560) สืบค้นจาก <http://www2.ops3.moc.go.th>.
- ทำนอง ชิตชอบ. (2554). การพัฒนารูปแบบการมีส่วนร่วมในการจัดการห่วงโซ่อุปทานข้าวหอมมะลิเกษตรกรอินทรีย์เพื่อการส่งออกของสหกรณ์เกษตรกรอินทรีย์บ้านตระแสง อำเภอมือง จังหวัดสุรินทร์. *วารสารราชภัฏเพชรบูรณ์สาร*, 13(2), 1-8.
- ปราโมทย์ ยอดแก้ว. (2560). การพัฒนาการตลาดข้าวอินทรีย์ในสังคมไทย. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์*, 5(1), 406-420.



- ปรีชา ปิยจันทร์ นุชนาท จันทเดมิย์ เจริญ สุธรรมชัย ณิชฐะปราน คล้ายประสิทธิ์ และ กนกนาถ รัตนานุกงศ. (2552). การปลูกผลไม้เกษตรอินทรีย์ปัญหาและอุปสรรค กรณีศึกษาในเขตพื้นที่จังหวัดระยอง จันทบุรี และตราด. *วารสารร่วมพฤษภา*, 27(2), 135-185.
- ผดุงศักดิ์ วานิชชังใจทิพย์ วานิชชัง และ สมควร มณีพิทักษ์สันติ. (2557). *การปรับปรุงผลผลิตภาพการดำเนินงานโรงสีข้าวสหกรณ์*. การนำเสนอผลงานวิชาการ มทร. ตะวันออก มรภ.กลุ่มศรีอยุธยาและราชนครินทร์วิชาการและวิจัย ครั้งที่ 7 วันที่ 14-16 พฤษภาคม 2557 ณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก ชลบุรี.
- วิวัฒน์ ไม้แก่นสาร และ มลฤดี จันทรรัตน์. (2558). การดำเนินงานและปัญหาของโรงสีข้าวชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารปัญญาวิวัฒน์*, 7(2), 17-27.
- สมาคมผู้ส่งออกข้าวไทย. (2560). *ผลผลิตข้าว*. (20 ตุลาคม 2560) สืบค้นจาก www.thairiceexporters.or.th
- สนั่น เกาชาธิ และ ระพีพันธ์ ปีตาคะโส. (2555). การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานข้าวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย. *วารสารวิจัย มข*, 17(1), 125-141.
- สัญญาชัย ลิ่งแท้กุล และ เจษฎา นกน้อย. (2559). รูปแบบโซ่อุปทานและประสิทธิภาพการจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์อุตสาหกรรมการผลิตข้าวสังข์หยดเมืองพัทลุง : ระดับขั้นเกษตรกรและกลุ่มวิสาหกิจแปรรูป. *วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต*, 4(1), 32-44.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (2560-2564)*. กรุงเทพฯ : สำนักนายกรัฐมนตรี.
- อนุรักษ์ ปานสีดา. (2552). ห่วงโซ่คุณค่าการเกษตรที่สนับสนุนโดยชุมชน กรณีศึกษา : กลุ่มเกษตรกร “โครงการผักประสานใจ” อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี. *วารสารร่วมพฤษภา*, 27(1), 161-180.

- Bátori, Z. (2010). *Supply chain intelligence: Benefits, Techniques and Future trends*. Proceedings of the 8th International Conference on Management, Enterprise and Benchmarking Óbuda University, Budapest Hungary. 233-240.
- Chaffey, D. (2007). *E-business and E-commerce Management : Strategy, Implementation and Practice*. London, UK : Pearson Education, Inc.
- Christopher, M. (1999). *Logistics and Supply Chain Management: Strategies for Reducing Cost and Improving Service*. London, UK : Financial Times/Pitman.
- Handfield, R. B., & Nichols, E. L. (2002). *Supply chain redesign : Transforming supply chains into integrated value systems*. London, UK : Financial Times/Pitman.
- Kamble, S., Desai, A., & Vartak, P. (2015). *Data mining and data warehousing for supply chain management*. Proceedings of Conference on Communication, Information & Computing Technology Mumbai Mumbai University, India. 1-6.
- Mahanaseth, I., & Tauer, L. W. (2014). Thailand's market power in its rice export markets. *Journal of agricultural & food industrial organization*, 12(1), 109-120.
- Husby, P. (2007). *Know the Score : The strengths and limitations of the Supply Chain Operations Reference (SCOR) model*. (December 4, 2017) Retrieved from <http://www.mhlnews.com/facilities-management/know-score>.
- Seifbarghy, M., Akbari, M. R., & Sajadieh, M. S. (2010). Analyzing the supply chain using SCOR model in a steel producing company. *Journal of Japan Industrial Management Association*, 62(6), 1-6.



- Sellitto, M. A., Pereira, G. M., Borchardt, M., da Silva, R. I., & Viegas, C. V. (2015). A SCOR-based model for supply chain performance measurement : Application in the footwear industry. *International Journal of Production Research*, 53(16), 4917-4926.
- Stephens, S. (2001). Supply chain operations reference model version 5.0 : a new tool to improve supply chain efficiency and achieve best practice. *Information Systems Frontiers*, 3(4), 471-476.
- SCC. (2017). *Supply Chain Operation Reference Model : SCOR Version 12.0*. Pittsburgh, PA : Supply Chain Council, Inc.
- Sutopo, W., Maryanie, D.I., & Yuniaristanto. (2015). Evaluation of valuable chain in palm oil industry based on SCOR model : A case study. *Journal of Logistics Systems and Management*, 21(2), 229-241.
- Thunberg, M., & Persson, F. (2014). Using the SCOR model's performance measurements to improve construction logistics. *Production Planning & Control*, 25(13-14), 1065-1078.
- Yongan, Z., & Menghan, L. (2011). *Research on Green Supply Chain design for automotive industry based on Green SCOR Model*. Proceedings of International Conference on on Information Management, Innovation Management and Industrial Engineering Shenzhen, China, 549-552.

บทที่

9

การมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชน

Public Participation in Community Economic Management

ประคอง สุคนธ์จิตต์ สุนันทา งามเดโช และ ดาวพันธ์ เฉลยพงษ์

Prakong Sukhonthajit Sunanta Ngamdecho and Daopun Chaleoypong





การมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการบริหารจัดการ เศรษฐกิจชุมชน

Public Participation in Community Economic Management

ประคอง สุคนธ์จิตต์¹ สุนันทา งามเดโช² และ ดาวพันธ์ เฉลยพงษ์³

Prakong Sukhonthajit Sunanta Ngamdecho and Daopun Chaleoypong

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชน เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชนจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสนับสนุนกับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชน โดยใช้แบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 326 คน ครัวเรือน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีส่วนร่วมเกี่ยวกับการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชน ทั้งภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับการมี

¹ อาจารย์ประจำคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก ที่อยู่ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก เลขที่ 3 ซอยรามอินทรา 1 แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพฯ 10220 โทรฯ : 0817263250 e mail : suprakong1@gmail.com

² อาจารย์ประจำคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก ที่อยู่ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก เลขที่ 3 ซอยรามอินทรา 1 แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพฯ 10220 โทรฯ : 02552-3500-9 ต่อ 320

³ อาจารย์ประจำคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก ที่อยู่ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก เลขที่ 3 ซอยรามอินทรา 1 แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพฯ 10220 โทรฯ : 02552-3500-9 ต่อ 321

ส่วนร่วมของกลุ่มตัวอย่างจากมากไปหาน้อย คือ ด้านการวางแผน ด้านการรับผลประโยชน์ ด้านการค้นหาปัญหา ด้านการติดตามผลและด้านการดำเนินการตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าประชาชนที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพสมรส สถานภาพทางสังคมต่างกัน มีส่วนร่วมเกี่ยวกับการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชนแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ส่วนประชาชนที่มีอาชีพ รายได้ และรายจ่ายของครัวเรือนต่างกัน มีส่วนร่วมเกี่ยวกับการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชนแตกต่างกันเฉพาะบางด้านเท่านั้น นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยสนับสนุนทุกด้านมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 ในระดับปานกลาง และสามารถเรียงอันดับความสัมพันธ์จากมากไปหาน้อยคือ ช่องทางการรับรู้ข่าวสาร ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเศรษฐกิจชุมชน การรับรู้ข้อมูลข่าวสารและความเชื่อมั่นในกลุ่ม

คำสำคัญ : การมีส่วนร่วม ; การบริหารจัดการ; เศรษฐกิจชุมชน

Abstract

The purposes of this article were to 1) study the level of public participation in community economic management, 2) compare the public participation in community economic management by personal factors, and 3) study the relationship between supportive factors and the public participation in the community economic management. The questionnaire and interview data were collected and analyzed by frequency, percentage, mean, standard deviation

The results indicated that the majority of the respondents were involved in the overall and each aspect of the participation in the community economic management at moderate level. Considering at each aspect, the highest participatory aspect was planning. Next on down were benefits, problems finding, monitoring and follow-up, and operation, respectively. The results of the hypothetical testing revealed



that the respondents who were from different gender, age, education, marital status and social status had different degrees of participation in community economic management at the statistical significance level of .05. On the other hand, the respondents with different occupation, income and household expenditure had different degrees of participation in community economic management in some areas. It was also found that all supportive factors are positively correlated at moderate level with the respondents' participation in community economic management at the statistical significance level of .01. In addition, the relationship sorted from the highest to the lowest were as follows: information perception channel, community economy understanding, information perception and confidence in group, respectively.

Keywords : Participation; Community Economic Management

บทนำ

การพัฒนาคนและเสริมสร้างความเข้มแข็งแก่องค์กรชุมชน โดยการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสมรรถนะของคนและชุมชนให้สามารถปรับตัวและดำรงอยู่ได้ในกระแสการเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมืองและสิ่งแวดล้อม เป็นเป้าหมายของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ โดยมีความเชื่อมั่นว่า หากชุมชนเข้มแข็งแล้วชุมชนจะสามารถพึ่งตนเองได้และสามารถเผชิญกับวิกฤตการณ์ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นปัญหาสิ่งแวดล้อม ปัญหาเศรษฐกิจ ปัญหาสังคม ฯลฯ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เศรษฐกิจชุมชนที่พึงปรารถนา คือกิจกรรมเศรษฐกิจ ทั้งภาคเกษตรกรรม ภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการ ที่คนในชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผลประโยชน์และร่วมเป็นเจ้าของ โดยการพัฒนาจากฐานของ “ศักยภาพของท้องถิ่น” หรือ “ทุนในชุมชน” ซึ่งรวมถึงเงินทุน แรงงาน วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น พิพิธภัณฑวัตถุ ที่ดิน แหล่งน้ำ ความหลากหลายทางชีวภาพ สภาพภูมิประเทศ ลักษณะภูมิอากาศ ฯลฯ เป้าหมายสำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน คือ เพื่อพัฒนาศักยภาพตั้งแต่ระดับบุคคล ครอบครัวและชุมชน โดยใช้กิจกรรมเศรษฐกิจ สร้าง “กระบวนการเรียนรู้” ซึ่งจะทำให้ชุมชนพึ่งตนเองได้ ในขณะที่เดียวกันยังมุ่งพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม

ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม อนุรักษ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ฯลฯ หรืออีกนัยหนึ่งเพื่อพัฒนาชุมชนในท้องถิ่นอย่างบูรณาการ

การมีส่วนร่วมของประชาชนถือว่าเป็นหลักการสากลที่มีการยอมรับว่ามีความสำคัญและจำเป็นในสังคมประชาธิปไตย ซึ่งมีกฎหมายรัฐธรรมนูญเป็นกฎหมายสูงสุดของประเทศ สะท้อนเจตนารมณ์ในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนได้อย่างชัดเจน เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการรับฟังความคิดเห็นของประชาชน โดยเฉพาะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การมีส่วนร่วมของประชาชนถือเป็นปัจจัยหลักและเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการกำหนดองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นและสมาชิกสภาส่วนท้องถิ่น ต้องเป็นตัวแทนของประชาชนซึ่งมาจากการมีส่วนร่วมของประชาชนผ่านกระบวนการการเลือกตั้ง นอกจากนี้ยังมีการส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารและตรวจสอบการทำงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อการตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนได้ตรงจุด แก้ไขปัญหาได้รวดเร็วสร้างความโปร่งใสและเสริมสร้างความแข็งแกร่งของชุมชน

องค์การบริหารส่วนตำบลพลับพลาไชย อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี มีบทบาทหน้าที่เหมือน อบต. อื่นๆ ทั่วไป กล่าวคือ ทำหน้าที่พัฒนาชุมชน ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ได้แก่ การบริหารจัดการงบประมาณโครงการ ทั้งในด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานให้กับชุมชน ส่งเสริมการศึกษา ส่งเสริมการพัฒนาอาชีพ ทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม จารีตประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น ดูแลทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดย อบต. พลับพลาไชย มีหน้าที่ดูแลประชาชนในชุมชนที่อยู่ในเขตปกครอง จำนวน 14 หมู่บ้าน และจากการบริหารจัดการที่ผ่านมา ประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมโครงการของ อบต.ค่อนข้างน้อย อบต.จึงต้องการทราบว่า ปัจจุบันการมีส่วนร่วมของประชาชนมีมากน้อยเท่าไร และมีปัจจัยอะไรที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน ซึ่งกระบวนการวิจัยจะนำไปสู่การค้นหาคำตอบอย่างมีระบบ เชื่อถือได้ โดยมีประชาชนจาก 14 หมู่บ้าน เป็นประชากรในการศึกษา โดยจะศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชนของอบต.พลับพลาไชย ตลอดจนปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน นำผลที่ได้ไปใช้ในการพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชนในตำบลพลับพลาไชย และนำไปสู่ระบบการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชนที่ยั่งยืนต่อไป



วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชน ในองค์การบริหารส่วนตำบลพลับพลาไชย อำเภอกู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี
2. เพื่อเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชนจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสนับสนุนกับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชน

เอกสารที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจชุมชน

เศรษฐกิจชุมชน เป็นแนวคิดที่มีความสำคัญมากสำหรับประเทศกำลังพัฒนา เพราะถ้าหากเศรษฐกิจชุมชนมีความมั่นคง แข็งแรง ก็จะส่งผลให้ระบบเศรษฐกิจในภาพรวมของทั้งประเทศมีความมั่นคง แข็งแรงตามไปด้วย อาทิเช่น แนวคิดของมหาตมะคานธี ที่สนับสนุนให้เกิดเศรษฐกิจชุมชน เศรษฐกิจหมู่บ้าน โดยเน้นการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้าหรือทดแทนการซื้อจากตลาด เน้นการลดรายจ่ายในครัวเรือน ให้เหลือน้อยลง ซึ่งเท่ากับเป็นการเพิ่มรายได้ที่มองไม่เห็นให้กับครัวเรือนนั่นเอง นอกจากนี้ยังมุ่งเน้นให้ชุมชนมีการพึ่งพาตนเอง ให้รู้จักทำกินและทำขึ้นมาใช้เอง

สำหรับประเทศไทยได้มีความพยายามที่จะเสนอแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนในช่วงหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครองปี พ.ศ.2475 โดยนายปรีดี พนมยงค์ ได้พยายามเสนอแนวคิดให้แบ่งการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศออกเป็นสองส่วน ซึ่งได้แก่ การพัฒนาเศรษฐกิจของภาครัฐและการพัฒนาเศรษฐกิจระบบสหกรณ์ไว้ในเอกสาร “เค้าโครงการเศรษฐกิจ” หรือที่เรียกกันว่า “สมุดปกเหลือง” แต่แนวคิดดังกล่าวถูกมองจากฝ่ายตรงข้ามว่าเป็นแนวคิดของระบบคอมมิวนิสต์ จึงถูกต่อต้านอย่างหนักและไม่มี การนำมาสู่การปฏิบัติแต่อย่างใด ในขณะที่ระบบทุนนิยมและระบบมาร์กซิสต์เห็นว่า ระบบเศรษฐกิจชุมชนเป็นระบบเศรษฐกิจที่รอวันตาย และมีความเชื่อว่าระบบเศรษฐกิจชุมชนในท้ายที่สุดจะค่อย ๆ ถูกผนวกเข้าสู่ระบบทุนนิยมนั้นหมายความว่า ระบบเศรษฐกิจชุมชนจะสูญสลาย แรงงานครอบครัวจะกลายเป็นเพียงแค่แรงงานรับจ้าง ทรัพยากรมนุษย์จะกลายมาเป็นแรงงานที่ถือเงินเพียงปัจจัย

การผลิตชนิดหนึ่งของระบบทุนเท่านั้น จากประวัติศาสตร์ของประเทศกำลังพัฒนา ยังมีได้มีการยืนยันหรือพิสูจน์แนวคิดนี้ว่าเป็นจริงหรือไม่

อย่างไรก็ตามยังมีตัวอย่างของประเทศที่ขับเคลื่อนด้วยระบบเศรษฐกิจชุมชน อย่างเช่น ประเทศอิตาลีที่แสดงให้เห็นว่าเศรษฐกิจครอบครัว หรือเศรษฐกิจชุมชน และการประกอบการด้านเกษตรกรรมและอุตสาหกรรมในครัวเรือนสามารถส่งเสริมให้ระบบเศรษฐกิจเจริญเติบโตได้ จากการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนได้ขยายตัวมาเป็น วิสาหกิจขนาดย่อมและขนาดกลางในที่สุด และเป็นตัวอย่างที่ดีจนทำให้ประเทศอิตาลี กลายมาเป็นต้นแบบหนึ่งของการพัฒนาประเทศที่อาศัยการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน เป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจในภาพรวมของประเทศ ในขณะที่ประเทศได้หันก็เป็น อีกตัวอย่างหนึ่งที่ใช้เศรษฐกิจชุมชนขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศ โดยให้ ความสำคัญส่งเสริมการศึกษา การเรียนรู้ของชุมชน ตลอดจนส่งเสริมการประกอบ การวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และส่งเสริมระบบสหกรณ์ จนทำให้ ระบบเศรษฐกิจชุมชนของประเทศได้หันเกิดความมั่นคงและกลายมาเป็นรากฐานที่ มั่นคงแข็งแรง ในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศ ในทำนองเดียวกัน ประเทศอิสราเอลก็เป็นตัวอย่างที่ดีอีกประเทศหนึ่ง ที่มุ่งเน้นการพัฒนา ระบบ เศรษฐกิจชุมชน ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาการแบบเศรษฐกิจชุมชนของคิบบูตซ์ (KIBBUTZ) หรือการพัฒนาการระบบเศรษฐกิจชุมชนของโมซาฟ (MOSSAV) ที่มีการ ขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศด้วยการสร้างระบบการเกษตรเพื่อการผลิต อาหาร ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญ ภายใต้สภาพแวดล้อมที่เป็นทะเลหิน ทะเลทราย ด้วยระบบชุมชนการเกษตร โดยมีแหล่งน้ำจืดของประเทศอยู่เพียงแห่งเดียว ทางตอนเหนือของประเทศ คือ ทะเลสาบกาลิลี ภายใต้ภาวะความเสื่อมโทรมและ ขาดแคลนทรัพยากรธรรมชาติ แต่ประเทศอิสราเอลสามารถพลิกฟื้นทะเลหิน ทะเล ทราย ให้กลายมาเป็นแหล่งผลิตอาหารที่มีความอุดมสมบูรณ์ เขียวขจีมีรั้นขึ้นใน แต่ละชุมชน และเป็นพื้นฐานในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนให้สามารถพึ่งพาตนเองได้ อย่างมั่นคง และยังสามารถส่งออกอาหารไปเลี้ยงยุโรปและอเมริกาได้ นอกจากนี้ อิสราเอลยังได้พัฒนาชุมชนเกษตรให้เป็นจุดยุทธศาสตร์เพื่อความมั่นคงทางทหาร ในการป้องกันประเทศและสู้รบในภาวะสงครามได้ดีอีกด้วย

จากตัวอย่างการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของทั้งสามประเทศ จะเห็นได้ว่าประเทศ เหล่านี้ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนเป็นหลัก เมื่อเศรษฐกิจชุมชน



ซึ่งเป็นหน่วยเศรษฐกิจย่อย ๆ ของประเทศได้รับการพัฒนาจนมีความเข้มแข็งและมั่นคงแล้ว เศรษฐกิจชุมชนเหล่านี้ก็จะกลายเป็นพื้นฐานที่สำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ จนทำให้ประเทศเหล่านี้มีระบบเศรษฐกิจที่แข็งแกร่งและสามารถมายืนอยู่แถวหน้าของกลุ่มประเทศทั้งหลายในโลกได้เป็นอย่างดี

2. แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม

แนวคิดเรื่อง การมีส่วนร่วมถือเป็นแนวคิดที่มีความสำคัญ เพราะเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดการบริหารจัดการไปสู่ความยั่งยืนได้ การมีส่วนร่วมของชุมชน เป็นการสร้างโอกาสให้สมาชิกทุกคนของชุมชน ได้เข้ามามีส่วนร่วมช่วยเหลือและเข้ามามีอิทธิพลต่อกระบวนการดำเนินกิจกรรมในการพัฒนา รวมถึงได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนานั้นอย่างเสมอภาค ซึ่งมีแนวคิดของนักวิชาการ ดังนี้

สถาบันพระปกเกล้า (2547 อ้างถึงในสมศักดิ์ น้อยนคร 2550 : 11) การมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นแนวคิดที่ชี้ให้เห็นถึงลักษณะของการที่ประชาชนได้เข้าไปร่วมกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อประโยชน์สูงสุดของประชาชนส่วนร่วมอย่างแท้จริง ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับพื้นฐานของการที่ประชาชนจะต้องมีอิสระทางความคิด ความรู้ ความสามารถในการกระทำและมีความเต็มใจที่จะเข้าร่วมกิจกรรมนั้นๆ โดยที่การมีส่วนร่วมของประชาชนต้องมีลักษณะการเข้าร่วมอย่างครบวงจรตั้งแต่ต้นจนถึงสิ้นสุด โดยเริ่มตั้งแต่การเกิดจิตสำนึกในตนเอง การเข้าร่วมคิดถึงปัญหา ร่วมกันวางแผนในการดำเนินงาน ร่วมกันติดตามประเมินผลตลอดระยะเวลาที่ดำเนินงาน ตลอดจนไปถึงการรับผลประโยชน์ร่วมกัน ทั้งนี้ในการทำงานเพื่อให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมนั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องคำนึงถึงเงื่อนไขหรือหลักการที่สำคัญ 3 ประการ คือ

1) การมีส่วนร่วมนั้นต้องเกิดจากความเต็มใจและความตั้งใจที่แท้จริงในการที่จะเข้าร่วม เพื่อที่จะก่อให้เกิดความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนในการแก้ไขปัญหาหรือตัดสินใจในเรื่องนั้นๆ

2) กระบวนการมีส่วนร่วมนั้นต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเสมอภาคและขีดความสามารถของแต่ละบุคคลที่จะเข้ามามีส่วนร่วม

3) การมีส่วนร่วมต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของเสรีภาพที่จะตัดสินใจว่า จะเลือกเข้ามามีส่วนร่วมด้วยหรือไม่ โดยข้อมูลสำคัญของการมีส่วนร่วมนั้นต้องไม่เกิดจากการบังคับหรือขู่เข็ญจากผู้มีอำนาจเหนือกว่า

อรอนงค์ แก้วสง่า (2555) ให้แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมว่า คือ กระบวนการในการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนา ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมแก้ไขปัญหาของตัวเอง เน้นการมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องอย่างแข็งขันของประชาชนให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และความชำนาญของประชาชน แก้ไขปัญหาร่วมกับการใช้วิทยาการที่เหมาะสมและสนับสนุนติดตามการปฏิบัติงานขององค์กรและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

ยุวัฒน์ วุฒิเมธี (2525) ให้ความหมายไว้ว่า เป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนมาร่วมคิด ริเริ่ม ร่วมพิจารณาในการตัดสินใจ ร่วมปฏิบัติและร่วมรับผิดชอบในเรื่องต่างๆ อันมีผลกระทบต่อตัวประชาชนเอง ซึ่งในการให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาชนบทนั้น ผู้นำการเปลี่ยนแปลงต้องยอมรับปรัชญาที่ว่า มนุษย์ทุกคนปรารถนาที่จะอยู่ร่วมกับผู้อื่นอย่างมีความสุข ได้รับการปฏิบัติอย่างเป็นธรรม และต้องยอมรับโดยบริสุทธิ์ใจว่า มนุษย์นั้นสามารถพัฒนาได้ถ้ามีโอกาสและได้รับการชี้แนะอย่างถูกต้อง

ไพรัตน์ เตชะรินทร์ (2527) กล่าวถึงการมีส่วนร่วมว่า เป็นกระบวนการที่รัฐส่งเสริมชักนำและสนับสนุน ตลอดจนสร้างโอกาสในชุมชน บุคคล กลุ่มคน ชมรม สมาคม มูลนิธิและองค์การ รวมถึงรูปแบบของอาสาสมัครต่างๆ เพื่อเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

ทวีทอง หงส์วิวัฒน์ (2527) ได้สรุปความหมายของการมีส่วนร่วมว่า เป็นกิจกรรมที่ประชาชนพัฒนาขีดความสามารถของตนในการจัดการ ควบคุมการใช้และกระจายทรัพยากรตลอดจนปัจจัยการผลิตที่มีในสังคม เพื่อประโยชน์ต่อการดำรงชีพตามความจำเป็นอย่างสมศักดิ์ศรีในฐานะสมาชิกของสังคม โดยประชาชนได้พัฒนาการรับรู้และภูมิปัญญาของตนเองด้วย ดังนั้นการมีส่วนร่วมจึงเป็นทั้งวิธีการและเป้าหมายที่จะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ได้

นพพร ช่วยนุกิจ (2544) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมหมายถึงการเข้ามามีส่วนร่วมในการคิดริเริ่มหรือหาสาเหตุของปัญหา ร่วมวางแผนและลงมือปฏิบัติเพื่อความสมัครใจเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และนโยบาย โดยเปลี่ยนแปลงไปในทางที่กำหนดไว้

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชากรในพื้นที่ตำบลพลับพลาไชย อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 14 หมู่บ้าน 3,260 ครัวเรือน กลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณสัดส่วน โดยใช้สัดส่วน 10 % ได้กลุ่ม



ตัวอย่าง 326 คริวเรือน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถาม เก็บจากหัวหน้าครัวเรือน และทำการสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus group) คณะกรรมการหมู่บ้าน ส่วนประชาชนที่เป็นลูกบ้าน คณะกรรมการแต่ละหมู่บ้านนำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูลในหมู่บ้านของตนเอง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชนขององค์การบริหารส่วนตำบลพลับพลาไชย อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามรายด้าน ผลจากการวิเคราะห์ พบว่าประชาชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมเกี่ยวกับการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชนทั้งภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง สามารถเรียงอันดับการมีส่วนร่วมของประชาชน จากมากไปน้อย ได้ดังนี้ ด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผน ด้านการรับผลประโยชน์ ด้านการค้นหาปัญหา ด้านการติดตามและประเมินผลและด้านการดำเนินการ ตามตารางข้างล่างนี้

ตารางที่ 1 การมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชน จำแนกตามรายด้าน

การมีส่วนร่วม	\bar{X}	SD	ระดับ
ด้านการค้นหาปัญหา	2.71	1.026	ปานกลาง
การมีส่วนร่วมในการวางแผน	2.83	1.075	ปานกลาง
ด้านการดำเนินการ	2.63	1.100	ปานกลาง
ด้านการรับผลประโยชน์	2.73	1.080	ปานกลาง
ด้านการติดตามและประเมินผล	2.68	1.129	ปานกลาง
รวม	2.72	1.017	ปานกลาง

จะเห็นได้ว่า ในการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชนนั้น สอดคล้องกับปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน นั่นคือ มีประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมดำเนินการน้อยที่สุด ถัดขึ้นไปคือ การติดตามและประเมินผล ซึ่งจะเชื่อมโยงกับการดำเนินงาน ในขณะที 3 อันดับแรก เป็นเรื่องของการวางแผน การรับผลประโยชน์

และการค้นหาปัญหา ซึ่งการมีส่วนร่วมเหล่านี้จะปรากฏอยู่ในการร่วมประชุมเป็นส่วน ใหญ่ และการเข้าร่วมกิจกรรมโครงการอาจเกี่ยวข้องกับรายได้ ซึ่งนับเป็นส่วนหนึ่ง ของการรับผลประโยชน์ ตลอดจนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการ ซึ่งนอกจากจะเป็น ผู้รับผลประโยชน์ที่ได้รับจากโครงการแล้ว ยังเป็นผู้ที่ค้นพบปัญหาต่าง ๆ จากการทำ กิจกรรมอีกด้วย

ตารางที่ 2 การมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ตัวแปรตาม ตัวแปรต้น	ร่วมค้นหา ปัญหา	ร่วม วางแผน	ร่วม ดำเนินการ	ร่วมรับผล ประโยชน์	ร่วมติดตาม และ ประเมินผล	รวม
ปัจจัยด้านบุคคล						
เพศ	/	/	/	/	/	/
อายุ	/	/	/	/	/	/
การศึกษา	/	/	/	/	/	/
สถานภาพ	/	/	/	/	/	/
สถานภาพทาง สังคม	/	/	/	/	/	/
อาชีพหลัก	×	/	×	×	×	×
รายได้ของ ครอบครัว/ปี	×	×	/	/	×	×
ค่าใช้จ่ายในครัว เรือนเฉลี่ย/เดือน	/	×	/	×	×	×

จากการศึกษาพบว่าประชาชนที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพสมรส สถานภาพทางสังคม ต่างกัน มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ เศรษฐกิจชุมชนทั้งภาพรวม และรายด้าน แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ส่วนประชาชนที่มีอาชีพ รายได้และรายจ่ายของครัวเรือนต่างกัน มีส่วนร่วมในการ บริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชนแตกต่างกันเฉพาะบางด้านเท่านั้น ซึ่งสามารถอธิบาย



ได้ว่า ประชาชนที่มีอาชีพหลักต่างกันมีส่วนร่วมไม่แตกต่างกัน ทั้งในภาพรวมและรายด้าน ยกเว้นด้านวางแผนที่มีส่วนร่วมแตกต่างกัน การที่มีรายได้ของครอบครัว/ปีต่างกัน มีส่วนร่วมไม่แตกต่างกันทั้งในภาพรวมและรายด้านยกเว้นด้านการดำเนินการและการรับผลประโยชน์ที่มีส่วนร่วมแตกต่างกัน และประชาชนที่มีค่าใช้จ่ายในครัวเรือนเฉลี่ย/เดือนต่างกันมีส่วนร่วมไม่แตกต่างกัน ทั้งในภาพรวมและรายด้านยกเว้นด้านการค้นหาปัญหาและด้านดำเนินการที่มีส่วนร่วมแตกต่างกัน

ตารางที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสนับสนุนที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชน

ปัจจัยสนับสนุน	\bar{X}	SD	ระดับ
ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร	3.34	1.054	ปานกลาง
ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร	3.27	.857	ปานกลาง
ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเศรษฐกิจชุมชน	3.12	.824	ปานกลาง
ด้านความเชื่อมั่นในกลุ่ม	3.40	.776	ปานกลาง
รวม	3.28	.769	ปานกลาง

ผลการวิเคราะห์จะสังเกตได้ว่า ปัจจัยสนับสนุนที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชนที่ประชาชนได้รับน้อยที่สุดคือด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเศรษฐกิจชุมชน ถัดขึ้นไปคือช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร นั่นอาจเป็นสาเหตุที่สำคัญที่ทำให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนน้อย ในทางกลับกัน ปัจจัยสนับสนุนที่ประชาชนได้รับมาก อันดับแรกคือ ความเชื่อมั่นในกลุ่ม นั่นหมายความว่าประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมเพราะยังเชื่อมั่นในกลุ่มหรือในตัวผู้นำอยู่ ซึ่งตรงนี้เป็นจุดที่ อนาคตจะนำมาเป็นจุดยืนในการพัฒนาการมีส่วนร่วมได้ แต่ในขณะที่เดียวกันก็ต้องเพิ่มปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเศรษฐกิจชุมชนให้ประชาชนมากขึ้น รวมถึงการเพิ่มช่องทางการให้ประชาชนรับข้อมูลข่าวสาร ซึ่งจะส่งผลต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชนอีกทางหนึ่งด้วย

นอกจากนี้ผลจากการประชุมกลุ่มย่อย เพื่อสัมภาษณ์เชิงลึกคณะกรรมการและตัวแทนจากหมู่บ้านต่าง ๆ ที่อยู่ในเขตการปกครองของ อบต.พลับพลาไชย อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี จากการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนและคณะกรรมการหมู่บ้านจำนวน 13 กลุ่มอาชีพ สามารถสรุปเพื่อเป็นตัวอย่างให้เห็นภาพการดำเนินกิจกรรมเศรษฐกิจชุมชน ปรากฏให้เห็นเป็นกลุ่มที่มีจำนวนสมาชิกบ้าง เป็นกลุ่มที่มีสมาชิกดำเนินการเพียงรายเดียวบ้าง แต่ก็ยังคงเรียกว่ากลุ่ม ส่วนมากจะมีปัญหาอุปสรรคและกลุ่มไม่ค่อยยั่งยืน ส่วนกลุ่มที่สามารถดำเนินการต่อได้ ก็อาจเป็นเพราะสมาชิกบางคนหรือบางกลุ่มที่ยังคงมีความสามารถหรือมีความพร้อมที่จะดำเนินการกิจกรรมกลุ่มได้อย่างต่อเนื่องมากกว่าที่จะเป็นกลุ่มเหนียวแน่น หรือเป็นกลุ่มได้เพราะปัจจัยภายนอกเอื้ออยู่ เช่น กลุ่มเลี้ยงสัตว์ กลุ่มทอผ้า หรือกลุ่มที่มีผลประโยชน์ที่เห็นชัดเจน เช่น กลุ่มสหกรณ์ออมทรัพย์ กลุ่มปลูกผัก กลุ่มนวดแผนไทย บางกลุ่มยังคงเกาะกลุ่มกัน จะดำเนินกิจกรรมก็ต่อเมื่อมีงานเข้ามาและสมาชิกที่ว่างเท่านั้นที่จะทำ เช่น กลุ่มดอกไม้จันทน์และกลุ่มผูกผ้า บางกลุ่มแยกย้ายกันไปทำกันเองเนื่องจากเป็นอาชีพที่ไม่จำเป็นต้องมีกลุ่มก็ทำได้ และเป็นบริบทหรืออาชีพที่ต้องทำอยู่แล้ว เช่น กลุ่มทำนา กลุ่มทอผ้า เป็นต้น

สรุปและอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง”การมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชน องค์การบริหารส่วนตำบลพลับพลาไชย อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชน เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชนจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสนับสนุนกับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชน พบว่าระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชนขององค์การบริหารส่วนตำบลพลับพลาไชย กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีส่วนร่วมทั้งภาพรวมและรายด้าน อยู่ในระดับปานกลางเท่านั้น โดยเรียงลำดับการมีส่วนร่วมของกลุ่มตัวอย่างจากมากไปน้อย คือ ด้านการวางแผน ด้านการรับผลประโยชน์ ด้านการค้นหาปัญหา ด้านการติดตามและประเมินผล และด้านการดำเนินการ ตามลำดับ



สำหรับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพสมรส สถานภาพทางสังคม ต่างกัน มีส่วนร่วมเกี่ยวกับการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชนทั้งภาพรวมและรายด้านแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ส่วนประชาชนที่มีอาชีพรายได้และรายจ่ายของครัวเรือนต่างกัน มีส่วนร่วมเกี่ยวกับการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชนแตกต่างกันเฉพาะบางด้านเท่านั้น

ปัจจัยสนับสนุนที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีปัจจัยสนับสนุนอยู่ในระดับปานกลางเท่านั้น และเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย คือ ความเชื่อมั่นในกลุ่ม การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชน ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยสนับสนุนทุกด้านมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชนองค์การบริหารส่วนตำบลพลับพลาไชย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 ในระดับปานกลาง สามารถเรียงอันดับความสัมพันธ์จากมากไปหาน้อย คือ ช่องทางการรับรู้ข่าวสาร ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเศรษฐกิจชุมชน การรับรู้ข้อมูลข่าวสารและสุดท้ายคือ ความเชื่อมั่นในกลุ่ม

ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชน ในอบต.พลับพลาไชย อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับปานกลางเท่านั้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของฉัตร วงศ์คำจันทร์ (2551) ทำการศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชนในกระบวนการจัดทำแผนพัฒนาประจำปีในพื้นที่เทศบาลตำบลห้วยทะเล จังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษา พบว่าประชาชนมีส่วนร่วมในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และมีส่วนร่วมด้านการค้นหาปัญหาอยู่ในระดับมาก มีส่วนร่วมในด้านการวางแผนอยู่ในระดับปานกลาง มีส่วนร่วมด้านการรับผลประโยชน์ในระดับมาก และมีส่วนร่วมด้านการติดตามและประเมินผลอยู่ในระดับที่น้อยกว่าในทุกๆ ด้าน สุเทพ อินทร (2553) ทำการศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลแม่นาจร อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า การมีส่วนร่วมด้านการตัดสินใจ ร่วมคิดและตัดสินใจกำหนดแนวทางการพัฒนาชุมชนร่วมในการปฏิบัติ และภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และสมศักดิ์ น้อยนคร (2551) ทำการศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาลตำบลในเขตจังหวัดอุดรธานี ผลการศึกษา

พบว่าประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่น ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชนจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ต่างกัน มีส่วนร่วมเกี่ยวกับการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชนของ อบต. พลับพลาไชย แตกต่างกัน ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีส่วนร่วมเกี่ยวกับการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชนทั้งภาพรวมและรายด้านแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพระครูวินัยธรสุทธินันท์ กนต์วีโร (2556) การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการน้ำเสียของชุมชนคลองห้า อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี พบว่า ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการมีส่วนร่วมในการจัดการน้ำเสียของชุมชน คลองห้า อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานีแตกต่างกัน

ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีส่วนร่วมเกี่ยวกับการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชน แตกต่างกันทั้งภาพรวมและรายด้าน สรุปได้ว่าประชาชนที่มีอายุมากกว่ามีส่วนร่วมเกี่ยวกับการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชนสูงกว่าประชาชนที่มีอายุน้อยกว่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปริญญา นิภาพฤกษ์ (2554) ศึกษาวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น กรณีศึกษาเทศบาลตำบลคำตากกล้า อำเภอคำตากกล้า จังหวัดสกลนคร พบว่า ประชาชนที่มีอายุแตกต่างกัน มีส่วนร่วมในการพัฒนาหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียงของชุมชนทั้งโดยภาพรวมแตกต่างกัน ทั้งนี้เป็นเพราะประชาชนที่มีอายุมาก ส่วนใหญ่เป็นผู้มีวิสัยทัศน์และวุฒิภาวะในด้านต่าง ๆ ที่สามารถตัดสินใจเข้าร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ด้วยตนเอง และมีความพร้อมเพื่อการมีส่วนร่วมในทุกด้าน ทั้งด้านกายภาพ สติปัญญาและการรับรู้ ที่จะนำไปสู่การตัดสินใจในการมีส่วนร่วมในการบริหารท้องถิ่นเพื่อร่วมในการรับผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นและนอกจากนี้บางคนเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่นมานาน ทำให้มีความคุ้นเคย มีความรักในท้องถิ่น ต้องการเห็นถึงการพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงภายในท้องถิ่นของตน เกิดความตระหนักและให้ความสำคัญต่อการปกครองส่วนท้องถิ่นค่อนข้างมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธีระยุทธ สุดเสมอใจ (2550) ที่ว่าบุคคลที่มีอายุมากกว่าจะมีส่วนร่วมในการปกครองส่วนท้องถิ่นมากกว่าคนที่อายุน้อยกว่า

สำหรับประชาชนที่มีการศึกษาต่างกัน พบว่ามีส่วนร่วมเกี่ยวกับการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชนแตกต่างกัน โดยพบว่าผู้ที่เรียนหนังสือมีส่วนร่วมเฉลี่ยทั้งภาพรวมและรายด้านสูงกว่าผู้ที่ไม่ได้เรียนหนังสือ สอดคล้องกับงานวิจัยของชุมพล



เพชรพล (2559) การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น กรณีศึกษารองการะบริหารส่วนตำบลบ้านนา อำเภอบางบาล จังหวัดตราด พบว่าประชาชนที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาตำบลที่แตกต่างกัน สำหรับประชาชนที่มีอาชีพต่างกันมีส่วนร่วมด้านการวางแผนที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปริญญา นิภาพฤกษ์ (2554) ศึกษาวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น กรณีศึกษาเทศบาลตำบลคำตากกล้า อำเภอกำแพงแสน จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาหมู่บ้านเศรษฐกิจชุมชนบ้านคลองใหม่โดยภาพรวมแตกต่างกัน เนื่องมาจากประชาชนที่ประกอบอาชีพที่มีความเป็นอิสระ จะมีส่วนร่วมในการปกครองส่วนท้องถิ่นมากกว่า ประชาชนที่มีอาชีพที่ไม่มีความเป็นอิสระ ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่ากลุ่มที่มีอาชีพมีความเป็นอิสระ จะมีความคล่องตัวและมีอิสระในการเข้าร่วมในการปกครองส่วนท้องถิ่นในระดับที่มากกว่า เนื่องจากสามารถบริหารจัดการเวลาได้ด้วยตนเอง โดยไม่ต้องมีกฎระเบียบ ข้อบังคับของหน่วยงาน เป็นข้อจำกัดในการเข้าร่วมในกิจกรรมหรือโอกาสต่าง ๆ เพื่อร่วมในการปกครองส่วนท้องถิ่น ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพที่มีหน่วยงานต้นสังกัด มีกฎระเบียบ ข้อบังคับ ที่เป็นข้อจำกัดในการบริหารจัดการเวลา จึงทำให้ไม่สามารถเข้ามามีส่วนร่วมในระดับที่มากเท่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความเป็นอิสระมากกว่า

สำหรับประชาชนที่มีรายได้ต่างกัน พบว่าประชาชนที่มีรายได้ต่างกันมีส่วนร่วมเกี่ยวกับการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชนทั้งในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกัจจา โพนแดน (2557) ศึกษาวิจัยเรื่องการมีส่วนร่วมของผู้นำชุมชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาลตำบลลาดยาว อำเภอลาดยาว จังหวัดนครสวรรค์ พบว่าผู้นำชุมชนที่มีระดับรายได้แตกต่างกัน การมีส่วนร่วมของผู้นำชุมชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาลตำบลลาดยาว อำเภอลาดยาว จังหวัดนครสวรรค์ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้การเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาไม่ต้องมีการเสียค่าใช้จ่ายแต่อย่างใด ดังนั้น ประชาชนที่เข้ามามีส่วนร่วมไม่ว่าจะมีรายได้มากน้อยเพียงใดก็สามารถเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาได้ และผู้ที่มีรายได้ต่างกันเห็นคุณค่าหรือประโยชน์ของการมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น

สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสนับสนุนกับการมีส่วนร่วมของประชาชน เกี่ยวกับการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชนที่กลุ่มตัวอย่างมีมากเป็นอันดับ 1 คือ ความเชื่อมั่นในกลุ่ม รองลงไปคือ การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ช่องทางการรับรู้ข่าวสารและความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเศรษฐกิจชุมชน ตามลำดับ และยังพบว่าปัจจัยสนับสนุนที่มีค่าเฉลี่ยน้อยนี้กลับเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมสูงกว่าความเชื่อมั่นในกลุ่ม ปรากฏการณ์เหล่านี้สามารถอธิบายสาเหตุของการมีส่วนร่วมของประชาชน เกี่ยวกับการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชน อบต. อาจต้องพิจารณาถึงช่องทางการรับข่าวสาร และการสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเศรษฐกิจชุมชนให้กับประชาชนมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของกิตติศักดิ์ ชีวาสัจจาสกุล (2548) ศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในองค์การบริหารส่วนตำบล ศึกษาเฉพาะกรณี อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่าประชาชนที่เคยรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับ อบต. มีแนวโน้มในการเข้าไปมีส่วนร่วมในการบริหารงาน อบต. มากกว่าประชาชนที่ไม่เคยรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับ อบต. ซึ่งอาจเป็นเพราะผู้ที่สนใจรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับ อบต. ย่อมเป็นผู้ที่สนใจการเมืองอยู่แล้ว เมื่อได้รับข่าวสารต่าง ๆ มากขึ้น จึงเป็นแรงกระตุ้นให้สนใจที่จะเข้ามีส่วนร่วมต่อการบริหารงานของ อบต. มากขึ้น นอกจากนี้ยังพบอีกว่าปัจจัยสนับสนุนแต่ละปัจจัยมีความสัมพันธ์กันค่อนข้างสูง เช่น การรับรู้ข้อมูลข่าวสารกับช่องทางการรับข่าวสารและช่องทางการรับข่าวสารกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเศรษฐกิจชุมชน มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกที่ระดับสูงมา ส่วนความสัมพันธ์กับด้านอื่น ๆ ก็อยู่ในระดับสูง ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความเชื่อมโยงของปัจจัยสนับสนุนแต่ละด้านที่สามารถนำมาพิจารณาส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนได้ เพื่อยกระดับหรือเพิ่มการมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชนของ อบต. พลับพลาไชย อำเภอกู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย อบต. ควรวางนโยบายเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม ดังนี้
นโยบายด้านการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน โดยเน้นการพัฒนาการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับการบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชน เพราะเกี่ยวเนื่องกับความเป็นอยู่ของประชาชนและสภาพเศรษฐกิจโดยรวมของชุมชนในเขตปกครองของ อบต.



ทั้งนี้ ผลการศึกษาพบว่าประชาชนแทบทุกหมู่บ้านมีส่วนร่วมทั้งภาพรวมและรายด้าน อยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างน้อยและมีเพียงหมู่บ้านเดียวจาก 14 หมู่บ้าน ที่มีส่วนร่วมในระดับมาก

นโยบายด้านเสริมสร้างปัจจัยสนับสนุนที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน เนื่องจากผลการศึกษา พบว่า ประชาชนมีปัจจัยสนับสนุนทั้งภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างน้อยและปัจจัยสนับสนุนบางปัจจัยที่ค่อนข้างน้อย แต่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนในระดับสูงทุกด้าน ยกเว้นความเชื่อมั่นในตัวผู้นำที่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในระดับปานกลางเท่านั้น

2. ข้อเสนอแนะด้านแผนงาน/โครงการ

สรุปแล้วจากปัจจัยทั้ง 4 ด้านมีความเชื่อมโยงกัน กล่าวคือ ปัจจัยสนับสนุนที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดในแต่ละด้าน ได้แก่ การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจชุมชน ช่องทางการรับรู้ข่าวสารจากแผ่นพับ/ วารสาร/ โบรชัวร์/ โปสเตอร์ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารจัดการกลุ่มเศรษฐกิจในชุมชน และความเชื่อว่าเมื่อเข้าร่วมกลุ่มเศรษฐกิจชุมชนจะทำให้มีอำนาจในการต่อรอง ด้วยสาเหตุทั้ง 4 ด้านนี้ อาจเป็นสาเหตุที่ทำให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการเกี่ยวกับเศรษฐกิจชุมชนน้อย ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแผนงาน/โครงการที่ อบท. อาจวางแผนดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ดังนี้

1) อบท. ควรจัดตั้งงบประมาณประจำปี เพื่อโครงการพัฒนาคนมากกว่าลงทุนและซื้ออุปกรณ์ให้ เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน

2) อบท. อาจเพิ่มงบประมาณเพื่อผลิตสื่อที่เข้าถึงประชาชนได้มากที่สุด อาทิ เช่น สื่อแผ่นพับ/ วารสาร/ โบรชัวร์/ โปสเตอร์ เป็นต้น

3) อบท. ควรจัดอบรมเพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร หรือความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเศรษฐกิจชุมชนให้ประชาชนได้รับทราบข้อมูลข่าวสารและมีความเข้าใจเกี่ยวกับเศรษฐกิจชุมชนมากขึ้น

4) อบท. ควรพิจารณาลดปริมาณกลุ่มเศรษฐกิจชุมชนหันมาเน้นในคุณภาพของแต่ละกลุ่ม เพื่อความยั่งยืนและเกิดผลในทางปฏิบัติ

5) อบท. ควรมีการแต่งตั้งคณะกรรมการ เพื่อติดตามประเมินผลกลุ่มเศรษฐกิจชุมชนทั้งหมดในความดูแลของ อบท. พลัสพลาไซ และถอดความรู้ ความสำเร็จ ความล้มเหลวและปัญหาอุปสรรค เพื่อนำไปสู่การตัดสินใจเกี่ยวกับบริหารจัดการเศรษฐกิจชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของประชาชน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

คณะผู้วิจัยขอเสนอแนะงานวิจัยครั้งต่อไป คือ “การมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม ในองค์การบริหารส่วนตำบลพลับพลาไชย อำเภ่อูทอง จังหวัดสุพรรณบุรี” โดยขอรับการสนับสนุนงบประมาณจากภาครัฐ เช่น สกว. เพราะงานวิจัยดังกล่าวจะดำเนินการทุกอย่าง โดยคนในชุมชน เพื่อคนในชุมชนและเป็นของคนในชุมชน เนื่องด้วยพื้นที่โดยรวมของจังหวัดสุพรรณบุรี เป็นพื้นที่ราบเหมาะแก่การพัฒนาทางด้านเกษตร และมีแหล่งเกษตรอินทรีย์มากมาย ด้วยกระแสเกษตรไร้สารและพื้นที่อยู่ใกล้กับเมืองหลวง ดังนั้น หากมีการศึกษาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเน้นเกษตรอินทรีย์ อาจทำให้ประชาชนสามารถเข้าร่วมได้หลากหลายมากขึ้น และจะนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน หากผลผลิตมีมากพอที่จะร่วมกันพัฒนารูปแบบสินค้าแปรรูป รวมถึงตลาดที่สร้างขึ้นด้วยชุมชนเอง จะทำให้ยั่งยืนกว่าที่พึ่งพิงภายนอก ที่หากคนกลางหยุดดำเนินการ ประชาชนก็ไม่สามารถรักษากลุ่มไว้ได้ ดังเช่นตัวอย่างที่ผ่านมา

เอกสารอ้างอิง

- กิจจา โพนแดน. (2557). *การมีส่วนร่วมของผู้นำชุมชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาล ตำบลลาดยาว อำเภอลาดยาว จังหวัดนครสวรรค์*. คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, พระนครศรีอยุธยา.
- กิตติศักดิ์ ชีวาสังจาสกุล. (2548). *การมีส่วนร่วมของประชาชนในองค์การบริหารส่วนตำบล ศึกษาเฉพาะกรณี อำเภอสามชูก จังหวัดสุพรรณบุรี*. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกริก, กรุงเทพฯ.
- ขวัญชนก ดอนขวา. (2555). *การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. สำนักวิชา เทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, นครราชสีมา.
- ชุมพล เพชรทวล. (2559). *การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น กรณีศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านนา อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง*. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก, กรุงเทพฯ.
- ฉัตรทิพย์ นาถสุภา. (2554). *แนวคิดเศรษฐกิจชุมชน : ข้อเสนอทางทฤษฎีในบริบทต่างสังคม*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์สร้างสรรค์จำกัด.



- ธเนศ ศรีวิชัยลำพันธ์. (2526). *การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน*. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- ธัชธร วงศ์คำจันทร์. (2551). *การมีส่วนร่วมของประชาชนในกระบวนการจัดทำแผนพัฒนาประจำปี : กรณีศึกษาเฉพาะเทศบาลตำบลห้วยทะเล อำเภอเมืองจังหวัดนครราชสีมา*. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก, กรุงเทพฯ.
- ธีระยุทธ สุดเสมอใจ. (2550). *ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลบ้านดึก อำเภอศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย*. สาขาการบริหารและพัฒนาประชาคมเมืองและชนบท มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์, อุตรดิตถ์.
- บุญชู ถนอมกล่อม. (2550). *การมีส่วนร่วมของประชาชนเกี่ยวกับหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบล ศึกษาเฉพาะกรณี อบต.คลองสาม อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี*. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกริก, กรุงเทพฯ.
- ปริญญา นิภาพฤกษ์. (2554). *การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น กรณีศึกษาเทศบาลตำบลคำตากล้า อำเภอคำตากล้า จังหวัดสกลนคร*. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, มหาสารคาม.
- พระครูวินัยธรสุทินันท์ กนต์วีโร. (2556). *การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการน้ำเสียของชุมชนคลองห้า อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี*. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยการนครราชสีมา, ปทุมธานี.
- สมศักดิ์ น้อยนคร. (2551). *การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาลตำบลในเขตจังหวัดอุตรดิตถ์*. สาขาการบริหารและพัฒนาประชาคมเมืองและชนบท มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์, อุตรดิตถ์.
- สุเทพ อินทร. (2553). *การมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลแม่นาจร อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่*. สาขารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, เชียงราย.
- สุนิตย์ เหมนิล. (2555). *การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบล หนองนาคำอำเภอเมืองจังหวัดอุตรธานี*. สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.
- อรอนงค์ แก้วสง่า. (2555). *การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาลตำบลแสง อำเภอเมืองจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี*. สาขาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.

ข้อมูลการเตรียมต้นฉบับบทความสำหรับผู้เขียนบทความ

1. เป็นบทความทางด้านสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์
2. บทความที่ส่งเพื่อขอตีพิมพ์ต้องเป็นบทความที่ไม่เคยเสนอขอตีพิมพ์หรือเผยแพร่ในวารสารฉบับอื่นๆ มาก่อน
3. ผู้เขียนจะต้องส่งต้นฉบับเป็นไฟล์ข้อมูลคอมพิวเตอร์ (Microsoft Word) โดย
 - พิมพ์ลงในกระดาษ A4 ความยาวไม่เกิน 15 (หน้า A4)
 - อักษร Cordia New / ขนาดอักษร 16 point (ทั้งภาษาไทยและอังกฤษ)
 - ตั้งค่าน้ำหนักกระดาษโดยให้เว้นที่ว่างขอบกระดาษไว้ทั้ง 4 ด้าน 2.5 เซนติเมตร หรือ 1 นิ้ว (ขอบด้านบน ขอบด้านซ้าย ขอบด้านขวา ขอบด้านล่าง)
 - ส่งไฟล์ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (Microsoft Word) ล่วงหน้า 2 เดือน ก่อนกำหนดออกวารสาร
4. รูปแบบการเขียนบทความ ควรเขียนเชิงพรรณนาความ หากเป็นบทความที่มาจากงานวิจัยต้องเป็นการเขียนใหม่ โดยนำประเด็นสำคัญมานำเสนอ และใช้รูปแบบการเขียนที่ไม่ใช่เป็นการย่อจากงานวิจัย

บทความวิจัย ควรประกอบด้วยหัวข้อดังนี้ (ไม่ต้องใส่ตัวเลขหน้าหัวข้อในบทความ)

1. ชื่อบทความ ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ
2. ชื่อผู้เขียน ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ
3. บทคัดย่อ ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ (ทั้ง 2 ภาษา ควรมีความยาวไม่เกิน 1 หน้า A4)
4. คำสำคัญ ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ (3-5 คำ ใช้ เครื่องหมาย semicolon (;) คั่นระหว่างคำ)
5. บทนำ (ที่มาและขอบเขตของปัญหา งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สมมติฐาน วัตถุประสงค์ แนวคิด ทฤษฎี)
6. วิธีการวิจัย (ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง วิธีการเก็บและการวิเคราะห์ข้อมูล)
7. ผลการวิจัย (ผลที่ได้จากการวิจัย อาจแสดงภาพหรือตารางที่สำคัญประกอบการอธิบายผลวิจัย)
8. บทสรุป (อภิปรายผล สรุปและข้อเสนอแนะ)
9. เอกสารอ้างอิง (วารสารร่วมพิกัดใช้รูปแบบ APA 6th)



บทความวิชาการ ควรประกอบด้วยหัวข้อดังนี้ (ไม่ต้องใส่ตัวเลขหน้าหัวข้อในบทความ)

1. ชื่อบทความ ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ
 2. ชื่อผู้เขียน ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ
 3. บทคัดย่อ ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ (ทั้ง 2 ภาษา ควรมีความยาวไม่เกิน 1 หน้า A4)
 4. คำสำคัญ ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ (3-5 คำ ใช้ เครื่องหมาย semicolon (;) คั่นระหว่างคำ)
 5. บทนำ (ที่มา หรือ ความสำคัญของบทความที่ต้องการนำเสนอ)
 6. บทสรุป (อภิปรายผล สรุปและข้อเสนอแนะ)
 7. เอกสารอ้างอิง (วารสารร่มพญาใช้รูปแบบ APA 6th)
5. สำหรับบทความปริทัศน์-บทวิจารณ์หนังสือผู้เขียนจะต้องแจ้งแหล่งที่มาโดยละเอียด
 6. วารสารร่มพญาขอสงวนสิทธิ์การรับตีพิมพ์บทความซึ่งมีเนื้อหาและชื่อเรื่องที่เกี่ยวข้อง ตรงกับประเด็นในแต่ละฉบับเท่านั้น
 7. วารสารร่มพญาขอสงวนสิทธิ์ในการรับพิจารณาบทความ กรณี
 - 7.1 การใช้อีเมลและหมายเลขโทรศัพท์ของผู้อื่นในการส่งบทความ
 - 7.2 ไม่รับพิจารณาบทความวิจัยในชั้นเรียนและบทความจากงานวิจัยสถาบัน
 - 7.3 รับพิจารณาบทความที่เขียนตามรูปแบบของวารสารร่มพญาเท่านั้น
 - 7.4 รับพิจารณาบทความผ่านระบบ ThaiJO [<https://www.tci-thaijo.org/index.php/romphruekj/index>] เท่านั้น

สอบถามรายละเอียดการจัดส่งบทความเพิ่มเติมที่ กองบรรณาธิการ หรือ ศูนย์วิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โทรศัพท์ : 0-2552-3500-9 ต่อ 402 สามารถอ่านและดาวน์โหลดบทความวารสารร่มพญาฉบับย้อนหลังได้ที่ <http://romphruekj.kirk.ac.th/> และ <https://www.tci-thaijo.org/index.php/romphruekj/issue/archive>

การเขียนเชิงอรรถ

เป็นการเขียนข้อความที่บอกแหล่งที่มาของอัญประกาศหรืออัญพจน์ อาจเป็นรายละเอียดเพิ่มเติมข้อความบางแห่งในรายงาน ตำแหน่งของเชิงอรรถให้เขียนไว้ท้ายหน้ากระดาษแต่ละหน้าโดยเว้นห่างจากข้อความในส่วนเนื้อเรื่องพอสมควร และมีเส้นขีดคั่นเพื่อมิให้ปะปนกับเนื้อเรื่อง ดังตัวอย่างต่อไปนี้

- **เชิงอรรถโยง (Gross - Reference)** คือการเขียนเพื่อเชื่อมโยงเนื้อหาให้ผู้อ่านสามารถดูหรืออ่านเพิ่มเติมเพื่อความเข้าใจที่ชัดเจนยิ่งขึ้น
มีลักษณะการเขียนดังนี้

.....ในการปฏิบัติหน้าที่ และการทำงานในหน่วยงานต่างๆ อันจะก่อให้เกิดประสิทธิภาพและผลงานที่ดีแล้ว จะต้องมีการบริหารองค์กรที่ดี นั้นหมายความว่า การดำเนินการจะต้องยึดหลักการบริหารงาน¹

¹ดูรายละเอียดเพิ่มเติม เรื่อง หลักการบริหารงาน บทที่ 4 หน้า 75.

- **เชิงอรรถอธิบาย (Content Footnote)** เชิงอรรถเสริมความที่เป็นข้อความอธิบาย ขยายความเพิ่มเติมจากเนื้อหาของรายงานบางตอนที่คิดว่าจะช่วยให้ผู้อ่านเข้าใจได้ง่ายขึ้น มีลักษณะการเขียน ดังนี้

เลขเรียกหนังสือ (Book Number) หรือเลขผู้แต่ง¹ (Author Number) การจัดหนังสือ

¹เลขเรียกหนังสือหรือเลขผู้แต่ง คือ ตัวเลขที่กำหนดขึ้นแทนตัวอักษรของชื่อ หรือนามสกุล ผู้แต่ง จะใส่กำกับตามหลังพยัญชนะตัวแรกของชื่อผู้แต่งในเลขเรียกหนังสือ

รูปแบบการเขียนเอกสารอ้างอิงในเนื้อหาบทความ

เอกสารอ้างอิง เป็นการรวบรวมเฉพาะรายการเอกสารที่ถูกอ้างไว้ในส่วนเนื้อเรื่องเท่านั้น ดังนั้นจำนวนรายการเอกสารที่อ้างอิงในส่วนท้ายเรื่องจึงต้องมีจำนวนเท่ากับที่ถูกอ้างอิงไว้ในส่วนเนื้อเรื่อง

การอ้างอิงแบบนาม-ปี เป็นการอ้างอิงโดยระบุ **ชื่อผู้แต่ง** และ **ปีที่พิมพ์ของเอกสาร** ไว้ข้างหน้าหรือข้างหลังข้อความที่ต้องการอ้าง เพื่อบอกแหล่งที่มาของข้อความในเนื้อหานั้น และอาจระบุ **เลขหน้าของเอกสารที่อ้าง** ได้ เพื่อให้ผู้อ่านสามารถตรวจสอบ



ข้อมูลทางบรรณานุกรมของเอกสารที่ใช้อ้างอิงได้จากรายการ เอกสารอ้างอิง (references) หรือ บรรณานุกรม (bibliography)

ตัวอย่าง (ผู้แต่ง 1 คน)
(พรรณี บัวเล็ก, 2559)
พรรณี บัวเล็ก (2559)

ตัวอย่าง (ผู้แต่ง 2 คน) หากมีผู้แต่งมากกว่า 3 คน ให้ใส่ชื่อผู้แต่งทุกคน
Dunning and Friedman (2014 : 79-120)
(Dunning and Friedman, 2014 : 79-120)

หรือการสรุปเนื้อหาทั้งหมดเล่ม ไม่ใช่เฉพาะส่วนใดส่วนหนึ่งหรือหน้าใดหน้าหนึ่ง ก็ไม่ต้องระบุหมายเลขหน้า ดังนี้

ตัวอย่าง (ติน ปรัชญพฤทธิ, 2558)

กรณีการอ้างอิงผู้แต่งเป็นชาวต่างประเทศให้ระบุแต่นามสกุล ไม่ต้องใส่ชื่อแรก

ตัวอย่าง (Hobbs, 2015 : 58 – 81)

กรณีที่ผู้แต่งมีฐานันดรศักดิ์ ให้คงไว้เหมือนบรรดาศักดิ์/สมณศักดิ์ เดิม ดังนี้

ตัวอย่าง (หม่อมราชวงศ์ปรีดิยาธร เทวกุล, 2558 : 59)

หรือกรณีผู้แต่งมีศทางทหาร ตำรวจ ตำแหน่งทางวิชาการ คำเรียกทางวิชาชีพ ไม่ต้องใส่ไว้ เช่น ศาสตราจารย์นายแพทย์

ตัวอย่าง (สมชาย ผลเยี่ยมเอก, 2558 : 68)

กรณีอ้างอิงจากเว็บไซต์ ให้ใส่ชื่อผู้แต่ง ปี พ.ศ. ซึ่งปรากฏที่เรื่องที่สืบค้น ดังนี้

ตัวอย่าง (อาทิตย์ ทองอินทร์, 2559)
สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2559)

การเขียนเอกสารอ้างอิง (ท้ายบทความ)

การเขียนเอกสารอ้างอิง (บรรณานุกรม) ให้เขียนโดยเรียงลำดับตามหลักการเดียวกับ การเรียงคำตามลำดับอักษรในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (ภาษาไทย) หรือ Dictionary (ภาษาอังกฤษ) โดยคำที่มีตัวสะกดจัดเรียงไว้ก่อนคำที่มีรูปสระตามลำดับตั้งแต่ ก-ฉ และ A-Z ส่วนคำที่ขึ้นต้นด้วยพยัญชนะตัวเดียวกันเรียงลำดับตามรูปสระที่เรียงในภาษาไทย โดยเรียงภาษาไทยก่อนตามด้วยภาษาอังกฤษ

วารสารร่วมพฤษฯ ใช้รูปแบบที่นิยมใช้กันทั่วไปทางสังคมศาสตร์ คือ APA 6th (American Psychological Association) เพื่อในการบันทึกการอ้างอิงตามมาตรฐานของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) โดยเขียนประเภทการอ้างอิง ดังตัวอย่างต่อไปนี้

หนังสือ

ชื่อผู้แต่ง. (ปี). ชื่อหนังสือ. สถานที่พิมพ์ : สำนักพิมพ์.

Ex.

วิจารณ์ พานิช. (2556). สนุกกับการเรียนในศตวรรษที่ 21. นนทบุรี : บริษัท เอส.อาร์. พรินติ้งแมสโปรดักส์ จำกัด.

บทความในหนังสือ วารสาร และนิตยสาร

ชื่อผู้แต่ง. (ปี). ชื่อบทความ. ชื่อวารสาร, ปีที่(ฉบับที่), หน้า.

Ex.

อมรรัตน์ กุศลสุจริต. (2559). ระบบการตรวจสอบทรัพย์สินและหนี้สินของรัฐมนตรีย. *ร่วมพฤษฯ*, 34(1), 209-234.

วิทยานิพนธ์

ชื่อผู้แต่ง. (ปี). ชื่อวิทยานิพนธ์. คณะ/ชื่อสถาบัน-มหาวิทยาลัย, สถานที่พิมพ์.

Ex.

วิริศรา ศิริมิ่งคละ. (2552). บทบาทของผู้บริหารกับการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก, กรุงเทพฯ.



การนำเสนอผลงานวิชาการในการประชุมทางวิชาการ

ชื่อผู้เขียน. (ปี). *ชื่อบทความ*. ชื่อรายงานการประชุม, หน้า.

Ex.

สุจิตรา เนตรสกุล. (2559). *การละเมิดสิทธิส่วนบุคคล : ศึกษากรณีการส่งต่อข้อมูลบนเฟซบุ๊ก*. การนำเสนอผลงานวิชาการบัณฑิตศึกษาระดับชาติ ประจำปี พ.ศ. 2559 วันที่ 5 พฤศจิกายน 2559 ณ มหาวิทยาลัยเกริก กรุงเทพฯ, 588-600.

เว็บไซต์

ชื่อผู้เขียน. *เรื่องที่สืบค้น*. (วัน เดือน ปีที่สืบค้น) สืบค้นจาก ชื่อเว็บไซต์ (URL).

Ex.

ธเนศ อาภรณ์สุวรรณ. *ทรัมป์กำลังเผชิญหน้ากับ “ตุลาการภิวัตน์” ฉบับอเมริกัน?* (14 กุมภาพันธ์ 2560) สืบค้นจาก <http://www.bbc.com/thai/thailand-38915635>.

สัมภาษณ์

ชื่อผู้ถูกสัมภาษณ์. ตำแหน่ง. สัมภาษณ์, วัน เดือน ปี.

Ex.

ประภาส แสงประดับ, ประธานชุมชนวัดบางบัว. สัมภาษณ์, 9 ธันวาคม 2558.

หนังสือออนไลน์ (e Book)

ชื่อผู้แต่ง. (ปี). *ชื่อเรื่อง*. สืบค้นเมื่อ (วัน เดือน ปี ที่สืบค้น). สืบค้นจาก ชื่อเว็บไซต์ (URL).

Ex.

สมนึก อุ่นแก้ว. (2556). *ทฤษฎีดนตรีแนวปฏิบัติ*. (23 กุมภาพันธ์ 2560). สืบค้นจาก <http://www.ebooks.in.th/mybookshelf.html>

บทความในวารสารออนไลน์ (e Journal)

ชื่อผู้แต่ง. (ปี). *ชื่อบทความ*. (วัน เดือน ปี ที่สืบค้น). สืบค้นจาก ชื่อเว็บไซต์ (URL).

Ex.

สุจิตรา สามัคคีธรรม. (2559). *เศรษฐศาสตร์การเมืองว่าด้วยเครือข่ายป่าชุมชนในเขตรอยต่อ 5 จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. (22 กุมภาพันธ์ 2560). สืบค้นจาก <https://www.tci-thaijo.org/index.php/romphruekj/article/view/72599/58412>.

การลงรายการผู้แต่งในบรรณานุกรม

1. ชื่อผู้แต่งชาวไทย ลงรายการทั้งชื่อและนามสกุล โดยไม่มีคำนำหน้า และลงรายการชื่อทุกคนหากมีผู้แต่งตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป
2. ผู้แต่งมีคำนำหน้า ฐานันดรศักดิ์ หรือบรรดาศักดิ์ ลงรายการท้ายชื่อ โดยใช้เครื่องหมายจุลภาค (,) คั่นระหว่างชื่อและฐานันดรศักดิ์หรือบรรดาศักดิ์

Ex.

ถนัดศรี สวัสดิวัตน์, ม.ร.ว.

สุพัตรา มาศดิตถ์, คุณหญิง.

3. ผู้แต่งที่เป็นพระสงฆ์ที่มีสมณศักดิ์ให้ลงรายการตามเดิม และใส่ชื่อเดิมไว้ในวงเล็บ

Ex.

สมเด็จพระพุฒาจารย์ (โต พรหมรังสี).

4. ผู้แต่ง 2 คน ลงรายการโดยใช้คำว่า “และ” หรือ “&” เชื่อมทั้ง 2 ผู้แต่งที่ 1 และ ผู้แต่งที่ 2

5. ผู้แต่งตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป ใช้คำเชื่อม และ หรือ “&” เชื่อมคนรองสุดท้ายและคนสุดท้าย

6. ผู้แต่งชาวต่างชาติ ลงรายการด้วยชื่อสกุล โดยใช้เครื่องหมายจุลภาค (,) ตามด้วยอักษรย่อของชื่อต้น และอักษรย่อชื่อกลาง (หากมี)

การลงรายการชื่อชาวต่างชาติสามารถปรับเปลี่ยนไปตามความนิยมของแต่ละชาติได้ตามความเหมาะสม

7. ผู้แต่งที่เป็นหน่วยงานราชการ องค์กร สถาบันต่างๆ ลงรายการโดยเรียงลำดับจากหน่วยงานใหญ่ไปหน่วยงานย่อย โดยเว้นวรรคระหว่างชื่อทั้ง 2 (โดยใช้ชื่อเต็มไม่ใช่อักษรย่อ)

8. หนังสือที่ไม่ปรากฏชื่อผู้แต่งให้ลงรายการโดยใช้ชื่อหนังสือ และเรียงลำดับตามรายการชื่อผู้แต่ง

วารสารร่วมพฤษภ

ใบสมัครสมาชิกวารสารร่วมพฤษภ : ROMPHRUEK JOURNAL

ข้าพเจ้า ชื่อ – สกุล (หรือ ชื่อหน่วยงาน)

ออกใบเสร็จในนาม.....

ที่อยู่ (ที่จัดส่งสมาชิก).....

.....

.....

โทรศัพท์..... โทรสาร.....

E-mail :

ขอสมัครสมาชิก “วารสารร่วมพฤษภ” ปีที่.....ฉบับที่.....(ระบุปีที่และฉบับที่ต้องการ)

1. ฉบับแรกถึงฉบับปีที่ 34 (กรุณาสอบถามเพื่อตรวจสอบก่อนสั่งซื้อเพราะบางฉบับอาจหมดสต็อก)

สมาชิกรายปี 3 ฉบับ ราคา 200 บาท (รวมค่าจัดส่ง)

ขายปลีก 1 ฉบับ ราคา 70 บาท (รวมค่าจัดส่ง)

2. ฉบับปีที่ 35 เป็นต้นไป (เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ.2560)

สมาชิกรายปี 3 ฉบับ ราคา 300 บาท (รวมค่าจัดส่ง)

ขายปลีก 1 ฉบับ ราคา 120 บาท (รวมค่าจัดส่ง)

พร้อมกันนี้ได้ชำระเงินจำนวนบาท (ตัวอักษร.....)

ชำระเงินโดย

เงินสด ที่งานการเงินชั้น 2 อาคารมงคลพฤษภ มหาวิทยาลัยเกริก

ธนาคารตั้งจ่ายในนามวารสารร่วมพฤษภ (ป.ณ.รามอินทรา) พร้อมส่งนาคีและใบสมัครมาที่ ศูนย์วิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเกริก เลขที่ 3 ซอยรามอินทรา 1 ถนนรามอินทรา แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพฯ 10220

โอนเงินเข้าธนาคารกรุงไทย (สาขารามอินทรา กม.2)

ชื่อบัญชี มหาวิทยาลัยเกริก เลขที่บัญชี 060-1-06501-8 แล้วส่งใบโอนเงินและใบสมัครมาที่ ศูนย์วิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเกริก เลขที่ 3 ซอยรามอินทรา 1 ถนนรามอินทรา แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพฯ 10220 หรือ อีเมล : romphruek.kru@gmail.com

ลงชื่อ.....

ว/ด/ป.....

หมายเหตุ : กรณีโอนเงินค่าสมัครสมาชิกวารสารร่วมพฤษภแล้ว มหาวิทยาลัยขอสงวนสิทธิ์การขอคืน
เงินค่าสมัครสมาชิกในทุกกรณี