

โครงการสัมมนาเครือข่ายวิชาการ-วิจัย
สายมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2

เรื่อง มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ : พลังปัญญาเพื่อพัฒนาประเทศ

ณ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
วันศุกร์ที่ 12 ธันวาคม 2551

หลักการและเหตุผล

มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์เปรียบเสมือนเหรียญที่มีสองด้าน กล่าวคือ มนุษยศาสตร์เรียนรู้เพื่อเข้าใจมนุษย์ ทำให้มนุษย์เข้าใจสังคมได้ดีขึ้น ขณะที่สังคมศาสตร์เรียนรู้เพื่อเข้าใจสังคม ทำให้ความเข้าใจเรื่องของมนุษย์กระจ่างชัดตามมา การนำความรู้ด้านต่างๆ มาใช้ประโยชน์ต่อมนุษย์และสังคมจะสัมพันธ์กับองค์ความรู้ทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์เสมอ ไม่ว่าจะเป็นด้านความคิด ความเชื่อ ภาษา ศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ความสัมพันธ์ทางสังคม จิตวิทยา การเมือง ฯลฯ องค์ความรู้ทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์จึงถือได้ว่าเป็นแกนกลางขององค์ความรู้ทั้งปวง และมีความจำเป็นอย่างมากต่อสังคมโดยรวมถึงสังคมไทย

องค์ความรู้ทางด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ในปัจจุบันเคลื่อนไหวและเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทำให้เกิดความรู้แปลกใหม่และหลากหลาย การแลกเปลี่ยนเรียนรู้จึงเกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ สถาบันการศึกษาต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศมีบทบาทในการนำความรู้เหล่านั้นมาเผยแพร่และประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ โดยผ่านการเรียนการสอน การแสดงความคิดเห็น การเสนอบทความตลอดจนงานวิจัย เป็นต้น

ด้วยตระหนักถึงความสำคัญขององค์ความรู้ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ดังกล่าว จึงทำให้เกิดเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการและวิจัยสายมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ของสถาบันการศึกษา 6 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยนเรศวร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม และมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ โดยมีกิจกรรมหลักคือการร่วมมือกันจัดโครงการสัมมนาประจำปี งานสัมมนาครั้งแรกจัดขึ้นในปี พ.ศ. 2550 ในหัวข้อ “ถอดรหัสศาสตร์แห่งมนุษย์” เมื่อวันที่ 30 พฤศจิกายน 2550 ณ ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ซึ่งในครั้งนั้น นอกจากจะแสดงให้เห็นความร่วมมือทางวิชาการแล้ว ยังเป็นการเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวในวโรกาสที่ทรงเจริญพระชนมพรรษา 80 พรรษาอีกด้วย

ทางเครือข่ายฯ ตระหนักถึงความสำคัญของการร่วมมือทางวิชาการและวิจัยอย่างต่อเนื่อง จึงเห็นสมควรจัดโครงการสัมมนาครั้งที่ 2 ขึ้น ในหัวข้อ “มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ : พลังปัญญาเพื่อพัฒนาประเทศ” ในวันศุกร์ที่ 12 ธันวาคม 2551 ณ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ หัวข้อสัมมนานี้มีฐานความคิดที่เชื่อมโยงกับหัวข้อสัมมนาครั้งที่แล้วว่า “ศาสตร์แห่งมนุษย์” เป็นรากฐานที่มั่นคงของสังคม

ปัจจุบัน เพราะเป็นศาสตร์ที่สามารถอธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ สังคม และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น เช่น ศิลปวัฒนธรรม รวมถึงเทคโนโลยีต่างๆ ได้ ความสามารถในการอธิบายและเข้าใจความสัมพันธ์ดังกล่าวนี้เองที่ก่อให้เกิดปัญหาซึ่งจะเป็นพลังสำคัญในการเรียนรู้ เข้าใจ และพัฒนาประเทศได้

การจัดโครงการสัมมนาครั้งที่สองนี้ นอกจากจะเป็นการย้ำเจตนารมณ์ของเครือข่ายฯ ในการแสดงให้เห็นถึงความสำคัญขององค์ความรู้ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ตลอดจนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างต่อเนื่องแล้ว ยังจะทำให้เกิดความร่วมมือเพิ่มขึ้นจากสถาบันการศึกษาอื่นๆ อันจะนำไปสู่ความเข้มแข็งทางวิชาการและวิจัยสายมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ในอนาคต ในโอกาสฉลองการสถาปนาครบรอบ 40 ปี ของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ในปี พ.ศ. 2551 นี้ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตจึงรู้สึกเป็นเกียรติอย่างยิ่งที่ได้รับโอกาสให้เป็นเจ้าภาพจัดงานสัมมนาครั้งนี้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเสริมสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการและงานวิจัยสายมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ให้มีความก้าวหน้าและเข้มแข็งยิ่งขึ้น
2. เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็นทางวิชาการระหว่างคณาจารย์และบุคลากรสายมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ อันจะเป็นการเพิ่มพูนความรู้ในวงวิชาการสายมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
3. เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้ทางวิชาการและผลงานวิจัยของคณาจารย์และบุคลากรสายมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ไปสู่สังคมและประเทศชาติ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เสริมสร้างความร่วมมือทางวิชาการและงานวิจัยสายมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ให้มีความเข้มแข็งและเจริญก้าวหน้า ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปพัฒนาองค์กร สังคม และประเทศชาติต่อไป
2. บุคลากร/คณาจารย์สายมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มีโอกาสเผยแพร่ผลงานวิชาการและงานวิจัยไปสู่สังคม รวมทั้งมีโอกาสดูแลเปลี่ยนความรู้และความคิดเห็นระหว่างคณาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัย และบุคคลทั่วไป
3. เพื่อเป็นเวทีระดับชาติในการนำเสนอผลงานและกิจกรรมทางวิชาการสำหรับบุคลากรสายมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ รวมทั้งเป็นการเผยแพร่ชื่อเสียงของสมาชิกเครือข่ายวิชาการทั้ง 6 สถาบัน
4. ก่อให้เกิดการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องตามวัตถุประสงค์ของเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการ-วิจัย สายมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

เครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการสายมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ 7 สถาบัน 11 คณะ ได้แก่

1. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ (เจ้าภาพจัดงานประจำปี 2551)

คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์

คณะนิติศาสตร์



2. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

คณะศิลปศาสตร์



3. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

คณะมนุษยศาสตร์



4. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

คณะมนุษยศาสตร์

คณะสังคมศาสตร์

คณะวิทยาการจัดการ (วิทยาเขตศรีราชา)

คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ (วิทยาเขตกำแพงแสน)



5. มหาวิทยาลัยนเรศวร

คณะมนุษยศาสตร์



6. มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์



7. มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย

คณะมนุษยศาสตร์



รูปแบบการประชุม

การปาฐกถาพิเศษ การอภิปราย การนำเสนอบทความวิชาการและผลงานวิจัย

หัวข้อและเนื้อหาผลงานที่นำเสนอ

หัวข้อในการนำเสนอเป็นหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับสายมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ เช่น

- สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา
- ภาษา/ภาษาศาสตร์/วรรณคดี
- ศิลปวัฒนธรรม/ดนตรี
- ศีกษาศาสตร์
- รัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์
- การท่องเที่ยวและการโรงแรม
- นิเทศศาสตร์และสื่อสารมวลชน
- หัวข้ออื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาผลงานวิชาการ

1. ศ.ดร. ทวีป ศิริรัศมี สมาคมนักวิชาการการท่องเที่ยว
2. รศ.ดร. ราณี อธิชัยกุล มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
3. รศ.ดร. รังสรรค์ ประเสริฐศรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
4. รศ.ดร. จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
5. รศ.ดร. ราตรี ธีนวารชร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
6. รศ.ดร. บุญเลิศ ศุภดิolk มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
7. รศ.ดร. ไพโรจน์ วงศ์วิภาณนท์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
8. รศ.ดร. จินตนา ดำรงค์เลิศ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
9. รศ.ดร. ประภา งานไพโรจน์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
10. ผศ.ดร. โอเม หุวะนันท์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
11. ผศ.ดร. อติลา ปงศ์ยี่หล้า มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
12. ผศ.ดร. อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
13. ดร. พุฒวิทย์ บุญนาค มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
14. ดร. สุวิมล อังควาณิช มหาวิทยาลัยรามคำแหง

กำหนดการ

วันศุกร์ที่ 12 ธันวาคม 2551 เวลา 8.00 – 17.00 น. ณ ห้องประชุมปรีดี พนมยงค์ ชั้น 6
อาคารเฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ถ. ประชาชื่น เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10210

ช่วงเช้า

8.00 - 8.30 น. ลงทะเบียน

8.30 - 9.30 น. พิธีเปิดงานสัมมนาและปาฐกถาพิเศษ หัวข้อ “การเปลี่ยนแปลง
ของโลกและสังคมกับบทบาทของมนุษยศาสตร์และ
สังคมศาสตร์” โดย

ศาสตราจารย์เกียรติคุณนายแพทย์เกษม วัฒนชัย องคมนตรี
09.45 -12.00 น. การอภิปราย หัวข้อ “พลังมนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์ในสังคมไทย”

ผู้ร่วมอภิปราย : ศาสตราจารย์ ดร. นิธิ เอียวศรีวงศ์

ศาสตราจารย์ ดร. ไพฑูรย์ สินลารัตน์

รองศาสตราจารย์ ดร. คุณหญิงวินิตา ดิถียนต์

รองศาสตราจารย์ ดร. สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์

ผู้ดำเนินการอภิปราย : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ญาตา อรุณเวช อารัมภีร

12.00-13.30

พักรับประทานอาหารกลางวัน

ณ ห้อง 1-1 อาคารสนม สุทธิพิทักษ์ อนุสรณ์

บ่าย นำเสนอผลงานวิจัย

โดยแบ่งเป็น 4 ห้อง

13.30 – 17.00 น. นำเสนอผลงานวิจัย (แยกห้องประชุมเสนอผลงานวิจัยตามกลุ่มสาขา)

กลุ่มการท่องเที่ยวการโรงแรม ห้องทีวี บุญยเกต 6-1 (ชั้น 6 ตึกอธิการบดี)

13.30-14.00 แรงจูงใจและระดับความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย

14.00-14.30 ภูมิปัญญาสิ่งทอคอยเต่ากับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวล้านนาได้

14.30-15.00 แรงจูงใจและการแบ่งกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุ

15.00-15.15 พักรับประทานอาหารว่าง

15.15-15.45 การรับรู้ความเสี่ยงทางการท่องเที่ยว

15.45-16.15 ชุมชนลันตาใหญ่กับการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ยั่งยืน

16.15-16.45 การสังสรรค์ระหว่างวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาวไทยเชื้อสายจีน

ใน จ.บุรีรัมย์

กลุ่มสังคม ศาสนา ปรัชญา ห้อง 3-1 (ชั้น 3 ตึกอธิการบดี)

- 13.30-14.00 การสำรวจทัศนะเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้วิชาต่างๆภายใต้ขอบข่ายรัฐประศาสนศาสตร์ของ
นักวิชาการและผู้บริหารองค์การภาครัฐ กรณีศึกษาองค์การภาครัฐ จ. นนทบุรี
- 14.00-14.30 ความสุขกับการพัฒนา
- 14.30-15.00 การประยุกต์หลักพุทธธรรมกับวิถีชีวิตชุมชน
- 15.00-15.15 พักรับประทานอาหารว่าง**
- 15.15-15.45 การพัฒนาที่ยั่งยืนในทัศนะพระธรรมปิฎก
- 15.45-16.15 วาทกรรมเรื่องประโยชน์ระหว่างพระพุทธศาสนาและเสรีนิยมใหม่
- 16.15-16.45 ช้างเท้าหน้า-ช้างเท้าหลัง: ข้อเสนอจากหลักฐานเชิงประจักษ์

กลุ่มนิเทศศาสตร์ ห้องสมภพ โหตระกิตย์ 5-2 (ชั้น 5 ตึกอธิการบดี)

- 13.30-14.00 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างโลกความจริงกับโลกที่สื่อนำเสนอผ่านโฆษณาชุด
“ลูกของพ่อ” (My Girl)
- 14.00-14.30 โมเดลใหม่ในการรณรงค์ขับเคลื่อนสังคม: จาก “บวร” สู่ “พอสมควร”
- 14.30-15.00 บทบาทของ News Correspondent ในฐานะนักมานุษยวิทยายุคโลกาภิวัตน์
- 15.00-15.15 พักรับประทานอาหารว่าง**
- 15.15-15.45 การเปิดรับข่าวสาร ปังจี้จูงใจ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยว
เชิงอนุรักษ์ จังหวัดสมุทรสงคราม
- 15.45-16.15 กรอบข้อมูลสนับสนุนที่ปรากฏในข่าวแจกของ บริษัท ปตท จำกัด (มหาชน)
ที่ให้กับสื่อมวลชนในปี 2550
- 16.15-16.45 การวิเคราะห์วัฒนธรรมพฤติกรรมผู้บริโภคในระดับโลก
ผ่านมุมมองนักวัฒนธรรมสาถลศึกษา " ฮอฟเตส "

กลุ่มภาษา วรรณคดีและการศึกษา ห้อง 3-6 (ชั้น 3 ตึกอธิการบดี)

- 13.30-14.00 การพัฒนากลวิธีการเรียนภาษาฝรั่งเศสของนักศึกษาระดับปริญญาตรี
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- 14.00-14.30 การใช้พบปะโดยไม่จำเป็นในหนังสือพิมพ์ไทย
- 14.30-15.00 กีโยม โอโยโน เอ็มบีอา :นักเขียนชาวแคเมอรูนผู้สะท้อนสังคมแอฟริกันยุคหลังอาณานิคม
- 15.00-15.15 พักรับประทานอาหารว่าง**
- 15.15-15.45 จิตวิญญาณของความต้องการเป็น “ที่หนึ่งในโลก” ของญี่ปุ่น
- 15.45-16.15 กระแสอุดมศึกษาเอกชน : บทบาทใหม่ของกลไกรัฐ
- 16.15-16.45 ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ เจตจำนงคงอยู่ และความภักดีของนักศึกษา
มหาวิทยาลัยเอกชน เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ปิดการสัมมนา



แรงจูงใจและระดับความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เลิศพร ภาระสกุล

อาจารย์ประจำภาควิชาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวจีน ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย และเพื่อทราบถึงระดับความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการเดินทางไปเยือนแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ ในประเทศไทยการเก็บรวบรวมข้อมูลกระทำโดยใช้แบบสอบถามซึ่งจัดทำขึ้นเป็นภาษาจีนกลาง โดยการสุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวจีนแบบไม่จำเพาะเจาะจงในแหล่งท่องเที่ยววัดพระศรีรัตนศาสดาราม การเก็บข้อมูลทำเป็น 2 ช่วงคือ เดือนมกราคม 2551 และเดือนสิงหาคม 2551 แต่ละครั้งสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวจีน 100 คน รวมทั้ง 2 ครั้ง 200 คน จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าแรงจูงใจหลักของนักท่องเที่ยวชาวจีนคือการท่องเที่ยวเพื่อชมบ้านเมือง รองลงมาคือ การชมวัฒนธรรมการท่องเที่ยวชายทะเล และการพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งทั้งหมดเป็นแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวแบบมหาชนทั่วไป ในด้านของแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวจีนมีความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในประเทศไทยในระดับมาก เกือบจะทุกประเภทสามารถจัดกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมได้เป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 สถานที่ตากอากาศเมืองพัทยา กลุ่มที่ 2 ชมนาฏศิลป์ไทย ชมวัดวัง ชมการแสดงคาบาเร่ต์ ด่านน้ำที่เกาะช้าง รับประทานอาหารไทย และชมหิ่งห้อย กลุ่มที่ 3 ทิวทัศน์ลัดน้ำ นวดแผนไทย ชมตลาดท้องถิ่น และชมหมู่บ้านช้างที่จังหวัดสุรินทร์ กลุ่มที่ 4 ชมพิพิธภัณฑ์ ชื่อของที่ตลาดนัดสวนจตุจักร ชมโบราณสถานทางประวัติศาสตร์ ที่วัดพุทธมณฑลที่เกาะพัง กลุ่มที่ 5 ทิวชมปราสาทหินแบบขอม และทิวชมอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

Abstract

This research aimed to study the motives of Chinese tourists in visiting Thailand as well as their interests in visiting various types of destinations in Thailand. The data were collected by interviewing 200 samples of Chinese tourist using self-administered questionnaires in Chinese. The venue where the Chinese tourists were interviewed was the compound of the Temple of the Emerald Buddha in Bangkok. The data were collected in two phases, January and August 2008. According to the findings the main motive of the Chinese tourists was sightseeing. Other less but not least important motives were cultural experiences, visiting seaside resorts and recreation, which reflect the motives similar to those of mass tourists. With regard to tourism destinations the tourist placed importance in nearly every kind of destination. The destinations could be clustered into 5 categories : 1 Pattaya 2 watching Thai classical

dances and cultural performances, temple tours, enjoying cabaret shows, diving at Koh Chang island, tasting Thai food and watching the fireflies 3 visiting floating markets, having traditional massages, visiting local markets, and visiting the elephant village in Surin 4 visiting national museums, Jatujak weekend market, historical ruins, and enjoying the fullmoon party at Koh Pa-Ngan 5 touring to Khmer shrines and Sukhothai Historical Park.

บทนำ

ตลาดท่องเที่ยวต่างประเทศของจีนเริ่มพัฒนาเติบโตขึ้นตั้งแต่ต้นทศวรรษปี 2523 ช่วงแรกๆ นั้น ตลาดการท่องเที่ยวดังกล่าวนี้พัฒนาไปอย่างเชื่องช้า จนถึงปลายทศวรรษปี 2533 จุดหมายปลายทางแห่งการท่องเที่ยวที่ชาวจีนสามารถไปเที่ยวนั้นก็มีเพียง 9 ประเทศและเขตแคว้นเท่านั้น อันได้แก่ ฮองกง มาเก๊า มาเลเซียและสิงคโปร์เป็นต้น แต่หลังจากนั้น ตลาดท่องเที่ยวต่างประเทศจีนได้พัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็ว ก่อนหน้าที่ตลาดท่องเที่ยวยุโรปเปิดรับประชาชนจีนอย่างทั่วด้านั้น ชาวจีนสามารถไปเที่ยวได้ 28 ประเทศและเขตแคว้น

เจ้าหน้าที่ของทางการจีนได้กล่าวว่า ตลาดการท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวจีน จัดเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุดของโลกจากสถิติในปีพ.ศ.2549 ชาวจีนมีการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศรวมทั้งสิ้น 1,394 พันล้านคน ต่อครั้ง และในปี 2550 ชาวจีนเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มขึ้นเป็น 1,610 พันล้านคนครั้ง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าชาวจีนมีความตื่นตัวในด้านการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ในประเทศจีนมีบริษัททัวร์รวมทั้งสิ้น 13,361 บริษัทในจำนวนนี้เป็นบริษัทที่จัดทัวร์ท่องเที่ยวภายในประเทศ 11,997 บริษัท นอกจากนั้นอีก 1,364 บริษัท จัดการท่องเที่ยวต่างประเทศ จากสถิติในปี 2544 การท่องเที่ยวในประเทศจีนทำให้เกิดการว่างงานของคนทำงานในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวจำนวนถึง 5.98 ล้านคน

เมื่อสถานการณ์การระบาดของโรคซาร์สและไข้หวัดนกในปี พ.ศ.2546 ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ถึงประเทศจีนคลี่คลายลง ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคชาวจีนเพิ่มสูงขึ้น ชาวจีนมีความมั่นใจว่าเศรษฐกิจของประเทศจะมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องและมั่นคง สิ่งนี้ทำให้ชาวจีนมีการใช้จ่ายให้สอยมากขึ้นรวมถึงการเดินทางท่องเที่ยวด้วย จากสถิติการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวจีนออกไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศหลังจากวิกฤติการโรคซาร์สคลี่คลายลงในปี 2546 มีนักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางออกไปท่องเที่ยวต่างประเทศเป็นจำนวน 20,221,939.00 คน เพิ่มขึ้นกว่าปีที่ผ่านมา 21.8 เปอร์เซ็นต์ซึ่งได้ล้าเกินญี่ปุ่นเป็นครั้งแรก ตลาดนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุดในทวีปเอเชีย ชาวจีนเป็นชนชาติที่รักการเดินทางชาติหนึ่งประกอบกับการพัฒนาทางด้านการเศรษฐกิจของประเทศและการปรับปรุงทางด้านมาตรฐานการครองชีพของชาวจีน ทำให้ตลาดนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนเป็นตลาดที่มั่นคงและเป็นที่ต้อนรับของประเทศต่างๆ ที่ส่งออกการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นประเทศต่างๆ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียง

ด้วยกัน หรืออินเดีย ยุโรป อเมริกา และโอเชียเนีย สำหรับในประเทศจีนเองนั้นมีการพัฒนาทางด้านโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ซึ่งกระตุ้นให้เกิดการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นพาหนะในการเดินทางที่ทันสมัยเช่น รถไฟความเร็วสูง เส้นทางคมนาคม ความหลากหลายของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเช่น แหล่งมรดกทางวัฒนธรรมอันเก่าแก่ มรดกทางธรรมชาติ การอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวอันหลากหลายรูปแบบ การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี การสื่อสาร และสื่อการท่องเที่ยวต่างๆ มีส่วนสำคัญที่ทำให้ชาวจีนมีความตื่นตัวทางด้านการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น ในปัจจุบันนี้รัฐบาลจีนกำลังสนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ในประเทศจีนนั่นก็คือ การท่องเที่ยวเพื่อชมหมู่บ้านหรือ village tourism ในโครงการนี้รัฐบาลจีนสนับสนุนส่งเสริมมณฑล 100 มณฑล เมืองต่างๆ รวม 1000 เมือง และหมู่บ้าน 10,000 หมู่บ้านที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่มีความโดดเด่นให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว จึงอาจกล่าวได้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้กลายเป็นอุตสาหกรรมหลักอีกอย่างหนึ่งที่ก่อให้เกิดการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจอย่างเป็นกอบเป็นกำแก่ประเทศจีน และทำให้ภูมิภาคต่างๆ ที่เคยเป็นหมู่บ้านที่ยากจนแต่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวอันอุดมเกิดรายได้เข้าสู่ภูมิภาค ดังที่ได้กล่าวมาแล้วตอนต้นว่า ในปี พ.ศ.2549 ชาวจีนมีการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศรวมทั้งสิ้น 1.394 พันล้านคนครั้ง ซึ่งเพิ่มจากปี พ.ศ.2548 ร้อยละ 15 ก่อให้เกิดรายได้แก่ประเทศจีน 622,974 พันล้านหยวน เพิ่มขึ้นจากปี 2548 ถึง 17.9 เปอร์เซ็นต์ มีประเทศและเขตแคว้นต่างๆ ในโลกที่ได้ต้อนรับนักท่องเที่ยวชาวจีนรวมทั้งสิ้น 132 ประเทศ รวมนักท่องเที่ยวชาวจีน ที่เดินทางออกไปเยือนประเทศต่างๆ ในปี 2549 จำนวน 34.52 ล้านคนครั้ง เพิ่มขึ้นจากปี 2548 ร้อยละ 11.3 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางและท่องเที่ยวของชาวจีนมีมูลค่าสูงถึง 900 พันล้านหยวน ในปี พ.ศ.2550

ประเทศจีนได้ตั้งเป้าหมายสำหรับการท่องเที่ยวเอาไว้ว่าจะต้องรักษาการเจริญเติบโตทางการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยเอาไว้ที่ร้อยละ 10.4 ในระยะเวลา 10 ปีนับจากนี้ และอัตราการบริโภคทางด้านการท่องเที่ยวส่วนบุคคลจะมีอัตราการเติบโตโดยเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 9.8 และจีนจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวหรือประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวที่ใหญ่ที่สุดในโลก และเป็นประเทศที่ส่งออกนักท่องเที่ยว (ชาวจีน) ที่ใหญ่เป็นอันดับที่ 4 ของโลกภายในปี พ.ศ.2563

จากสถิติการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของชาวจีนในปี 2546 หรือร้อยละ 88.71 นิยมไปท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียมากที่สุด รองลงมาคือทวีปยุโรป (ร้อยละ 6.68) ทวีปอเมริกาเหนือ (ร้อยละ 2.62) และภูมิภาคโอเชียเนีย (ร้อยละ 1.31) นอกจากนั้นเป็นทวีปแอฟริกาและภูมิภาคอื่นรวมกันไม่ถึง ร้อยละ 1.0 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางไปยังประเทศต่างๆ ในทวีปเอเชียในปีพ.ศ.2546 แสดงอยู่ในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศต่างๆ ในทวีปเอเชียในปี พ.ศ.2546

ประเทศ	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีน	อันดับที่
ฮ่องกง	9,310,103	1
มาเก๊า	4,790,589	2
ญี่ปุ่น	804,687	3
เกาหลีใต้	559,120	4
ประเทศไทย	527,835	5
สิงคโปร์	262,138	6
มาเลเซีย	244,087	7
เกาหลีเหนือ	175,696	8
ไต้หวัน	126,544	9
ฟิลิปปินส์	72,925	10
มองโกเลีย	64,828	11
คาซัคสถาน	57,362	12
อินโดนีเซีย	56,867	13
รวม	17,940,033	

การเดินทางออกนอกเขตแผ่นดินใหญ่ของชาวจีนไปยังประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคเอเชียในปีพ.ศ. 2550 เพิ่มขึ้นจากปี 2549 ร้อยละ 20 จุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังคงเป็นฮ่องกงและมาเก๊า เช่นเดิม ส่วนการเดินทางไปยังภูมิภาคอื่นๆที่ไม่ใช่เอเชียได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 กลุ่มประเทศในเอเชียยังคงเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ชาวจีนร้อยละ 90 นิยมเดินทางไป รายละเอียดแสดงอยู่ในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศในปี พ.ศ.2550

ภูมิภาคที่เดินทางไป	จำนวน (คน)	อัตราเพิ่มจากปี 2549
เอเชีย	36.3 ล้าน	20.1 %
ยุโรป	2.0 ล้าน	7.4 %
อเมริกา	1.0 ล้าน	9.8 %
โอเชียเนีย	0.5 ล้าน	11.5 %
แอฟริกา	0.3 ล้าน	36.2 %
รวม	40.95 ล้าน	18.6 %

จากการวิเคราะห์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในปีพ.ศ.2546 พบว่าแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมในประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนได้แก่ กรุงเทพฯ พัทยา และภูเก็ต ส่วนแหล่งภาคเหนือเช่น เชียงใหม่ และเชียงรายยังไม่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวจีนมากนัก ส่วนแหล่งท่องเที่ยวอื่นที่ยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวชาวจีนแต่มีบริษัททัวร์บางแห่งบรรจุไว้ในแพคเกจสำหรับกลุ่มที่มีความสนใจพิเศษ เช่น ผู้ที่ชอบกีฬาพลาตส์ และกลุ่มที่เดินทางตามลำพัง (FIT) ได้แก่ หัวหิน และอยุธยา

ตัวอย่างรายการท่องเที่ยวสำหรับตลาดจีนในประเทศไทยได้แก่

- กรุงเทพฯ และพัทยา : 6 วัน / 5 คืน
- ภูเก็ต : 5 วัน / 4 คืน
- กรุงเทพฯ พัทยา และภูเก็ต : 8 วัน / 7 คืน
- ประเทศไทย และฮ่องกง : 9 วัน/ 8 คืน รวมกรุงเทพฯ 3 คืน พัทยา 2 คืน ฮ่องกง 3 คืน
- เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ไฮไลต์ รวมกรุงเทพฯ 4 คืน พัทยา 2 คืน สิงคโปร์ 2 คืน มาเลเซีย 2 คืน
- เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เอ็กซ์เพรส รวมกรุงเทพฯ 4 คืน พัทยา 2 คืน สิงคโปร์ 2 คืน มาเลเซีย 2 คืน ฮ่องกง 3 คืน และมาเก๊า 1 คืน

ตั้งแต่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ไปเปิดสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในกรุงปักกิ่งตั้งแต่ปี 2545 เป็นต้นมา ทางกรท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้พยายามเสนอรายการท่องเที่ยวคุณภาพสูงสำหรับประเทศจีน เพื่อยกระดับแพคเกจทัวร์ที่เคยเป็นอยู่ทีกล่าวได้ว่ายังมีคุณภาพต่ำ ทำให้ในปัจจุบันมีตัวแทนการท่องเที่ยวกว่า 10 แห่ง ได้จัดให้มีแพคเกจทัวร์คุณภาพสูงหรือแพคเกจประเภทความสนใจพิเศษ ซึ่งได้รับตรารับรองคุณภาพจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ตัวอย่างแพคเกจทัวร์คุณภาพที่ได้รับการรับรองด้วยมาตรฐานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานปักกิ่งได้แก่

- Thailand Spa : 3 คืนที่ Paradise Spa ในพัทยาและ 1 คืนในกรุงเทพฯ
- Siam Impression : 3 คืนในกรุงเทพฯ และ 2 คืนในพัทยา
- Discovery of the Fruit Kingdom : 3 คืนในกรุงเทพฯ และ 3 คืนในพัทยา
- Expression of Thailand : 2 คืนในเชียงใหม่ 2 คืนในกรุงเทพฯ และ 2 คืนในพัทยา
- Truly Thailand : 4 คืนในกรุงเทพฯ และ 2 คืนในพัทยา
- Golf Tour ในภูเก็ต : 6 วันในภูเก็ต
- Thailand Diving Tour : 3 คืนในกรุงเทพฯ และ 3 คืนในภูเก็ต
- Thailand Golf Tour : 3 คืนในกรุงเทพฯ 2 คืนในพัทยา และ 2 คืนในภูเก็ต
- LDS Thailand Holiday packages (MICE package) โดยบริษัท Shanghai Shihua International Travel Service

แต่รายการท่องเที่ยวเหล่านี้คงจะตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวตลาดเดิมๆ ที่ต้องการความสะดวกสบายของที่พักรตามมาตรฐานแบบตะวันตก และท่องเที่ยวเพื่อชมทิวทัศน์และสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง เช่น กรุงเทพฯ ภูเก็ต และพัทยา นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ก็จะกระจุกตัวอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวชั้นนำที่อยู่ในรายการท่องเที่ยวของบริษัททัวร์ทุกบริษัท

จากการค้นหาข้อมูลจากเว็บไซต์ต่างๆ เกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนได้พบว่าสิ่งที่น่าสนใจอย่างหนึ่งว่านักท่องเที่ยวชาวจีนจำนวนไม่น้อยสนใจการท่องเที่ยวในแนวผจญภัยที่แปลกใหม่ด้วย อาทิเช่น การท่องเที่ยวด้วยการเดินทางระยะไกลด้วยการขี่จักรยานจากปักกิ่งถึงเมืองคุนหมิงซึ่งเป็นเมืองเก่าแก่ที่ตั้งอยู่บนเส้นทางสายไหม ซึ่งอยู่ห่างจากกรุงปักกิ่งถึง 1500 กิโลเมตร Zhou Haijun ซึ่งเป็นผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวชาวจีนคนหนึ่งได้กล่าวว่า ชาวจีนจำนวนมากต้องการสัมผัสกับธรรมชาติที่เปิดกว้าง ชาวจีนต้องการที่จะเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติมากขึ้น แนวคิดแบบนี้เกิดจากการที่ชาวจีนมีความรักและห่วงใยในสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

นอกจากการท่องเที่ยวชมธรรมชาติแบบผจญภัยดังกล่าวแล้วนักท่องเที่ยวชาวจีนกำลังสนใจกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศจีนเอง เพราะจีนมีภูมิประเทศที่เป็นภูเขาที่สวยงามเป็นจำนวนมาก มีการท่องเที่ยวทางน้ำด้วยการล่องแพที่ทำด้วยไม้ไผ่ มีการท่องเที่ยวด้วยรถคาราวานที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันเดินทางพร้อมๆ กันเป็นคาราวาน มีการท่องเที่ยวเพื่อชมวิถีชีวิตของชาวสวนผลไม้พร้อมกับชมชีวิตในชนบท มีการท่องเที่ยวเพื่อชมชีวิตสัตว์ป่าอย่างใกล้ชิดด้วยการขับรถยนต์ มีการท่องเที่ยวของกลุ่มผู้สูงอายุมากขึ้นในปักกิ่งเป็นโอกาสที่สำคัญครั้งหนึ่งในชีวิต มีการท่องเที่ยวในกลุ่มนักเรียนและนักศึกษามากขึ้น เช่น นักศึกษาที่อยู่ในชมรมกีฬาของมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งเดินทางด้วยรถจักรยานเป็นระยะทางถึง 2000 กิโลเมตร ในโครงการหาทุนเพื่อช่วยเหลือคนยากจนในแถบตะวันตกของประเทศ คนอีกกลุ่มหนึ่งที่มีฐานะความเป็นอยู่ดีขึ้นจนสามารถท่องเที่ยวด้วยเครื่องบินเช่าเหมาลำได้คือ เกษตรกรผู้ปลูกส้มประมาณ 300 คน บินไปท่องเที่ยวที่กรุงปักกิ่งในเดือนมกราคม 2550 ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่าความเจริญทางด้านเศรษฐกิจของจีนทำให้ฐานะความเป็นอยู่ของชาวจีนดีขึ้นประกอบกับการผ่อนคลายกฎระเบียบในการเดินทางไปต่างประเทศของรัฐบาลจีนทำให้คนจีนที่มีฐานะดีเดินทางออกไปท่องเที่ยวต่างประเทศมากขึ้น และจากความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีความหลากหลายมากขึ้นน่าจะเป็นโอกาสอันดีสำหรับประเทศไทยซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมติดอันดับ 1 ใน 5 สำหรับตลาดจีนที่จะได้เสนอทางเลือกทางการท่องเที่ยวแบบใหม่ๆ ให้แก่ตลาดนักท่องเที่ยวชาวจีนแทนที่จะเสนอขายแต่แหล่งท่องเที่ยวเดิมๆ และตลาดเดิมๆ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อทราบถึงแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีน
2. เพื่อทราบถึงระดับความสนใจในการเดินทางไปเยือนแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ และการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ ของนักท่องเที่ยวชาวจีน

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ โดยมีกลุ่มประชากรที่ศึกษาเป็นแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในประเทศไทย ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่เฉพาะเจาะจงโดยเลือกสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวจีนในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งชุมชนของนักท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่บริเวณวัดพระศรีรัตนศาสดาราม โดยแจกแบบสอบถามที่จัดพิมพ์เป็นภาษาจีนให้นักท่องเที่ยวเป็นผู้กรอกเอง การเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ช่วง ช่วงแรกเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวจำนวน 100 คน ในเดือนมกราคม 2551 ช่วงที่ 2 ในเดือนสิงหาคม 2551 หลังจากนั้นนำข้อมูลมาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS หลังจากนั้นนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย one-way ANOVA และ Cluster analysis

สรุปผลการวิจัย

1. คุณลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์

นักท่องเที่ยวชาวจีนที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายร้อยละ 58.2 เพศหญิงร้อยละ 41.8 ซึ่งสอดคล้องกับสถิตินักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในปี 2549 ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่เพศชายร้อยละ 55.57 เพศหญิงร้อยละ 44.43

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่หรือร้อยละ 41.5 อยู่ในกลุ่มอายุ 26-35 รองลงมาอยู่ในกลุ่มอายุ 16-25 (ร้อยละ 32.6) ผู้ที่อยู่ในกลุ่มอายุ 36-45 มีอยู่ร้อยละ 18.1 กลุ่มอายุ 46 ปีขึ้นไปมีร้อยละ 7.8

ในด้านของระดับการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่หรือร้อยละ 43.7 สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี รองลงมาคือร้อยละ 28.4 จบการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย อีกร้อยละ 23.7 สำเร็จการศึกษาในชั้นที่สูงกว่าปริญญาตรี

ในด้านของรายได้ต่อเดือนพบว่านักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่ (ร้อยละ 32.6) มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ร้อยละ 27.1 มีรายได้ระหว่าง 10,000-14,995 บาท/เดือน ร้อยละ 16.0 มีรายได้ระหว่าง 15,000-19,995 บาท/เดือน ร้อยละ 10.5 มีรายได้ระหว่าง 20,000-24,995 บาท/เดือน อีกร้อยละ 13.8 มีรายได้ 25,000 บาท/เดือนขึ้นไป

เป็นที่น่าสังเกตว่าร้อยละ 68.6 ของนักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาไทยเป็นครั้งแรก และร้อยละ 62.2 เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์ ซึ่งเมื่อพิจารณาเรื่องแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวจีนมีความรู้จำกัดมาก บริษัททัวร์ก็จะจัดโปรแกรมทัวร์ให้นักท่องเที่ยวเป็นแหล่งซ้ำๆ เช่น พัทยา กรุงเทพฯ และภูเก็ต

ในส่วนของเมืองที่เป็นต้นกำเนิดของนักท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่หรือร้อยละ 15.5 มาจากมณฑลยูนหนาน รองลงมาหรือร้อยละ 13.5 มาจากมณฑลเสฉวนอันดับที่ 3 หรือร้อยละ 11.9 มาจากเมืองอานฮุย สาเหตุอาจจะเนื่องมาจากมณฑลและเมืองเหล่านี้อยู่ในระยะทางการบินเข้าสู่ประเทศไทยในระยะใกล้ที่สุด นอกจากนั้นเป็นนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาจากเมืองอื่นๆ รายละเอียดแสดงอยู่ในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 จำนวนและอัตราส่วนร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวจีนจากเมืองต่างๆ

เมือง/มณฑล	จำนวน	ร้อยละ
ปักกิ่ง (Beijing)	15	7.8
ไต้หวัน (Taiwan)	7	3.6
เทียนสิน (Tianjin)	3	1.6
ซานซี (Shanxi)	5	2.6
กานซู (Gansu)	4	2.1
เหอหนาน (Henan)	7	3.6
เซี่ยงไฮ้ (Shanghai)	8	4.1
เฮย์หลงเจียง (Heilongjiang)	3	1.6
อานฮุย (Anhui)	23	11.9
เหอเป่ย์ (Hubei)	4	2.1
เสฉวน (Sichuan)	7	3.6
ฉงชิ่ง (Chongqing)	26	13.5
ทิเบต (Tibet)	1	.5
ฮ่องกง (Hong Kong)	6	3.1
จีหลิน (Jilin)	15	7.8
เจียงซู (Jiangsu)	3	1.6
กวางตุ้ง (Guangdong)	6	3.1
ซานตง (Shandong)	4	2.1
ยูนหนาน (Yunnan)	30	15.5
กุ้ยโจว (Guizhou)	4	2.1
ชิงไห่ (Qinghai)	2	1.0
มาเก๊า (Macao)	1	.5
เหลียวหนิง (Liaoning)	1	.5
เจ้อเจียง (Zhejiang)	1	.5
กวางสี (Guangxi)	7	3.6
รวม	193	100.0

2. แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย

ผู้วิจัยได้เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเลือกคำตอบที่ตรงกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวได้มากกว่า 1 คำตอบตามหลักทฤษฎีที่ว่าคนที่บุคคลเดินทางไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใดๆ เป็นเพราะแหล่งท่องเที่ยวสามารถตอบสนองต่อแรงจูงใจที่มีหลากหลายในตัวนักท่องเที่ยวแต่ละคนได้ จากผลการวิจัยได้พบว่าแรงจูงใจที่นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่เลือกเดินทางมาประเทศไทยเพราะต้องการได้ชมทิวทัศน์และชมสิ่งที่แปลกใหม่ เช่น อาคารบ้านเรือน สถาปัตยกรรมที่แตกต่างไปจากที่เป็นอยู่ในประเทศจีน แรงจูงใจนี้เป็นแรงจูงใจที่สำคัญที่สุดไม่ว่าจะพิจารณาจากในแง่มุมใดๆ ของนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้พบว่านักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอายุตั้งแต่วัยหนุ่มสาวไปจนถึงวัยกลางคน และไม่ว่านักท่องเที่ยวจะอยู่ในกลุ่มการศึกษาใด และไม่ว่าจะเดินทางกับกรุ๊ปทัวร์หรือเดินทางตามลำพัง ส่วนใหญ่เดินทางมาเพราะความต้องการที่จะได้เห็นสิ่งแปลกใหม่ จากการท่องเที่ยวเพื่อชมบ้านชมเมืองและชมทิวทัศน์และสิ่งแวดล้อมที่มีความแปลกแตกต่างออกไป นอกจากนี้นักท่องเที่ยวชาวจีนยังต้องการสัมผัสวัฒนธรรมไทยที่แตกต่างไปจากของจีนด้วย ความต้องการที่จะสัมผัสวัฒนธรรมที่แตกต่างเป็นแรงจูงใจ ที่มีความสำคัญเป็นอันดับ 2 ในกลุ่มนักท่องเที่ยววัยหนุ่มสาว อายุ 26 ปีขึ้นไปจนถึงวัยกลางคน และวัยสูงอายุ แต่นักท่องเที่ยววัยรุ่นที่อายุต่ำกว่า 26 ปี ให้ความสำคัญกับการพักผ่อนหย่อนใจมากกว่าการสัมผัสวัฒนธรรม ซึ่งมีความสำคัญอยู่ในอันดับที่ 3 แรงจูงใจที่มีความสำคัญในอันดับที่ 3 ของนักท่องเที่ยวส่วนมากคือการได้สัมผัสกับหาดทรายสวยลม และแสงแดด ซึ่งเป็นแรงจูงใจที่สำคัญเป็นอันดับที่ 3 ในกลุ่มนักท่องเที่ยววัยหนุ่มสาวที่อยู่ในกลุ่มอายุระหว่าง 26-45 ปี แต่มีความสำคัญในอันดับที่ 4 สำหรับวัยรุ่นและวัยสูงอายุ แรงจูงใจหลักทั้ง 4 ประการคือ การชมบ้านชมเมือง ชมธรรมชาติ สัมผัสวัฒนธรรม พักผ่อนหย่อนใจ และการท่องเที่ยวชายทะเลเป็นแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มากับกรุ๊ปทัวร์และที่เดินทางมาด้วยตนเอง แรงจูงใจที่มีความสำคัญในอันดับที่ 5 มีความแตกต่างกันในแต่ละกลุ่มอายุกล่าวคือในกลุ่มนักท่องเที่ยววัยรุ่นที่อายุ 25 ปีลงไปจะสนใจชีวิตยามราตรี มากกว่าการซื้อสินค้าพื้นเมือง ในขณะที่กลุ่มวัยหนุ่มสาวตั้งแต่ 26 ปีขึ้นไปจนถึงกลุ่มสูงวัยพอใจที่จะจับจ่ายซื้อสินค้าที่ผลิตในประเทศไทยมากกว่าการท่องเที่ยวราตรี ความแตกต่างในด้านแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวประเทศไทย จำแนกตามกลุ่มอายุต่างๆ แสดงอยู่ในตารางที่ 4 เมื่อพิจารณาจำแนกตามจำนวนครั้งที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยได้พบว่าแรงจูงใจหลักเพื่อชมบ้านชมเมือง ชมทิวทัศน์ จะเป็นแรงจูงใจของกลุ่มที่มาเป็นครั้งแรก และกลุ่มที่มาเที่ยวเป็นครั้งที่ 2 และการท่องเที่ยวเพื่อชมวัฒนธรรมก็เป็นสิ่งที่ผู้ที่มาเป็นครั้งแรกให้ความสำคัญเป็นอันดับสองรองจากการชมบ้านชมเมือง แต่ชาวจีนที่มาเยือนประเทศไทยแล้วหลายครั้งจะสนใจการท่องเที่ยวหาดทรายชายทะเลมากกว่าและจะท่องเที่ยวแบบชมบ้านชมเมืองลดน้อยลงและท่องเที่ยวเพื่อชมวัฒนธรรมลดน้อยลงด้วย รายละเอียดแสดงอยู่ในตารางที่ 5

ตารางที่ 4 เปรียบเทียบแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวประเทศไทยตามกลุ่มอายุของนักท่องเที่ยว

แรงจูงใจ	กลุ่มอายุ				
	16-25 %	26-35 %	36-45 %	46 ขึ้นไป %	รวม %
ชมวัฒนธรรมที่แตกต่าง	52.5	50.0	58.8	50.0	52.4
ท่องเที่ยวแบบผจญภัย	18.0	12.5	11.8	14.3	14.3
พักผ่อนหย่อนใจ	57.4	41.3	41.2	28.6	45.5
แสวงหาความสุขสงบทางจิตวิญญาณ	19.7	17.5	17.6	35.7	19.6
ชมทิวทัศน์ชมบ้านเมือง	67.2	73.8	70.6	64.3	70.4
หาดทราย ชายทะเล	50.8	47.5	52.9	42.9	49.2
ท่องเที่ยวชมมรดก	24.6	33.8	20.6	21.4	27.5
จับจ่ายซื้อของ	13.1	15.0	23.5	42.9	18.0
ซื้อสินค้าพื้นเมือง	19.7	37.5	23.5	50.0	30.2
จำนวน (คน)	61	80	34	14	189

ตารางที่ 5 เปรียบเทียบแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยวประเทศไทยจำแนกตามจำนวนครั้งที่มา

แรงจูงใจ	จำนวนครั้งที่มา			
	ครั้งแรก %	ครั้งที่ 2 %	ครั้งที่ 3 + %	รวม %
ชมวัฒนธรรมที่แตกต่าง	55.3	46.7	46.4	52.6
ท่องเที่ยวแบบผจญภัย	12.1	23.3	14.3	14.2
พักผ่อนหย่อนใจ	50.0	40.0	32.1	45.8
แสวงหาความสุขสงบทางจิตวิญญาณ	16.7	23.3	32.1	20.0
ชมทิวทัศน์ชมบ้านเมือง	72.0	73.3	60.7	70.5
หาดทราย ชายทะเล	45.5	46.7	64.3	48.4
ท่องเที่ยวชมมรดก	25.8	40.0	17.9	26.8
จับจ่ายซื้อของ	12.1	36.7	25.0	17.9
ซื้อสินค้าพื้นเมือง	24.2	46.7	39.3	30.0
จำนวน (คน)	132	30	28	190

3. ความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ ในประเทศไทย

นักท่องเที่ยวชาวจีนทุกกลุ่มอายุมีความสนใจใน ระดับมาก ต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัด ตลาดน้ำ ตลาดท้องถิ่น โบราณสถานขอมในประเทศไทย พิพิธภัณฑ์สถาน การแสดงทางวัฒนธรรม หมู่บ้านช้างที่ จังหวัดสุรินทร์ ตลาดนัดสวนจตุจักร และการชิมอาหารไทย โดยไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญในทุกกลุ่มอายุ สำหรับแหล่งท่องเที่ยวประเภทที่ได้รับความสนใจในระดับ มากที่สุด เกือบจะในทุกกลุ่มอายุ ได้แก่แหล่งท่องเที่ยวประเภทหาดทรายชายทะเล พัทยาซึ่งเป็นที่ยื่นชอบของนักท่องเที่ยวที่อยู่ในช่วงอายุ ตั้งแต่ 16-45 ปี ส่วนกลุ่มสูงอายุให้ความสนใจในระดับมาก นักท่องเที่ยวกลุ่มสูงอายุ (ตั้งแต่ 46 ปีขึ้นไป) ให้ความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวทางด้านประวัติศาสตร์ในระดับมากที่สุด ในขณะที่ นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุน้อย (ระหว่าง 16-25 ปี) ให้ความสนใจแหล่งท่องเที่ยวหลายประเภทใน ระดับมากที่สุด ได้แก่ ชายทะเล พัทยา การดำน้ำที่เกาะช้าง การล่องเรือดูหิ่งห้อยที่สมุทรสงคราม ซึ่งกิจกรรมหลังสุดนี้ได้รับความสนใจเพียงปานกลางในกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงวัย จากข้อมูลที่น่าสนใจในตารางที่ 6 จะเห็นว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวสูงวัยจะสนใจแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์มากที่สุด และสนใจกิจกรรมประเภทการชมหิ่งห้อย การนวดแผนไทย และฟูลมูนปาร์ตี้ที่เกาะพังนในระดับปานกลางเท่านั้น

เมื่อพิจารณาการเปรียบเทียบความสนใจของนักท่องเที่ยวตลาดเก่ากับการท่องเที่ยวที่เดินทางมาเป็นครั้งแรกก็พบว่าแหล่งท่องเที่ยวทุกแหล่งได้รับความสนใจในระดับมากจากนักท่องเที่ยวชาวจีน แต่ที่ได้รับความสนใจในระดับมากที่สุด คือสถานที่ตากอากาศชายทะเลที่พัทยา รายละเอียดดูได้จากตารางที่ 7

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ยระดับความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ จำแนกตามกลุ่มอายุ

แหล่งท่องเที่ยว	กลุ่มอายุ					Sig
	16-25	26-35	36-45	46 ขึ้นไป	รวม	
ชมวัดที่มีชื่อเสียง	2.06	1.88	2.02	1.80	1.96	.694
สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์	2.32	2.15	2.45	1.71	2.22	.125
อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย	2.23	2.31	2.63	2.23	2.33	.396
ตลาดน้ำ	2.05	2.11	2.03	2.41	2.09	.679
ตลาดในท้องถิ่น	2.04	2.11	2.15	2.46	2.12	.575
แหล่งอารยธรรมขอม (ปราสาทหิน)	2.26	2.22	2.39	2.35	2.27	.887
ชายทะเลพัทยา	1.66	1.64	1.66	1.85	1.67	.877
ชมคาบารัด	1.88	2.06	1.96	2.16	1.99	.738
ศิลปวัฒนธรรมและรำไทย	1.86	1.94	2.00	1.84	1.92	.913
พิพิธภัณฑ์สถานต่างๆ	2.16	2.21	2.06	2.25	2.17	.904
ชมหมู่บ้านช้างที่จังหวัดสุรินทร์	1.19	2.10	2.39	2.33	2.10	.173
ดำน้ำที่เกาะช้าง	1.72	2.10	2.31	2.23	2.01	.055
पुलุมปาร์ตี้ที่เกาะพะงัน	2.27	2.14	2.10	2.75	2.22	.269
ชมหิ่งห้อยที่สมุทรสงคราม	1.77	2.01	2.21	2.76	2.02	.021
ชมตลาดนัดสวนจตุจักร	2.21	2.24	2.06	2.41	2.21	.778
นวดแผนไทย	2.11	1.96	2.13	2.83	2.10	.162
ชิมอาหารไทย	2.06	2.05	1.83	2.14	2.02	.644

การแปลความหมายค่าเฉลี่ยระดับความสนใจ

1 - 1.79 มากที่สุด

1.80 - 2.59 มาก

2.60 - 3.39 ปานกลาง

3.40 - 4.19 น้อย

4.20 - 5 ไม่สนใจ

**ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ยระดับความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ
จำแนกตามจำนวนครั้งที่เดินทางมาประเทศไทย**

แหล่งท่องเที่ยว	กลุ่มอายุ				Sig
	ครั้งแรก	ครั้งที่สอง	สามครั้งขึ้นไป	รวม	
ชมวัดที่มีชื่อเสียง	1.95	1.96	2.06	1.97	.872
สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์	2.19	2.25	2.33	2.22	.789
อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย	2.34	2.40	2.21	2.33	.788
ตลาดน้ำ	2.10	2.00	2.18	2.09	.778
ตลาดในท้องถิ่น	2.14	1.80	2.41	2.12	.049
แหล่งอารยธรรมขอม (ปราสาทหิน)	2.22	2.36	2.36	2.27	.715
ชายทะเลพัทยา	1.69	1.83	1.41	1.67	.169
ชมคาบารีด	2.00	1.96	2.03	2.00	.971
ศิลปวัฒนธรรมและรำไทย	1.95	1.80	1.89	1.92	.704
พิพิธภัณฑ์สถานต่างๆ	2.06	2.41	2.34	2.17	.137
ชมหมู่บ้านช้างที่จังหวัดสุรินทร์	2.06	2.00	2.40	2.10	.232
ดำน้ำที่เกาะช้าง	1.97	2.06	2.17	2.02	.650
पुलุมปาร์ตี้ที่เกาะพะงัน	2.12	2.39	2.42	2.22	.254
ชมหิ่งห้อยที่สมุทรสงคราม	2.00	2.03	2.00	2.01	.991
ชมตลาดนัดสวนจตุจักร	2.24	1.96	2.37	2.22	.295
นวดแผนไทย	2.02	2.06	2.41	2.09	.314
ชิมอาหารไทย	2.02	1.96	2.13	2.03	.775

การแปลความหมายค่าเฉลี่ยระดับความสนใจ

1 - 1.79 มากที่สุด

1.80 - 2.59 มาก

2.60 - 3.39 ปานกลาง

3.40 - 4.19 น้อย

4.20 - 5 ไม่สนใจ

ผู้วิจัยทดลองนำค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ความสนใจ ในแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 17 ประเภทมากำหนดเป็นตัวแปรใหม่ แล้วใช้เทคนิคการจำแนกตัวแปรออกเป็นกลุ่มย่อย (cluster analysis) เพื่อพิจารณาว่าแหล่งท่องเที่ยวใดบ้างที่เป็นที่นิยมมากที่สุด ไปจนถึงกลุ่มที่ได้รับความนิยมในระดับรองลงไป จากการวิเคราะห์ด้วยวิธีการนี้สรุปผลได้ดังต่อไปนี้

แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมอันดับ 1 ได้แก่ สถานที่ตากอากาศชายทะเลเมืองพัทยา

อันดับ 2 ได้แก่ การชมการแสดงนาฏศิลป์ไทย การท่องเที่ยวเพื่อชมวัด การชมคาบареต์ที่พัทยา การดำน้ำที่เกาะช้าง การรับประทานอาหารไทย และการชมหิ่งห้อย

อันดับ 3 ได้แก่ ทิวทัศน์ลัดน้ำ นวดแผนไทย ชมตลาดท้องถิ่นและชมหมู่บ้านช้างจังหวัดสุรินทร์

อันดับ 4 ได้แก่ การชมพิพิธภัณฑ์ ชื่อของที่สวนจตุจักร ชมโบราณสถานเก่าแก่ และฟูลมูนปาร์ตี้ที่เกาะพะงัน

อันดับที่ 5 ได้แก่ ทิวชมปราสาทหินขอมโบราณ และอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย

ตารางที่ 8 อันดับกลุ่ม (Cluster) แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมจากมากไปน้อย

อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3	อันดับ 4	อันดับ 5
• พัทยา	• วัดวาอาราม • นาฏศิลป์ไทย • คาบареต์ • ดำน้ำเกาะช้าง • ชมหิ่งห้อย • ชิมอาหารไทย	• ตลาดน้ำ • ตลาดท้องถิ่น • หมู่บ้านช้าง • นวดแผนไทย	• พิพิธภัณฑ์ • ซากโบราณสถาน • ตลาดนัดจตุจักร • ฟูล มูนปาร์ตี้	• อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย • ปราสาทหินขอม

สรุปและข้อเสนอแนะ

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่เหมือนกับนักท่องเที่ยวมหาชน จากทวีปยุโรปที่เริ่มออกเดินทางท่องเที่ยวเป็นครั้งแรกคือการท่องเที่ยวแบบมหาชน (mass tourism) ทั้งนี้เนื่องจากรายการท่องเที่ยวถูกกำหนดโดยบริษัทที่ขายแพคเกจทัวร์ให้กับนักท่องเที่ยว และชาวจีนส่วนใหญ่ก็นิยม เดินทางกับคณะทัวร์ แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนทุกกลุ่มอายุจึงเป็นการท่องเที่ยวเพื่อชมบ้านชมเมืองหรือทัศนียภาพเป็นหลักอย่างที่ชาวจีนเรียกว่าการท่องเที่ยวแบบจี้ม้าชมดอกไม้ แม้กระทั่งนักท่องเที่ยวที่เดินทางกลับมาท่องเที่ยวเป็นครั้งที่ 2 หรือครั้งที่ 3 แรงจูงใจในการท่องเที่ยวหลักก็ยังคงเป็นการท่องเที่ยวเพื่อเปิดหูเปิดตาได้พบเห็นสิ่งแปลกใหม่ รองลงมาคือการชมวัฒนธรรมที่แตกต่างจากประเทศของนักท่องเที่ยวและเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจเป็นหลัก สิ่งดึงดูดใจอีกอย่างหนึ่งสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนคือการได้สัมผัสกับหาดทรายชายทะเล ทั้งนี้อาจจะเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวจากแผ่นดินใหญ่จีนส่วนใหญ่มาจากเมืองหรือเขตแอ่งที่อยู่ห่างไกลจากชายฝั่งทะเล การพักผ่อนในสถานที่ตากอากาศชายทะเลจึงเป็นที่ใฝ่ฝันของนักท่องเที่ยวชาวจีน

ในด้านของแหล่งท่องเที่ยวพบว่าการท่องเที่ยวเมืองพัทยาได้รับความนิยมในระดับมากที่สุด ทั้งนี้ อาจจะเป็นเพราะเป็นประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนได้ตรงกับความต้องการมากที่สุดและบริษัททัวร์ที่จัดทำแพคเกจทัวร์ก็จะบรรจุการท่องเที่ยวพัทยาเอาไว้ในรายการท่องเที่ยวเสมอ นอกจากรายการตากอากาศชายหาดแล้ว กิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนก็เป็นกิจกรรมที่เหมือนกับนักท่องเที่ยวแบบมหาชน จากภูมิภาคอื่นคือการท่องเที่ยวเพื่อชมสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงซึ่งมักจะอยู่ในรายการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวมหาชนทั่วไปคือการชมวัดชมวัง ชม นาฏศิลป์ เช่น การรำไทย รับประทานอาหารไทย ชมคาบาเร่ต์ที่พัทยา การดำน้ำที่เกาะช้าง แต่กิจกรรมที่น่าจับตามองคือการท่องเที่ยวเพื่อชมหิ้งห้อยที่ได้รับความนิยมในระดับที่สูง เทียบเท่ากับกิจกรรมอื่นๆ ที่กล่าวถึงมาก่อนหน้านี้ ดังนั้นบริษัททัวร์จีนจึงน่าจะเพิ่มทางเลือกให้นักท่องเที่ยวให้มากขึ้น โดยการจัดรายการท่องเที่ยวไปยังชุมชนชนบทอย่างเช่นหมู่บ้านปลายโพงพาง อำเภอมัฒนา จังหวัดสมุทรสงคราม เพื่อกระจายนักท่องเที่ยวชาวจีนสู่แหล่งท่องเที่ยวที่ยังไม่อยู่ในเส้นทางมาตรฐานสำหรับชาวจีน และจะเป็นการทำให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่นด้วย แหล่งท่องเที่ยวอื่นที่ได้รับความนิยมในอันดับรองลงมาคือ ทิวทัศน์ลาคันน้ำ ทิวชมหมู่บ้านช้างที่จังหวัดสุรินทร์ ทิวชมพิพิธภัณฑสถานและอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จึงอาจกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในระดับลึกเช่น ปราสาทหินต่างๆ และอุทยานประวัติศาสตร์อย่างสุโขทัยได้รับความนิยม น้อยกว่าการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในระดับผิวเผิน เช่น การชมวัด ชมวัง และชมนาฏศิลป์ไทย

บรรณานุกรม

- <http://www.citiservice.net/forum/index.php?PHPSESSID=f459diabvfjh0hbmdqf406226&action=printpage;topic=12828.0>
- http://travel.sanook.com/news/news_04535.php
- http://www.matichon.co.th/matichon/view_news.php?newsid=01eco01290851&sectionid=0103&day=2008-08-29
- <http://www.mfa.go.th/web/showNews.php?newsid=2336&Qsearch=>
- <http://thai.cri.cn/1/2004/09/01/21@25867.htm>
- <http://www.thannews.th.com/detialNews.php?id=R4821321&issue=2325>
- <http://www.thaioctober.com/forum/index.php?topic=775.msg28937>
- <http://thai.cri.cn/1/2007/05/01/21@97905.htm>
- <http://english.people.com.cn/90001/90778/6493119.html>
- <http://www.chinahospitalitynews.com/2008/04/11/6086-chinas-tourism-revenue-for-2007-exceeds-rmb1-trillion/print/>
- <http://www.cnto.org/chinastats.asp>
- <http://www.chinaeconomicreview.com/hotels/2007/11/30/china-claims-worlds-largest-domestic-tourism-market.html>
- <http://www.voanews.com/english/archive/2007-11/2007-11-23-voa52.cfm?CFID=38245540&CFTOKEN=66125826>
- http://en.wikipedia.org/wiki/Tourism_in_China
- <http://www.chinatour.com/data/data.htm>
- <http://www.china-outbound.com/>
- http://www.chinadaily.net/china/2008-01/19/content_6406014.htm
- <http://www.tourism-china.net/>
- http://www.indianembassy.org.cn/press/20070216_3.htm
- http://www.4hoteliers.com/4hots_nshw.php?mwi=3126
- <http://www.chinaculture.org/cnstatic/doc/photo/lyy.doc>

ภูมิปัญญาสิ่งทอคอยเต่ากับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวล้านนาใต้

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัครา สโรบล

ภาควิชามนุษยสัมพันธ์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมภูมิปัญญาสิ่งทอของชุมชนคอยเต่า และจัดทำฐานข้อมูลในการพัฒนาเพื่อสร้างรายได้และส่งเสริมด้านการท่องเที่ยว ศึกษาแนวทางการพัฒนากระบวนการผลิตของภูมิปัญญาสิ่งทอ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและยกระดับคุณภาพสินค้า และหารูปแบบการสนับสนุนเครือข่ายการเรียนรู้ ด้านวิสาหกิจชุมชนของภูมิปัญญาสิ่งทอ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) เก็บข้อมูลจากสมาชิกของกลุ่มทอผ้าบ้านเหล่าแก้วและกลุ่มทอผ้าจากบ้านช้างแปลง 8 อำเภอคอยเต่า จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มทอผ้าทั้งสองเป็นชุมชนที่มีภูมิปัญญาสิ่งทอ มีลวดลายและวิธีการทอเป็นเอกลักษณ์ มีประวัติศาสตร์ความหมายของลวดลายที่เชื่อมโยงกับธรรมชาติและวิถีชีวิต อย่างไรก็ตาม เพื่อเป็นการอนุรักษ์ลวดลายผ้าที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของชนเผ่า และผ้าจากโบราณของชุมชนบ้านช้าง สมาชิกกลุ่มทอผ้าของทั้ง 2 กลุ่ม จึงตกลงร่วมกันพัฒนาเครือข่ายการเรียนรู้ด้าน ภูมิปัญญาสิ่งทอในลักษณะศูนย์การเรียนรู้ เพื่อเป็นแหล่งถ่ายทอดองค์ความรู้สู่เยาวชนในชุมชนและบุคคลที่สนใจนอกชุมชน

Abstract

The objectives of the study were to collect the local wisdom of textiles weaving of Doi Tao community in terms of database for the tourism development and income generation; as well as a process guideline of local wisdom of textiles weaving for value creation of local textile products; and to look for a supportive pattern of learning network for community enterprise of the local wisdom of textiles weaving. In this qualitative and Participatory Action Research [PAR], the data were collected from people willing to participate in the research project in two member groups of weaving textiles village groups in Doi Tao, namely; Ban Laei Kaew and Ban Chang Plaeng Pad. The research finding revealed that the both textiles weaving groups had been passed on the history of local wisdom of textiles weaving from generation to generation as well as unique textile weaving patterns, so-called cultural heritage.

However, both weaving textile's member groups had worked together to promote the traditional pattern by the process of creating the local wisdom textiles weaving learning network.

ความเป็นมาและความสำคัญ

ชุมชนบ้านหล่ายแก้ว อำเภอดอยเต่า จังหวัดเชียงใหม่ เป็นชุมชนชาวกะเหรี่ยงที่อาศัยการทอผ้าโดยใช้กี่เอวเป็นอาชีพ และมีลวดลายการทอผ้าที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง ซึ่งเป็นลวดลายที่มีความสวยงามและมีความหลากหลาย โดยการใช้องค์ความรู้และทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นนำมาสร้างเป็นอาชีพ เพื่อหารายได้เสริมนอกเหนือจากอาชีพหลักภาคเกษตรกรรม หรือชาวบ้านบางคนทำการทอผ้า เป็นอาชีพหลัก โดยการทอผ้าแล้วส่งให้กับกลุ่ม

ชุมชนบ้านหล่ายแก้ว ได้รวมตัวกันจัดตั้งกลุ่มทอผ้าขึ้น โดยมีเป้าหมายเพื่ออนุรักษ์ และเป็นแหล่งภูมิปัญญาด้านทอผ้าของชุมชน นอกจากนี้ยังมีเป้าหมายเพื่อให้ชาวบ้านในชุมชนมีงานทำ มีอาชีพ โดยไม่ต้องออกไปรับจ้างทำงานนอกชุมชน และยังมีความตั้งใจที่จะสืบทอดการเรียนรู้ด้านสิ่งทอไปสู่เยาวชนรุ่นหลัง บุคคลที่สนใจและชุมชนใกล้เคียงได้มาเรียนรู้ร่วมกัน เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า ในขณะเดียวกันสามารถเป็นแหล่งที่เอื้อต่อการสนับสนุนส่งเสริมทางการท่องเที่ยวของอำเภอดอยเต่าได้ เนื่องจากเส้นทางสู่อำเภอ ดอยเต่า สามารถผ่านไปสู่จังหวัดลำพูน และแม่ฮ่องสอนได้ อีกทั้งอำเภอดอยเต่าเอง ก็มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจหลายแห่ง เช่น ทะเลสาบดอยเต่า พระธาตุดอยเกิ้ง เป็นต้น และชุมชนบ้านหล่ายแก้ว ก็เป็นทางผ่านที่อยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวของอำเภอ รวมทั้งยังมีกลุ่มทอผ้าจากดอยเต่าซึ่งอยู่ในชุมชนเดียวกัน ก็มีความตั้งใจจะเข้าร่วมเรียนรู้เพื่อพัฒนา ยกระดับคุณภาพของสินค้า และส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวของอำเภอดอยเต่า

ด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัย กลุ่มทอผ้าบ้านหล่ายแก้วและกลุ่มทอผ้าจากบ้านซังแปลง 8 จึงร่วมกันจัดทำโครงการวิจัย เพื่อหาแนวทางพัฒนากระบวนการผลิตของภูมิปัญญาสิ่งทอและสร้างมูลค่าเพิ่ม ยกระดับคุณภาพสินค้า ตลอดจนร่วมกันหาแนวทางพัฒนาเครือข่ายการเรียนรู้ด้านสิ่งทอ เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวในอำเภอดอยเต่า อันจะก่อให้เกิดรายได้และยังเป็นการอนุรักษ์และการสืบทอดภูมิปัญญาสิ่งทอให้อยู่ในชุมชนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อรวบรวมภูมิปัญญาสิ่งทอของชุมชนดอยเต่าในรูปของฐานข้อมูลสิ่งทอ เพื่อการพัฒนา และสร้างเสริมรายได้ รวมทั้งการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน
2. เพื่อศึกษาหาแนวทางการพัฒนากระบวนการผลิตของภูมิปัญญาสิ่งทอ ในการสร้างมูลค่าเพิ่มและยกระดับคุณภาพสินค้า
3. เพื่อหารูปแบบการสนับสนุนเครือข่ายการเรียนรู้ด้านวิสาหกิจชุมชน ของภูมิปัญญาสิ่งทอต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่

แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น

มนุษย์ในสังคมวัฒนธรรมทุกแห่ง ต้องการที่จะสื่อหรือแสดงออกซึ่งอารมณ์ความรู้สึก ความเชื่อ ความคิดของตน ด้วยรูปแบบ และวิธีการต่างๆ เช่น การวาดภาพ การแกะสลัก การทอผ้า ฯลฯ โรเบิร์ต เรดฟิลด์ (อ้างใน ชศ สันตสมบัติ , 2540 : 223) ได้ให้ความเห็นว่าศิลปะเป็นตัวแทนของความหมายและระบบคุณค่าของสังคม วัฒนธรรมซึ่งได้สืบทอดต่อเนื่องจนเป็นประเพณีมายาวนานจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่อีก รุ่นหนึ่ง ในรูปของสัญลักษณ์การผลิตซ้ำรูปแบบของศิลปะซึ่งเป็นหลักประกันสำคัญประการหนึ่ง ของความ สืบเนื่องทางวัฒนธรรม

ภูมิปัญญาท้องถิ่นพื้นบ้านล้านนา ได้เชื่อมโยงวิถีชีวิตเข้ากับวัฒนธรรมความเชื่อต่างๆ โดยเฉพาะ ความเชื่อที่ว่าผ้านั้น นอกจากใช้เป็นเครื่องนุ่งห่มแล้ว ผ่ายังมีความหมายในลักษณะความเชื่อต่าง ๆ แฝงอยู่ ด้วย เช่น การใช้สี และการตกแต่งลวดลาย โดยผ่านขบวนการย้อมสีจากวัสดุธรรมชาติ แล้วนำไปสู่ กระบวนการทอเป็นผืนผ้าที่นอกจากความสวยงามแล้ว ยังมีความหมายเกี่ยวกับความดีงามอยู่ด้วย มีการ ผสมผสานวัฒนธรรมดั้งเดิมของชาวล้านนาและวัฒนธรรมที่เข้ามาทีหลัง

2. แนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชน (Community participation)

แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม ถูกใช้เป็น “การปฏิบัติการ” ในกระบวนการพัฒนาชุมชนโดยเน้น ให้คนในชุมชนท้องถิ่นเข้าร่วมในกระบวนการพัฒนา เพื่อปรับปรุงสภาพ ความเป็นอยู่ของตนเอง การพัฒนาชุมชนดังกล่าวทำให้ “การมีส่วนร่วม” ถูกใช้สร้างเป็นแนวคิดและเป็นเครื่องมือในการพัฒนา ทักษะ (skill) และสนับสนุนเชิงกระตุ้น ให้คนในท้องถิ่นได้ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการพัฒนา รวมทั้งสร้างความรับผิดชอบในการสนับสนุนต่อการร่วมปฏิบัติ

ความสำคัญของการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วมมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อกิจกรรมการพัฒนาในหลายลักษณะ ดังต่อไปนี้
การมีส่วนร่วมมีความสำคัญในฐานะที่เป็นทั้งวิธีการ (means) และเป้าหมาย (ends) ของการพัฒนา เสริมมาตรการด้านการออกแบบ โครงการพัฒนาให้มีความสมบูรณ์และเหมาะสมกับต้นทุน - ผลประโยชน์ และเงื่อนไขทางชุมชนด้านสังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม รวมทั้งความต้องการของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย (stakeholders) ช่วยให้เกิดการสร้างกระบวนการเรียนรู้ทางสังคมและการสร้างสรรค์ทางความคิด ไปสู่การ เปลี่ยนแปลงทางสังคมได้ดีขึ้น

นอกจากนี้ การมีส่วนร่วมเป็นการจัดความสัมพันธ์ที่เท่าเทียมและเสมอภาคกัน ในกระบวนการ ตัดสินใจ การมีอิสระไม่ครอบงำ เป็นการให้อิสระภาพในการคิดและแสดงออก โดยไม่มีอคติ การมีส่วน ร่วมที่แท้จริง ควรให้องค์กรชุมชนมีส่วนร่วม ตั้งแต่การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การวิเคราะห์ปัญหา การ วางแผนกำหนดเป้าหมาย การตัดสินใจ การปฏิบัติการ การตรวจสอบ ติดตามประเมินผล การสรุป บทเรียน แก้ไขปรับปรุง รวมทั้งการขยายผลและเผยแพร่ผลสู่สาธารณะ

3. แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism)

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 1 จนถึงปัจจุบัน นับว่ามีส่วนสำคัญ ในการผลักดันให้เกิดการพัฒนาด้านอุตสาหกรรมอย่างมาก ซึ่งรวมทั้งอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวด้วย และถือได้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญส่วนหนึ่งของประเทศในช่วง 2 ทศวรรษที่ผ่านมา ซึ่งเป็นช่วงของกระแสท้องถิ่นนิยมและให้ความสำคัญกับสิทธิชุมชนท้องถิ่นในการมีส่วนร่วม ในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่เรียกว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิต และวิถีการผลิตของชุมชนมาใช้เป็นต้นทุน หรือปัจจัยในการจัดการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม (สินธุ์ สโรบล, 2546 : 12)

ในขณะเดียวกัน อุดร วงษ์ทับทิม และสุภาวดี ทรงพรพาณิชย์ (อ้างในสินธุ์ สโรบล, 2546) ได้กล่าวถึง Dr.Erik Holm Petersen ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญพิเศษจากองค์กรท่องเที่ยวโลก ที่มาปฏิบัติงานในประเทศไทย และกล่าวถึงหัวใจของการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism) ว่าหมายถึง การมีส่วนร่วมของชุมชน อันรวมถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวซึ่งชาวบ้านเป็นผู้ดำเนินการโดยดำเนินการได้หลายรูปแบบ รูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชนอันได้แก่ การจำหน่ายสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน (Product Sales) อาทิ สินค้าหัตถกรรม สิ่งทอพื้นบ้าน (สินธุ์ สโรบล, 2546 : 72)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาของประไพ ทองเชิญ (2548 :81) พบว่า สีธรรมชาติดั้งเดิมมีความกลมกลืนในวิถีวัฒนธรรมผ้าทอพื้นบ้านมาช้านาน และมีความสัมพันธ์อย่างแนบแน่นกับ เส้นใยธรรมชาติ ในการสร้างลวดลายให้ก่อเกิดเป็นผ้าพื้นบ้านที่มีเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น สีธรรมชาติดั้งเดิม เช่น น้ำเงินจากคราม สีแดงจากครั่ง สีดำจากลูกมะเกลือ สีเหลืองจากแก่นขนุน (ไม้ขนุน) เป็นต้น ซึ่งต้องใช้สารกระตุ้นจากธรรมชาติที่หาได้รอบตัว เช่น น้ำสารส้ม น้ำโคลนดำ น้ำปูนกินหมาก ปูนขาว น้ำขี้เถ้า น้ำสนิม ฯลฯ

ส่วนภูมิปัญญาด้านลวดลาย ประไพ ทองเชิญ ได้กล่าวว่า ปัจจัยที่ก่อให้เกิดลวดลายมาจากการเกิดสีก่อน แล้วตามด้วยเส้นด้าย ซึ่งมีปัจจัยหลักดังนี้ การคันลายจากเครื่องซึ่งเป็นลักษณะการเกิดลวดลายโดยการใส่เส้นด้ายสีเข้าไปในเส้นด้ายยืนบนเครื่อง จะทำให้เกิดลวดลายขึ้นมาตามแนวเส้นด้ายยืน เช่น ลายเกล็ดเต่า การทำให้เกิดลวดลายตามขวางของผืนผ้า เป็นการใส่เส้นด้ายพุ่งสีสลับอ่อนแก่ หรือใช้เส้นด้ายต่างขนาดกัน ทำให้เกิดลวดลายตามขวาง เช่น ผ้าหางกระรอก ผ้ามัดหมี่ เป็นต้น

นอกจากนี้ การเกิดลวดลายเกิดได้จากเทคนิคในการสอดใส่เส้นด้ายยืนและด้ายพุ่ง อาทิ การควบเส้น การมัดหมี่ การขีด การจก เป็นต้น

จากการศึกษาของลำแพน จอมเมือง (2540:121) พบว่า การทอผ้าเป็นการประยุกต์ ภูมิปัญญา และศิลปวัฒนธรรมดั้งเดิมที่อยู่ใกล้ตัวที่สุด เป็นการนำลวดลายดั้งเดิมมาทอบนผ้าเป็นผืน เพื่อตัดกระเป๋าสตางค์ กระเป๋าเดินทาง กระเป๋าเครื่องสำอาง แฟ้มใส่เอกสาร ฯลฯ นำลวดลายและรูปแบบการทอตุ่งในอดีต มาประยุกต์เป็นผ้าพันคอ ปลอกหมอน ผ้ารองจาน ผ้าม่าน นำลวดลายและรูปแบบการทอผ้าปูที่นอน ในอดีตมาประยุกต์เป็นผ้าคลุมไหล่ ผ้าคลุมตู้เย็น ผ้าคลุมโทรทัศน์ ผ้าปูโต๊ะ ผ้าคลุมเตียง และคิดลวดลายขึ้นมาใหม่ โดยการผสมผสานธรรมชาติร่วมกับภูมิปัญญาดั้งเดิม เป็นการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพสังคมและเศรษฐกิจในสถานการณ์ปัจจุบัน

จากการศึกษาของผ่องผิว หิรัญรังสิต (2539) พบว่า การรวมกลุ่มของสตรีมีลักษณะที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และกลุ่มที่ได้รับการจัดตั้งอย่างเป็นทางการ การรวมกลุ่มตามธรรมชาติมีลักษณะการเกิดของกลุ่มโดยการค่อยๆรวมตัวกัน กิจกรรมที่เกิดขึ้นเกิดจากสมาชิกในกลุ่มร่วมกันคิดเองจากกลุ่มเล็กๆเป็นกลุ่มใหญ่ขึ้น

นอกจากนี้การศึกษาของดำรงค์ องค์กรเส (2540) พบว่า เงื่อนไขสำคัญที่ทำให้การรวมกลุ่มประสบความสำเร็จ การมีส่วนร่วมของสมาชิกซึ่งทุกคนจะมีส่วนร่วมในการดำเนินการของกลุ่มทุกขั้นตอน ตั้งแต่การวางแผน การตัดสินใจ การดำเนินงาน และการติดตามประเมินผล โดยการแบ่งงานหมุนเวียนกันทำตามความถนัดและมุ่งมั่นถึงผลประโยชน์ของกลุ่มเป็นสำคัญ

ระเบียบวิธีวิจัย

ใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) เพื่อการพัฒนาท้องถิ่นเป็นเครื่องมือหลักในการศึกษาวิจัย โดยประชากร คือ สมาชิกกลุ่มทอผ้าบ้านหลายแก้ว กลุ่มทอผ้าบ้านซ่งแปลง 8 ผู้รู้ ผู้นำชุมชน ผู้สูงอายุ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตแบบมีส่วนร่วม การประชุมกลุ่ม SWOT AIC (การวางแผนแบบมีส่วนร่วม) ร่วมกับผู้ที่มิประสบการณด้านการทอผ้าและเส้นทางการท่องเที่ยว การจัดฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ การวิเคราะห์ โดยการนำข้อมูลมาจัดจำแนกหมวดหมู่ ข้อมูลที่ใกล้เคียงกันอยู่หมวดเดียวกัน และเชื่อมโยงความสัมพันธ์เชิงเหตุผลร่วมกันสรุปประสพการณ์ ยืนยันข้อมูลที่เก็บได้ ความถูกต้อง โดยอาศัยประสพการณ์จริงเชื่อมโยงกับแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

1. โดยการพูดคุยสังเกตพฤติกรรมอย่างมีส่วนร่วม สัมภาษณ์เชิงลึกและสนทนากลุ่มแลกเปลี่ยนประสพการณ์และความรู้กับชาวบ้านที่ทอผ้า ผู้สูงอายุ ผู้รู้ สมาชิกของกลุ่ม และผู้นำกลุ่ม
2. จัดเวทีประชุมกลุ่มสมาชิกและคณะวิจัย เพื่อวางแผนการทำงานโดยการหาจุดอ่อน จุดแข็ง อุปสรรค และโอกาสจากภายในกลุ่มสมาชิกและองค์กรภายนอก

3. ปฏิบัติการสำรวจแหล่งท่องเที่ยวของอำเภอดอยเต่า ร่วมกับชาวบ้านและเจ้าหน้าที่จากอำเภอดอยเต่า
4. จัดเวทีสรุปผลงานและตรวจสอบข้อมูลร่วมกับสมาชิกและคณะวิจัย
5. จัดประชุมกลุ่มสมาชิก เพื่อกำหนดแนวทาง วิธีการในการพัฒนา กระบวนการผลิตของภูมิปัญญาสิ่งทอ
6. จัดอบรมเชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับการเตรียมวัตถุดิบ และกระบวนการย้อมสีจากวัสดุธรรมชาติกับกลุ่มทอผ้าดอยเต่า
7. อบรมเชิงปฏิบัติการร่วมกับวิทยากรจากมหาวิทยาลัยศิลปากร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี และเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เกี่ยวกับการออกแบบและพัฒนาลวดลายผ้า การออกแบบลวดลายผ้าด้วยคอมพิวเตอร์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์และการจัดแสดงสินค้า
8. จัดเวทีประชุมร่วมกับสมาชิกกลุ่มทอผ้าบ้านหลายแก้วและกลุ่มทอผ้าจากบ้านซ่ง เพื่อวางรูปแบบของศูนย์การเรียนรู้ภูมิปัญญาสิ่งทอ และองค์ประกอบของศูนย์ การเรียนรู้
9. ปฏิบัติการถ่ายทอดภูมิปัญญาด้านการทอผ้าให้กับเยาวชนและสมาชิกที่ยังทอไม่เป็น (ในกรณีของผ้าจก)
10. จัดเวทีสรุปงานร่วมกันระหว่างคณะวิจัยและสมาชิก

ผลการวิจัย

1. ได้ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ความเป็นมาของชุมชนดอยเต่า ชุมชนบ้านหลายแก้ว พัฒนาการของชุมชนบ้านหลายแก้ว วิถีชีวิต วัฒนธรรมประเพณีของกะเหรี่ยง และองค์ความรู้ด้านภูมิปัญญาสิ่งทอ ความเป็นมาและความหมายของลวดลาย ความเป็นเอกลักษณ์ของชนเผ่ากระเหรี่ยง อาทิ การทอผ้าที่เอว อีกทั้งยังสามารถถ่ายทอดให้กับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในชุมชน เนื่องจากลักษณะลวดลายผ้าและวิธีการทอผ้าของชนเผ่ากระเหรี่ยง มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชนเผ่า สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวที่สนใจเข้ามาท่องเที่ยวเรียนรู้วิถีชีวิตและภูมิปัญญาด้านสิ่งทอ ซึ่งเป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของอำเภอดอยเต่า
2. ได้ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ความเป็นมาของชุมชนบ้านซ่ง (แปลง 8) วิถีชีวิต และองค์ความรู้ด้านภูมิปัญญาสิ่งทอ ลวดลายผ้า และความหมาย ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นที่มีการเชื่อมโยงกับวิถีชีวิต ได้องค์ความรู้ของกระบวนการการทอผ้าจกลวดลายดั้งเดิมมากกว่า 5 ลาย นอกจากนั้นยังได้ข้อมูลองค์ความรู้กระบวนการจกผ้าลายใหม่ที่เกิดจากการผสมผสานจากลายดั้งเดิม
3. กลุ่มทอผ้าจากบ้านซ่งแปลง 8 ได้พัฒนาด้านสีย้อมจากธรรมชาติ ด้านลวดลายผ้า และรูปแบบของผลิตภัณฑ์จนได้มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน จึงเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยังได้สร้างศูนย์การเรียนรู้การทอผ้าจากบ้านซ่ง เพื่อการอนุรักษ์ลวดลายผ้าจกโบราณของท้องถิ่น และถ่ายทอดสู่เยาวชนและชาวบ้านในชุมชน

ส่วนกลุ่มทอผ้าบ้านหลายแก้วมีการสร้างเครือข่ายการเรียนรู้เพื่อเสริมด้านการท่องเที่ยว โดยจัดเป็น ศูนย์การเรียนรู้ สาธิตการทอผ้าที่เอวที่เป็นเอกลักษณ์ของชนเผ่า ถ่ายทอดสู่เยาวชนในชุมชน ชุมชน ไกลเคียง และเป็นแหล่งศึกษาคูงานของชนเผ่ากระเหรี่ยงอื่นๆ และกลุ่มทอผ้าที่สนใจ นอกจากนี้มีการ นำเสนอวิถีชีวิตของชนเผ่าและสามารถดึงดูด รองรับนักท่องเที่ยวในรูปแบบการทำ Homestay

4. ได้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติของชุมชนคอยเต่า และได้จัดทำฐานข้อมูลของ กลุ่มอาชีพและสถานที่ท่องเที่ยวของอำเภอคอยเต่าเป็นรูปแบบของ VCD เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ และยังก่อให้เกิดการสร้างเสริมรายได้ให้แก่กลุ่มอาชีพการ ทอผ้า ในการนำเสนอและจำหน่ายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยว

5. กลุ่มทอผ้าจากบ้านซ่งแปลง 8 ได้ฝึกทักษะ เทคนิคการย้อมสีธรรมชาติ และองค์ความรู้ การเตรียม วัตถุดิบ รวมถึงขยายพันธุ์พืชที่นำมาย้อมสีเส้นฝ้าย พร้อมกันนี้ยังได้นำลวดลายผ้าดั้งเดิมและลวดลายที่ ผสมผสานขึ้นมาใหม่มาเก็บใส่ในเขา(ตะกอก) เพื่อให้สมาชิกและเยาวชนรุ่นหลังสามารถเรียนรู้การจก ลวดลายดั้งเดิมได้ง่ายและสามารถทอได้รวดเร็วขึ้นกว่าเดิม นอกจากนี้ยังสามารถแก้ปัญหาคนสูงอายุที่มี ปัญหาเรื่องสายตา เพราะไม่ต้องใช้สายตามากในการนับ เส้นด้ายเพื่อจกลวดลาย

6. เยาวชนของกลุ่มทอผ้าจากบ้านซ่ง สามารถใช้คอมพิวเตอร์โดยโปรแกรม Java Weave ช่วยในการ ออกแบบลวดลาย โดยเฉพาะใช้โปรแกรมช่วยออกแบบวิธีการทอของลวดลายดั้งเดิมและลวดลายใหม่ได้ 14 ลาย แล้วเก็บไว้เป็นฐานข้อมูล เพื่อให้สมาชิกและเยาวชนรุ่นหลังที่สนใจ มาศึกษาวิธีการทอและ โปรแกรม Java Weave ในการออกแบบลวดลายผ้า นอกจากนี้ยังสามารถออกแบบบรรจุภัณฑ์ มาทำ บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์

7. กลุ่มทอผ้าจากบ้านซ่งแปลง8 ได้มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนจากผ้าคลุมไหล่ลายงกลณี ใช้สีครั้ง ย้อมเส้นด้ายจก อีกทั้งยังได้ส่งผ้าจกลายลาวเอ้ ทอเป็นผ้าคลุมไหล่ส่งเข้าคัดสรรสินค้า 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์ ได้ในระดับ 4 ดาว



ภาพที่ 1 ผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

8. กลุ่มทอผ้าบ้านหลายแก้ว ได้รูปแบบของศูนย์การเรียนรู้ ซึ่งประกอบด้วยศูนย์ข้อมูลเกี่ยวกับชนเผ่าและข้อมูลเกี่ยวกับภูมิปัญญาทอผ้า ศูนย์การสาธิตการทอผ้ากี่เอว และเป็นสถานที่ฝึก ทอผ้าของเยาวชน ศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าของกลุ่ม มีเยาวชนในหมู่บ้านมาฝึกอบรม การทอผ้า และสามารถทอผ้าสร้างรายได้จำนวน 6 คน และยังเป็นศูนย์การศึกษาคุณงานของนักเรียน นักศึกษา และบุคคลทั่วไปที่ต้องการศึกษาวิถีชีวิต วัฒนธรรม และภูมิปัญญาการทอผ้าของชนเผ่ากะเหรี่ยง อีกทั้งยังเป็นศูนย์การเรียนรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างชนเผ่า

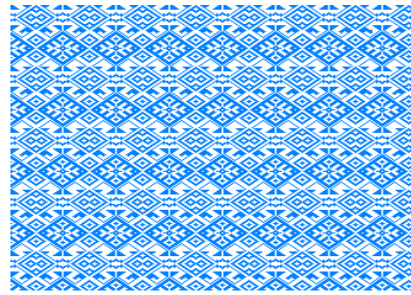
9. กลุ่มทอผ้าจากบ้านซ่งได้รูปแบบของศูนย์การเรียนรู้ โดยตั้งศูนย์การเรียนรู้แต่ละศูนย์ตามที่อยู่ของภูมิปัญญาผู้รู้ โดยมีศูนย์การเรียนรู้ด้านการจักสานและการย้อมสีธรรมชาติ ศูนย์การเรียนรู้ด้านการทอผ้าขึ้นลายไกล ศูนย์การเรียนรู้การปั่นฝ้าย ศูนย์การเรียนรู้การทอผ้าทั่วไป (ผ้าผืน) และศูนย์การเรียนรู้การทอผ้าพันคอ

บทสรุป

1. ชาวบ้านและกลุ่มสมาชิกได้แลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์กัน เข้าใจถึงองค์ความรู้เรื่องราวของภูมิปัญญาสิ่งทอด้านลวดลาย ได้รู้ถึงความหมาย ความเป็นมา ได้ฝึกปฏิบัติงานสามารถทอผ้าและมีรายได้เสริมจากการทอผ้า
2. ได้เรียนรู้กระบวนการสร้างเครือข่ายการเรียนรู้ ในลักษณะของศูนย์การเรียนรู้ที่เป็นแหล่งข้อมูล แหล่งถ่ายทอดภูมิปัญญาสิ่งทอ และวิถีชีวิต ศูนย์สาธิตและแสดงสินค้าผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นการเรียนรู้แบบครบวงจรที่ชาวบ้านได้เรียนรู้การนำทรัพยากรของท้องถิ่นที่มีอยู่ มาจัดการด้วยกระบวนการการมีส่วนร่วมระหว่างชาวบ้าน ผู้นำและนักวิจัยซึ่งชาวบ้านได้มีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา วางแผน ดำเนินการ และร่วมรับผลประโยชน์
3. เยาวชนและชาวบ้านในชุมชนและชุมชนใกล้เคียงได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้ทางภูมิปัญญา และได้รับการฝึกฝน ก่อเกิดเป็นรายได้ อีกทั้งยังเป็นการอนุรักษ์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น
4. ชาวบ้านที่เป็นผู้สูงอายุและเป็นภูมิปัญญาผู้รู้ มีความภาคภูมิใจในความสามารถสร้างคุณค่าแก่ชุมชน และทีมวิจัย
5. ชาวบ้านสามารถนำเทคนิคและเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ผสมผสานกับภูมิปัญญาดั้งเดิม ทำให้สามารถผลิตผลิตภัณฑ์ได้เร็วขึ้น มีคุณภาพเพิ่มขึ้น และสร้างมูลค่าเพิ่มกับผลิตภัณฑ์
6. มีนวัตกรรมใหม่สำหรับสิ่งทอ คือโปรแกรมการออกแบบลวดลายผ้า Java Weave ซึ่งถือได้ว่าเป็นนวัตกรรมที่สามารถพัฒนาให้มีการนำไปใช้งานด้านการออกแบบ สิ่งทออย่างอื่นต่อไป



ภาพที่ 2 เสื้อกระเหรี่ยงย้อนสมัยจากวัดสุทธรรมาต



ผ้าทอลายขอซื้อๆ

ลวดลายจากโปรแกรม

Java Weave

ภาพที่ 3 ลายขอซื้อพระราชทานจากสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ



ลายหัวใจสตัตา

ลายหงส์ฟ้าอจรร



ลายหัวใจสมนา

ลายแสงเดือน



ลายศิริฉาย



ลายบ้านซ่ง

ภาพที่ 4 ลวดลายที่ได้จากการผสมผสานลวดลายใหม่



ภาพที่ 5 ประชุมกำหนดแนวทางการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของอำเภอดอยเต่า



ภาพที่ 6 สร้างเครือข่ายการเรียนรู้ด้านวัฒนธรรมชาติ





ภาพที่ 7 สถานที่ท่องเที่ยวอำเภอดอยเต่า



ภาพที่ 8 Homestay กะเหรี่ยง

ข้อเสนอแนะเพื่อแก้ปัญหาและพัฒนา

1. จากการพูดคุยกับสมาชิกกลุ่มทอผ้าบ้านหลายแก้ว การทอผ้าแบบกี่เอวถือว่าเป็นเอกลักษณ์ การทอผ้าของชนเผ่า แต่ชาวบ้านจะมีปัญหาเรื่องความปวดเมื่อยจากการนั่งทอโดยใช้เอวเป็นเครื่องยึด จึงควรมีการแก้ปัญหาคาการทอกี่เอวของชาวกะเหรี่ยงโดยการพัฒนาเครื่องทอผ้า มีเครื่องช่วยในทอผ้า เพื่อลดการปวดเมื่อย และไม่สูญเสียเอกลักษณ์การทอผ้าของชนเผ่า

2. การทอผ้าจากการทอที่ผู้ทอต้องใช้สายตาในการจก ดังนั้นเพื่อแก้ปัญหาคาการใช้สายตาด้วยการใช้แว่นตาแล้ว คุณแสงเดือนแก้ปัญหาโดยการเก็บลายเข้าเขาหรือตะกอก ทำให้การทอเร็วขึ้นไม่ต้องใช้สายตามาก แต่ตะกอกเป็นตะกอกไม้ที่ชาวบ้านทำขึ้นมา ส่วนซี่ตะกอกทำด้วยเชือก ซึ่งเป็นการแก้ปัญหาด้วยภูมิปัญญาชาวบ้านที่ใช้งบประมาณน้อยที่สุด และเป็นการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ช่วยแก้ปัญหา เป็นการพึ่งพาตนเอง ซึ่งถ้ามีการพัฒนาให้ตะกอกมีความแข็งแรงขึ้น จะทำให้คุณค่าของภูมิปัญญาลวดลายผ้าอยู่ต่อไปในท้องถิ่นได้นานขึ้น อีกทั้งเป็นการเก็บเขาลวดลายไว้ได้นาน ถ้าตะกอกชำรุดไปเร็วขึ้นนั้นก็หมายความว่าลวดลายอาจจะถูกลืมหรือสูญหายไป ซึ่งเป็นสิ่งที่น่าเสียดาย นอกจากนี้โปรแกรม Java weave ควรมีการ

สนับสนุนด้านงบประมาณ เพื่อทำการวิจัยร่วมกับชาวบ้าน หรือพัฒนาทางด้านนวัตกรรมใหม่ เพื่อพัฒนานำมาใช้ในการออกแบบลวดลายผ้าได้หลากหลาย และเป็นเชิงพาณิชย์มากขึ้น

3. สำหรับสมาชิกกลุ่มทอผ้าจากบ้านซ่งแปลง 8 หลังจากรับการฝึกอบรม การออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการจัดแสดงสินค้าเป็นผู้เข้าฝึกอบรม คือ คุณแสงเดือนซึ่งเป็นประธานกลุ่มและเป็นผู้ที่มีความสามารถ มีความคิดสร้างสรรค์ รวมทั้งทักษะทางด้านศิลปะ มีความคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม นอกจากนี้ยังมีแนวทางที่จะขยายผลต่อสมาชิกคนอื่นโดยเริ่มจากเยาวชนที่เป็นลูกหลานของสมาชิกก่อน เพราะสมาชิกของกลุ่มแต่ละคน ส่วนมากเป็นผู้สูงอายุ ทักษะทางการออกแบบไม่ค่อยมี อีกทั้งคอยให้ความช่วยเหลือ และให้คำปรึกษากับสมาชิกคนอื่นในกลุ่มได้

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยที่มีวัตถุประสงค์พัฒนาภูมิปัญญาสิ่งทอด้านลวดลาย กระบวนการทอ การสร้างมูลค่าเพิ่ม การสร้างเครือข่ายการเรียนรู้ เพื่อการอนุรักษ์ภูมิปัญญา เพิ่มรายได้ และส่งเสริมสนับสนุนการท่องเที่ยวของอำเภอดอยเต่า ทำให้เกิดการกระตุ้นด้านการท่องเที่ยว ซึ่งมีการวางแผนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของดอยเต่าอย่างมีส่วนร่วม ระหว่างผู้นำท้องถิ่น ผู้นำชุมชน และชาวบ้าน ดังนั้น เพื่อให้การท่องเที่ยวของอำเภอดอยเต่าที่มีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมธรรมชาติ และภูมิปัญญา มีความเป็นรูปธรรมมากขึ้นรวมทั้งเป็นการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง ควรมีการวิจัยต่อยอดเข้าไปช่วย ในด้านการบริหารจัดการโดยชุมชนอย่างแท้จริง เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการวางแผน การดำเนินงาน การประเมินผล และการรับผลประโยชน์ ทั้งแง่ผลบวกและผลลบ เพื่อนำไปสู่การแก้ปัญหาความยากจนได้อย่างยั่งยืนบนฐานของเศรษฐกิจพอเพียง อีกทั้งยังช่วยให้ชาวบ้านกลุ่มอาชีพต่างๆสามารถมีรายได้เพิ่มจากการจำหน่ายสินค้า หรือของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว และยังเป็นการกระตุ้นให้หน่วยงานของรัฐและเอกชนเห็นความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่นเพิ่มขึ้น

บรรณานุกรม

- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. 2538. **ผ้าฝ้ายทอมือ**. (จุลสาร). กรุงเทพฯ : กองส่งเสริมหัตถกรรมไทย
กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม.
- กรมประชาสัมพันธ์ กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม. 2543. **ผ้าชาวเขา**. กรุงเทพฯ :
บริษัททำไทยเพรส จำกัด.
- ไชยวัฒน์ รุ่งเรืองศรี และคณะ. 2528. **ระเบียบวิธีศึกษาวิจัยระบบหัตถกรรมในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน**.
เชียงใหม่ : คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ดำรง องคเส. 2540. **การรวมกลุ่มของสตรีกับการพัฒนาในชุมชนชนบท**. เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ทรงศักดิ์ ปรารภวัฒนกุล, บรรณาธิการ. 2536. **ผ้าเอเชีย : มรดกร่วมทางวัฒนธรรม**. กรุงเทพฯ :
บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).
- ทรงศักดิ์ ปรารภวัฒนกุล และแพทธีเชีย นุ่นหนา. 2533. **ผ้าโบราณแห่งนครเชียงใหม่**. กรุงเทพฯ :
โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.
- บันทร อ่อนคำ และสามารณ ศรีจันทน์, บรรณาธิการ. 2544. **การจัดกระบวนการแบบมีส่วนร่วม**.
เชียงใหม่ : บีเอส การพิมพ์.
- ประไพ ทองเชิญ. 2548. **นี่คือ....ผ้าทอพื้นบ้าน**. เชียงใหม่ : หจก. วณิชการพิมพ์.
- ปาริชาติ วลัยเสถียร และคณะ. 2543 . **กระบวนการและเทคนิคการทำงานของนักพัฒนา**. กรุงเทพฯ :
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ผ่องผิว หิรัญรังสิต. 2539. **การรวมกลุ่มสตรีในชนบท: กรณีศึกษากลุ่มสตรีบ้านศรีดอนมูล ตำบลชมพู
อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่**. เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- “ผ้าฝ้ายมิติชีวิตที่ถูกกลืน.” 2539. **สยามโพสต์**. (16 มิถุนายน): 1, 20-21.
- พระสมคิด จารณธมโม และคณะ. 2545. **กระบวนการการพัฒนาผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ กลุ่มสตรีทอผ้า
ย้อมสีธรรมชาติบ้านโป่งคำ อำเภอสันติสุข จังหวัดน่าน**. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุน
การวิจัย.
- มูลนิธิสารานุกรมวัฒนธรรมไทย. 2542. **สารานุกรมวัฒนธรรมไทยภาคเหนือ**. กรุงเทพฯ : มูลนิธิ.
- ยศ สันตสมบัติ. 2540. **มนุษย์กับวัฒนธรรม**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ลำแพน จอมเมือง. 2540. **บทบาทของธุรกิจชุมชนที่มีผลต่อความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการป่า
ชุมชน:กรณีศึกษาตำบลศิลาแลง อำเภอปัว จังหวัดน่าน**. เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ลำแพน จอมเมือง และสุทธิพงษ์ วสุโสภณ. 2545. **ผ้าทอไทลื้อ:การจัดการธุรกิจชุมชนเพื่อการพึ่งตนเอง.** กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

วิทยา พัฒนาเมธาดา. 2545. **งานพระราชทานเพลิงศพพระครูปัญญาพรหมคุณ.** ลำพูน: ฌัฏพลการพิมพ์. ศุภกร มณีภาค และคณะ. 2548. **ฟื้นฟูภูมิปัญญาท้องถิ่นถึงท้องที่บ้านเพื่อการพัฒนาอาชีพของชุมชนบ้านคอยเต่า อำเภอดอยเต่า จังหวัดเชียงใหม่.** เชียงใหม่ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

ศูนย์วัฒนธรรมจังหวัดเชียงใหม่และสำนักศิลปวัฒนธรรมสถาบันราชภัฏเชียงใหม่. 2543. **ประวัติและผลงานบุคลากรผู้มีผลงานดีเด่นทางวัฒนธรรมจังหวัดเชียงใหม่ เล่ม 3.** เชียงใหม่ : โรงพิมพ์มิ่งเมือง.

สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 2527. **อำเภอดอยเต่า จังหวัดเชียงใหม่ : เศรษฐกิจ สังคม ประชากรและโครงสร้างพื้นฐาน.** เชียงใหม่ : สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สภาวัฒนธรรมอำเภอดอยเต่าจังหวัดเชียงใหม่. 2548. **เอกสารสืบค้นภูมิปัญญาท้องถิ่นอำเภอดอยเต่า.** เชียงใหม่ : สภาวัฒนธรรมอำเภอดอยเต่า.

สินธุ์ สโรบล, บรรณาธิการ. 2546. **การท่องเที่ยวโดยชุมชน.** เชียงใหม่ : วนิดาเพรส.

แสงเดือน เปี้ยตัน. 2548. **เอกสารประกอบการทอผ้าขึ้นดินจกบ้านซัง(แปลง 8).** (เอกสารท้องถิ่น).

สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ. 2538. **แนวทางในการให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาชนบท.** กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.

สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอดอยเต่าจังหวัดเชียงใหม่. 2547. **ตำนานผลิตภัณฑ์.** (เอกสารถ่ายสำเนา).

องค์การบริหารส่วนตำบลดอยเต่า. 2548. **สภาพเศรษฐกิจ สังคม ปัญหาตำบลดอยเต่า.** (เอกสารอัดสำเนา) เชียงใหม่ : องค์การบริหารส่วนตำบล.

อรทัย จิตไรสง. 2544. **การถ่ายทอดภูมิปัญญาชาวบ้านในการพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติเชิงธุรกิจชุมชน: กรณีศึกษาบ้านสุขสมบูรณ์ ตำบลหนองเสาเล้า อำเภอยางตลาด จังหวัดขอนแก่น.** เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

อ้อมจิต กันทาใจ. 2535. **ผ้าฝ้ายทอมือจอมทอง.** เชียงใหม่ : คณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

อจลรา สโรบล. 2549. **การมีส่วนร่วมของชุมชนดอยเต่าในการพัฒนาภูมิปัญญาด้านสิ่งทอ.** ปรินญา ศิลปศาสตร์ดุสิตบัณฑิต สาขาวิชาการวางแผนและพัฒนาชนบท. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

Inter-American Development Bank. "Resource Book on Participation, participation Framework."

[Online]. Available : <http://www.iadb.org/exr/English/policies/participate/sec.1.htm>.

Retrieved August 11, 2001.

United Nation Development Programme. UNDP guidebook on Participation. "The concept of

Participation in Development." [Online]. Available : <http://www.undp.org/essopp/paguide1.htm>.

Retrieved August 11, 2001.

แรงจูงใจและการแบ่งกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุ

ดร.อัสวิน แสงพิกุล

Tourist Motivations and Market Segmentation in Senior Travel Market: A Factor-Cluster Analysis Approach

Aswin Sangpikul

Lecturer, Department of Hotel and Tourism , Dhurakij Pundit University

บทคัดย่อ

นักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอเมริกันเป็นตลาดนักท่องเที่ยวที่สำคัญตลาดหนึ่งของประเทศไทย อย่างไรก็ตามข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยังมีอยู่จำกัด โดยเฉพาะในเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยว และแรงจูงใจในการท่องเที่ยว งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอเมริกัน โดยใช้ทฤษฎีแรงจูงใจผลักดันและดึงดูดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย นอกจากนี้ยังทำการศึกษาถึงความเป็นไปได้ในการแบ่งส่วนตลาดของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ โดยใช้การแบ่งส่วนตลาดแบบผลประโยชน์เป็นหลัก (benefit segmentation) ผลการวิจัยระบุว่าแรงจูงใจผลักดันหลักคือแรงจูงใจในการค้นหาสิ่งแปลกๆใหม่ๆและความรู้ ส่วนปัจจัยหลักที่ดึงดูดให้เดินทางมาเมืองไทยคือ สิ่งดึงดูดใจด้านวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ นอกจากนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้สามารถแบ่งกลุ่มย่อยได้เป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ และกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อวันหยุดและเวลาว่าง งานวิจัยในครั้งนี้ได้เสนอแนะกลยุทธ์ที่น่าสนใจหลายประการสำหรับการทำการตลาดทั้ง 2 กลุ่ม

Abstract

The U.S. senior travel market is one of the important senior segments for Thailand's tourism industry. However, little knowledge is known regarding this segment, particularly its travel related behavior and motivations to visit Thailand. The purpose of this study is to investigate travel motivations of U.S. senior travelers to Thailand by adopting the theory of push and pull motivations as a conceptual framework. This study also examines the possibility of segmenting the U.S. senior travel market by utilizing attribute-based benefits segmentation (pull motivational factors). The results of factor analysis identify three push and four pull factor dimensions. Among them, 'novelty & knowledge-seeking' and 'cultural & historical attractions' are viewed as the most important push and pull factors, respectively. Based on cluster analysis, the study reveals two distinct segments within the U.S. senior travel market: 'cultural & historical seekers' and 'holiday & leisure seekers'. The results of the study provide important implications for developing effective marketing strategies for each segment.

Introduction

During the past decade the senior travel market has received much attention from industry practitioners in many countries. One of the major reasons is that the number of international senior tourists, especially from Europe and North America has consistently increased over the past ten years (Cleaver, Muller, Ruys, & Wei, 1999; Thai Farmers Research Centre, 1999). Senior people are believed to have large amounts of discretionary income due to the wealth they have accumulated over their lifetimes (You & O’Leary, 1999; Bai, Jang, Cai, & O’Leary, 2001). Many of them, when traveling overseas, tend to spend a large portion of their discretionary income on travel and leisure activities (Thai Farmers Research Centre, 1999; Bai et al., 2001). More importantly, senior travelers seem to have more time to travel than any other age group as most of them have retired, and the fact that they have less family responsibilities (Teaff & Turpin, 1996). Time flexibility after retirement among seniors seems to make the senior travel market more attractive to travel and hospitality industries that suffer from seasonal demand fluctuation (Jang & Wu, 2006).

The U.S. senior travel market, in addition to the Asian markets, is one of the important senior segments for the Thailand’s tourism industry. According to the statistical report (TAT, 2007a), the number of in-bound U.S. tourists aged 55 or above has been increasing over the recent years, from 93,458 in 1999 to 144,565 arrivals in 2005. This makes the U.S. senior travel market one of the largest segments among the non-Asian markets, while the UK (118,608) and Germany (83,925) ranked the second and the third important markets. In terms of revenue, the U.S. travel market generates approximately US\$ 730 million a year (TAT, 2007a). Despite the fact that the U.S. travel market is one of the important international travel markets for the Thailand’s tourism industry, little is known about its travel-related behaviors in relation to Thai context. In particular, research relating to senior travelers and their travel characteristics is still limited. In order to be successful in tourism, travel marketers need to understand basic wants and needs as well as travel behaviors of the target tourists (Crompton, 1979; Yoon & Uysal, 2005; Jang & Wu, 2006). One of the useful approaches in understanding tourist behavior and regarded as a key factor in tourism marketing is the analysis of tourist motivations (Crompton, 1979; Cha, McCleary, & Uysal, 1995; Yoon & Uysal, 2005; Jang & Wu, 2006). Understanding the needs of tourists and their travel motivations is the starting point for the success of any tourism marketing program (Shin, 2003). Knowledge of tourist motivations would enable tourism marketers to better satisfy traveler needs and wants, and attract them to the area (Andreu, Kozak, Avci, & Ciffer, 2006).

In addition to investigating travel motivations of U.S. senior travelers to Thailand, this study examines the possibility of segmenting the U.S. senior travel market on the basis of pull motivational factors or destination-based attributes. A review of literature indicates that the senior travel market is a heterogamous market and worth for further analysis such as market segmentation (You & O’Leary 2000; Lehto, O’ Leary & Lee 2001). In light of the significance of the U.S. senior travel market to the Thailand’s tourism industry, and lack of empirical data investigating U.S. senior travelers, this study attempts to fill a research gap by examining travel motivations of U.S. senior travelers to Thailand by adopting the theory of push and pull motivations as a framework. More specially, the objectives of this study are 1) to uncover underlying factors of push and pull motivational forces associated with U.S. senior travelers to Thailand and 2) to determine the possibility of segmenting the U.S. senior travel market based on the pull motivational factors. The results of the study are expected to provide useful and practical insights for destination marketers to develop and design effective marketing strategies for the U.S. senior travel market.

Literature Review

The Application of Push and Pull Motivations in Travel and Tourism Research

One of the common theories used to examine tourist motivations is the theory of push and pull motivations (Dann, 1977; Crompton, 1979; Yuan & McDonald, 1990; Klenosky, 2002). A review of literature on tourist motivations indicates that the theory of push and pull motivations is a useful approach to understand travel motivations of various traveler groups (You, O’Leary, Morrison, & Hong 2000; Klenosky, 2002). The idea behind this two-dimensional approach is that people travel because they are driven by internal forces (called push factors) and attracted to a particular destination by destination attributes (called pull factors) (Dann, 1977). Push factors refer to internal forces that motivate or create a desire to satisfy a need to travel such as the desire for escape, rest and relaxation, adventure, excitement, prestige, health and fitness, and social interaction (Uysal & Jurowski, 1994; You et al., 2000; Klenosky, 2002). While pull factors are recognized as destination attributes that respond to and reinforce inherent push motivations (Uysal & Jurowski, 1994; You et al., 2000). Pull factors are the attractiveness of a destination as perceived by travelers such as beaches, recreation facilities, natural attractions, culture attractions, travelers’ perceptions and expectations (Uysal & Jurowski, 1994).

According to the literature, the examination of push and pull motivations provides a useful framework to better understand tourists’ motivations to visit a particular destination. Tourism marketers should realize the importance of push factors which are driving forces for people to travel, at the same



time, they should understand that tourists' perception toward a destination is a measure of that destination's ability to attract tourists. Knowing what motivates people to travel (push factors) by offering the products (pull factors) that match those needs will enable destination marketers to better satisfy travelers' needs and wants (Cha et al. 1995; Zhang et al., 2004; Jang & Wu, 2006). The results from push and pull motivations will help them plan and execute effective marketing-related activities such as product development, packaging and advertisement (Jang & Cai, 2002; Jang & Wu, 2006). Given the importance of the U.S. senior travel market to the Thailand's tourism industry, empirical studies exploring its travel motivations to visit Thailand should provide destination marketers with some useful insights about U.S. senior travelers; thereby helping them plan appropriate marketing strategies targeted at this segment.

Pull Motivational Factors: An Attribute-based Benefit Segmentation Approach

An examination of previous studies on travel motivations and tourist segmentation reveals that most researchers seem to focus on push motivational factors (internal needs) or reasons/desire for traveling as a segmentation base (e.g. Cha et al., 1995; Loker-Murphy, 1996; Pyo, 1996; You & O'Leary, 1999; Andersen, Prentice and Watanabe, 2000; Sirakaya, Uysal, and Yoshioka, 2003). Little effort has been paid attention to the application of pull motivational factors or destination-based attributes to group the tourists on the basis of similar perception of destination attractions. In this study, it is argued that segmenting travelers based on pull motivational factors should provide useful implications for destination marketers in developing appropriate marketing strategies to approach the desired market segments. This is because pull factors (destination-based attributes) are fundamentally related to benefit segmentation which is regarded as a useful segmentation technique to understand tourists' buying behavior. Benefit segmentation is a powerful segmentation method for grouping consumers as the benefits sought by people are the basic reasons for the existence of true market segment and they determine consumers' behavior much more accurately than do other descriptive variables such as demographic and geographic characteristics (Haley, 1968 cited in Jang, Morrison, & O' Leary, 2002, p. 367). In this study, benefit segmentation is argued to be associated with pull motivational factors since it is based on the attributes of products (or destination-based attributes) as seen and wanted by customers (travelers). Therefore, the benefit segmentation (based on pull motivational factors) is employed to group the U.S. senior travelers on the basis of their similar perception of Thailand's attractions.

Methodology

In this study, the target population was U.S. senior travelers aged 55 years old or over who were traveling with local tour companies in Thailand. This segment was the largest segment of overall U.S. inbound market to Thailand (TAT, 2007a). A pilot test was conducted with 50 respondents to obtain feedback on the clarity and appropriateness of the questionnaire. Based on the pilot test, some wordings of the questions were modified to ensure respondents could understand and choose an appropriate answer.

The questionnaire was developed from a comprehensive review of previous studies focusing on push and pull motivations (Cha et al., 1995; Zhang & Lam, 1999; Klenosky, 2002; Jang & Cai, 2002; Jang & Wu, 2006). Based on the review of literature, a total of 20 motivational items were generated for each set of push and pull factors. The questionnaire consisted of three sections. The first section was the part of socio-demographic characteristics of research respondents. The second section was the part of push factors (reasons/desires for traveling), respondents were asked to indicate their agreement with the statements describing their reasons for traveling abroad with a five-point Likert scale to express their opinions, ranging from 1 (strongly disagree) to 5 (strongly agree). The third section was the part of pull factors (destination-based attributes), respondents were asked to rate the attractiveness of destination attributes that draw them to Thailand.

Using a convenience sampling method, data were collected at major tourist attractions in Bangkok during April and May 2006, through a closed-ended, self-administered questionnaire. Potential respondents (i.e. group tours consisting of the majority of older/senior tourists) were approached by asking the permission from the tour leaders before collecting the data. Tour leaders and respondents were asked if they were interested to participate in the study. The participation was voluntary and only the respondents who were willing to participate in the survey were asked to complete the questionnaires. A total usable of 438 questionnaires were obtained. Data were analyzed by using the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) program. Descriptive statistics (e.g. frequency, percentage, mean, standard deviation) and inferential statistics (e.g. factor analysis, t-tests and ANOVA) were used to analyze the data. It should be noted only some results were presented in this article.



Results and Discussions

Profile of respondents

Table 1: Socio-demographic profile of U.S. senior travelers to Thailand

Socio-demographic variables	Percent (%)	Socio-demographic variables	Percent (%)
Gender		Occupation	
Male	56.0	Company employee	19.9
Female	44.0	Business owner/self-employed	12.2
Age (mean 60.3 years, S.D. 4.2 years)		Government sector	6.4
55 – 59 years	48.3	Professionals and technicians	11.5
60 – 69 years	43.5	House wife	8.7
70 and above	8.2	Retired	39.1
Marital status		Others	2.2
Married	73.5	Annual income (US\$)	
Single	8.3	Less than \$30,000	32.8
Divorced/widowed	18.2	\$30,000 – 44,999	30.3
Education		\$45,000 – 59,999	19.9
High school or lower	28.6	\$60,000 – 74,999	12.8
Technical/vocational school	14.9	More than \$75,000	4.2
College degree	56.5	Number of visits to Thailand	
		One time	69.6
		Two – three times	24.9
		Four times or more	5.5

Table 1 shows respondents' socio-demographic characteristics. The proportion of male respondents (56.0%) was higher than that of females (44.0%). About 48.3% were in the age group between 55-59 years, while 43.5% were between 60-69 years, and 8.2% were 70 years and over. The mean age of the respondents was 60.3 years, and the standard deviation was about 4.2 years. The majority of the respondents were married (73.5%), and nearly 57% had education at college level. The respondents had different backgrounds and occupations, such as 19.9% were company employees, 12.2% were business owners or self-employed, 6.4% worked for the government, and 11.5% were professionals and technicians. About 8.7% were housewives and 39.1% were retired people. Most of them had annual incomes less than \$30,000 (32.8%) and between \$30,000 – 44,999 (30.3%). While 19.9% earned between \$45,000 – 59,999, 12.8% earned between \$60,000 – 74,999 and only 4.2% had annual income \$75,000 or more. Regarding the number of visits to Thailand, most respondents (69.6%) were first-time visitors, however, nearly 31% had traveled to Thailand more than two times.

Factor Analysis: push factors (reasons/desire to travel)

Table 2: Factor analysis of push factors (reason/desire to travel)

Push factor dimensions (<i>reliability alpha</i>)	Factor loading	Eigenvalue	Variance explained
Factor mean			
Factor 1: Novelty & Knowledge-seeking ($\alpha = 0.82$)	8.59	40.11%	4.09
I want to see something new and exciting.	0.79		
I want to travel to a country that I have not visited before.	0.78		
I want to see something different that I don't normally see.	0.75		
I want to enhance my knowledge about a foreign country.	0.73		
I want to see and meet different groups of people.	0.72		
I want to see how other people live and their way of life.	0.70		
I want to experience cultures that are different from mine.	0.68		
I want to learn and meet new people.	0.65		
I can fulfill my dream and self-curiosity about the country I want to visit.	0.60		
I can spend more time with my couple or family members while traveling.	0.45		
Factor 2: Ego-enhancement ($\alpha = 0.81$)	2.35	12.35%	3.25
I can talk about my travel experience with other people after returning home.	0.85		
I can talk about the places visited and the things I have seen in a foreign country.	0.79		
I want to go to the places my friends want to go.	0.75		
I want to experience luxury things, nice food, and a comfortable place to stay.	0.72		
I want to visit a country which most people value and appreciate.	0.60		
I just want to travel, to go somewhere and do something in different environment.	0.55		
Factor 3: Rest & relaxation ($\alpha = 0.89$)	1.47	7.73%	3.87
This is the time I can physically rest and relax.	0.72		
This is the time I can escape from stress in daily life	0.71		
This is the time I can escape from the ordinary or routine environment at home.	0.69		
I want to enjoy and make myself happy while traveling.	0.61		
Total variance explained	60.19%		

As shown in table 2, three factor dimensions were derived from the factor analysis of 20 push motivational items, and were labeled: (1) 'novelty and knowledge-seeking', (2) 'ego-enhancement', and (3) 'rest and relaxation'. Each factor dimension was named based on the common characteristics of the variables it included. The three push factor dimensions explained 60.19 percent of the total variance. Among them, 'novelty & knowledge-seeking' emerged as the most important push factors motivating the respondents to travel abroad with the mean scores of 4.09.



Factor Analysis: pull factors (destination attributes)

Table 3: Factor analysis of pull factors (destination attributes)

<i>Pull factor dimensions (Cronbach's alpha)</i>	<i>Factor loading</i>	<i>Eigenvalue</i>	<i>Variance explained</i>	<i>Factor mean</i>
Factor 1: Travel arrangements & facilities ($\alpha = 0.85$)	8.11	38.41%	3.53	
Convenience of traveling and ease of tour arrangement	0.85			
Quality of tourist places and facilities	0.79			
Tour programs offered by tour companies	0.73			
Travel distance	0.64			
Reasonable price of goods and services	0.55			
A variety of tourist attractions	0.43			
Factor 2: Cultural & historical attractions ($\alpha = 0.80$)	2.83	9.61%	3.91	
Cultural & historical places	0.89			
Thai temples	0.85			
Thai arts and cultures	0.80			
Natural scenery and landscape	0.59			
Factor 3: Shopping & leisure activities ($\alpha = 0.89$)	1.35	7.25%	3.33	
A variety of shopping places	0.79			
Seasides/beaches	0.77			
Thai spa and traditional massage services	0.67			
Thai food	0.64			
Night life and entertainment	0.60			
Friendliness of Thai people	0.53			
A availability of travel related information	0.52			
Factor 4: Safety & cleanliness ($\alpha = 0.72$)	1.24	6.55%	3.23	
Safety and security	0.76			
Hygiene and cleanliness	0.73			
Weather	0.58			
Total variance explained	61.82%			

With regard to pull factors, a similar factor analysis with varimax rotation was performed to group the pull motivational items into similar characteristics. As shown in table 3, four factor dimensions were derived from the factor analysis of 20 pull motivational items, and were labeled: (1) 'travel arrangements & facilities', (2) 'cultural & historical attractions', (3) 'shopping & leisure activities', and (4) 'safety & cleanliness'. These four factor dimensions explained 61.82 percent of the total variance. Among them, 'cultural & historical attractions' was considered the most important pull factors attracting the respondents to Thailand with the highest mean score of 3.91.

Cluster Analysis: Market Segmentation of U.S. Senior Travelers to Thailand

A combination of hierarchical and non-hierarchical cluster analysis was employed to identify market segment of U.S. senior travelers based on their perceived importance rating on the pull factors (destination-based attributes). The four pull factor dimensions extracted in the factor analysis were used as clustering variables. Firstly, the hierarchical procedure with a Ward's method was performed to obtain an initial seed point and to establish the number of cluster by reviewing the dendrogram and cluster (agglomeration) coefficients. The dendrogram and agglomeration coefficient revealed that a two-cluster solution was most appropriate. Secondly, the solutions or the number of clusters defined from the hierarchical clustering were used a starting point for subsequent K-means clustering (non-hierarchical procedure). Cluster memberships were saved for further comparison between the cluster groups.

To delineate the two identified clusters and label them, the mean scores for each pull factor dimension were computed as suggested by previous studies (e.g. Jang et al., 2002) and the results are presented in table 4. Based on the scores of factor mean in each factor dimension, cluster 1 had the highest mean score on factor 2 'cultural & historical attractions' (M=4.14) and factor 4 'safety & cleanliness' (M=3.53), respectively. This suggests the label of cluster 1 as 'cultural & historical seekers'. For cluster 2, it appears that the segment had the high mean score on factor 1 'travel arrangement & facilities' (M=3.84) and factor 3 'shopping and leisure activities' (M=3.60). Therefore, it is suggested to label cluster 2 as 'holiday & leisure seekers'.

Table 4: Mean scores of pull factor dimensions as rated by the two clusters

<i>Pull motivational factors (destination attributes)</i>	<i>Cluster 1 (n=285)</i>	<i>Cluster 2 (n=153)</i>
Factor 1: Travel arrangements & facilities (factor mean)	(M=2.94)	(M=3.84)
Convenience of traveling and ease of tour arrangement	3.06	3.90
Quality of tourist places and facilities	2.99	3.88
Tour programs offered by tour companies	3.10	3.93
Travel distance	2.78	3.75
Reasonable price of goods and services	2.85	3.85
A variety of tourist attractions	2.83	3.73
Factor 2: Cultural & historical attractions (factor mean)	(M=4.14)	(M=3.31)
Cultural & historical places	4.06	3.24
Thai temples	4.24	3.41
Thai arts and cultures	4.25	3.38
Natural scenery and landscape	4.02	3.19
Factor 3: Shopping & leisure activities (factor mean)	(M=2.65)	(M=3.60)
A variety of shopping places	2.47	3.46
Seasides/beaches	2.46	3.39

Thai spa and traditional massage services	2.65	3.64
Thai food	2.58	3.63
Night life and entertainment	2.57	3.55
Friendliness of Thai people	3.12	3.88
A availability of travel related information	2.59	3.58
Factor 4: Safety & cleanliness (factor mean)	(M=3.53)	(M=2.41)
Safety and security	3.77	2.63
Hygiene and cleanliness	3.43	2.26
Weather	3.40	2.35

Profile of U.S Senior Travelers to Thailand (based on each cluster)

Cross-tabulations were performed to provide socio-demographic profiles of the two clusters as shown in table 5. The chi-square analyses were used to identify whether there were any significant differences existed between the two clusters.

Table 5: Socio-demographic profiles of the two cluster of U.S. senior travelers to Thailand

<i>Socio-demographic characteristics</i>	<i>Cluster 1 (n=285)</i>	<i>Cluster 2 (n=153)</i>	<i>(χ^2)</i>	<i>Sig.</i>
Gender			22.57	0.001**
Male	47.3%	65.2%		
Female	52.7%	34.8%		
Totals	100%	100%		
Age			18.04	0.032*
55-59 years	39.4%	56.1%		
60-69 years	55.5%	33.3%		
70 or older	9.5%	10.6%		
Totals	100%	100%		
Marital status				
Married	75.5%	72.8%	3.04	0.865
Single	8.7%	7.8%		
Divorced/Separated/Widowed	15.8%	19.4%		
Totals	100%	100%		
Education			2.03	0.731
High school or lower	33.9%	27.3%		
Technical or vocational school	13.8%	15.1%		
College/university degree	52.3%	57.6%		
Totals	100%	100%		
Occupations			20.07	0.004**
Company employee	17.7%	21.1%		
Business owner/self-employed	11.4%	15.1%		
Government officer	5.2%	7.3%		
Professionals	9.5%	12.6%		

Technician	5.0%	6.9%		
Housewife	7.3%	10.1%		
Retired	42.5%	24.3%		
Others	1.4%	2.6%		
Totals	100%	100%		
Annual Income (US Dollars)			17.59	0.038*
Less than \$30,000	40.4%	24.9 %		
\$30,000 – 44,999	23.8%	30.8%		
\$45,000 – 59,999	18.1%	27.5%		
\$60,000 – 74,999	11.8%	13.5%		
More than \$75,000	5.9%	3.3%		
Totals	100%	100%		
No. of visits to Thailand			10.7	0.335
First time	64.4%	58.9%		
2 nd – 3 rd times	30.4%	33.4%		
4 times or more	5.2%	7.7%		
Totals	100%	100%		

* p< .05

** p< .01

Cluster 1 (cultural & historical seekers)

This segment represented 65% of the total samples (n=285). It consisted of travelers who demonstrated a strong desire to learn about Thai culture and the history (from table 4). They traveled to Thailand to seek new knowledge and experience different culture that they could not obtain from their usual environment. They were also concerned about safety and cleanliness when traveling to Thailand. The members of this cluster appeared to place the greatest importance on Thai cultural experience such as Thai arts, the temples, and visiting historical places. More than half (52.7%) were female travelers and somewhat older travelers (60-69 years) than the members of cluster 2. Almost 56% of the members were in the age between 60-69 years. Most of them were married (75.5%), and had education level at university degree (52.3%). The group members had different occupation backgrounds. However, nearly 43% were retirees and 8% were housewives. The majority of respondents in this cluster had annual incomes in the ranges of less than \$30,000 (40.4%) and between \$30,000 – 44,999 (23.8%). About 64% were the first-time visitors to Thailand.

Cluster 2 (holiday & leisure seekers)

Travelers belonging to this segment represented 35% of the total samples (n=153). The members of this cluster were eager to get away from their ordinary environment and busy lives (based on table 4). They tended to enjoy holidays and vacations overseas. They considered Thailand as a good place for overseas vacation with a variety of tourist attractions and reasonable prices of goods and services. They traveled to Thailand to enjoy and experience a variety of leisure and holiday experiences such as Thai food, Thai spa and massage, beautiful beaches, entertainment, night life and shopping activities. The majority of this cluster were male travelers and somewhat younger than cluster 1. About 56% were in the age between 55-59 years. Most of them were married (72.8%), and had education at the university level (57.6%). Most of them were still working and had different occupation backgrounds. Nearly 31% had annual incomes in the range of \$30,000 – 44,999, while 27.5% earned income between \$45,000 -59,999, and 24.9% earned less than 30,000. More than half (58.9%) were first-time visitors to Thailand.

As shown in table 5, significant differences (by chi-square tests) among the socio-demographic variables between the two clusters were found for gender, age, occupations, and annual income. Cluster 1 had a higher proportion of female respondents (52.7%) when compared to cluster 2 (34.8%). However, male respondents represented the majority of cluster 2 (65.2%). For age distribution, people aged 60-69 years appeared to be the majority of cluster 1 (55.5%), while cluster 2 was dominated by younger seniors aged 55 – 59 years (56.1%). For the number of retirees, it appeared that cluster 1 had a higher proportion of retired people (42.5%) than cluster 2 (24.3%). With regard to annual income, it appeared that almost 65% of the members in cluster 1 had annual incomes in the ranges of less than \$30,000 (40.4%) and between \$30,000 – 44,999 (23.8%). However, approximately 59% of cluster 2 earned annual incomes in the ranges of \$30,000 – 44,999 (30.8%) and \$45,000 – 59,999 (27.5%), while only 24.9% earned less than \$30,000.

The results of this study suggest that there are differences among U.S. senior travelers to Thailand based on the importance rating of pull factors (destination attributes). The findings reveal that U.S. senior travelers to Thailand are not homogeneous in their travel preferences and perceptions on the destination attributes of Thailand. The findings show some similarities to previous studies (Cleaver et al., 1999; You & O’Leary, 1999; Horneman et al., 2002) in that there is a diversity of travel preferences and perceived destination attributes/attractions among international senior travelers. This should provide implications for destination marketers, aiming at senior travel market, in the area of product development and marketing programs.

Conclusion and Recommendations

The present study used the theory of push and pull motivations to investigate travel motivations of U.S. senior travelers to Thailand. Based on factor analysis, this study identified three push and four pull factor dimensions. The three push factors were labeled as: (1) ‘novelty & knowledge-seeking’, (2) ‘ego-enhancement’, and (3) ‘rest & relaxation’, while the four pull factors included: (1) ‘travel arrangements & facilities’, (2) ‘cultural & historical attractions’, (3) ‘shopping & leisure activities’, and (4) ‘safety & cleanliness’. Among them, ‘novelty & knowledge-seeking’ and ‘cultural & historical attractions’ were viewed as the most important push and pull factors influencing U.S. senior travelers to Thailand. By using cluster analysis, this study showed that it is possible to segment U.S. senior travelers to Thailand based on pull motivational factors (destination-based attributes). The two segments were labeled as ‘cultural & historical seekers’ and ‘holiday & leisure seekers’. The results of the study contribute to the existing literature (i.e. seniors’ travel behavior and motivations) to better understand U.S. seniors’ travel motivations to visit Asian countries, especially Thailand. The findings are also useful for the destination marketers to develop effective marketing programs to approach this segment.

Zhang and Lam (1999) noted that knowing the importance of push and pull factors perceived by travelers can help destination marketers meet the desired needs of individual travelers. The results of present study can provide useful implications for both policy makers and industry practitioners to effectively design the products and tourism strategies corresponding to the needs and wants of U.S. senior travelers. In order to approach this market, tourism marketers should concentrate on developing the products that can better satisfy customers’ travel needs by matching what they want (push factors) and how the destination (pull factors) can offer to meet their needs. Furthermore, the results of the study revealed that there are the differences among U.S. senior travelers to Thailand based on the interests and perceptions of destination attractiveness of Thailand. Instead of viewing one homogeneous market, tourism marketers should develop appropriate marketing strategies to approach each segment. Significant differences in socio-demographic characteristics among the two clusters could help tourism marketers develop most effective marketing strategies to attract each segment such as product development, marketing promotion, and advertising.

Based on the results, it indicated that the members of cluster 1 (cultural & historical seekers), the largest segment identified in this study (65% of the samples), seemed to perceive Thailand’s cultural and historical attractions as the major factors drawing them to Thailand. They came to Thailand with the main purpose to see different culture and experience Thai hospitality and locals’ way of life. The result of the study is similar to You and O’Leary (2000)’s study in that cultural and historical aspects are regarded as

the important factors motivating overseas seniors to visit an overseas destination. This implication should be useful for destination marketers who target senior travel market to highlight the cultural tourism, particularly for the design of the tour packages and marketing programs. Based on this finding, this suggests that cultural and historical attractions of Thailand should be developed as the major theme when marketing the U.S. senior travel market. The promotion will be more effective if destination marketers can position Thailand as the land of unique and exotic culture that is different from other nations in the South Asia-Pacific region. The highlight should focus on Thailand's history and its independence from western powers. This phenomenon makes Thailand different from other nations in the region with a unique and attractive culture. Typically, many tour companies offer cultural tours in Bangkok and nearby cities such as Ayutthaya (former capital) or Nakhon Pathom (e.g. visiting cultural villages). To better satisfy this segment and provide a true experience on cultural and heritage tours of Thailand, tour companies should offer programs to visit the three capitals of Thailand (i.e. Bangkok, Ayutthaya and Sukhothai). The trip will provide travelers with a better understanding of Thais' origin and historical background of the kingdom of Thailand. In addition, visits to associated historic towns in the northern region and tour programs relating to religious tourism (e.g. temple tours, visiting ancient towns) should be included in the tour packages. The tour programs may be also designed to provide travelers with the opportunities to learn and experience Thai hospitality and locals' way of life by visiting local or cultural villages/communities. According to Lehto et al. (2001), older travelers appear to value local cuisine/new food and local crafts/handiwork. This suggestion seems to be relevant to the needs of this segment. During the trip, tour companies should provide travelers the opportunities to experience and try a variety of Thai traditional food and local herbal cuisines. A visit to local villages producing and demonstrating Thai traditional crafts and handiwork is also strongly recommended. The opportunity to try and produce a simple handiwork item could provide a great experience and enjoyment for travelers.

As for the cluster 2 (holiday & leisure seekers), the majority of this segment was repeat travelers; suggesting that the products offered for this segment should be different from the first group. In particular, their main objectives to visit Thailand appeared to focus on travel and leisure activities. For marketing purposes, there is a need to communicate to the 'holiday & leisure seekers' that there are a wider variety of travel and leisure activities available in Thailand than a typical package tour. As the members of this segment are likely to prefer products that are different from those in segment one, it is suggested that products offered for this group should be focused on leisure and relaxation activities. To satisfy this segment, tour companies should offer several kinds of holiday and leisure products such as ecotourism or nature-based tourism, resort stay (mountain or beach area), island/beach tourism, river/canal excursion,

safari trip, shopping, health tourism (e.g. Thai traditional sap and massage, Thai hot spring), and cultural tours. For cultural tours, many of them used to travel to Thailand and they might have already visited several famous cultural and historical places in Bangkok and Ayutthaya. It is suggested that the cultural tours designed for this segment should be different from the first time travelers. In addition to Bangkok and Ayutthaya trips (central region), there are several cultural and historical places/sites throughout the country such as in the north (Chiang Mai, Chiang Rai, Sukhothai, and Phitsanulok), the northeast (Nakhon Ratchasima, Khon Kaen, and Udon Thani), and the south (Surat Thani and Nakhon Si Thammarat). The new programs will broaden travelers' knowledge and understanding about Thailand.

References

- Andersen, V., Prentice, R., and Watanabe, K. 2000. "Journey for experiences: Japanese independent travelers in Scotland." **Journal of Travel and Tourism Marketing**. 9, 1 : 129-151.
- Andreu, L., Kozak, M., Avci, N., and Ciffer, N. 2006. "Market segmentation by motivations to travel British tourists visiting Turkey." **Journal of Travel and Tourism Marketing**. 19, 1 : 1-14.
- Bai, B., Jang, S., Cai, L. and O'Leary, J. 2001. "Determinants of travel mode choice of senior travelers to the United States." **Journal of Hospitality and Leisure Marketing**. 8, 3 : 147-168.
- Beh, A. and Bruyere, B. 2007. "Segmentation by visitor motivation in three Kenyan national reserves." **Tourism Management**. 28, 4 : 1464-1471.
- Cha, S., McCleary, K.W., and Uysal, M. 1995. "Travel motivations of Japanese overseas travelers: A factors-cluster segmentation approach." **Journal of Travel Research**. 34, 1 : 33-39.
- Cleaver, M., Muller, T., Ruys, H. and Wei S. 1999. "Tourism product development for the senior market, based on travel-motive research." **Tourism Recreation Research**. 24, 1 : 45-65.
- Crompton, J.L. 1979. "Motivations for pleasure vacation." **Annals of Tourism Research**. 6, 4 : 408-424.
- Dann, G. 1977. "Anomie, Ego-Enhancement and Tourism." **Annals of Tourism Research**. 4, 4 : 184-194.
- Faranda, W. and Schmidt, S. 1999. "Segmentation and the senior traveler: implications for Today's and Tomorrow's aging consumers." **Journal of Travel & Tourism Marketing**. 8, 2 : 3-27.
- Frochot, I. and Morrison, A. 2000. "Benefit segmentation: a review of its applications to travel and tourism research." **Journal of Travel & Tourism Marketing**. 9, 4 : 21-45.
- Goodrich, J. 1977. "Benefit bundle analysis: an empirical study of international travelers." **Journal of Travel Research**. 16, 3 : 6-9.
- Hair, J., Anderson, R., Tatham, R. and Black, W. 2006. **Multivariate Data Analysis**. 6thed. Upper Saddle River : Pearson Education, Inc.
- Horneman, L., Carter, R., Wei, S., and Ruys, A. 2002. "Profiling the senior traveler: An Australian perspective." **Journal of Travel Research**. 41, 1 : 23-37.
- Hsieh, S., O'Leary, J., and Morrison, A. 1992. "Segmenting the international travel market by activity." **Tourism Management**. 13, 2 : 209-223.

- Jang, S., Morrison, A. and O' Leary, J. 2002. "Benefit segmentation of Japanese pleasure travelers to the USA and Canada: selecting target markets based on the profitability and risk of individual market segments." **Tourism Management**. 23, 3 : 367-378.
- Jang, S. and Wu, C. 2006. "Seniors' travel motivation and the influential factors: an examination of Taiwanese seniors." **Tourism Management**. 27, 2 : 306-316.
- Jang, S. and Cai, L. 2002. "Travel motivations and destination choice: A study of British outbound market." **Journal of Travel & Tourism Marketing**. 13, 3 : 111-133.
- Kaiser, H. 1974. "An index of factorial simplicity." **Psychologist**. 39 : 31-36.
- Kang, S., Hsu, C., and Wolfe, K. 2003. "Family traveler segmentation by vacation decision-making patterns." **Journal of Hospitality & Tourism Research**. 27, 4 : 448-469.
- Klenosky, D. 2002. "The pull of tourism destinations: A means-end investigation." **Journal of Travel Research**. 40, 4 : 385-395.
- Kozak, M. 2002. "Comparative analysis of tourists motivations by nationality and destinations." **Tourism Management**. 23 , 2 : 221-232.
- Mok, C. and Iverson, T. 2000. "Expenditure-based segmentation: Taiwanese tourists to Guam." **Tourism Management**. 21, 3 : 299-305.
- Lang, C., O'Leary, J., and Morrison, A. 1993. "Activity segmentation of the Japanese female overseas travelers." **Journal of Travel & Tourism Marketing**. 2,4 : 22-35.
- Lehto, X., O'Leary, J. and Lee, G. 2001. "Mature international travelers: an examination of gender and benefits." **Journal of Hospitality & Leisure Marketing**. 9, 1/2 : 53-72.
- Loker-Murphy, L. 1996. "Backpackers in Australia: a motivation-based segmentation study." **Journal of Travel & Tourism Marketing**. 5, 4 : 23-45.
- Lubbe, B. 1998. "Primary image as a dimension of destination image: an empirical assessment." **Journal of Travel and Tourism Marketing**. 7, 4 : 21-43.
- Prasertwong, Y. 2001. **US International Traveler's Image of Nine East Asia and Pacific Destinations**. Unpublished Master thesis, Assumption University, Bangkok.
- Pyo, S. 1996. "Far East Asia tourist market segmentation by push attributes." **Asia Pacific Journal of Tourism Research**. 1, 1 : 91-101.
- Reece, W. 2004. "Are senior leisure travelers different?." **Journal of Travel Research** 43, 1 : 11-18.
- Reid, L. and Reid, S. 1997. "Traveler geographic origin and market segmentation for small island nations: The Barbados Case." **Journal of Travel and Tourism Marketing**. 6, 3 : 5-22.

- Sarigollu, E. and Huang, R. 2005. "Benefits segmentation of visitors to Latin America." **Journal of Travel Research**. 43, 3 : 277-293.
- Shin, D. 2003. **Tourism motivation for Korean-American elderly in New York city area**.
Unpublished Ph.D. dissertation, New York University, NY.
- Silverberg, K., Backman, S. and Backman, K. 1996. "A preliminary investigation into the psychographics of nature-based travelers to Southeastern United States." **Journal of Travel Research**. 35, 2 : 19-28.
- Sirakaya, E., Uysal, M. and Yoshioka, C. 2003. "Segmenting the Japanese tour market to Turkey." **Journal of Travel Research**. 41,3 : 293-304.
- Taylor, G. 1987. "Foreign pleasure travel by Americans." **Journal of Travel Research**. 25, 3 : 5-7.
- Thai Farmers Research Centre. 1999. "Senior tourists: next target visitors with high purchasing power." [Online]. Available : <http://www.krc.co.th/tfrc/cgi/ticket/ticket.exe>. Retrieved July 12, 2007.
- Teaff, J. and Turpin, T. 1996. "Travel and the elderly." **Parks and Recreation**. 31, 6 : 16-19.
- Tourism Authority of Thailand (TAT). 2007. "Tourism Statistics." [Online]. Available : http://www2.tat.or.th/stat/web/static_index.php. Retrieved July 12, 2007.
- Tourism Authority of Thailand (TAT). 2007. "TAT news room." [Online]. Available : http://www.tatnews.org/tat_inter/index_inter.asp?activitycountry=5&Submit=Go. Retrieved July 12, 2007.
- Turnbull, D. and Uysal, M. 1995. "An exploratory study of German visitors to the Caribbean: push and pull motivations." **Journal of Travel and Tourism Marketing**. 4,2 : 85-92.
- Uysal, M. and Hagan, L. 1993. **Motivations for Pleasure Travel and Tourism**. New York: Nostrand Reinhold.
- Uysal, M. and Jurowski, C. 1994. "Testing the push and pull factors." **Annals of Tourism Research**. 21,4 : 844-846.
- Yannopoulos, P. and Rotenberg, R. 1999. "Benefits segmentation of the near-home tourism market: the case of upper New York State." **Journal of Travel & Tourism Marketing**. 8, 2 : 41-55.
- You, X. and O'Leary, J. 1999. "Destination behavior of older UK travelers." **Tourism Recreation Research**. 24, 1 : 23-34.
- You, X. and O'Leary J. 2000. "Age and cohort effects: an examination of older Japanese travelers." **Journal of Travel & Tourism Marketing**. 9, 1/2 : 21-42.

- You, X., O’Leary, J., Morrison, A. and Hong, G. 2000. “A cross-cultural comparison of travel push and pull factors: UK vs. Japan.” **International Journal of Hospitality & Tourism Administration**. 5, 1 : 35-52.
- Yoon, Y. and Uysal, M. 2005. “An examination of effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model.” **Tourism Management**. 26, 1 : 45-56.
- Yuan, S. and McDonald, C. 1990. “Motivational determinants of international pleasure time.” **Journal of Travel Research**. 24, 2 : 42-44.
- Zhang, Q.H. and Lam, T. 1999. “An analysis of mainland Chinese visitors’ motivations to visit Hong Kong.” **Tourism Management**. 20, 5 : 587-594.
- Zhang, Q.H., Yue, M., and Qu, H. 2004. Analysis on demand and features of Chinese visitors to Thailand, paper presented at the 2nd Asia Pacific CHRIE Conference, Phuket, Thailand, 27-29 May.
- Zhang, W., Fang, C., and Sirirassamee, T. 2004. Analysis on demand and features of Chinese visitors to Thailand, paper presented at the 2nd Asia Pacific CHRIE Conference, Phuket, Thailand, 27-29 May.

การรับรู้ความเสี่ยงทางการท่องเที่ยว

ดร. คม คัมภีรานนท์

Toward an Understanding of Perceived Risk in Tourism

Kom Campiranon, Ph.D.

Lecturer, Department of Tourism & Hotel Studies

Director, Hospitality & Tourism Management Program Dhurakij Pundit University

บทคัดย่อ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย อย่างไรก็ตามที่ผ่านมา มีเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยของการท่องเที่ยวของไทยหลายเหตุการณ์ เช่น โรค SARS ไข้หวัดนก ภัยพิบัติสึนามิ และล่าสุดการประท้วงต่อต้านรัฐบาลในเดือนสิงหาคม 2551 บทความนี้จึงถือว่าเหตุการณ์ดังกล่าวส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของประเทศไทยและส่งผลให้เกิดการรับรู้ความเสี่ยงในประเทศไทย ซึ่งในที่สุดจะมีผลกระทบต่อการตัดสินใจเดินทางมาประเทศไทยของนักท่องเที่ยว เพื่อหาเหตุผลมาสนับสนุนข้ออ้างดังกล่าว บทความนี้ได้ทบทวนงานวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องซึ่งได้แก่ สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย แนวคิดเกี่ยวกับความเสี่ยง การรับรู้ความเสี่ยง การตัดสินใจและการรับรู้ความเสี่ยงในการท่องเที่ยว ทั้งนี้บทความได้เสนอแนะโมเดลของการรับรู้ความเสี่ยงในการท่องเที่ยว รวมทั้งอภิปรายผล โดยใช้เหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมืองเป็นกรณีศึกษา

ABSTRACT

The tourism industry plays a significant role in Thailand's economy. However, Thailand's tourism has been negatively influenced by a number of crises recently, such as SARS epidemic, bird flu, tsunami, and the recent anti-government protest in August 2008. This paper has argued that these crises have caused damage to the destination image of Thailand and consequently affected the tourists' perceived risk toward Thailand, which eventually has an effect on their decision to visit the country. To support this argument, this paper has reviewed relevant literatures which include the introduction to Thailand's tourism, the concept of risk, perceived risk and decision making, followed by perceived risk in tourism. A conceptual model of perceived risk in tourism is later developed in the conclusion and discussion section by using Thailand's political unrest as a case study.

Introduction

Tourism is unarguably the major export service of Thailand (Vogt & Wittayakorn, 1998), accounting for around 6 to 7 percent of the country's national GDP (EIU ViewsWire, 2003). Moreover, growth in Thailand's tourism industry in recent years has been the result of numerous strengths including a tradition of hospitality (Koumelis 2004; National Identity Board, 2000), rich cultural heritage and historical tourist destinations (Rittichainuwat, Qu, & Brown, 2001), strong natural attractions, and value for money (Rogers, 2003, p. 276). A table below illustrates international tourist arrivals to Thailand between 1997 and 2005.

Table 1: International tourist arrival to Thailand

Year	International						
	Tourist		Average length of stay	Average expenditure		Revenue	
	Number	Change		/person/day	Change	Million	Change
	(Million)	(%)	(Days)	(USD)	(%)	(USD)	(%)
1997	7.22	0.41	8.33	111.50	-0.92	6,703.20	0.63
1998	7.76	7.53	8.4	112.74	1.12	7,353.70	9.7
1999	8.58	10.5	7.96	112.49	-0.23	7,682.89	4.48
2000	9.51	10.82	7.77	117.25	4.23	8,662.28	12.75
2001	10.06	5.82	7.93	113.81	-2.93	9,080.56	4.83
2002	10.8	7.33	7.98	113.98	0.15	9,822.59	8.17
2003	10	-7.36	8.19	114.61	0.55	9,390.95	-4.39
2004	11.65	16.46	8.13	123.22	7.51	11,671.09	24.28
2005	11.52	-1.51	8.2	118.12	-4.13	11,155.49	-4.42

Source: Tourism Authority of Thailand (2007)

Having said that, the tourism industry in Thailand has been challenged in recent years by a number of distinct crises (Campiranon & Arcodia, 2007; MICE Asia, 2007; Tourism Authority of Thailand, 2004), including the SARS epidemic; the bird or avian flu; and the tsunami which struck the region on December 26, 2004. The recent anti-government protest in August 2008 also affected Thailand's tourism industry heavily as international tourists avoid traveling to Thailand due to the fear of a political turmoil (The Seoul Times, 2008).

Without a doubt, tourists who have seen a flood of media coverage immediately after the crisis struck will perceive that crisis-struck destination as a place that has a high level of risk. This issue poses a serious threat to the tourism industry as tourism relies heavily on an atmosphere of safety, security, and positive perceptions (Cooper and Erfurt 2007; Gurtner 2007). Moreover, tourist destinations, like Thailand, that rely their economy on tourism will suffer immensely from such a negative perceived destination image.

Clearly, crises have influenced the tourist's perceived risk and affected their decision making process accordingly. Therefore, it is crucial for tourism organizations to have a better understanding toward the tourists' perceived risk, as Dolnicar (2007, p. 107) has pointed that the tourism industry needs to understand what can potentially scare tourism market segments, in order to communicate and attract tourists effectively. In response to these issues, the following discussion will examine the concept of risk, perceived risk and decision making, followed by perceived risk in tourism.

The Concept of Risk

The concept of risk is important to understanding how consumers make choices (Conchar, Zinkhan, Peters, & Olavarrieta, 2004, p. 418). In general, a risk is any unintended or unexpected outcome of a decision or course of action (Wharton, 1992, p. 5). In classical decision theory, risk is most commonly conceived as reflecting variation in the distribution of possible outcomes, their likelihoods, and their subjective values (March & Shapira, 1987, p. 1404). It should be pointed out however that risk is also associated with the failure of the system; in other words, if the system cannot fail (impossibility), then the concept of risk is irrelevant (Jackson & Carter, 1992, p. 43).

In business and economic literature, opportunities whose returns are not guaranteed are generally recognized as 'risks' (Yates & Stone, 1992, p. 4). In the financial community, the term 'risk' is applied to a wide variety of events with outcomes ranging from large profits to large losses. However, individuals in the risk-management profession generally use a more narrow definition, applying the term 'risk' to situations which represent negative risk. Events which represent a potential loss therefore are the central focus of risk managers (Stipanuk, 1989, p. 48).

Having said that, there is considerable debate over how to define risk (Groth, 1992, p. 10; Smith & Merritt, 2002, p. 7); on what risk is relevant; on how to assess and measure risk; and how risk might best be characterized (Groth, 1992, p. 10). With a range of differing opinions, one may face difficulty achieving a consensus necessary to be proactive about risk management (Smith & Merritt, 2002, p. 7). To outline and clarify the perspective on risk utilized in this research, this section will now discuss the key

elements of risk as proposed by Yates and Stone (1992, p. 4): potential losses, the significance of these losses, and the uncertainty of these losses.

Loss

A common definition of risk is ‘the possibility of loss’ (Smith & Merritt, 2002, p. 8; Yates & Stone, 1992, p. 4), which can mean either the ‘possibility of loss or injury’ or ‘liability for loss or injury if it occurs’ (Merriam-Webster's Dictionary of Law, 2007). This may not always be expressed in terms of monetary losses however (Nwogugu, 2005, p. 157), and risk can in fact be viewed as merely the expectation of loss. The more certain one is about this expectation, the greater the risk for the individual (Stone & Winter, 1987). Simply put, the greater the perceived risk, the less likely an individual will purchase. As a result, risk is a major determinant in whether a consumer buys or rejects a given product (Yates & Stone, 1992, p. 8).

Jacoby and Kaplan (1972) characterized loss according to five key types: financial, performance, physical, psychological, and social loss. Roselius (1971) argued however that time loss should also be included in any characterization of loss. These six types of losses have been well illustrated by Yates and Stone (1992, p. 9), pointing out that individuals may suffer from losses as a result of buying a given product. They extrapolated on each type of loss as follows:

- Financial loss: The consumer loses money, either because the product will not work at all, because it is expensive to keep in good condition, or because a better product is available at lesser cost.
- Performance loss: There is something wrong with the product or it does not work properly.
- Physical loss: The product is unsafe and may be harmful to one’s health.
- Psychological loss: The product disagrees with the buyer’s self-concept and/or what the buyer thinks about himself or herself.
- Social loss: The product adversely affects the ways others think about the buyer.
- Time loss: The product wastes the buyer’s time and causes inconvenience by needing adjustment, repair, or replacement.

Significance

Risk researchers highlight that the more significant the potential losses in a situation, the greater the implied risk. Within this, subjectivity plays an important role in the perception of loss significance. Firstly, an outcome one person considers a loss might well be considered a gain by another; and secondly, even if two individuals consider the same outcomes to be losses, there is still room for differences in the



significance attached to these outcomes -- differences that have a bearing on risk (Yates & Stone, 1992, p. 10).

Uncertainty

Inherently, risk involves a measure of uncertainty, with Groth (1992, p. 11) defining risk simply as ‘We don’t know what is going to happen’. Similarly, uncertainty itself has been defined as ‘a potential event’ whereby one does ‘not know in advance if it will actually occur’ (Smith & Merritt, 2002, p. 7); or alternately, as ‘The condition of being uncertain; doubt’ (The American Heritage Dictionary of the English Language, 2007). In consequence, the probability of a risk actually occurring will always be less than 100% (Smith & Merritt, 2002, p. 7). While uncertainty is a key element of risk therefore, some authors point out that uncertainty is ‘the inability to assign probability to outcomes’, whereas risk constitutes ‘the ability to assign such probabilities based on differing perceptions of the existence of orderly relationships or patterns’ (Gilford, 1979). Clearly, uncertainty is different from risk in that ‘risk’ has a known probability while ‘uncertainty’ exists when knowledge of a precise probability is lacking (Mitchell, 1999, p. 166).

Perceived Risk and Decision Making

Perceived risk is a consumer’s importance-weighted, subjective assessment of the expected value of inherent risk, in each of the possible alternatives for a given decision goal (Conchar, Zinkhan, Peters, & Olavarrieta, 2004, p. 422). Interestingly, perception of risk varies by nationality (Lepp & Gibson, 2003, p. 612), gender (Emblemsvag & Kjolstad, 2002, p. 843; Schubert, 2006, p. 709), age, and culture (Emblemsvag & Kjolstad, 2002, p. 843). In addition, individuals also often perceive the same risk situation in different ways (Delerue, 2005, p. 533; March & Shapira, 1987, p. 1405).

Perceived risk has received attention from both practitioners and academics and has been applied in a wide range of different areas. For practitioners and academics, there are four major benefits to understanding perceived risk. Firstly, perceived risk theory has intuitive appeal and plays a role in assisting marketers to see the world through their customer’s eyes. Secondly, the notion of perceived risk can be almost universally applied across different contexts. Thirdly, perceived risk is more powerful at explaining consumer behavior, since consumers are motivated more by avoiding mistakes than maximizing utility when purchasing. And finally, risk analysis can be effectively used in marketing resource allocation decisions (Mitchell, 1999, p. 163).

For the purpose of this paper, perceived risk will be used to help the reader understand how a consumer’s decision making process has been influenced by perceived risk. It should be pointed out that



risk-taking decisions involve alternatives that can produce not only single outcomes which matter to the decision maker, but indeed an array of them (Yates & Stone, 1992, p. 5). Without a doubt, decisions involving risk will always turn on choosing between possible alternatives, with each characterized by a number of relevant attributes (Conchar, Zinkhan, Peters, & Olavarrieta, 2004, p. 418).

Individual decision makers are risk averse when it comes to choosing between alternatives. When faced with one alternative with a certain outcome, and a second which is a gamble but has the same expected value as the first, an individual will tend to choose the certain path rather than take a gamble. In other words, risk averse decision makers prefer low risks and are willing to sacrifice some expected return in order to reduce variation in possible outcomes. Risk seeking decision makers, on the other hand, prefer relatively high risks, and are willing to sacrifice some expected return in order to increase variation. Theories of choice also explain that decision makers prefer larger expected returns than smaller ones, provided that all other factors (e.g. risk) are constant (March & Shapira, 1987, p. 1404). In addition, decision makers prefer smaller risks to larger ones provided that other factors (e.g. expected value) are constant (March & Shapira, 1987, p. 1404; Mitchell, 1999, p. 167).

To choose between different alternatives, individuals, organizations and governments make decisions based on perceptions about the likely consequences of their actions. At the same time, some inevitable outcomes may not be recognized; there may be gross misconceptions about the possibility or magnitude of those that are recognized; and other perceived consequences may be more imagined than real. Misconceptions surrounding the consequences of decisions are therefore a major source of risk in themselves in decision making (Wharton, 1992, p. 5). Other sources of risk also occur when a decision or action produces social and economic consequences that cannot be assessed with certainty (Conchar, Zinkhan, Peters, & Olavarrieta, 2004, p. 419).

Clearly, decisions are goal oriented with the aim of risk assessment one of avoiding failure. Informed judgment is used to evaluate how this goal may be achieved, and with the right information available, an optimal solution can be chosen (Jackson & Carter, 1992, p. 44). In turn, any responsible decision maker will make every effort to obtain a complete and accurate perception of the risks before making a final decision (Wharton, 1992, p. 5).

Perceived Risk in Tourism

As discussed earlier, risk perception plays a key role in the decision-making process of potential buyers. In tourism, risk perception is a decisive factor in decision-making (Freyer & Schroder, 2007, p. 136), and has considerable impacts on tourism demand. Simply put, the higher the perception of risk in terms of a destination, the lower the tourism demand (Prideaux & Laws, 2007, p. 377; Sonmez, Apostolopoulos, & Tarlow, 1999). Because the image of a destination is a key factor influencing tourists' buying behavior (Pechlaner, Abfalter, Raich, & Dreyer, 2007, p. 168), and as tourists are free to choose from a wide range of destinations, most are unlikely to consider traveling to, or in the region of areas of perceived risk (Pechlaner, Abfalter, Raich, & Dreyer, 2007, p. 158). As a result, if a destination is associated with negative images or sentiments, tourists often simply choose to cancel and find safer substitute destinations (Freyer & Schroder, 2007, p. 136; Gurtner, 2007, p. 82).

Tourism also involves an inherent component of uncertainty and unpredictability (Gurtner, 2007, p. 51; Moreira, 2007, p. 51). While distance traveling has always involved risks, the difference today is that risks are progressively more evident. Crises such as September 11, 2001, the Bali bombing and SARS are just several recent crises that have created a psychological link between risk and traveling to a new destination. In many ways, these crises have changed the tourism industry worldwide, and harmed the international image of specific destinations leading to decreases in flights and tourist arrivals, and subsequent impact on tourism related businesses (Gurtner, 2007, p. 51). Moreover, these crises have also involved an increase in perceived risk which is the result of travel advisories and warnings issued by the governments of generating markets, and, in some cases, exacerbated by media coverage (Aktas & Gunlu, 2005; Lepp & Gibson, 2003, p. 606).

The image destinations invoke can be improved by decreasing perceptions that specific risk factors are present (Lepp & Gibson, 2003, p. 619). As images of destination-specific risks can at times influence tourists' decision-making behavior, the tourism industry needs to understand what can potentially scare tourism market segments (Dolnicar, 2007, p. 107).

To achieve this, portfolio analysis can be used to calculate the risk-minimizing distribution of tourists by not "putting all eggs in one basket". In general, portfolio theory has been implemented in the field of financial analysis to help investors allocate portions of their budget to different securities, given that the events of the forthcoming holding period remain unknown. Portfolio analysis tries to compute the risk-minimizing portfolio of assets given the historic risk and expected return on individual assets (Kennedy, 1998, p. 119). Similar to securities, tourism markets have different levels of risk and expected



return, which allows portfolio analysis to be applied in a tourism context also. For instance, tourism marketer should not rely their source of revenue on a single market, but rather on multiple markets. Doing so will allow tourism organizations to remain profitable should tourist numbers from one market have dropped due to particular reasons.

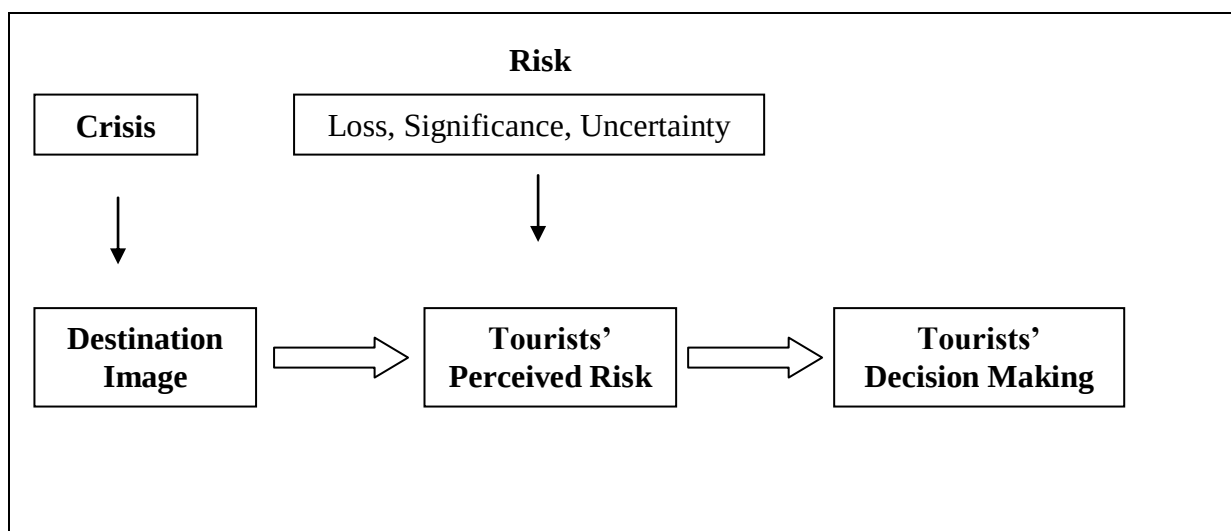
In most cases, destinations affected by risk factors need to target tourists with a higher tolerance for risk (Lepp & Gibson, 2003, p. 620). During the SARS crisis, for instance, tourism organizations in Thailand has focused on domestic market, as such a market understands the situation in Thailand and therefore is willing to travel within the country.

However, as discussed earlier, while perceptions of risk associated with international tourism vary by nationality (Kennedy, 1998, p. 119; Lepp & Gibson, 2003, p. 612), different individuals also perceive the same risk situation in different ways (March & Shapira, 1987, p. 1405), thus complicating any attempt to identify crisis-resilient tourists. Therefore, tourism organizations should take these issues into consideration when communicating with potential tourists.

Conclusion and Discussion

Thus far, this paper has achieved its aim by examining the concept of risk, perceived risk and decision making, which then can be applied toward a better understanding of perceived risk in tourism. To further describe, the relationship among the destination image, risk, tourists' perceived risk, and tourists' decision making is illustrated in a figure below.

Figure 1: Perceived Risk in Tourism



Source: Developed for this paper

The political crisis in Thailand in August 2008 set a clear example for the conceptual model above. Such a crisis situation has been reported and broadcasted by a number of news media, such as the BBC (2008). Moreover, many governments of tourist's generating destinations, such as the Australian Government (2008), has repeatedly issue a travel advisory which warns their citizen to exercise caution when traveling to Thailand.

Clearly, this negative effect from Thailand's political crisis has depicted the country's image as an unsafe destination to visit. Such an image therefore has influenced the tourists' perceived risk as traveling to Thailand at this time may involve a number of losses, such as financial loss (e.g. canceled flights), physical loss (e.g. injury caused by protestors), and psychological loss (e.g. a disrupted tourism experience), to name a few. Moreover, the greater the perceived risk, the less likely an individual will purchase the tourism products and services. This means the tourists are more likely to postpone their travel plan to Thailand. In the worst case, they may cancel their trip to Thailand and choose other comparable destinations instead due to high risks.

Having reviewed relevant literatures on perceived risk in tourism, this paper however has a limitation as it only gained insights through secondary data. This therefore reflects the need for further research with regard to the tourists' perceived risk. One of several potential possibilities for future research is to conduct an exploratory research with tourists to identify their perception toward a tourist destination under different crisis scenarios (e.g. political unrest, outbreak, terrorism, and natural disaster) and their intentions to visit that particular destination. Undertaking such a research will allow not only tourism academics, but also tourism practitioners, to have a better understanding toward the tourists' perceived risk and its effect on their decision to travel.

References

- Aktas, G., & Gunlu, E. 2005. **Crisis Management in Tourist Destinations**. In W. Theobald (Ed.), *Global Tourism* (3rd ed., pp. 440-455). New York: Elsevier Inc.
- Australian Government. 2008. **Travel Advice: Thailand: Australian Government**.
- BBC. 2008 . **Rifts behind Thailand's political crisis: BBC News**.
- Campiranon, K., & Arcodia, C. 2007. "Market Segmentation in Time of Crisis: A Case Study of the MICE Sector in Thailand." **Journal of Travel and Tourism Marketing**. (*Safety and Security in Tourism: Recovery Marketing after Crises*).
- Conchar, M., Zinkhan, G., Peters, C., & Olavarrieta, S. 2004. "An Integrated Framework for the Conceptualization of Consumers' Perceived-Risk Processing." **Academy of Marketing Science Journal**. 32, 4 : 418-437.
- Delerue, H. 2005. "Relational Risk Perception and Alliance Management in French Biotechnology SMEs." **European Business Review**. 17, 6 : 532-547.
- Dolnicar, S. 2007. "'Crises' that Scare Toutists: Investigating Tourists' Travel-Related Concerns." In E. Laws, B. Prideaux & K. Chon (Eds.), **Crisis Management in Tourism** (pp. 98-109). Wallingford, Oxford: CAB International.
- EIU ViewsWire. 2003. "Thailand Industry: Tourism Worries." [Online]. Available : <http://proquest.umi.com/pqdlink?did=664584581&sid=4&Fmt=3&clientId=20806&RQT=309&VName=PQD>. Retrieved April 20, 2005.
- Emblemsvag, J., & Kjolstad, L. 2002. "Strategic Risk Analysis: A Field Version." **Management Decision**. 40, 9 : 842-853.
- Freyer, W., & Schroder, A. 2007. "Tourism and Terrorism: an Analytical Framework with Special Focus on the Media." In E. Laws, B. Prideaux & K. Chon (Eds.), **Crisis Management in Tourism**. (pp. 129-141). Wallingford, Oxford: CAB International.
- Gilford, W. 1979. "Message Characteristics and Perceptions of Uncertainty by Organizational Decision Makers." **Academy of Management Journal**. 22, 3 : 458-481.
- Groth, J. 1992. "Common-Sense Risk Assessment." **Management Decision** 30, 5 : 10-17.
- Gurtner, Y. 2007. "Crisis in Bali: Lessons in Tourism Recovery." In E. Laws, B. Prideaux & K. Chon (Eds.), **Crisis Management in Tourism** (pp. 81-97). Wallingford, Oxford: CAB International.
- Jackson, N., & Carter, P. 1992. "The Perception of Risk." In J. Ansell & F. Wharton (Eds.), **Risk: Analysis, Assessment and Management** (pp. 41-54). New York: John Wiley & Sons.

- Jacoby, J., & Kaplan, L. 1972. **The Components of Perceived Risk**. Paper presented at the Advances in Consumer Research, Chicago.
- Kennedy, V. 1998. "Risk Management in the Irish Tourism Industry: The Contribution of a Portfolio Investment Approach." **Tourism Management**. 19, 2 : 119-126.
- Koumelis, T. 2004. "Focus on Thailand Hotel Industry Continues to Attract Interest." [Online]. Available : http://www.traveldailynews.com/new.asp?newid=18423&subcategory_id=59 Retrieved November 15, 2004.
- Lepp, A., & Gibson, H. 2003. "Tourist Roles, Perceived Risk and International Tourism." **Annals of Tourism Research**. 30, 3 : 606-624.
- March, J., & Shapira, Z. 1987. "Managerial Perspectives on Risk and Risk Taking." **Management Science**. 33, 11 : 1404-1418.
- Merriam-Webster's Dictionary of Law. 2007. "Risk." [Online]. Available : <http://dictionary.reference.com/browse/risk> Retrieved March 10th, 2007.
- MICE Asia. 2007. "Thailand and Diethelm on a Roll." [Online]. Available : <http://www.mice.net.au/AsiaFebruary2007/qanda.html>. Retrieved March 5, 2007.
- Mitchell, V. 1999. "Consumer Perceived Risk: Conceptualisations and Models." **European Journal of Marketing**. 33, 1/2 : 163 - 195.
- Moreira, P. 2007. "Aftermath of Crises and Disasters: Notes for an Impact Assessment Approach." In E. Laws, B. Prideaux & K. Chon (Eds.), **Crisis Management in Tourism** (pp. 51-65). Wallingford, Oxford: CAB International.
- National Identity Board. 2000. **Thailand into the 2000's**. Bangkok : Amarin Printing and Publishing Public Company Limited.
- Nwogugu, M. 2005. "Towards Multi-Factor Models of Decision Making and Risk: A Critique of Prospect Theory and Related Approaches." **The Journal of Risk Finance**. 6, 2 : 150-163.
- Pechlaner, H., Abfalter, D., Raich, F., & Dreyer, A. 2007. "Crisis Management and Tourism Organizations: A Comparative Study in the European Alps." In E. Laws, B. Prideaux & K. Chon (Eds.), **Crisis Management in Tourism** (pp. 157-169). Wallingford, Oxford: CAB International.
- Prideaux, B., & Laws, E. 2007. "Reflections and Further Research Priorities." In E. Laws, B. Prideaux & K. Chon (Eds.), **Crisis Management in Tourism** (pp. 375-388). Wallingford, Oxford: CAB International.

- Rittichainuwat, B., Qu, H., & Brown, T. 2001. "Thailand's International Travel Image: Mostly Favorable." **Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly** 42, 2 : 82.
- Rogers, T. 2003. **Conferences and Conventions: A Global Industry**. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Roselius, T. 1971. "Consumer Rankings of Risk Reduction Methods." **Journal of Marketing**. 35, 1 : 56-62.
- Schubert, R. 2006. "Analyzing and Managing Risks: On the Importance of Gender Differences in Risk Attitudes." **Managerial Finance**. 32, 9 : 706.
- Smith, P., & Merritt, G. 2002. "Managing Consulting Project Risk." **Consulting to Management**. 13, 3 : 7-14.
- Sonmez, S., Apostolopoulos, Y., & Tarlow, P. 1999. "Tourism in Crisis: Managing the Effects of Terrorism." **Journal of Travel Research**. 38, 1 : 13-18.
- Stipanuk, D. 1989. "Teaching Risk Management." **Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly**. 30, 2 : 48-54.
- Stone, R., & Winter, F. 1987. "Risk: Is It Still Uncertainty Times Consequences?." Paper presented at the Winter Educators Conference, Chicago.
- The American Heritage Dictionary of the English Language. 2007. "Uncertainty." 4th. [Online]. Available : <http://dictionary.reference.com/browse/Uncertainty>. Retrieved March 11, 2007.
- The Seoul Times. 2008. "Over 500 Korean Tourists Stranded in Phuket: The Seoul Times."
- Tourism Authority of Thailand. 2004. "MICE Business in Thailand." [Online]. Available : <http://www2.tat.or.th/tat/e-journal/>. Retrieved February 10, 2005.
- Tourism Authority of Thailand. 2007. "Tourist Statistics of Thailand." [Online]. Available : http://www2.tat.or.th/stat/web/static_index.php. Retrieved February 28, 2007.
- Vogt, M., & Wittayakorn, C. 1998. "Determinants of the Demand for Thailand's Exports of Tourism." **Applied Economics**. 30, 6 : 711-715.
- Wharton, F. 1992. "Risk Management: Basic Concepts and General Principles." In J. Ansell & F. Wharton (Eds.), **Risk: Analysis, Assessment and Management**. New York: John Wiley & Sons.
- Yates, F., & Stone, E. 1992. "The Risk Construct." In F. Yates (Ed.), **Risk-Taking Behavior** (pp. 3-23). New York: John Wiley & Sons.

- Aktas, G., & Gunlu, E. 2005. **Crisis Management in Tourist Destinations**. In W. Theobald (Ed.), *Global Tourism* (3rd ed., pp. 440-455). New York: Elsevier Inc.
- Australian Government. 2008. **Travel Advice: Thailand: Australian Government**.
- BBC. 2008 . **Rifts behind Thailand's political crisis: BBC News**.
- Campiranon, K., & Arcodia, C. 2007. "Market Segmentation in Time of Crisis: A Case Study of the MICE Sector in Thailand." **Journal of Travel and Tourism Marketing**. (*Safety and Security in Tourism: Recovery Marketing after Crises*).
- Conchar, M., Zinkhan, G., Peters, C., & Olavarrieta, S. 2004. "An Integrated Framework for the Conceptualization of Consumers' Perceived-Risk Processing." **Academy of Marketing Science Journal**. 32, 4 : 418-437.
- Delerue, H. 2005. "Relational Risk Perception and Alliance Management in French Biotechnology SMEs." **European Business Review**. 17, 6 : 532-547.
- Dolnicar, S. 2007. "'Crises' that Scare Toutists: Investigating Tourists' Travel-Related Concerns." In E. Laws, B. Prideaux & K. Chon (Eds.), **Crisis Management in Tourism** (pp. 98-109). Wallingford, Oxford: CAB International.
- EIU ViewsWire. 2003. "Thailand Industry: Tourism Worries." [Online]. Available : <http://proquest.umi.com/pqdlink?did=664584581&sid=4&Fmt=3&clientId=20806&RQT=309&VName=PQD>. Retrieved April 20, 2005.
- Emblemsvag, J., & Kjolstad, L. 2002. "Strategic Risk Analysis: A Field Version." **Management Decision**. 40, 9 : 842-853.
- Freyer, W., & Schroder, A. 2007. "Tourism and Terrorism: an Analytical Framework with Special Focus on the Media." In E. Laws, B. Prideaux & K. Chon (Eds.), **Crisis Management in Tourism**. (pp. 129-141). Wallingford, Oxford: CAB International.
- Gilford, W. 1979. "Message Characteristics and Perceptions of Uncertainty by Organizational Decision Makers." **Academy of Management Journal**. 22, 3 : 458-481.
- Groth, J. 1992. "Common-Sense Risk Assessment." **Management Decision** 30, 5 : 10-17.
- Gurtner, Y. 2007. "Crisis in Bali: Lessons in Tourism Recovery." In E. Laws, B. Prideaux & K. Chon (Eds.), **Crisis Management in Tourism** (pp. 81-97). Wallingford, Oxford: CAB International.
- Jackson, N., & Carter, P. 1992. "The Perception of Risk." In J. Ansell & F. Wharton (Eds.), **Risk: Analysis, Assessment and Management** (pp. 41-54). New York: John Wiley & Sons.

- Jacoby, J., & Kaplan, L. 1972. **The Components of Perceived Risk**. Paper presented at the Advances in Consumer Research, Chicago.
- Kennedy, V. 1998. "Risk Management in the Irish Tourism Industry: The Contribution of a Portfolio Investment Approach." **Tourism Management**. 19, 2 : 119-126.
- Koumelis, T. 2004. "Focus on Thailand Hotel Industry Continues to Attract Interest." [Online]. Available : http://www.traveldailynews.com/new.asp?newid=18423&subcategory_id=59 Retrieved November 15, 2004.
- Lepp, A., & Gibson, H. 2003. "Tourist Roles, Perceived Risk and International Tourism." **Annals of Tourism Research**. 30, 3 : 606-624.
- March, J., & Shapira, Z. 1987. "Managerial Perspectives on Risk and Risk Taking." **Management Science**. 33, 11 : 1404-1418.
- Merriam-Webster's Dictionary of Law. 2007. "Risk." [Online]. Available : <http://dictionary.reference.com/browse/risk> Retrieved March 10th, 2007.
- MICE Asia. 2007. "Thailand and Diethelm on a Roll." [Online]. Available : <http://www.mice.net.au/AsiaFebruary2007/qanda.html>. Retrieved March 5, 2007.
- Mitchell, V. 1999. "Consumer Perceived Risk: Conceptualisations and Models." **European Journal of Marketing**. 33, 1/2 : 163 - 195.
- Moreira, P. 2007. "Aftermath of Crises and Disasters: Notes for an Impact Assessment Approach." In E. Laws, B. Prideaux & K. Chon (Eds.), **Crisis Management in Tourism** (pp. 51-65). Wallingford, Oxford: CAB International.
- National Identity Board. 2000. **Thailand into the 2000's**. Bangkok : Amarin Printing and Publishing Public Company Limited.
- Nwogugu, M. 2005. "Towards Multi-Factor Models of Decision Making and Risk: A Critique of Prospect Theory and Related Approaches." **The Journal of Risk Finance**. 6, 2 : 150-163.
- Pechlaner, H., Abfalter, D., Raich, F., & Dreyer, A. 2007. "Crisis Management and Tourism Organizations: A Comparative Study in the European Alps." In E. Laws, B. Prideaux & K. Chon (Eds.), **Crisis Management in Tourism** (pp. 157-169). Wallingford, Oxford: CAB International.
- Prideaux, B., & Laws, E. 2007. "Reflections and Further Research Priorities." In E. Laws, B. Prideaux & K. Chon (Eds.), **Crisis Management in Tourism** (pp. 375-388). Wallingford, Oxford: CAB International.

- Rittichainuwat, B., Qu, H., & Brown, T. 2001. "Thailand's International Travel Image: Mostly Favorable." **Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly** 42, 2 : 82.
- Rogers, T. 2003. **Conferences and Conventions: A Global Industry**. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Roselius, T. 1971. "Consumer Rankings of Risk Reduction Methods." **Journal of Marketing**. 35, 1 : 56-62.
- Schubert, R. 2006. "Analyzing and Managing Risks: On the Importance of Gender Differences in Risk Attitudes." **Managerial Finance**. 32, 9 : 706.
- Smith, P., & Merritt, G. 2002. "Managing Consulting Project Risk." **Consulting to Management**. 13, 3 : 7-14.
- Sonmez, S., Apostolopoulos, Y., & Tarlow, P. 1999. "Tourism in Crisis: Managing the Effects of Terrorism." **Journal of Travel Research**. 38, 1 : 13-18.
- Stipanuk, D. 1989. "Teaching Risk Management." **Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly**. 30, 2 : 48-54.
- Stone, R., & Winter, F. 1987. "Risk: Is It Still Uncertainty Times Consequences?." Paper presented at the Winter Educators Conference, Chicago.
- The American Heritage Dictionary of the English Language. 2007. "Uncertainty." 4th. [Online]. Available : <http://dictionary.reference.com/browse/Uncertainty>. Retrieved March 11, 2007.
- The Seoul Times. 2008. "Over 500 Korean Tourists Stranded in Phuket: The Seoul Times."
- Tourism Authority of Thailand. 2004. "MICE Business in Thailand." [Online]. Available : <http://www2.tat.or.th/tat/e-journal/>. Retrieved February 10, 2005.
- Tourism Authority of Thailand. 2007. "Tourist Statistics of Thailand." [Online]. Available : http://www2.tat.or.th/stat/web/static_index.php. Retrieved February 28, 2007.
- Vogt, M., & Wittayakorn, C. 1998. "Determinants of the Demand for Thailand's Exports of Tourism." **Applied Economics**. 30, 6 : 711-715.
- Wharton, F. 1992. "Risk Management: Basic Concepts and General Principles." In J. Ansell & F. Wharton (Eds.), **Risk: Analysis, Assessment and Management**. New York: John Wiley & Sons.
- Yates, F., & Stone, E. 1992. "The Risk Construct." In F. Yates (Ed.), **Risk-Taking Behavior** (pp. 3-23). New York: John Wiley & Sons.

ชุมชนล้นตาใหญ่กับการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ยั่งยืน

อริสา สุขสม

อาจารย์ประจำหมวดวิชาศึกษาทั่วไป คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

บทคัดย่อ

บทความเรื่อง “ชุมชนล้นตาใหญ่กับการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ยั่งยืน” มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอบทบาทของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเริ่มจากการทำความเข้าใจสภาพทางสังคมวัฒนธรรมในชุมชน วิเคราะห์ถึงศักยภาพและข้อจำกัดด้านการพัฒนา ตลอดจนเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน โดยใช้ประชาคมในชุมชนเป็นแกนนำ จากการศึกษาพบว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในชุมชนล้นตาใหญ่ มีการพัฒนาอย่างรวดเร็วในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา โดยใช้ความหลากหลายทางวัฒนธรรมเป็นจุดขายในฐานะทางเลือกใหม่ของกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งนับเป็นการดึงเอาศักยภาพด้านวัฒนธรรมของท้องถิ่นมาใช้ให้เป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในภาพรวม อย่างไรก็ตาม การพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน ต้องเผชิญกับความท้าทายหลายประการ ได้แก่ ช่องว่างจากแนวทางการท่องเที่ยวของภาครัฐ สร้างโอกาสในการเข้าถึงทรัพยากรการท่องเที่ยวของกลุ่มต่าง ๆ ไม่เท่าเทียมกัน ความอ่อนด้อยในการเตรียมความพร้อมของคนในชุมชนต่อการตอบสนองนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวจากการสนับสนุนของภาครัฐ ขณะความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มคนในชุมชนพบเพียงความสัมพันธ์ด้านเศรษฐกิจระหว่างกลุ่มธุรกิจเอกชนกับกลุ่มชุมชนในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวเท่านั้น อีกทั้งความหลากหลายทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ในชุมชน ยังถือเป็นข้อจำกัดในการพัฒนาการท่องเที่ยวในตัวเองด้วย นั่นคือ วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นชุมชนมีความเปราะบางมากขึ้น จากการท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่ ดังนั้นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้ยั่งยืน จึงต้องอาศัยความร่วมมือของกลุ่มคนต่าง ๆ ในชุมชนทั้งภาครัฐ ธุรกิจเอกชน และชาวบ้านในลักษณะ “ประชาคมล้นตาบ้านเรา” ซึ่งเป็นแนวความคิดปลูกฝังความรู้สึกของความเป็นเจ้าของ (sense of belonging) ให้เกิดขึ้นกับประชาชนจากทุกภาคส่วนในเกาะล้นตาใหญ่ และมีบทบาทชัดเจนในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวของเกาะล้นตาใหญ่อย่างเป็นระบบและเท่าเทียมกัน เมื่อชุมชนได้รับการปกป้องดูแลโดยชุมชนเอง มีการพัฒนาอย่างถูกทิศทางเหมาะสม ตลอดจนมีการประสานความร่วมมือระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้อง อย่างเท่าเทียมทุกกลุ่ม ย่อมจะส่งผลดีและก่อให้เกิดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ยั่งยืนตามมาในท้ายที่สุดด้วย

Abstract

The purpose of this article on “Lanta Yai Community and Development of Sustainable Cultural Tourism” is to describe the role of community in developing tourism. The article proceeds as follow; it presents the socio-cultural contexts of the community, then analyzes its potentials and limitations for development of tourism and, finally, proposes an approach to developing sustainable cultural tourism that relies predominantly on community collaboration. Field study revealed that in the past 5 years, the community has seen a remarkable growth in cultural tourism thanks to its especially rich and plural cultures that have wide appeal to tourists looking for alternative experiences from those offered by conventional tourism. This is a good example of how locally available assets like cultural plurality can be used to benefit tourism. However, development of tourism in Lanta Yai community has faced with a number of challenges. For example, the government’s approach to the development of tourism has a significant loophole by leaving different groups with unequal access to tourism resources and community people themselves are far from ready to respond appropriately, thus being able to reap the benefits afforded them by the government’s tourism development policy. Moreover, relationship between groups in community, most notably between community groups and private business groups, is mainly economic and seasonal. Most of all, cultural plurality is both an asset and a liability for tourism development at the same time because growth in tourism has made local cultures and ways of life much more vulnerable through increased exposure. Consequently, a sustainable approach to developing cultural tourism here must have as its integral element collaboration among groups in community – GO, NGO as well as villagers – who perceive themselves as part of “Lanta is Our Home Community”. Central to this collaborative approach is the cultivation of sense of belonging in all sectors in the community and promotion of their active and equal role in driving forward the tourism industry here. Once the entire community gets involved in caring for and protecting the community, making sure it develops in the right direction and there is constant collaboration among all related parties and groups, significant benefits for sustainable cultural tourism in this community shall definitely and readily follow.

บทนำ

“การพัฒนาที่ยั่งยืน” เป็นมโนทัศน์ที่ได้รับความสนใจจากประชาคมนักวิชาการสายสังคมศาสตร์ในปัจจุบันอย่างกว้างขวาง คุณูปการสำคัญของแนวคิดดังกล่าว ปลูกให้คนในสังคมหันมามองวิกฤติปัญหาในด้านต่าง ๆ อันเป็นผลสะท้อนจากการพัฒนาให้ลึกซึ้งมากขึ้น และ เร่งเร้าให้เกิดการระดมความคิดเห็น

ในเชิงวิชาการเพื่อสร้างความเข้าใจ ตลอดจนร่วมกันวางแผนแก้ไขปัญหาลำค่านั้น **“การท่องเที่ยว ”** นับเป็นอีกเรื่องหนึ่งที่ได้รับการนิยมนักศึกษาวิจัย ทั้งในแง่ประเด็นของการพัฒนา ผลกระทบที่เกิดขึ้น และการวางแผนเพื่อสร้างการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยพื้นที่ส่วนใหญ่ มักเป็นพื้นที่อุดมด้วยทรัพยากรที่สามารถ “ขาย” ได้ทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรม

สถานที่ท่องเที่ยวในภาคใต้โดยเฉพาะฝั่งทะเลอันดามัน มักเป็นเป้าหมายลำดับต้น ๆ ของนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบกลิ่นอายของทะเล ธรรมชาติชายฝั่งที่งดงาม และวัฒนธรรมพื้นถิ่นที่มีเสน่ห์เฉพาะตัว ภายหลังเกิดเหตุการณ์สึนามิที่ก่อให้เกิดความเสียหายอย่างรุนแรงในพื้นที่ 6 จังหวัดชายฝั่งมีผู้เสียชีวิตนับหมื่นคน ประชาชนกว่า 6,000 หลังคาเรือนไร้ที่อยู่อาศัย และยังสร้างความเสียหายต่อระบบโครงสร้างพื้นฐานและทรัพยากรธรรมชาติในหลายพื้นที่ การปรับปรุงฟื้นฟูพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์สึนามิได้ดำเนินการอย่างเร่งด่วน โดยเฉพาะในพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อฟื้นฟูระบบเศรษฐกิจของพื้นที่ให้กลับมาคงสภาพเดิม และ **“จังหวัดกระบี่”** ถูกเลือกให้เป็นหนึ่งจากหลายกรณีศึกษาที่มีนักวิจัยจากหลายหน่วยงานลงพื้นที่ เพื่อวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวให้ยั่งยืน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแห่งมลรัฐแคลิฟอร์เนีย วิทยาเขตเบอร์กลีย์ และมูลนิธินโยบายสาธารณะไทย ได้ร่วมมือกันในการปฏิบัติการวางแผนยุทธศาสตร์ เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการของนักวิจัยจากหลายสาขาวิชาร่วมกันคิดและวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของ **“ชุมชนเกาะลันตาใหญ่ จ.กระบี่”** ครอบคลุมประเด็นทั้งทางด้านกายภาพ เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ซึ่งปรากฏผลที่น่าสนใจว่า ภาพรวมการพัฒนาการท่องเที่ยวของเกาะลันตาใหญ่ จะสัมฤทธิ์ผลได้อย่างยั่งยืนนั้น หัวใจหลักสำคัญอยู่ที่ความร่วมมือของ “ชุมชน” ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มคนหลากหลายที่รวมพลังขับเคลื่อน

สำหรับบทความนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอและวิเคราะห์บทบาทของชุมชนลันตาใหญ่ในการขับเคลื่อนให้การท่องเที่ยวในพื้นที่สามารถพัฒนาได้อย่างยั่งยืน เนื้อหาภายในบทความเลือกเน้นไปที่ **“การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม”** เป็นสำคัญ ส่วนวิธีการศึกษาเป็นการสังเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากรายงานการวิจัยเรื่อง “แผนแม่บทเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเกาะลันตาใหญ่ จังหวัดกระบี่ ” และบูรณาการประเด็นดังกล่าวให้เข้ากับกรอบแนวคิดเรื่องการพัฒนาที่ยั่งยืนและการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม จากนั้นเป็นการนำเสนอเรื่องราวการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนลันตาใหญ่ ประเด็นท้าทายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เกิดชุมชน ตลอดจนแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนให้เกิดความอย่างยั่งยืนต่อไป

2. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ยั่งยืน : กรอบคิดที่ “ชุมชน” เป็น “แก่น” นำการพัฒนา

จากแผนปฏิบัติการ 21 หรือ Agenda 21 ที่กำหนดขึ้นจากการประชุมสุดยอดระดับโลกที่ว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา ณ กรุงริโอ เดอ จาเนโร ประเทศบราซิลในปี พ.ศ. 2535 นับเป็นสัญลักษณ์เริ่มต้นของการมุ่งให้แต่ละประเทศหันมาตระหนักเรื่อง การรักษาสิ่งแวดล้อมและสร้างการพัฒนาที่ยั่งยืนให้



เกิดขึ้นในโลก โดยเน้นให้มีการพัฒนาเศรษฐกิจที่รับผิดชอบต่อสังคม ขณะเดียวกันก็ให้การคุ้มครองฐานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อผลประโยชน์ของคนรุ่นต่อไปด้วย ดังนั้นการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ เพื่อผลประโยชน์ของคนรุ่นปัจจุบัน จึงต้องเป็นการใช้ในเชิงอนุรักษ์ ไม่สิ้นเปลือง และต้องมีพัฒนาการเพิ่มศักยภาพ เพื่อให้คนรุ่นหลังได้ใช้ประโยชน์อย่างต่อเนื่อง¹

จากแนวคิดเบื้องต้น ได้ส่งผลโดยตรงต่อแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของโลก ปัจจุบัน กล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวกลายเป็นตลาดอุตสาหกรรมการจ้างงานที่เติบโต และเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสำคัญที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ แต่แนวทางการพัฒนาที่ผ่านมา มักเป็นการท่องเที่ยวแบบประเพณีนิยม (conventional tourism) ที่เน้นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่เป็นหลัก² โดยไม่คำนึงผลกระทบต่อความสามารถในการรองรับของพื้นที่ (carrying capacity) จนนำไปสู่ความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ตามมา กระทั่งมีการเรียกร้องให้จัดการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ขึ้น (alternative tourism) ซึ่งตั้งอยู่บนพื้นฐานแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (sustainable tourism) อันหมายรวมถึงการท่องเที่ยวที่มีการจัดการที่ดี เพื่อดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยว กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ดังเช่นกลุ่มธุรกิจได้ผลกำไรอย่างเป็นธรรม ขณะที่ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมได้รับผลประโยชน์ที่เหมาะสม มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมเยือนสม่ำเสมอ แต่มีผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุดหรือไม่มีเลยอย่าง ยั่งยืน

ด้วยเหตุนี้ ตลอดช่วง 10 ปีที่ผ่านมา แนวโน้มการท่องเที่ยวจึงเริ่มมีความหลากหลาย และมีการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบ หรืออุดมการณ์ที่เน้นการอนุรักษ์ (conservation tourism) โดยเฉพาะ “มิติทางวัฒนธรรม” เริ่มได้รับความสนใจจากกลุ่มนักท่องเที่ยวมากขึ้น หมายถึงเป็นการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญต่อการเรียนรู้ทางวัฒนธรรม การฝึกฝน และประสบการณ์ที่จะได้รับจากการท่องเที่ยวนั่นเอง ดังนั้น **“การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม”** (cultural tourism) จึงเป็นทางเลือกใหม่ สำหรับนักท่องเที่ยวซึ่งออกเดินทางเพื่อแสวงหาประสบการณ์ ค้นหาความหมาย เชิงลึกข้ามวัฒนธรรมและรากเหง้าผ่านการเยี่ยมชมพื้นที่ทางประวัติศาสตร์ สิ่งก่อสร้าง จารีต ต่าง ๆ เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตผู้คน ทั้งรูปแบบการดำเนินชีวิต มรดก และศิลปะ รวมถึงการค้นหาประสบการณ์ทางธรรมชาติ ตลอดจนสร้างความรู้สึกร่วมเป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่ประวัติศาสตร์เหล่านั้น³

การเคารพและให้คุณค่าแก่ “ชุมชน” ซึ่งเป็นเจ้าของทรัพยากรในพื้นที่ นับเป็นหัวใจสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การพัฒนาให้เกิดความยั่งยืน จึงต้องเป็นการวางแผนที่จะให้ชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วม หรือเรียกว่า **“การท่องเที่ยวโดยชุมชน”** (community - based tourism) ซึ่งชุมชนสามารถมีทางเลือกกำหนดทิศทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ บนฐานความคิดที่ว่า ชาวบ้านทุกคนเป็นเจ้าของทรัพยากร ขณะเดียวกันการ

¹ เก็บความจาก โครงการจัดการประชุมสัมมนาเรื่อง “มองให้ไกล ไปให้ถึง : การพัฒนาที่ยั่งยืน” ครั้งที่ 1 (กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2548), หน้า 4 -5

² บุญเลิศ จิตต์ตั้งวัฒนา, การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, (กรุงเทพมหานคร: ศูนย์วิชาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2548), หน้า 2

³ Craik, Jennifer, “The Culture of Tourism,” In *Touring Culture: Transformation of Travel and Theory*, Rojek and Urry (eds.). (London: Routledge, 1997), pp. 113-136.

พัฒนาศักยภาพ ต้องดึงให้ชุมชนได้เข้ามาดำเนินงานตั้งแต่การตัดสินใจ การวางแผนดำเนินงาน การสรุปบทเรียน โดยเน้นให้เกิดความยั่งยืนสู่คนรุ่นลูกหลาน คำนึงถึงความสามารถในการรองรับด้านการท่องเที่ยวของพื้นที่ และท้องถิ่นได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวมากที่สุดด้วย⁴

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จึงเป็นแนวความคิดที่สำคัญในการดึงเอาศักยภาพด้านวัฒนธรรมของชุมชนมาเป็นจุดขายสำหรับการท่องเที่ยว ควบคู่ไปกับแนวความคิดในการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนให้คงอยู่กับลูกหลานต่อไป การกำหนดแนวทางสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนโดยชุมชน จึงต้องอาศัยความรอบคอบและต้องเป็นแผนระยะยาว (long-term planning) เพื่อให้เกิดความยั่งยืนดังคำนิยามที่ว่า

“กระบวนการวางแผนจะต้องคำนึงถึงการอนุรักษ์ การเพิ่มคุณค่าและดำรงรักษาไว้ซึ่งมรดกทางวัฒนธรรม โดยผ่านการพิจารณาและออกแบบการวางแผนอย่างรอบคอบ เพื่อปกป้องวัฒนธรรมสำหรับปัจจุบันและเพื่ออนาคตของคนรุ่นต่อไป”⁵

สำหรับพื้นที่ชุมชนลันตาใหญ่มีเรื่องราวทางสังคมวัฒนธรรมมากมายนับตั้งแต่อดีต และกลายเป็นทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่า ดึงดูดคนจากทั่วโลกให้มาเยือนพื้นที่ ปัจจุบันชุมชนได้มีการเปลี่ยนแปลงสภาพดังกล่าวไปบ้างตามกาลสมัยกล่าวได้ว่า การตั้งถิ่นฐานของผู้นในเกาะลันตาใหญ่มีมาเป็นเวลานาน โดยเกาะลันตาใหญ่ ได้ตั้งอยู่ทางทิศใต้ของจังหวัดกระบี่ห่างจากตัวจังหวัดประมาณ 85 กิโลเมตร มีพื้นที่ 472 ตารางกิโลเมตร พื้นที่ป่า 120 ,000 ไร่ พื้นที่เกษตรกรรม 80 ,000 ไร่ มีอาณาเขตครอบคลุมพื้นที่ 2 ตำบล 1 เทศบาล ได้แก่ ตำบลศาลาด่าน ตำบลเกาะลันตาใหญ่ และเทศบาลตำบลเกาะลันตาใหญ่ โดยพื้นที่ 134 ตารางกิโลเมตร เป็นเขตอุทยานแห่งชาติซึ่งเป็นพื้นที่ร้อยละ 28 ของพื้นที่เกาะลันตาใหญ่⁶

ในอดีต ชาวประมงที่ร่อนเร่หาปลาแถบชายฝั่งทะเล เข้ามาตั้งรกรากบนเกาะลันตาใหญ่ฝั่งตะวันออก เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่ปลอดภัยต่อลมมรสุมและเป็นแหล่งสัตว์น้ำที่ชุกชุม จนกระทั่งปี พ.ศ. 2444 รัฐบาลยกระดับพื้นที่หมู่เกาะลันตาเป็นอำเภอเกาะลันตา โดยที่ว่าการอำเภอเดิม ตั้งอยู่ที่หมู่ 2 บ้านศรีรายาในเกาะลันตาใหญ่ แต่ปัจจุบันศูนย์ราชการต่าง ๆ ของอำเภอเกาะลันตาถูกย้ายไปอยู่ที่เกาะลันตาน้อย เนื่องจากมีความสะดวกในการคมนาคมมากกว่า

⁴ สันติ์ สโรบล.(บ.ก.), การท่องเที่ยวโดยชุมชน, (เชียงใหม่ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2546), หน้า12

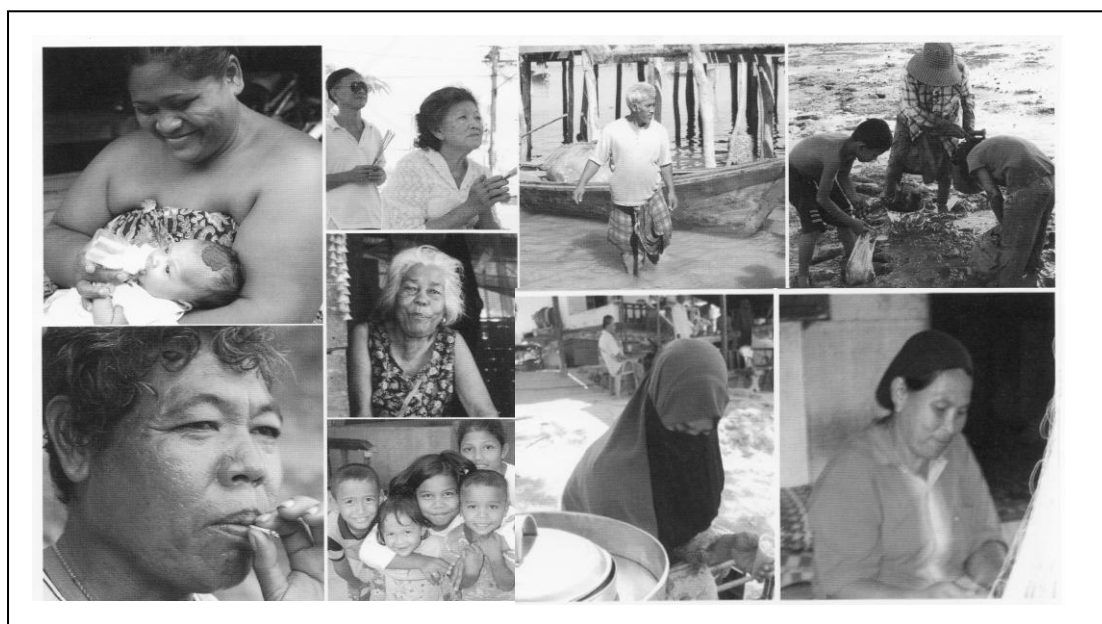
⁵ Pisit Charoenwongsa, “Heritage Resource Management in Tourism,” In *Tourism and Cultural Heritage in Southeast Asia*, Bradford and Lee (eds.), (Bangkok: SEAMEO-SPAFA, 2004), pp. 41-53.

⁶ สถาบันพัฒนาภาคและเมือง ภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง มหาวิทยาลัยแห่งรัฐแคลิฟอร์เนีย วิทยาเขตเบอร์กลีย์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์ สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, *แผนแม่บทเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเกาะลันตาใหญ่ จังหวัดกระบี่*, (กรุงเทพมหานคร : คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550), หน้า 23

จากการสำรวจภาคสนามและการสัมภาษณ์กลุ่มชุมชนต่าง ๆ พบว่าวิถีชีวิต ประเพณี และวัฒนธรรมของประชาชนในเกาะลันตาใหญ่ ยังมีความแตกต่างกันตามความเชื่อ หลักปฏิบัติและความศรัทธาของแต่ละชาติพันธุ์ด้วย ดังเห็นจากชุมชนประกอบไปด้วยประชากรจาก 4 ชาติพันธุ์คือ ชาวไทยพุทธ ชาวไทยมุสลิม ชาวไทยเชื้อสายจีน และชาวไทยใหม่ การที่บนเกาะประกอบไปด้วยชุมชนที่มีความหลากหลายทางด้านวัฒนธรรมนี้ ถือเป็นแหล่งเรียนรู้ของการอยู่ร่วมกันบนความแตกต่าง และเป็นความโดดเด่นอย่างหนึ่งของเกาะ ที่นักท่องเที่ยวสามารถมา ชื่นชม

ด้วยเหตุที่เกาะลันตาใหญ่มีความหลากหลายของชาติพันธุ์ ทำให้เกาะลันตาใหญ่ได้รับการยกย่องในฐานะ “แหล่งมรดกทางวัฒนธรรม” (cultural heritage) ที่อุดมด้วยคุณค่าทั้งด้านประวัติศาสตร์และสังคม วัฒนธรรม อันประกอบไปด้วยมรดกที่สามารถจับต้องได้ (tangible) เช่น พิพิธภัณฑสถานประวัติศาสตร์ท้องถิ่น รวมถึงมรดกที่เป็นนามธรรม (intangible) เช่น วิถีชีวิตของชาวเล การพิจารณา มรดกทางวัฒนธรรม (heritage tourism) ในบริบทของการท่องเที่ยวนี้ ได้ทำให้คำว่ามรดก ไม่ได้หมายถึงแค่เรื่องภูมิทัศน์ ประวัติศาสตร์สิ่งประดิษฐ์จากฝีมือคนในชุมชนเท่านั้น แต่สิ่งเหล่านี้ถูกเสริมให้มีคุณค่าเชิงการค้าด้วย จึงกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมโดยเฉพาะกลุ่มชาติพันธุ์ ได้กลายเป็นธุรกิจส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนปัจจุบัน⁷

อย่างไรก็ดี สิ่งสำคัญประการหนึ่งที่ควรตระหนักนั้นคือ การที่ชุมชนลันตาใหญ่มีประชากรชาวไทยมุสลิมมากถึงร้อยละ 90 ดังนั้นการพัฒนาการท่องเที่ยวใด ๆ ในเกาะ จำเป็นต้องเคารพในหลักปฏิบัติทางศาสนาที่เคร่งครัดของชาวมุสลิมด้วย อีกทั้งการรณรงค์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ต้องระมัดระวังมิให้เป็นการส่งเสริมเพียงกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเท่านั้น



⁷ Prentice, Richard, "Heritage: A Key Sector in The "New" Tourism." In Heritage, Museums and Galleries : An Introduction Reader, Corsane.(ed.). (London: Routledge, 2005), pp. 243-254

ภาพที่ 1 ความหลากหลายของกลุ่มชาติพันธุ์ในเกาะลันตาใหญ่

(ที่มา : แผนแม่บทเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเกาะลันตาใหญ่ จ.กระบี่ หน้า 94)

3. เรื่องเล่าของชุมชนลันตาใหญ่ผ่านมุมมองการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

สภาพการท่องเที่ยวในชุมชนลันตาใหญ่ในระยะเวลา 15 ปีที่ผ่านมา ประชาชนส่วนหนึ่ง ได้เริ่มเข้ามาสู่ภาคธุรกิจการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ภายในช่วงสามปี อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวบนเกาะลันตาใหญ่ได้เติบโตอย่างรวดเร็ว ทำให้ประชาชนต้องปรับตัวเพื่อให้เข้ากับสภาวะการตลาดและธุรกิจการค้าที่ขยายตัว มีการเปลี่ยนจากอาชีพดั้งเดิม คือ อาชีพเกษตรกรรมและการประมงมารับจ้างในธุรกิจการท่องเที่ยว ปัจจุบันประชาชนในท้องถิ่นได้เข้ามาทำงานในภาคธุรกิจการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น อาทิ ทำงานในโรงแรมขนาดใหญ่ โดยส่วนใหญ่ทำงานเพียง 6 เดือน คือ ในช่วงฤดูท่องเที่ยว (พฤศจิกายน-เมษายน) เนื่องจากเจ้าของกิจการโรงแรม รีสอร์ท และกิจการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ไม่ต้องการแบกรับต้นทุนค่าแรงในช่วงที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาน้อย จึงปิดโรงแรมหรือ รีสอร์ทในช่วงนอกฤดูท่องเที่ยว (พฤษภาคม - ตุลาคม) และลูกจ้างส่วนใหญ่ ก็ยอมรับเงื่อนไขสภาพการทำงานแบบนี้ เนื่องจากมีงานรองรับในช่วงนอกฤดูท่องเที่ยว เช่น งานในภาคเกษตรกรรม เป็นต้น

ชุมชนลันตาใหญ่ นับว่าเป็นพื้นที่ที่พร้อมด้วยแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ทั้งชายหาด อ่าว น้ำตก บริเวณต่าง ๆ ทั้งภายในเกาะและรอบตัวเกาะ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยเฉพาะความหลากหลายของกลุ่มชาติพันธุ์บนเกาะลันตาใหญ่ ที่ทำให้เกิดวัฒนธรรมเฉพาะกลุ่มที่มีความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ที่น่าสนใจ นับเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่แสดงถึงความเชื่อและความเป็นอยู่ของผู้คนบนเกาะ ซึ่งแต่ละชาติพันธุ์ก็มีวิถีชีวิต ประเพณี และวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน เป็นต้นว่า ชาวเลหรือชาวไทยใหม่ มีวิถีชีวิตที่เรียบง่าย ประกอบอาชีพประมงพื้นบ้านเป็นหลัก มีภาษาพูดเป็นของตนเอง และมีประเพณีที่สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตของชาวไทยใหม่ที่ผูกพันกับท้องทะเล ได้แก่ “พิธีลอยเรือ” ซึ่งจัดขึ้นปีละ 2 ครั้ง เป็นประจำทุกปี ปีละ 2 ครั้ง คือ ขึ้น 15 ค่ำเดือน 6 และ ขึ้น 15 ค่ำเดือน 11 โดยชาวบ้านมีความเชื่อว่า พิธีลอยเรือจะช่วยสะเดาะเคราะห์และก่อให้เกิดความสงบสุขขึ้นในหมู่บ้าน เป็นการแสดงความเคารพนับถือต่อบรรพบุรุษและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่สิงสถิตอยู่ในป่าเขาและท้องทะเล

ขณะที่ชาวไทยเชื้อสายจีน จะมีวิถีชีวิตผูกพันอยู่กับการค้าขายและความเชื่อเรื่องเทพเจ้า โดยมีการจัดงานฉลอง “เทศกาลตรุษจีน” ในวันแรม 15 ค่ำเดือน 2 ของทุกปี ที่โรงเรียนบ้านศาลาด่านซึ่งมีการแสดงและการละเล่นพื้นเมือง รวมถึงการออกร้าน และนิทรรศการต่าง ๆ

ส่วนชาวไทยมุสลิม จะมีวิถีชีวิตผูกพันกับหลักคำสอนของศาสนาอิสลามที่ยึดถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัด ประกอบอาชีพประมงชายฝั่งเป็นอาชีพหลัก ทำสวนยางพาราและสวนปาล์มน้ำมันเป็นอาชีพรอง ใช้ภาษาอาหรับและภาษาไทยเป็นภาษาพูด ชาวไทยพุทธมีวิถีชีวิตผูกพันกับเกษตรกรรมและการทำการค้า เช่นเดียวกับชาวไทยเชื้อสายจีน มีประเพณีและวิถีชีวิตที่ผูกพันกับพระพุทธศาสนา เช่น การทำบุญ ฟังเทศน์ ฟังธรรม ในวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา ประเพณีสงกรานต์ เป็นต้น และด้วยความหลากหลายทางวัฒนธรรมนี้เอง ที่ก่อให้เกิดเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่โดดเด่น และทรงคุณค่าอันเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยว

ให้เข้ามาศึกษาและเรียนรู้วิถีชีวิตพื้นถิ่น เป็นทางเลือกใหม่ให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของเกาะลันตาใหญ่

กิจกรรมที่ถือเป็นจุดเด่น และถูกนำมาสร้างเป็นอัตลักษณ์อย่างหนึ่งของชุมชน นั่นคือ **“เทศกาลลานตาลันตา”** ซึ่งจัดในช่วงต้นเดือนมีนาคมของทุกปี เป็นเทศกาลที่จัดขึ้นเพื่อส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว ย้อนให้เห็นถึงประวัติศาสตร์อันยาวนานของเกาะลันตาใหญ่ นอกจากนี้ ยังมีการละเล่นพื้นบ้านที่สะท้อนให้เห็นถึงความรุ่งเรืองทางวัฒนธรรมของชาวเกาะลันตาใหญ่ เช่น **“การแสดงศิลปะพื้นบ้านรองเง็ง”** เป็นต้น



ภาพที่ 2 “รองเง็ง” การแสดงพื้นบ้านของชาวลันตา

(ที่มา : แผนแม่บทเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเกาะลันตาใหญ่ จ.กระบี่ หน้า 90)

4. ประเด็นท้าทายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนลันตาใหญ่

การพัฒนาการท่องเที่ยวในเกาะลันตาใหญ่ โดยใช้ความหลากหลายทางวัฒนธรรมให้เป็นจุดขายในฐานะทางเลือกใหม่ของกิจกรรมการท่องเที่ยว นับเป็นการดึงเอาศักยภาพด้านวัฒนธรรมของท้องถิ่นมาใช้ให้เป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในภาพรวม และเป็นการเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงผลประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่นอีกทางหนึ่ง

อย่างไรก็ตามการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้มีความยั่งยืน มีความจำเป็น อย่างยิ่งที่จะต้องคำนึงถึงข้อจำกัดของวิถีชีวิต ประเพณี และวัฒนธรรมของท้องถิ่นด้วยเช่นกัน เพราะการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อาจเป็นเหมือนดาบสองคมที่ย้อนกลับมาทำลายมรดกทางวัฒนธรรมอันทรงคุณค่าของเกาะลันตาใหญ่ จนยากจะรื้อฟื้นให้กลับมาเป็นเหมือนเดิม

ข้อค้นพบทางด้านสังคม วัฒนธรรม จากการสำรวจภาคสนาม การสัมภาษณ์กลุ่มชุมชนและนักท่องเที่ยว รวมถึงการค้นคว้าหลักฐานทางประวัติศาสตร์โบราณคดี ทำให้ทราบว่า อัตลักษณ์ด้านสังคม วัฒนธรรมทั้งดงามและทรงคุณค่าของกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ บนเกาะลันตาใหญ่ คือ ศักยภาพที่สำคัญในการ

ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวบนเกาะลันตาใหญ่ ในขณะที่เดียวกัน ก็มีข้อจำกัดที่เกิดจากอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมเหล่านั้นที่จะต้องพิจารณาอย่างรอบคอบด้วย โดยสามารถแยกประเด็นออกเป็น

4.1 บทบาทรัฐ : การพัฒนาและสร้างความพร้อมด้านการรองรับการท่องเที่ยวของชุมชน

หลังจากเกิดเหตุการณ์สึนามิซึ่งส่งผลกระทบต่อพื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามันถึง 6 จังหวัดด้วยกัน เหตุการณ์ในครั้งนั้น ส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งแถบชายฝั่งทะเลอันดามัน ได้รับความเสียหาย และจะต้องใช้เวลานานเพื่อฟื้นฟูให้กลับมาเป็นเหมือนเดิม จังหวัดกระบี่จึงมีนโยบายที่จะพัฒนาเกาะลันตาใหญ่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลกแทนที่เกาะพีพี ด้วยเหตุนี้ แนวนโยบายจากภาครัฐ จึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาเพื่อรองรับการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น จากช่วง 5-6 ปีที่ผ่านมาหน่วยงานราชการทั้งระดับภูมิภาคและระดับท้องถิ่น เริ่มให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยลำดับ เห็นได้จากแนวนโยบายต่าง ๆ ล้วนแล้วแต่มุ่งเน้นที่จะรองรับการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแทบทั้งสิ้น

ในทางตรงข้าม ปัจจัยเหล่านี้ก็ยิ่งทำให้ **“ช่องว่าง” (gap)** ในการเข้าถึงแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวระหว่างภาครัฐกิจการท่องเที่ยวกับภาคชุมชนมีมากขึ้นตามมา หรืออีกนัยหนึ่ง **“แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของภาครัฐ”** ได้สร้างโอกาสในการเข้าถึงทรัพยากรการท่องเที่ยวของกลุ่มต่าง ๆ ไม่เท่าเทียมกัน ตัวอย่างเช่น การสร้างจุดชมวิวนาคใหญ่บริเวณบ้านคลองหินซึ่งเป็นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่ที่ต้องใช้เงินลงทุนสูงมาก แต่กลับเอื้อประโยชน์ให้กับภาครัฐกิจเอกชน

ปัญหาที่สำคัญซึ่งทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวตอบสนองความต้องการของคนเพียงบางกลุ่ม นั่นคือ ขาดการประสานงานและรับฟังความคิดเห็นของประชาชนในการวางแผนพัฒนา ทำให้ประชาชนไม่มีโอกาสในการเสนอแนะหรือแสดงความคิดเห็นต่อหน่วยงานราชการ ซึ่งส่งผลให้แนวนโยบายของภาครัฐไม่ตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของคนในชุมชน เมื่อพิจารณาเฉพาะกลุ่มชุมชน จะเห็นได้ว่าชุมชนที่มีพื้นฐานทางสังคมต่างกัน ก็มีโอกาที่จะเข้าถึงประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวอันเป็นผลจากแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของรัฐที่แตกต่างกันด้วย กล่าวคือ กลุ่มที่ได้รับผลประโยชน์จากนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐมากที่สุด คือ ภาครัฐกิจเอกชน กลุ่มชาวไทยพุทธ และชาวไทยเชื้อสายจีน ซึ่งส่วนใหญ่ประกอบอาชีพค้าขายและเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ในขณะที่กลุ่มชาวไทยมุสลิมและชาวไทยใหม่ซึ่งเป็นประชากรส่วนใหญ่ของเกาะลันตาใหญ่กลับไม่สามารถเข้าถึงผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวได้เท่าที่ควร

ประเด็นต่อมา คือ เรื่อง **“การเตรียมความพร้อมของคนในชุมชน”** ต่อการตอบสนองนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยว จากการสนับสนุนของภาครัฐยังถือว่ามีน้อย เป็นต้นว่า การสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนเพื่อให้มีอำนาจต่อรองในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น การฝึกอบรมเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวขนาดกลางและขนาดเล็ก (SME) การสนับสนุนการกู้ยืมเงินเพื่อลงทุนในการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวโดยชุมชน การฝึกอบรมด้านภาษาต่างประเทศเพื่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยว การฝึกอบรมแนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นต้น จากการสำรวจพบว่า ชุมชนหลายแห่งในเกาะลันตาใหญ่ เช่น ชุมชนบ้านทุ่งหยีเพ็ง ชุมชนบ้านศรีรายา เริ่มจะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชนของ

ตนเอง เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงผลประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวมากขึ้น แต่ยังคงขาดการเตรียมความพร้อมของชุมชน โดยเฉพาะทักษะทางภาษาและเงินทุน จึงทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร

4.2 ข้อจำกัดชุมชน : สถานะความสัมพันธ์ทางสังคมและความเปราะบางทางวัฒนธรรม

ประเด็นนี้มีความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนล้นตามาก เนื่องจากพื้นฐานของความสัมพันธ์ระหว่างคนกลุ่มต่าง ๆ ในชุมชนจะส่งผลต่อการพัฒนาพื้นที่โดยตรง การวิจัยแบ่งคนในเกาะลันตาใหญ่ออกเป็น 3 กลุ่มด้วยกัน ได้แก่ กลุ่มข้าราชการ คือ เจ้าหน้าที่ที่เป็นข้าราชการ ไม่ว่าจะเป็นข้าราชการพลเรือนหรือข้าราชการส่วนท้องถิ่น ซึ่งมีหน้าที่ในการวางแผนพัฒนาและการบริหารจัดการเป็นหลัก ทั้งระดับภูมิภาคและระดับท้องถิ่น กลุ่มธุรกิจเอกชน คือ กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นโรงแรม รีสอร์ท ภัตตาคาร ร้านอาหารของที่ระลึก บริษัทนำเที่ยว เป็นต้น และ กลุ่มชุมชน คือ ประชาชนที่อาศัยในท้องถิ่นและอาจมีการรวมกลุ่มกัน เพื่อผลิตสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

จากการวิเคราะห์พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มทั้ง 3 กลุ่ม ในด้านสังคมมีน้อยมาก จะพบเพียงความสัมพันธ์ด้านเศรษฐกิจระหว่างกลุ่มธุรกิจเอกชนกับกลุ่มชุมชนในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวเท่านั้น ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ส่งผลให้เกิดอุปสรรคในการรวมตัวทางสังคมของทั้ง 3 กลุ่ม เพื่อร่วมมือกันในการกำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของเกาะลันตาใหญ่ในอนาคต และเมื่อพิจารณาการรวมกลุ่มกันในแต่ละภาคส่วนพบว่า การรวมกลุ่มแทบทั้งหมด เป็นการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ ขณะที่ไม่มีเพียงกลุ่มอาสาสมัครหมู่บ้านเท่านั้น ที่เป็นการรวมกลุ่มทางสังคม

ข้อจำกัดด้านความเปราะบางทางวัฒนธรรม เป็นอีกหนึ่งความท้าทายสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน กล่าวได้ว่า วิถีชีวิต ประเพณี และวัฒนธรรมที่หลากหลายของกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ ในเกาะลันตาใหญ่ ล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งที่สืบทอดกันมาจากรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง ไม่ใช่สิ่งที่เกิดเพียงชั่วข้ามคืน แต่เกิดจากการสั่งสอน อบรม การถ่ายทอดภูมิปัญญา การประพฤติปฏิบัติตนเป็นแบบอย่าง เพื่อให้รุ่นลูกหลานได้เข้าใจในรากฐานแห่งวิถีชีวิต ประเพณีและวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์ของตนเองอย่างลึกซึ้ง แต่การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในยุคโลกาภิวัตน์ และการรับเอาวัฒนธรรมตะวันตกเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิต ทำให้เยาวชนในเกาะลันตาใหญ่หลงลืมรากฐานแห่งวัฒนธรรมของตน และไม่ให้ความสำคัญกับการสืบทอดวัฒนธรรมเหล่านั้น เพื่อส่งต่อไปให้คนรุ่นต่อไป ส่งผลให้ศิลปวัฒนธรรมบางอย่างเริ่มซบเซาลงและใกล้จะสูญหายไปตามกาลเวลา เช่น การแสดงพื้นบ้านร้องเงี้ยวของชาวไทยใหม่ บ้านสังกาอู๋ ซึ่งปัจจุบันเหลือผู้แสดงเพียงไม่กี่คนซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นผู้สูงอายุทั้งสิ้น เนื่องจากเยาวชนรุ่นหลังไม่ให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ภาษาฮี อันเป็นภาษาหลักในการแสดงร้องเงี้ยว ด้วยเหตุนี้ อีกไม่นานการแสดงร้องเงี้ยว อันเป็นการแสดงที่สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิต อาชีพ ประวัติศาสตร์ความเป็นมาและความละเอียดอ่อนทางจิตใจของชาวไทยใหม่ อาจจะต้องสูญสลายไปพร้อมกับลมหายใจสุดท้ายของบรรพบุรุษ

แม้การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยภาครัฐ ทำให้เกิดความหวังในการสืบทอดวัฒนธรรมท้องถิ่น เมื่อนักท่องเที่ยวให้ความสนใจต่อวิถีชีวิต ประเพณี และวัฒนธรรมของท้องถิ่นมากขึ้น แต่อย่างไรก็ดี การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของรัฐ กลับเป็นการดำเนินการที่ขาดความเข้าใจในรากฐานของวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างลึกซึ้ง ทำให้เกิดผลกระทบและข้อขัดแย้งขึ้นในหลายชุมชนบนเกาะลันตาใหญ่ นอกจากนี้ ความหลากหลายทางวัฒนธรรมในเกาะลันตาใหญ่ ซึ่งถือเป็นอัตลักษณ์ที่สำคัญ ที่สามารถนำมาใช้เป็นศักยภาพของพื้นที่ในการพัฒนาการท่องเที่ยว ในทางตรงกันข้าม ความหลากหลายทางวัฒนธรรม ก็เป็นข้อจำกัดในการพัฒนาการท่องเที่ยว นั่นคือ ความเปราะบางของวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยเฉพาะวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชาวไทยใหม่และชาวไทยมุสลิม ในอดีตชาวไทยใหม่หรือชาวเลเป็นชาวบ้านที่รักสงบประกอบอาชีพประมงเพื่อเลี้ยงชีพ เป็นชุมชนที่ค่อนข้างปิดตัวเองจากโลกภายนอก และมีวิถีชีวิต ประเพณี และวัฒนธรรมที่ละเอียดอ่อน จนกระทั่งภายหลังเกิดเหตุการณ์คลื่นยักษ์สึนามิซึ่งก่อให้เกิดความเสียหายต่อบ้านเรือนของชาวไทยใหม่ บริเวณบ้านสังกาอู๋ หน่วยงานราชการทั้งระดับภูมิภาคและระดับท้องถิ่น รวมถึงมูลนิธิเอกชนหลายกลุ่ม ได้เข้าไปช่วยเหลือและฟื้นฟูชุมชนบ้านสังกาอู๋ และค้นพบมรดกทางวัฒนธรรมที่ซุกซ่อนอยู่ในชุมชนที่เงียบสงบแห่งนี้ และส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมขึ้นในชุมชน จากชุมชนที่รักสงบกลับกลายเป็นชุมชนที่เปิดรับนักท่องเที่ยวในฐานะแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ แม้ว่าการท่องเที่ยว จะช่วยสร้างโอกาสให้กับชาวบ้านในการเข้าถึงบริการจากรัฐและผลประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวมากขึ้น แต่การได้มาซึ่งสิ่งเหล่านี้ กลับต้องแลกด้วยการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่ยึดถือกันมาช้านาน ซึ่งนับเป็นการสูญเสียที่มีอาจประเมินค่าได้

กลุ่มชาวไทยมุสลิมเป็นกลุ่มคนส่วนใหญ่ของเกาะลันตาใหญ่ ซึ่งมีวิถีชีวิตที่ผูกพันกับหลักศาสนาอิสลามอย่างเคร่งครัด ไม่ว่าจะเป็น การละหมาด การถือศีลอด การแสดงความเคารพต่อพระผู้เป็นเจ้า หรือแม้แต่การแต่งกาย ในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมา เมื่อมีการพัฒนาการท่องเที่ยวเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในเกาะลันตาใหญ่ จึงมีความต้องการแรงงานในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมากขึ้น ชาวไทยมุสลิมส่วนหนึ่งเปลี่ยนอาชีพจากชาวประมงและชาวสวน ไปเป็นแรงงานในสถานประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว ทำให้วิถีชีวิตที่เคยผูกพันกับหลักศาสนาอิสลามอย่างเคร่งครัดต้องเปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากภาระหน้าที่รับผิดชอบไม่เอื้ออำนวยให้ปฏิบัติตามหลักศาสนา ตัวอย่างเช่น สถานประกอบการบางแห่งไม่อนุญาตให้แรงงานชาวไทยมุสลิมละหมาดครบตามเวลาที่กำหนดไว้ เนื่องจากจะทำให้เสียเวลาทำงาน รวมถึงการไม่อนุญาตให้แรงงานชาวไทยมุสลิม ซึ่งมีหน้าที่เป็นพนักงานต้อนรับสวมผ้าคลุมศีรษะ (ฮิญาบ) ในขณะทำงาน

นอกจากนั้นในสถานประกอบการบางแห่ง ได้จัดให้แรงงานชาวไทยมุสลิมเข้าไปทำงานที่เกี่ยวข้องกับเครื่องมือที่มีแอลกอฮอล์ เช่น พนักงานเสิร์ฟ บาร์เทนเดอร์ เป็นต้น ซึ่งเป็นการกระทำที่ผิดต่อหลักการของศาสนาอิสลามอย่างรุนแรง แสดงให้เห็นถึงผลกระทบจากการพัฒนาการท่องเที่ยวต่อวิถีชีวิตของแรงงานชาวไทยมุสลิมในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

การพัฒนาการท่องเที่ยว ยังส่งผลให้เกิดความขัดแย้งระหว่างภาคชุมชนกับภาครัฐกิจการท่องเที่ยวอีกด้วย โดยเฉพาะชุมชนที่ตั้งอยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยว เช่น ชุมชนบ้านคลองหินซึ่งตั้งอยู่ใกล้กับหาดคลอง

หินและหาดบกกันเดียว ได้รับผลกระทบโดยตรงจากสถานประกอบการประเภทโรงแรมและรีสอร์ทจำนวนมากที่ตั้งอยู่ริมชายหาด เนื่องจากสถานประกอบการเหล่านั้น ส่งเสียงดังรบกวน มีการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กันอย่างเปิดเผย รวมถึงนักท่องเที่ยวที่แต่งกายไม่เหมาะสม และไม่ให้ความเคารพต่อวิถีชีวิต ความเชื่อ ความศรัทธา และวัฒนธรรมของท้องถิ่น ทำให้ชุมชนไม่พอใจและต่อต้านการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งนับวันความขัดแย้งของภาคชุมชนและภาครัฐกิจเอกชนที่เกี่ยวกับความเปราะบางของวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น ก็จะทวีความรุนแรงมากขึ้นในชุมชนชาวไทยมุสลิมหลาย ๆ แห่ง

5. ชุมชนล้นตาใหญ่กับการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ยั่งยืน

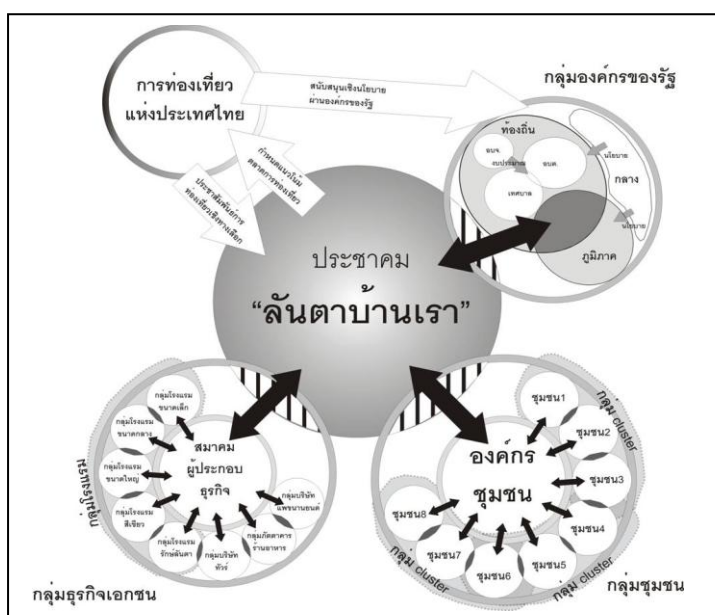
ในวาระที่ไทยจัดทำข้อเสนอของประเทศสำหรับการประชุมสุดยอดของโลก ว่าด้วยการพัฒนาที่ยั่งยืน ณ นครโจฮันเนสเบิร์ก ประเทศแอฟริกาใต้ ในปีพ.ศ. 2545 ได้มีการกล่าวถึงนิยามการพัฒนาที่ยั่งยืนของไทยซึ่งตั้งอยู่บนพื้นฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง โดยมุ่งเน้นการพัฒนาที่มีดุลยภาพระหว่างมิติทางเศรษฐกิจ สังคม ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมอย่างเกื้อกูลกัน ทั้งนี้มีเครื่องมือในการขับเคลื่อนหลัก คือ การมีส่วนร่วมของประชาชนในทุกภาคส่วนของสังคม โดยเฉพาะบทบาทของชุมชนซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความผูกพันกับพื้นที่อย่างยาวนาน ดังนั้น การนำมิติ “ชุมชน” มาร่วมวางแผนเพื่อการพัฒนาพื้นที่ จึงไม่ใช่เรื่องที่ห่างไกลกัน หากแต่มีความใกล้ชิดและส่งผลให้เกิดความยั่งยืนในทางปฏิบัติได้ชัดเจน

อย่างไรก็ดี เรื่องราวของชุมชนในแต่ละพื้นที่ มีความต่างกันพอสมควร ด้วยเหตุนี้ ปัจจัยสังคม วัฒนธรรมที่สร้างเงื่อนไขลักษณะเฉพาะตัวให้แก่ชุมชน เช่น ประวัติศาสตร์ ความแตกต่างทางชาติพันธุ์ ฯลฯ จึงเป็นสิ่งจำเป็นในการนำมาวิเคราะห์ร่วมด้วย เพราะเกะลันตาใหญ่ถือเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมสูงมาก ซึ่งภาครัฐเล็งเห็นถึงศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นทางเลือกใหม่สำหรับนักท่องเที่ยว

อย่างไรก็ตาม ความหลากหลายในชุมชนยังเป็นข้อจำกัดที่สำคัญ ต้องพิจารณาอย่างละเอียดถี่ถ้วนในการวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เนื่องจากวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นหลายอย่าง มีความเปราะบางต่อการเปลี่ยนแปลงสูงมาก ดังนั้นหากมีการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมขึ้นในเกะลันตาใหญ่โดยปราศจากการควบคุมแล้ว กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น อาจะผลกระทบต่ออัตลักษณ์ด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ทรงคุณค่าของชาวเกะลันตาใหญ่นายจะรู้พื้น

นอกจากนี้ แนวนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวของรัฐที่มุ่งเน้นการตอบสนองอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมากกว่าชุมชน ทำให้ชุมชนไม่สามารถเข้าถึงผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวและบริการด้านสังคมจากรัฐได้อย่างเต็มที่ ดังนั้น แนวทางการพัฒนาที่ดีที่สุด คือ ต้องสร้างความร่วมมือจากกลุ่มต่าง ๆ ในชุมชนในรูปแบบของประชาคมซึ่งเสนอภายใต้ชื่อ “**ลันตาบ้านเรา**” โดยมีลักษณะเป็นภาคีความร่วมมือระหว่างภาคราชการ ภาครัฐกิจเอกชน และภาคชุมชน มีหน้าที่ดูแลรักษาเกะลันตาใหญ่ให้สามารถยืนหยัดอยู่ได้ท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลง อันเนื่องมาจากการท่องเที่ยว มีส่วนสนับสนุนในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งเน้นให้ชุมชนเป็นฐานหลักและเข้าไปมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางการ

พัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกับภาคส่วนอื่น ๆ ทั้งนี้เพื่อให้การพัฒนาที่เกิดขึ้น สามารถตอบสนองความต้องการของภาคส่วนต่าง ๆ ได้อย่างเท่าเทียม



ภาพที่ 5.1 แสดงความสัมพันธ์และบทบาทของประชาสังคม “ลันตาบ้านเรา”
(ที่มา : แผนแม่บทเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเกาะลันตาใหญ่ จ.กระบี่ หน้า 153)

5.1 รู้จัก “ลันตาบ้านเรา”

แนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในเกาะลันตาใหญ่ให้เกิดความยั่งยืน จำต้องอาศัยการรวมกลุ่มองค์กรจากภาคส่วนต่าง ๆ ในลักษณะ “ประชาคม” ภายใต้อชื้อ “ลันตาบ้านเรา” ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่เข้ามามีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholders) จากการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่เกิดในชุมชนโดยตรง ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. **กลุ่มองค์กรของรัฐ** ได้แก่ หน่วยงานและเจ้าหน้าที่ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการกำหนดนโยบายการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ในพื้นที่ มีหน้าที่โดยตรงในการนำเอานโยบาย แผน และโครงการไปปฏิบัติในพื้นที่ รวมถึงการควบคุมการพัฒนาพื้นที่ให้สอดคล้องกับแนวนโยบายหลัก องค์กรของรัฐ ตามระดับของการบริหารราชการแผ่นดินออกเป็น 3 ระดับด้วยกัน คือ หน่วยงานราชการส่วนกลาง หน่วยงานราชการส่วนภูมิภาค หน่วยงานราชการส่วนท้องถิ่น

2. **กลุ่มธุรกิจเอกชน** ได้แก่ กลุ่มนักธุรกิจที่มีสถานประกอบการในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเกาะลันตาใหญ่ แบ่งเป็น 3 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ กลุ่มโรงแรม กลุ่มบริษัทนำเที่ยว และกลุ่มธุรกิจย่อยที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยว เช่น บริษัทผู้รับสัมปทานแพขนานยนต์ กัดตาการ ร้านอาหาร ผู้ให้บริการเรือท่องเที่ยว ร้านขายของที่ระลึก ร้านค้าปลีก เป็นต้น โดยแต่ละกลุ่ม มีการรวมกลุ่มเข้าด้วยกันภายใต้ชื่อที่เสนอคือ “สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวเกาะลันตาใหญ่” มีบทบาทในการนำเอาแผนแม่บทมาปฏิบัติ รวมถึงการช่วยกันสอดส่องดูแลธุรกิจเอกชนในกลุ่ม ให้มีการพัฒนาไปในแนวทางเดียวกัน

นอกจากนี้ สมาคมผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเกาะลันตาใหญ่ ยังมีบทบาทสำคัญในการเข้าไปมีส่วนร่วมกับการราชการและภาคชุมชนในรูปของประชาคม “ลันตาบ้านเรา” ในการกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวตามแผนแม่บท และร่วมมือกับภาคชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบองค์รวม กล่าวคือ มีการสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายร่วมกันและส่งต่อนักท่องเที่ยวระหว่างกัน เพื่อให้เกิดผลประโยชน์สูงสุดทั้งสองฝ่าย จากการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยว

3. กลุ่มชุมชน ได้แก่ กลุ่มประชาชนในชุมชนต่าง ๆ ของเกาะลันตาใหญ่ซึ่งมีประมาณ 13 ชุมชน⁸ มีการรวมกลุ่มชุมชนในรูปของ “องค์กรชุมชน” ซึ่งประกอบด้วยผู้นำชุมชนหรือผู้ใหญ่บ้านจากชุมชนต่าง ๆ เพื่อเพิ่มอำนาจในการต่อรองกับภาครัฐกิจเอกชนและภาครัฐ โดยองค์กรชุมชนดังกล่าว จะเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของประชาคม “ลันตาบ้านเรา” ในการกำหนด ทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในภาพรวมของเกาะ นอกจากนี้ ยังสนับสนุนให้มีการรวมกลุ่มของชุมชนที่มีลักษณะเฉพาะคล้ายคลึงกัน โดยเฉพาะกลุ่มที่มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงทางเลือกประเภทเดียวกัน ซึ่งทำให้เกิดการร่วมมือกันพัฒนาการท่องเที่ยวในรูปกลุ่มชุมชน (cluster) เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีทางเลือกที่หลากหลายมากขึ้น นอกจากนี้กลุ่มชุมชนยังมีบทบาทสำคัญในการร่วมกันป้องกันผลกระทบจากการท่องเที่ยวต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งทางธรรมชาติ และสังคม วัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งวิถีชีวิตของท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์ของพี่น้องมุสลิมและไทยใหม่

นอกจากนี้ ประชาคมลันตาบ้านเรา ยังต้องมีการติดต่อกับหน่วยงานภาครัฐ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยซึ่งถือเป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่โดยตรงในการกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ โดยการกำหนดแนวโน้มทิศทางของตลาดการท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว และการสนับสนุนด้านการฝึกอบรมแก่ท้องถิ่น

แต่เดิมทิศทางการท่องเที่ยวแต่ละพื้นที่ของประเทศ จะถูกกำหนดโดยหน่วยงานดังกล่าว สำหรับเกาะลันตาใหญ่ ประชาคมลันตาบ้านเรา จะมีบทบาทหลักในการกำหนดทิศทางของตลาดการท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตนเอง และเสนอต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อให้การพัฒนาการท่องเที่ยวตอบสนองความต้องการของคนในท้องถิ่นมากขึ้น

ขณะเดียวกันการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สามารถมีบทบาทสำคัญในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่เสนอโดยท้องถิ่นให้กับนักท่องเที่ยว รวมถึงให้การสนับสนุนเงิน โบนัสแก่ท้องถิ่น เพื่อเตรียมความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว เช่น การให้การศึกษาและฝึกอบรมเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยว การให้ความรู้เกี่ยวกับแนวความคิด การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

5.2 ลันตาบ้านเรากับบทบาทพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

⁸ ชุมชนที่ตั้งอยู่ในเกาะลันตาใหญ่ ได้แก่ ชุมชนศาลาด่าน ชุมชนเกาะป้อ ชุมชนลิ๊ะบาหฺรา ชุมชนพระแอะ ชุมชนคลองโตบ ชุมชนคลองนิน ชุมชนคลองหิน ชุมชนโม๊ะดูหยง ชุมชนทุ่งหยีเพ็ง ชุมชนบ้านเจ๊ะหลี ชุมชนศรีรายา ชุมชนหัวแหลม และชุมชนสังกาอู๋ โดยส่วนใหญ่เป็นชุมชนมุสลิมและไม่ได้ได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวเท่าที่ควร โดยเฉพาะอย่างยิ่งชุมชนที่ตั้งอยู่ฝั่งตะวันออกของเกาะ

แนวความคิด “ถิ่นตาบ้านเรา” (Lanta is home) ถือเป็นแนวความคิดที่มีความสำคัญ เพราะเป็นการปลูกฝังความรู้สึกของความเป็นเจ้าของ (sense of belonging) ให้เกิดขึ้นกับประชาชนจากทุกภาคส่วนในเกาะลันตาใหญ่ เมื่อประชาชนคิดว่าเกาะลันตาใหญ่ คือ บ้าน ก็จะร่วมมือกันดูแลรักษาบ้านของตนเอง ไม่ให้ได้รับความเสียหายจากการพัฒนาการท่องเที่ยวซึ่งแนวความคิดดังกล่าว จะสอดคล้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ในระยะยาว ยกตัวอย่าง บทบาทหลักในการกำหนดทิศทางของตลาดการท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตนเอง และเสนอต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ทั้งนี้เพื่อให้การพัฒนาการท่องเที่ยวนั้นตอบสนองความต้องการของคนในท้องถิ่นมากขึ้น โดยเน้นการท่องเที่ยวแบบทางเลือก (niche market) เป็นต้นว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแทนการท่องเที่ยวแบบกระแสหลัก (mass market) “ถิ่นตาบ้านเรา” จึงมีบทบาทที่ชัดเจนในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวของเกาะลันตาใหญ่อย่างเป็นระบบและเท่าเทียมกัน

นอกจากนี้ การรวมกลุ่มประชาคมยังก่อให้เกิดผลประโยชน์อื่น ๆ ตามมาอีกหลายประเด็น เช่น การสนับสนุนให้กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่ม ร่วมมือกันในการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ซึ่งกันและกัน ซึ่งจะส่งผลให้เกิดประโยชน์สูงสุดจากการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยว นอกจากนี้ สำหรับในระดับจังหวัดและระดับภูมิภาค การรวมกลุ่มกันเป็นประชาคม ยังทำให้ชุมชนลันตาใหญ่มีอำนาจต่อรองมากขึ้นเพื่อร้องขอการสนับสนุนจากจังหวัด ส่วนภูมิภาค และรัฐบาลส่วนกลาง อีกทั้งยังเป็นการตอบสนองต่อแนวนโยบายของรัฐ ที่สนับสนุนให้ท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายในระดับที่สูงขึ้น ตลอดจนส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาพื้นที่อีกด้วย

กิจกรรมการรวมกลุ่มเป็นประชาสังคมลันตาบ้านเรา เป็นส่วนหนึ่งที่นำไปสู่การรวมกลุ่มทางสังคมที่เข้มแข็ง ซึ่งต้องกระตุ้นตั้งแต่ระดับชุมชนย่อย ได้แก่ การแบ่งตามกลุ่มชาติพันธุ์ เช่น กลุ่มไทยใหม่ แบ่งตามศาสนา เช่น กลุ่มชุมชนมุสลิมในหมู่บ้านฝั่งตะวันออกและฝั่งตะวันตก แบ่งตามกลุ่มอาชีพ หมู่บ้านหรือแหล่งท่องเที่ยว เช่น ชุมชนบ้านทุ่งหิยเพ็ง จากนั้นจึงรวมกันในเรื่องขายที่ใหญ่ขึ้นต่อไปหรืออาจสร้างความร่วมมือระหว่างชุมชนที่มีลักษณะเฉพาะคล้ายคลึงกัน (cluster) มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้กลุ่มชุมชนมีอำนาจต่อรองในการกำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในภาพรวม อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เอื้อประโยชน์ร่วมกันในกลุ่มชุมชนอีกด้วย

ยิ่งกว่านั้น จิตสำนึกในการอนุรักษ์วัฒนธรรม เป็นอีกหนึ่งประเด็นที่ชุมชนต้องเร่งสร้างความเข้าใจถึงความหลากหลายทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ในพื้นที่ตนเอง และสร้างความสำนึกที่จะเคารพต่อความแตกต่างนั้นด้วย ทั้งนี้เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันสืบทอดวัฒนธรรมที่เป็นของชุมชนให้คงอยู่ต่อไปและลดผลกระทบอันเกิดจากการท่องเที่ยวให้น้อยที่สุด เช่น การจัดทำโครงการสร้างความเข้มแข็งด้านสังคมและวัฒนธรรมของชุมชน โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตและวัฒนธรรม และโครงการส่งเสริมการเรียนรู้วิถีชีวิตประเพณี และวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งมีหลักการสำคัญ คือ การศึกษาเอกลักษณ์และข้อจำกัดของวัฒนธรรมท้องถิ่นแต่ละกลุ่มอย่างละเอียดถี่ถ้วน และการป้องกันความขัดแย้งระหว่างกิจกรรมการท่องเที่ยวกับหลักศาสนา ความเชื่อ และความศรัทธาของชุมชน

จากนั้น เมื่อเตรียมความพร้อมด้านสังคมและวัฒนธรรมจนชุมชนมีความเข้มแข็งมากพอแล้ว จึงดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตและวัฒนธรรม เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้วิถีชีวิตของคนในชุมชน โดยหลีกเลี่ยงกิจกรรมที่จะส่งผลกระทบต่อวัฒนธรรมที่เปราะบางของท้องถิ่น เช่น การจัดนิทรรศการ การจัดสร้างห้องสมุดชุมชนและพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น (local museum) เป็นต้น

บทส่งท้าย

การเติบโตของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมแบบใหม่ซึ่งพยายามหลีกเลี่ยงการท่องเที่ยวมวลชน (mass tourism) ก่อปรกับปรากฏการณ์แสวงหาเรื่องราวการท่องเที่ยวข้ามพื้นที่ของคนยุคปัจจุบันที่ขยายตัวสนับสนุนให้การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมกลายมาเป็นทางเลือกหนึ่งที่มีความนิยมนอย่างกว้างขวาง เช่นเดียวกับ “ชุมชนลันตาใหญ่” ซึ่งได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่อุดมด้วยคุณค่าทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ สังคมวัฒนธรรม อีกทั้งยังถูกเสริมคุณค่าทางเศรษฐกิจมากขึ้น เมื่อการท่องเที่ยวเริ่มเข้ามาในพื้นที่

แม้จะเผชิญกับความท้าทายหลายประการ ภายใต้การเติบโตของการท่องเที่ยวในพื้นที่ ซึ่งกระทบต่อวิถีชีวิตของคนในชุมชนอยู่ไม่น้อย แต่ทว่า การท่องเที่ยวในชุมชนลันตาใหญ่ก็สามารถพัฒนาให้เกิดศักยภาพและเกิดความยั่งยืนได้ สิ่งที่สำคัญ คือ มโนทัศน์เรื่องการอนุรักษ์กับการพัฒนา จะต้องปรับให้อยู่ในระดับที่สมดุลกัน หมายความว่า ชุมชนไม่ปฏิเสธเรื่องการพัฒนาเพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่เข้ามาในแต่ละพื้นที่ แต่ขณะเดียวกัน ชุมชนต้องมีการวางแผนเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงอันเกิดจากการท่องเที่ยว พร้อมกับแผนสำหรับอนุรักษ์ความหลากหลายทางวัฒนธรรมในฐานะมรดกทางวัฒนธรรม ให้คงอยู่เพื่อคนรุ่นต่อไปด้วย ทั้งนี้โดยมีประชาคม “ลันตาบ้านเรา” เป็นตัวขับเคลื่อนหลักที่สำคัญ เมื่อชุมชนได้รับการปกป้องดูแลโดยชุมชนเองและเพื่อให้ชุมชนมีการพัฒนาอย่างถูกทิศทางเหมาะสม โดยคำนึงด้านมิติเวลา คือ สร้างสมดุลระหว่างอดีต ปัจจุบัน และอนาคต ตลอดจนมีการประสานความร่วมมือระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องอย่างเท่าเทียมทุกกลุ่ม ย่อมจะส่งผลดีและก่อให้เกิดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ยั่งยืนตามมาในท้ายที่สุดด้วย

บรรณานุกรม

- คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สำนักงาน. 2548. เอกสารประกอบการ
ประชุมสัมมนา “มองให้ไกล ไปให้ถึง กับการพัฒนาที่ยั่งยืน” แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืนในบริบท
ไทย. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548. การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. กรุงเทพฯ : ศูนย์วิชาการ
ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- สถาบันพัฒนาภาคและเมือง ภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง มหาวิทยาลัยแห่งมธรัฐ
แคลิฟอร์เนีย วิทยาเขตเบอร์กลีย์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์ สถาบันวิจัย
สังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2550. แผนแม่บทเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนใน
เกาะล้านตาใหญ่ จังหวัดกระบี่. กรุงเทพฯ : คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สินธุ์ สโรบล. (บก.). 2546. การท่องเที่ยวโดยชุมชน. เชียงใหม่ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- Craik, Jennifer, The Culture of Tourism. In Rojek and Urry (eds.). 1997. **Touring Culture:
Transformation of Travel and Thoery**, pp. 113-136. London: Routledge.
- Pisit Charoenwongsa, Heritage Resource Management in Tourism. In Bradford and
Lee (eds.). 2004. **Tourism and Cultural Heritage in Southeast Asia**, pp. 41-53. Bangkok:
SEAMEO-SPAFA.
- Prentice, Richard, Heritage: A Key Sector in The “New” Tourism. In Corsane.(ed.) 2005.
Heritage, Museums and Galleries : An Introduction Reader, pp. 243-254.
London: Routledge.

การสังสรรค์ระหว่างวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาวไทย เชื้อสายจีนในจังหวัดบุรีรัมย์

รองศาสตราจารย์ พรพรรณ จันทโรนานนท์

สาขาวิชาภาษาจีน คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

บทคัดย่อ

รูปแบบการสังสรรค์ระหว่างวัฒนธรรมของชาวไทยเชื้อสายจีนและชาวพื้นถิ่น ซึ่งแต่เดิมเคยเป็นรูปแบบพ่อค้ากับลูกค้า เจ้านี้กับลูกหนีนั่นค่อย ๆ เปลี่ยนไป เนื่องจากมีนโยบายของรัฐบาล การศึกษา การเจริญขึ้นทางเศรษฐกิจและความทันสมัยเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลง ชาวพื้นถิ่นรู้จักทำการค้าและทำอาชีพเสริมเพื่อเพิ่มรายได้ของครอบครัว พวกเขามีความรู้มากขึ้น มีการติดต่อค้าขายกับชาวไทยเชื้อสายจีนมากขึ้น การถู้นี้ยืมสินลดน้อยลง มีสถานภาพทางสังคมสูงขึ้น อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาวไทยเชื้อสายจีนในหมู่ 1 ที่ยังคงอยู่ได้แก่โรงเรียนจีน ศาลเจ้า ศูนย์ประสานงานสมาคม และการปฏิบัติพิธีกรรมทางศาสนาประจำปี

ด้วยผลกระทบของนโยบายจากรัฐบาล การศึกษา สภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัย ความทันสมัย ความเจริญขึ้นทางเศรษฐกิจ ภาษาพื้นถิ่น และวัฒนธรรมพื้นถิ่นได้ส่งผลให้อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาวไทยเชื้อสายจีนในหมู่ 1 เปลี่ยนแปลงไปอย่างช้า ๆ ตามกาลเวลาของชั่วอายุคน พวกเขานิยมเป็นข้าราชการ เป็นนักการเมือง นิยมพูดภาษาไทย ใช้ชื่อนามสกุลไทย ไม่นิยมเรียนภาษาจีน พูดจีนได้เป็นคำ ๆ หรือบางคนพูดไม่ได้เลย จึงมีความเป็นไปได้อย่างยิ่งที่ความเป็นจีน ของพวกเขาจะหายไปอย่างสิ้นเชิงในชั่วคนที่ 4

แต่ด้วยกระแสเงินที่นิยมกันทั่วโลก ได้ส่งผลอย่างมากต่อแนวคิดของชาวไทยเชื้อสายจีนในปัจจุบัน ให้กลับนิยมความเป็นจีนอันเป็นวัฒนธรรมของประเทศแม่ของบรรพบุรุษขึ้นมาอีก ดังนั้นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจีนที่ค่อย ๆ จางหายไป จึงกลับเป็นที่นิยมอีกครั้ง แต่รูปแบบเปลี่ยนไปจากเดิมโดยมีเรื่องการค้าเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย แม้ว่าพวกเขาจะมีการปฏิบัติพิธีกรรมทางความเชื่อสืบต่อมาทุกชั่วอายุคนแล้วก็ตามด้วยบุตรหลานในยุคปัจจุบัน ซึ่งไม่รู้ภาษาจีน ไม่เข้าใจประเพณีวัฒนธรรมจีนเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว แม้จะมีการปฏิบัติเทศกาลตามประเพณีวัฒนธรรมจีนเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว แม้จะมีการปฏิบัติเทศกาลตามประเพณีสืบต่อกันมา แต่การปฏิบัตินั้นอาจเป็นเพียงสัญลักษณ์บ่งบอกถึงความเป็นลูกหลานจีนเท่านั้น

Abstract

The former pattern of the acculturation between the Chinese-Thai and the local people in Moo 1 as merchant-customer, creditor-debtor, gradually changed owing to the government policy, education, economic growth, and modernization. The local people learned to trade and to do supplementary jobs to increase the family income. They became more knowledgeable, engaged in trade more with the Chinese-Thai, and gained a higher social status. The cultural identity of the Chinese-Thai in Moo 1 still exists in Chinese schools, Chinese temples, Chinese clan associations and the practices in annual religious rituals. However, the impact of government policy, education, the surroundings, modernization, economic growth, the dialect and the local culture, resulted in gradual changes in the cultural identity of the Chinese-Thai in Moo 1 from generation to generation. Hence, there is a possibility that their Chinese identity will disappear completely within four generations. The growing worldwide popularity of Chinese culture and goods has a great impact upon the concept of the Chinese-Thai at present. They are turning to favor the Chinese identity, the culture of the motherland of their ancestors. The identity of Chinese culture, which had been fading, is becoming popular again, though not exactly the same. Despite the practice of the rituals according to their beliefs passed on for generations, the Chinese descendants at present do not know the Chinese language, and Chinese customs. Eventually, the practice of those rituals may become the only sign that they are Chinese descendants.

ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

ชาวจีนที่อพยพเข้ามาในไทยนั้นมักเป็นชาวจีนทางใต้ที่อาศัยอยู่แถบชายทะเล ได้แก่ ชาวจีนแต้จิ๋ว ชาวจีนแคะ(ฮากกา) ชาวจีนกวางตุ้ง ชาวจีนไหหลำ จากมณฑลกวางตุ้ง และชาวจีนฮกเกี้ยน จากมณฑลฮกเกี้ยน

จากหลักฐานเกี่ยวกับชาวจีนอพยพในสมัยรัชกาลที่ 5 (พ.ศ. 2411/2464 ปี 1) ก็สรุปได้ว่า มี 5 กลุ่มภาษาเช่นกัน ได้แก่ ชาวจีนฮกเกี้ยน ชาวจีนกวางตุ้ง ชาวจีนแคะ ชาวจีนไหหลำและชาวจีนแต้จิ๋ว จุดมุ่งหมายในการอพยพของชาวจีนเหล่านี้ก็เพื่อทำการค้าและขายแรงงาน แล้วส่งเงินกลับไปให้ครอบครัว หรือได้เงินจำนวนหนึ่งแล้วกลับประเทศจีนและบางคนก็ตั้งถิ่นฐานในประเทศไทย โดยกระจัดกระจายไปตามเมืองหลวง จังหวัด อำเภอ และตำบลต่าง ๆ

ชาวจีนที่อพยพเข้ามาตั้งหลักแหล่งอยู่ในถิ่นของกลุ่มหลากหลายชาติพันธุ์ อีกทั้งตั้งร้านค้าทำมาหากินหารายได้จากชาวพื้นถิ่น เช่นชาวจีนอพยพใน หมู่ 1 ตำบลลำปลายมาศ อำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ เนื่องจากการเข้ามาทำมาหากินกับชาวพื้นถิ่นนาน การกระทำระหว่างกัน (interaction) กับชาวพื้นถิ่นจึงเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ เป็นเหตุให้เกิดผลจากการสังสรรค์ระหว่างวัฒนธรรม (acculturation) ตามมา และความต่อเนื่องนั้นย่อมก่อให้เกิดกระบวนการทางสังคมอย่างแน่นอน จากงานวิจัยของ Skinner (1957)

(1958) และ Coughlin (1960) ต่างกล่าวถึงกระบวนการทางสังคมที่ทำให้จีนกลายเป็นไทยได้อย่างรวดเร็วในงานวิจัยของ เหลียง อิงหมิง (梁英明: 1994 ; 516-517) กล่าวว่า iva ตั้งแต่ปี 1970 ชาวจีนในเอเชียถูกกลืนเป็นประชาชนของประเทศนั้นๆกว่า 90 % นอกจากนั้นในงานวิจัยของพลศักดิ์ จิรไกรศิริ (2531) ได้กล่าวถึงการผสมผสานของชาวจีนในไทยว่า เยาวชนจีนในไทยนั้น ด้วยผลกระทบของสิ่งแวดล้อม และ สังคมวัฒนธรรมไทยที่มีต่อครอบครัวชาวจีนได้ทำให้เยาวชนชาวไทยเชื้อสายจีนค่อย ๆ ถูกผสมกลมกลืนไปอย่างช้า ๆ และคาดว่าในรุ่นเหลน จะกลายเป็นไทยอย่างสมบูรณ์

ชาวไทยเชื้อสายจีนใน หมู่ 1 ตำบลลำปลายมาศ อำเภอลำปลายมาศมีสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างไปจากชาวไทยเชื้อสายจีนในกรุงเทพฯ ซึ่งเป็นเขตวิจัยของ Skinner (1957) (1958) , Coughlin (1960) และพลศักดิ์ จิรไกรศิริ (2531) ที่ได้กล่าวมาแล้ว ทั้งนี้เพราะกรุงเทพฯเป็นพื้นที่ของวัฒนธรรมใหญ่ (great culture) คือ วัฒนธรรมไทย (Thai culture) ซึ่งเป็นวัฒนธรรมหลัก (main culture) ของประเทศ การปรับตัวของชาวจีนอพยพในกรุงเทพฯ ไม่มีความซับซ้อนนักเพราะเผชิญหน้ากับวัฒนธรรมหลักโดยตรง แต่ชาวจีนอพยพใน หมู่ 1 ตำบลลำปลายมาศ นั้นผิดจากที่กล่าวมา เพราะ ลำปลายมาศเป็นอำเภอที่มีหลากหลายชาติพันธุ์และต่างก็เป็นวัฒนธรรมย่อย (subculture) ที่มีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของตนเอง การศึกษาเรื่องชาวไทยเชื้อสายจีนในหมู่ 1 ตำบลลำปลายมาศ จึงมีแง่มุมในการวิจัยที่แตกต่างไปจากการวิจัยเกี่ยวกับชาวไทยเชื้อสายจีนในกรุงเทพฯ เพราะพวกเขาต้องเผชิญกับปัญหาของการปรับตัวเข้าสู่สังคมทั้ง 3 ระดับ ตั้งแต่ ระดับกลุ่มชาติพันธุ์เดียวกัน แต่ต่างกลุ่มภาษาถิ่น ระดับต่างกลุ่มชาติพันธุ์ และระดับต่างกลุ่มวัฒนธรรม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.เพื่อศึกษารูปแบบและผลของการสังสรรค์ระหว่างวัฒนธรรมของชาวไทยเชื้อสายจีนกับชาวพื้นถิ่นในหมู่ 1 บ้านลำปลายมาศ ตำบลลำปลายมาศ อำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์
2. เพื่อศึกษาสิ่งที่ยังคงอยู่หรือการเปลี่ยนไปของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาวไทยเชื้อสายจีนใน หมู่ 1 บ้านลำปลายมาศ
- 3.เพื่อศึกษาปัจจัยส่งเสริมและปัจจัยอุปสรรคที่มีผลกระทบต่อการคงอยู่และการเปลี่ยนไปของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาวไทยเชื้อสายจีนในหมู่ 1 บ้านลำปลายมาศ

แบบจำลองสมมติฐานของการศึกษา

ชาวไทยเชื้อสายจีนในหมู่ 1 ตำบลลำปลายมาศ มีบรรพบุรุษที่อพยพเข้ามาอยู่ยาวนานกว่า 100 ปี นับเป็นชาติพันธุ์ต่างกลุ่มวัฒนธรรมกับชาวพื้นถิ่น ซึ่งมีทั้งวัฒนธรรมลาว เขมรและกวย แต่ต่างอยู่ในการปกครองของวัฒนธรรมหลักคือวัฒนธรรมไทยเหมือนกัน การต่อสู้ดิ้นรนเพื่อให้มีชีวิตอยู่รอดในถิ่นที่อยู่ใหม่ของพวกเขา ย่อมนำมาซึ่งวิธีการหลายรูปแบบในการปรับตัวให้เข้ากับชาวพื้นถิ่น จนทำให้บุตรหลานซึ่งปัจจุบันก็คือชาวไทยเชื้อสายจีน สามารถสร้างฐานะจนกลายเป็นกลุ่มผู้นำทางเศรษฐกิจของอำเภอลำปลายมาศได้ อีกทั้งบางตระกูลยังผันตัวไปเป็นนักการเมืองท้องถิ่นบ้าง นักการเมืองระดับชาติบ้าง



รูปแบบการดำรงชีวิตในอดีตที่ยาวนานมีผลโดยตรงต่อการเปลี่ยนไปและการคงอยู่ของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาวไทยเชื้อสายจีนมากน้อยเพียงใด การเปลี่ยนแปลงนั้นเป็นไปในรูปแบบใด ในลักษณะเดียวกันการคงอยู่ของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในปัจจุบัน มีความแตกต่างจากอดีตมากน้อยเพียงใด ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานไว้ 11 ข้อดังนี้

สมมติฐานในการวิจัย

1. นโยบายของรัฐบาลไทยและการเปลี่ยนชื่อนามสกุลทำให้ชาวไทยเชื้อสายจีนเป็นไทยเพียงนิคินัยเท่านั้น
2. การศึกษา ทำให้ชาวไทยเชื้อสายจีนเป็นไทยเร็วขึ้น
3. สภาพแวดล้อมถิ่นที่อยู่อาศัยมีผลต่อชาวไทยเชื้อสายจีนให้กลายเป็นชาติพันธุ์ที่โดดเด่นในพื้นที่นั้น
4. ภาษาถิ่น มีผลต่อชาวไทยเชื้อสายจีนเพียงด้านเศรษฐกิจเท่านั้น
5. ความเจริญทางเศรษฐกิจของชาวไทยเชื้อสายจีน มีความสัมพันธ์กับชาวพื้นถิ่นอย่างแยกกันไม่ออก
6. วัฒนธรรมพื้นถิ่น ไม่มีผลต่อการเปลี่ยนไปของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาวไทยเชื้อสายจีน
7. ความทันสมัย มีผลต่อการเปลี่ยนไปของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาวไทยเชื้อสายจีน
8. วัฒนธรรมจีน มีผลต่อชาวพื้นถิ่นเพียงเรื่องสริมงคลเท่านั้น
9. กระแสเงิน มีผลต่อการสืบสานอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาวไทยเชื้อสายจีน
10. โรงเรียนจีน ศาลเจ้าและองค์กรจีนมีผลต่อการคงอยู่ของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาวไทยเชื้อสายจีน
11. ศาสนาพุทธมหายาน ความเชื่อและการบูชาบรรพบุรุษ ยังคงอยู่คู่สังคมชาวไทยเชื้อสายจีน

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้จำกัดขอบเขตของการวิจัย เฉพาะเรื่องการคงอยู่และการเปลี่ยนไปของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาวไทยเชื้อสายจีนในหมู่ 1 บ้านลำปลายมาศ ตำบลลำปลายมาศ อำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์เท่านั้น ประชากรที่ใช้ในการ ศึกษา คือครอบครัวชาวไทยเชื้อสายจีนในหมู่ 1 ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 40 ราย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้รูปแบบของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาวไทยเชื้อสายจีนปัจจุบัน ในหมู่ 1 บ้านลำปลายมาศ ตำบลลำปลายมาศ อำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์
2. ได้ปัจจัยหลัก และปัจจัยรอง ที่มีผลต่ออัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาวไทยเชื้อสายจีนในหมู่ 1 บ้านลำปลายมาศ
3. ได้องค์ความรู้ใหม่ ที่ช่วยเพิ่มเติมประวัติศาสตร์ท้องถิ่นของจังหวัดบุรีรัมย์ให้ชัดเจนขึ้น และเพิ่มเติมเรื่องราวเกี่ยวกับชาวไทยเชื้อสายจีนในอีสานให้ถูกต้องมากขึ้น
4. สามารถนำวิธีวิจัยไปประยุกต์ใช้กับชุมชนชาวไทยเชื้อสายจีนในอำเภออื่นในภาคอีสาน เพื่อแก้ไขปัญหาระหว่างชุมชน อันเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาท้องถิ่น

นิยามศัพท์

1. การสังสรรค์ระหว่างวัฒนธรรม (acculturation) หมายถึง การติดต่อกันของสังคมหนึ่งกับอีกสังคมหนึ่ง ซึ่งเป็นสังคมต่างเชื้อชาติ ต่างวัฒนธรรม อันอาจก่อให้เกิดผลการเปลี่ยนแปลงทั้งระบบทางเดียวหรือสองทาง
2. อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม หมายถึง ความเป็นเฉพาะและความเป็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมหนึ่งๆ ที่แตกต่างจากวัฒนธรรมอื่นๆ ทุกชาติพันธุ์ย่อมมีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่มีรูปแบบเฉพาะของตน
3. ชาวไทยเชื้อสายจีน หมายถึง ชาวจีนอพยพและลูกหลานตั้งร้านค้าและตั้งถิ่นฐานในหมู่ 1 ซึ่งมีทั้งชาวจีนแต้จิ๋ว ไหหลำ และฮากกา พวกเขามีชื่อแซ่เป็นภาษาจีน ถิ่นไปต่างคำหรือเกิดในประเทศไทย พูดภาษาจีนถิ่นของตนเอง ได้มีการปฏิบัติพิธีกรรมทางความเชื่อตามประเพณีที่สืบทอดกันมา มีการจัดไหว้เจ้าในเทศกาลสำคัญของปี
4. วัฒนธรรมพื้นถิ่นหมายถึง วัฒนธรรมลาว วัฒนธรรมเขมร วัฒนธรรมกวย และวัฒนธรรมไทยโคราช

แนวคิดทฤษฎีที่ใช้

1. การสังสรรค์ระหว่างวัฒนธรรม (acculturation)
2. วัฒนธรรมและการเปลี่ยนแปลง (culture and culture change)
3. ชาติพันธุ์และอัตลักษณ์ (ethnic group and identity)
4. วัฒนธรรมใหญ่และวัฒนธรรมย่อย (great culture and little culture)
5. วัฒนธรรมจีน (Chinese culture)
6. การเปลี่ยนแปลงทางสังคม (social change)
7. ทฤษฎีการเรียนรู้ (learning theory)
8. ระบบอุปถัมภ์ (patron-client relationship)

9. ความทันสมัย (modernization)
10. วัฒนธรรมพื้นถิ่น (folk culture)
11. ทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่ (structural-functional theory)
12. ทฤษฎีสัญลักษณ์ทางสังคม (symbolic interactionism theory)
13. ทฤษฎีการแลกเปลี่ยน (exchange theory)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้ มีทั้งเชิงคุณภาพและเชิงคุณภาพผสมเชิงปริมาณ ดังนี้ กมล จันทรร (2506) เกียรติศักดิ์ มั่นศรี (2519) ขจิต บุษพัฒน์ (2515) ลิจิต ธีรเวคิน (2521) ขจิต บุษพัฒน์ (2526) สุวิทย์ สุทธานุกุล (2531) อมรา พงศาพิชญ์ (2547) แสง รัตนมงคลมาส (2531) ภูวดล ทรงประเสริฐ (2531) ทวี ธีระวงศ์เสรี (2515) ภูวดล ทรงประเสริฐ (2519) พลกุล อังกินันท์ (2515) จเด็จ อินสว่าง (2518) สุภากร จันทวานิช (2534) วรศักดิ์ มัทธโนบล สุภากร จันทวานิช (2539) สุทธิวงศ์ พงศ์ไพบูลย์และคณะ (2544) พรพรรณ เตียรักษ์กิจสกุล (2536) สมเกียรติ สิกขารักษ์สกุล (2537) ยุทธนา วรณปิติกุล (2541) ธมลวรรณ ตั้งวงษ์เจริญ (2542) Skinner (1957) Coughlin (1960) Skinner (1958) ดารารัตน์ เมตตาริกานนท์ และ สมศักดิ์ ศรีสันติสุข (2532) ต่วนลิ้ง และคณะ (2540) ยุพิน คล้ายมนต์ (2536) บุญสนอง บุญโยทยาน (2514) สมบูรณ์ สุขสำราญและคณะ (2530) พลศักดิ์ จิรไกรศิริ (2531) ปกรณ์ มณีปกรณ์ (2539) สุมณ อยู่สิน (2527) สมชาย นิลอาธิ (2532) อมาลี เกียรติถาวร (2532) วรวรรณ ตรีสกุล (2539) พันตรีหญิง ปิยะพร วาณะสิงห์ (2538) พระมหาอัมพร จำปาตา (2536) จารุวรรณ พรหมวัง (2536) บุญยงค์ เกศเทศ (2544) Aymonier (2000)

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสรุปได้ว่า ชาวจีนอพยพ เดิมยึดถือประเพณีวัฒนธรรมอย่างเข้มงวด เนื่องจากช่วงเวลาที่ตั้งถิ่นฐานในไทยนาน ประกอบกับการปรับตัวเข้ากับสังคมใหม่ที่มีต่อเนื่องมาหลายชั่วอายุคน จึงทำให้อัตลักษณ์และการยึดมั่นในประเพณีจีนเปลี่ยนไป

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยศึกษาที่ หมู่ 1 บ้านลำปลายมาศ ตำบลลำปลายมาศ อำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์ โดยสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 40 ราย ที่มีอายุตั้งแต่ 30-70 ปีขึ้นไป นอกจากนั้นยังเก็บข้อมูลสิ่งก่อสร้างที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับชาวไทยเชื้อสายจีนในหมู่ 1 ได้แก่ วัดสุภโสภณ โรงเรียนจีน โรงเรียนของรัฐบาล ชมรมตระกูลแซ่ สถานธรรม ตลาดสด อันเป็นแหล่งชุมชนของชาวลำปลายมาศ

การเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นไปตามวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ดังนี้

1. รวบรวมเอกสารทางวิชาการ

2. งานภาคสนาม ได้เข้าร่วมสังเกตการณ์ การจัดสัมมนากลุ่มย่อย การลงภาคสนามสัมภาษณ์ประชากรกลุ่มเป้าหมาย ทั้ง 40 ราย โดยการถามเจาะลึกเกี่ยวกับครอบครัวข้อสมมติฐานด้วยคำถามปลายเปิด และเก็บข้อมูลด้วยวิธีถ่ายภาพ อัดเสียงพูด

ผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยค้นพบว่า จากสมมติฐาน 11 ข้อที่ตั้งไว้เป็นแนวทางวิจัยเพื่อให้รู้ว่า ปัจจัยใดมีผลต่อการคงอยู่และการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางสังคมวัฒนธรรมของชาวจีนในหมู่ 1 บ้านลำปลายมาศนั้นปรากฏว่า เป็นไปตามสมมติฐาน 9 ข้อ และไม่เป็นไปตามสมมติฐาน 2 ข้อ จึงทำให้ได้ผลสรุปได้ว่า ปัจจัยจากข้อสมมติฐานดังกล่าว มีทั้งที่เป็นผลกระทบต่อการคงอยู่ และการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาวไทยเชื้อสายจีนในหมู่ 1 บ้านลำปลายมาศ ดังได้แยกไว้เป็นกลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มปัจจัยที่ส่งผลต่อการคงอยู่ ของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาวไทยเชื้อสายจีน ในหมู่ 1 บ้านลำปลายมาศ ได้แก่

1.1 วัฒนธรรมจีน เน้นในเรื่องของความเป็นสิริมงคลที่ส่วนบุคคล ครอบครัวและสังคมจะได้รับ จึงเป็นเรื่องที่ชาวไทยเชื้อสายจีนและผู้คนต่างกลุ่มชาติพันธุ์ให้ความสนใจและช่วยส่งเสริมให้สิ่งนี้ยังคงอยู่

1.2 กระแสจีน ส่งผลต่ออัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาวไทยเชื้อสายจีนที่นับวันจะเลือนหายไปกลับฟื้นคืนขึ้นมาใหม่

1.3 โรงเรียนจีน ศาลเจ้า และองค์กรจีนที่ชาวไทยเชื้อสายจีนในหมู่ 1 บ้านลำปลายมาศจัดตั้งขึ้น โรงเรียนจีนย่อมเป็นศูนย์กลางแห่งการปลูกฝังความรู้ด้านภาษาวัฒนธรรมจีนแก่บุตรหลานในรุ่นต่อๆ มา อีกทั้งเป็นศูนย์กลางประสานงานอันเกี่ยวกับกิจกรรมที่ธำรงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ศาลเจ้าเป็นศูนย์รวมแห่งความเชื่อและเป็นแหล่งรวมในการปฏิบัติพิธีกรรมทางความเชื่อ ส่วนองค์กรจีนก็เป็นศูนย์กลางการรวมตัวกันให้เห็นอย่างเป็นรูปธรรมในการธำรงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของจีน

1.4 พิธีกรรมทางความเชื่อ ล้วนเป็นเรื่องของการแสดงออกถึงความกตัญญูที่ตอบแทนคุณต่อบรรพบุรุษและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ซึ่งเชื่อกันว่าจะส่งผลกลับให้กับผู้ปฏิบัติ ให้มีความเจริญรุ่งเรืองอยู่เย็นเป็นสุข จึงเป็นเรื่องที่ลูกหลานชาวไทยเชื้อสายจีนทุกยุคทุกสมัยนิยมปฏิบัติ

2. กลุ่มปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาวไทยเชื้อสายจีนในหมู่ 1 บ้านลำปลายมาศ ได้แก่

2.1 นโยบายของรัฐบาลและการเปลี่ยนชื่อนามสกุล มีผลต่อการทำให้ชาวไทยเชื้อสายจีนในหมู่ 1 บ้านลำปลายมาศเป็นไทยอย่างสมบูรณ์

2.2 การศึกษาเป็นกระบวนการขัดเกลาทางสังคม ที่ช่วยให้สังคมต่างชาติพันธุ์มีระยะห่างทางสังคมลดลง เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการผสมกลมกลืนของกลุ่มชาติพันธุ์ ชาวไทยเชื้อสายจีนในหมู่ 1 บ้านลำปลายมาศกับชาวพื้นถิ่น แต่งงานกันก็ด้วยการผ่านกระบวนการขัดเกลาทางสังคมในระบบการศึกษาของรัฐบาล

2.3 สภาพแวดล้อมถิ่นที่อยู่อาศัย ย่อมมีผลกระทบต่อครอบครัวชาวจีนในละแวกนั้น ให้มีความเป็นพื้นถิ่นได้ และผลนั้นจะเป็นรูปธรรมมากขึ้น ก็ต้องขึ้นอยู่กับหัวหน้าครอบครัว อาชีพ รูปแบบการติดต่อ ช่วงเวลาของการตั้งถิ่นฐาน และกลุ่มภาษาของชาวจีนของครอบครัวนั้นๆ ด้วย

2.4 ภาษาพื้นถิ่น นอกจากจะมีผลต่อชาวไทยเชื้อสายจีนในด้านเศรษฐกิจแล้ว ยังมีภาษาพื้นถิ่นหลายคำที่ใช้กันเป็นภาษาโคราช ที่ทุกครัวเรือนใช้เป็นภาษาในการสื่อสาร

2.5 ความเจริญขึ้นทางเศรษฐกิจของจีน จะสัมพันธ์กับชาวพื้นถิ่นเฉพาะด้านการค้าเท่านั้น แต่ความเจริญขึ้นทางเศรษฐกิจ มีส่วนทำให้อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาวไทยเชื้อสายจีนเปลี่ยนไป

2.6 วัฒนธรรมพื้นถิ่น มีผลต่อวิถีชีวิตของชาวไทยเชื้อสายจีนในหมู่ 1 เฉพาะด้านอาหาร และการนิยมนำบุญของชาวลาว ได้ส่งผลต่อชาวจีนในด้านปัจจัยบวกด้วย

2.7 ความทันสมัย มีผลต่อการเปลี่ยนไปของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาวไทยเชื้อสายจีนในหมู่ 1 บ้านลำปลายมาศในทุกมิติ

นอกจากนั้นผลวิจัยยังค้นพบว่า ความสำคัญของวัฒนธรรมใหญ่ (great tradition) ของไทย ซึ่งก็คือ วัฒนธรรมไทย อันเป็นวัฒนธรรมหลักของประเทศ ที่แพร่กระจายครอบคลุมทุกภาคส่วนของประเทศ และแพร่กระจายสู่ทุกท้องที่ด้วยข้าราชการในหน่วย งานของรัฐบาล ความเป็นเจ้านาย และไพร่ ความเป็นเจ้าเมืองและลูกบ้านซึ่งเป็นระบบที่มีมาแต่เดิม ประกอบกับวัฒนธรรมใหญ่ เป็นวัฒนธรรมที่ยอมรับกันทั่วทั้งประเทศ ความทันสมัยจากเมืองหลวงเป็นสิ่งที่ชาวต่างจังหวัดชื่นชมและมีความเต็มใจที่จะทำตามแบบ ดังนั้น บุตรหลานชาวไทยเชื้อสายจีนในลำปลายมาศยุคปัจจุบันจึงยอมรับความเป็นไทยของวัฒนธรรมใหญ่มากกว่าการรับวัฒนธรรมพื้นถิ่นอันเป็นวัฒนธรรมย่อย

ผลจากการวิจัยชี้ให้เห็นว่า อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาวไทยเชื้อสายจีนในหมู่ 1 บ้านลำปลายมาศ อยู่ในกรอบของการเปลี่ยนแปลงจากจีนไปสู่ความเป็นไทยมากขึ้น และอาจจะหมดลงในเพียง 2 - 3 ชั่วคน และการแสดงออกในกิจกรรมอันเกี่ยวกับประเพณีวัฒนธรรมจีนในสังคมของคน อาจเป็นเพียงสัญลักษณ์เท่านั้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัย แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ และข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1. ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการเพื่อการศึกษาวิจัยต่อไป

- 1.1 การศึกษาถึงประเพณีวัฒนธรรมของชาวไทยเชื้อสายจีนในรอบ 1 ปี อาจนำไปสู่การวิจัยเปรียบเทียบประเพณีวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ ทั้งในประเทศไทยหรือต่างประเทศ
- 1.2 การศึกษาถึงกลุ่มต่างภาษาถิ่นของชาวไทยเชื้อสายจีน อาจนำไปสู่การวิจัยในแง่การสร้างความสามัคคีของกลุ่มชาติพันธุ์ในประเทศได้
- 1.3 การศึกษาถึงความสำคัญของวัฒนธรรมใหญ่ ที่มีผลต่อวัฒนธรรมย่อยในพื้นที่ของประเทศนั้นๆ อาจนำไปสู่การวิจัยเรื่องนโยบายหรือแนวทางการผสมกลมกลืนอย่างธรรมชาติ
- 1.4 การเข้าใจเรื่องความเป็นสิริมงคล อาจนำไปสู่การวิจัยในเรื่องเกี่ยวกับสิริมงคลของกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆได้
- 1.5 กระแสเงินที่มีผลกระทบต่ออัตลักษณ์ของชาวไทยเชื้อสายจีน ในหมู่ 1 อาจนำไปสู่การทำวิจัยเรื่องผลกระทบของกระแสเงินต่อเศรษฐกิจในชุมชน หรือผลกระทบของกระแสเงินต่อระบบความคิดเรื่องความเป็นเงิน หรือผลกระทบของกระแสเงินต่อนโยบายทางการศึกษาได้

2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

- 2.1 ภาครัฐควรเป็นฝ่ายประสานงานสร้างความร่วมมือระหว่างกลุ่มชาติพันธุ์ให้มากขึ้นด้วยการให้เป็นเจ้าภาพร่วมในการจัดกิจกรรมประจำปีตามประเพณีของไทย ทั้งนี้เพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีต่อกัน
- 2.2 ภาครัฐควรหาแนวทางให้กับชาวไทยเชื้อสายจีนในตลาดหมู่ 1 ได้เข้ามาร่วมพัฒนาท้องถิ่นในตำบลของตนเองให้มากขึ้น โดยอาจจะจัดตั้งเป็นคณะกรรมการ พัฒนาท้องถิ่นร่วมกันและทำงานที่นอกเหนือจากงานขององค์การบริหารส่วนตำบลดูแล
- 2.3 ภาครัฐควรร่วมมือกับชาวไทยเชื้อสายจีนในพื้นที่จัดทำตึกหนังโกย (唐人街) หรือที่เรียกกันว่า China town หรือหล่อเตาควง ให้มีรูปแบบดั้งเดิม พร้อมทั้งจัดทำตลาดจีนและวิถีจีนโบราณ เพื่อทำเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนำเงินเข้าอำเภอ

บรรณานุกรม

- กมล จันทรส. 2506. **อิทธิพลของชาวจีนโพ้นทะเล**. พระนคร : โรงพิมพ์รุ่งเรืองรัตน์.
- เกียรติศักดิ์ มั่นศรี. 2519. **สังคมชาวจีนในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ วิทยาลัยการทัพบก.
- ขจัดภัย บุรุษพัฒน์. 2526. **ชนกลุ่มน้อยกับความมั่นคงของชาติ**. พระนคร: หจก.เจริญรัฐการพิมพ์.
- _____. 2515. “นโยบายผสมกลมกลืนของรัฐบาลไทยต่อชาวจีน.” **วารสารสังคมศาสตร์**
- คณะรัฐศาสตร์. 9, 1**
- เจด็จ อินสว่าง. 2518. **กลุ่มอิทธิพลและกลุ่มผลประโยชน์ชาวจีนกับการพัฒนาระบอบประชาธิปไตยในเมืองไทย: ศึกษาเฉพาะกรณีชนชั้นกลางบางกลุ่มกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง**. วิทยานิพนธ์ มหาบัณฑิต คณะรัฐศาสตร์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จารุวรรณ พรหมวัง. 2536. **การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมบางประการของชาวไทยเชื้อสายจีน**. วิทยานิพนธ์ มหาบัณฑิต สาขามานุษยวิทยา. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดาร์รัตน์ เมตตาริกานนท์ และสมศักดิ์ ศรีสันติสุข. 2532. **ชาวจีนในอำเภอสองแห่ง ของจังหวัดยโสธร: การศึกษาเปรียบเทียบเฉพาะกรณี**. ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ถ้วนลีเชง และคณะ. 2540. **บทบาทของชาวไทยเชื้อสายจีนต่อการพัฒนาเศรษฐกิจในภูมิภาค**.
- ทวี ชีระวงศ์เสรี. 2515. **สถานภาพทางกฎหมายของชาวจีนในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต แผนก วิธีการปกครอง. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธมลวรรณ ตั้งวงษ์เจริญ. 2542. **เอกลักษณ์ชาติพันธุ์ของคนไทยเชื้อสายจีนในชุมชนอ้อมใหญ่**. วิทยานิพนธ์ มหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญยงค์ เกศเทศ. 2544. **การศึกษามานุษยวิทยาวัฒนธรรมในภาคอีสาน**. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ปกรณ์ มณีปกรณ์. 2539. **การมีส่วนร่วมของคนไทยเชื้อสายจีนต่อโครงการตำรวจชุมชนสัมพันธ์: ศึกษาเฉพาะชุมชนชาวจีนในเขตเลือกตั้งที่ 2**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาวิชาอาชญาวิทยาและงานยุติธรรม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ประเสริฐ โอสถาพันธ์ และนรา รัตนรุจ. 2521. **ชนกลุ่มน้อยในประเทศไทย**. กรุงเทพฯ : แพร่พิทยา.
- ปรานี วงษ์เทศ. 2525. **พื้นบ้านพื้นเมือง**. กรุงเทพฯ : เจ้าพระยา.
- ปิยะพร วาณะสิงห์, พันตรีหญิง. 2538. **ความสำนึกในชาติพันธุ์ของชาวลาวพวน**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขามานุษยวิทยา. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พรพรรณ เตียรักษ์กิจสกุล. 2536. **พัฒนาการบทบาทของสมาคมชาวจีนในกรุงเทพที่มีต่อคนไทยเชื้อสายจีน (พ.ศ. 2485-2532)**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พระมหาอัมพร จำปาตา. 2536. ผลกระทบจากโครงการพัฒนาต่อชุมชนชาวนาไทยอีสาน : กรณีศึกษา

หมู่บ้านอีสานแดง จังหวัดสกลนคร. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา .

กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พลกุล อังกนันท์. 2515. บทบาทชาวจีนในประเทศไทยในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว

กรุงเทพฯ: ประจักษ์การพิมพ์.

พลศักดิ์ จิรไกรศิริ. 2531. บุรณาการของเยาวชนจีนในประเทศไทย การเมือง การเปลี่ยนแปลงและ

การพัฒนา. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.

ภูวดล ทรงประเสริฐ. 2519. นโยบายของรัฐบาลที่มีต่อชาวจีนในประเทศไทย (พ.ศ. 2475 - 2500).

วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

_____. 2531. “บุรณาการแห่งชาติและการดำรงความเป็นจีน: บริบทของประวัติศาสตร์

ภาคใต้.” ใน รอยร้าวของสังคมไทย?บุรณาการกับ ปัญหาความมั่นคงของชาติ (เอกสารวิชาการ

อันดับ 6 , สถาบันศึกษาความมั่นคงและนานาชาติ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย). กรุงเทพฯ: อักษร

สยามการพิมพ์.

บุษนา วรณปิติกุล. 2541. พิธีกรรมการกินเจในสังคมชาวจีนภาคใต้: กรณีชาวจีนใน อ.ตะกั่วป่า จ.พังงา.

วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขามานุษยวิทยา คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา. กรุงเทพฯ :

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

บุพิน คล้ายมนต์. 2536. อิทธิพลวัฒนธรรมจีนที่มีต่อไทย. กรุงเทพฯ : สถาบันเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ลิจิต ชีรเวคิน. 2521. ชนกลุ่มน้อยในประเทศไทย. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แพรวพิทยา.

_____. 2546. วิวัฒนาการการเมืองการปกครองไทย. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

วรวรรณ ดีสกุล. 2539. ความเชื่อและพิธีกรรมของเรือประมงที่มีต่อชาวประมง หมู่ที่ 3 หมู่บ้าน

คลองมอญ ตำบลบางตะบูนออก และหมู่ที่ 1 หมู่บ้านปากอ่าว ตำบลบางตะบูน

อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศิลปากร.

วรศักดิ์ มหัทธโนบล สุภาภรณ์ จันทวานิช และคณะ. 2539. ชาวจีนแต่จิ๋วในประเทศไทยและในภูมิภาค

เดิมที่เกาะชาน; สมัยที่สอง ท่าเรือชานโถว (2403 – 2492 หรือ 1860 - 1949) . กรุงเทพฯ :

ศูนย์จีนศึกษา สถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิลเลียม, สกินเนอร์ จี. 2529. สังคมจีนในประเทศไทย : ประวัติศาสตร์เชิงวิเคราะห์. กรุงเทพฯ :

ไทยวัฒนาพานิช.

- สมเกียรติ สิกขารักษ์สกุล. 2537. **บทบาทของสมาคมไต้หวันกับการผสมผสานทางวัฒนธรรมในสังคมไทย: กรณีศึกษาโรงเรียนไต้หวัน. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.**
- สมชาย นิลอาธิ. 2532. **การสืบเนื่องและการเปลี่ยนแปลงของเรือนอีสาน: กรณีศึกษาบ้านหนองขาม จังหวัดกาฬสินธุ์. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขามานุษยวิทยา. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศิลปากร.**
- สมบูรณ์ สุขสำราญ และคณะ. 2530. **ชุมชนจีน: ความต่อเนื่องและการเปลี่ยนแปลง. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.**
- สุทริวงศ์ พงศ์ไพบูลย์และคณะ. 2544. **จีนทักษิณ วิถีและพลัง. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).**
- สุภางค์ จันทวานิช และคณะ. 2534. **ชาวแต่จิ๋วในประเทศไทยและในภูมิภาคเดนมาร์กที่เจ้านครสมัยที่หนึ่ง ทำเรือจากหลิน (2310-2393). กรุงเทพฯ : ศูนย์จีนศึกษา สถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.**
- สุนน อยู่สิน. 2527. **พฤติกรรมการค้าและการผสมกลมกลืนเข้ากับวัฒนธรรมไทย: ศึกษาเฉพาะ ชาวจีนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.**
- สุวิทย์ สุทธานุกุล. 2531. **ชนกลุ่มน้อยกับความมั่นคงของชาติ ประสพการณ์ของประเทศไทย รอยร้าวในสังคมไทย? บูรณาการกับปัญหาความมั่นคงของชาติ. กรุงเทพฯ: อักษรสยามการพิมพ์.**
- แสวง รัตนมงคลมาส. 2531. **บูรณาการชาติ: กรณีชาวจีนในไทย รอยร้าวในสังคมไทย? บูรณาการกับปัญหาความมั่นคงของชาติ. กรุงเทพฯ : อักษรสยามการพิมพ์.**
- อมรา พงศาพิชญ์. 2547. **ความหลากหลายทางวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.**
- อมวดี เกียรติวร. 2532. **เจ้าพ่อศรีนครเตา: บทบาทและความสำคัญของการถือผีในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ : กรณีศึกษาบ้านเมืองเตา ตำบลเมืองเตา อำเภอพยัคฆภูมิพิสัย จังหวัด มหาสารคาม. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขามานุษยวิทยา. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศิลปากร.**
- พจ. ร. 5ต211/2 64/254 ปีก 1 (ข้อมูลจากหอจดหมายเหตุ แห่งชาติ)

Aymonier, Etienne. 2000. **Isan Travels, Northeast Thailand & Economic in 1883-1884.** Translated by Waller E. T. Tips. Bangkok : White Lotus.

Coughlin, Richard J. 1960. **Double Identity : The Chinese in Modern Thailand.** Hong Kong : Hong Kong University.

Punyodyana, Boonsanong. 1971. **Chinese -Thai Differential Assimilation in Bangkok : An Exploratory Study Cornell Thailand Project Interim . Reports Series No. 13 , March.**

Skinner, William G. 1957. **Chinese Society in Thailand: An Analytical History**. New York :
Cornell University Press.

_____. 1958. **Leadership and Power in the Chinese Community of Thailand**. New York :
Cornell University Press.

梁英明 (1994). 《近现代东南亚》(541 页).

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างโลกความจริงกับโลกที่สื่อนำเสนอผ่านโฆษณาชุด “ลูกของพ่อ” (My Girl)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์วลัย วัฒนศิริ

นักศึกษานิเทศศาสตร์คุณูปบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

และอาจารย์ประจำภาควิชาประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

บทคัดย่อ

งานวิจัย เรื่อง การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างโลกความจริงกับโลกที่สื่อนำเสนอผ่านโฆษณาชุด “ลูกของพ่อ” (My Girl) ในครั้งนี้ ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) เพื่อศึกษากระบวนการผลิต เผยแพร่ และผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมการโฆษณาทั้งวงจร ศึกษาการถอดรหัส การตีความหมายจากโฆษณา เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของลูกสาวและพ่อในโลกความจริงกับโลกที่สื่อนำเสนอ ตามทฤษฎีสำนึก วัฒนธรรมศึกษาแห่งอังกฤษ และแนวคิดแบบจำลองการเข้ารหัส การถอดรหัส ของสจวร์ต ฮอลล์ (Stuart Hall) รวมทั้งศึกษาปฏิบัติการย้อนกลับในการชมโฆษณาของครอบครัว โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผลการวิจัยพบว่าผู้ผลิตโฆษณาชุดลูกของพ่อตั้งใจส่งข้อความ ลงรหัสสาร เกี่ยวกับเรื่องบทบาทของ “ครอบครัว” ในยุคปัจจุบัน โดยสร้างให้มีปัญหาที่ร้ายแรงเกิดขึ้นในครอบครัวหนึ่งนั่นคือ ปัญหาการท้องก่อนแต่ง และเสนอการคลี่คลายปัญหาด้วยความรักความอบอุ่นในครอบครัว ให้บทบาท “พ่อ” ในฐานะผู้นำครอบครัวเป็นผู้ตัดสินใจแก้ปัญหาด้วยการให้อภัยลูก มอบความรักให้ลูก และพร้อมจะดูแลลูกตลอดไป เปรียบเสมือนบริษัทไทยประกันชีวิตที่พร้อมจะดูแลลูกค้าซึ่งเป็นเสมือนคนในครอบครัวเดียวกันตลอดไป ผู้ผลิตตั้งใจสร้างเรื่องให้สมจริงในทุกองค์ประกอบเพื่อเรียกร้องความสนใจจากผู้ชม

สำหรับการแพร่กระจายและการผลิตซ้ำของงานโฆษณาชุดนี้ นับเป็นการแพร่กระจายแบบ “เร็วและแรง” เนื่องจากการเผยแพร่ผ่านสื่อที่หลากหลาย และเป็นสื่อที่มีธรรมชาติที่โดดเด่นในแง่ของการเข้าถึงบุคคลได้รวดเร็วทั่วถึงในระยะเวลาอันสั้น นั่นคือสื่อโทรทัศน์ และสื่อใหม่ทั้งโทรศัพท์มือถือและอินเทอร์เน็ต ส่วนการผลิตซ้ำนั้น เป็นการผลิตซ้ำแบบเดิมแต่ให้ความหมายใหม่ในเรื่องการแก้ปัญหาการท้องก่อนแต่งในสังคมไทยในปัจจุบันซึ่งแตกต่างจากความหมายในอดีต แต่ยังคงเสนออุดมการณ์เดิมคือการให้พ่อเป็นผู้ตัดสินใจปัญหา

ในด้านการถอดรหัส หรือตีความของกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์แตกต่างกัน หลังจากชมโฆษณาแล้วนั้น พบว่ากลุ่มลูกสาวหรือผู้หญิงวัยรุ่นที่มีประสบการณ์ตรงเกี่ยวกับการท้องก่อนแต่งจะมีแบบแผนการถอดรหัส ตีความด้วยจุดยืนที่ต้องการต่อรองความหมายเสียใหม่ที่แตกต่างไปจากความตั้งใจของผู้ส่งสาร แต่ไม่ได้มีลักษณะคัดค้านโดยตรง (Negotiated หรือ Alternative Reading) กล่าวคือ เป็นลักษณะเห็นด้วยในหลักการ แต่ไม่เห็นด้วยในรายละเอียด เพราะคิดว่าขึ้นอยู่กับสถานการณ์อื่นๆ ด้วย

อย่างไรก็ตาม มีบางคนในกลุ่มนี้ ที่ถอดรหัสด้วยจุดยืนที่ต่อต้านหรือขัดแย้งกับความหมายที่ผู้ส่งสารใส่รหัสมา (Oppositional Reading) แสดงให้เห็นว่า โลกความจริงของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้ไม่เหมือนกับโลกที่สื่อนำเสนอ รวมทั้งผู้รับสารมีอำนาจต่อรองในการควบคุมการถอดรหัสมากกว่าผู้ส่งสารด้วย แต่สำหรับผู้รับสารที่ไม่มีประสบการณ์โดยตรงเกี่ยวกับการทอ้งก่อนแต่งจะมีรูปแบบการถอดรหัส ที่ความด้วยจุดยืนแบบเดียวกับที่ผู้ส่งสารเข้ารหัสมา (Preferred Reading) มากที่สุด สำหรับผู้รับสารที่ไม่มีประสบการณ์กลุ่มนี้ ผู้ผลิตหรือผู้ส่งสารจะมีอำนาจในการควบคุมการถอดรหัสเหนือกว่าผู้รับสาร โฆษณาสามารถต่อรองกับผู้รับสารได้มากกว่า โลกความจริงจึงเป็นเหมือนโลกที่สื่อนำเสนอ

สำหรับการถอดรหัส (Decoding) ที่ความของกลุ่มพ่อ เมื่อให้เปรียบเทียบกับชีวิตจริง หากมีเหตุการณ์เช่นนี้เกิดขึ้น พ่อจะเลือกแก้ปัญหาหรือคลี่คลายปัญหาอย่างไร เหมือนหรือแตกต่างจากที่สื่อโฆษณานำเสนอ พบว่าส่วนใหญ่ พ่อยังเลือกที่จะคลี่คลายปัญหาด้วยความประนีประนอม โดยเลือกที่จะให้อภัยเหมือนเรื่องราวในโฆษณา ดังนั้นโลกความจริงของพ่อจึงเหมือนโลกที่สื่อ นำเสนอในโฆษณา แสดงให้เห็นว่าในระบบรหัส(Coding System) ของโฆษณาชุดนี้ การเข้ารหัสสาร (Encoding) ของผู้ส่งสารมีอำนาจในการกำหนดการถอดรหัสเหนือกว่าผู้รับสาร (Decoding) กล่าวได้ว่า ผู้ที่มีอำนาจในการควบคุมการใส่รหัสของโฆษณาชุดนี้คือ ผู้ส่งสาร (Encoder) ไม่ใช่ผู้รับสาร (Decoder) นั่นเอง

ผลการวิจัยสามารถสรุปปฏิกริยาย้อนกลับจากการชมโฆษณาชุดนี้ในครอบครัวได้สามรูปแบบ คือ 1. ผู้ปกครองถือโอกาสเตือนสติและสอนลูกสาว 2. เกิดบรรยากาศเสีย เศร้าภายในบ้าน เกิดความรู้สึกลบในครอบครัว และไม่อยากชมโฆษณา 3. เกิดการวิพากษ์วิจารณ์ในครอบครัว ในประเด็นของความไม่เหมาะสมในการนำเรื่องราวดังกล่าวมาเสนอเป็นโฆษณา

Abstract

The Study of Relations of the Actual World and the Commercial Advertisement Presentation World “My Girl” is a qualitative research that studied the full cycle of production, distribution, and reproduction culture in advertising, as well as the decoding and interpretation of viewers. This was to analyze relations of the actual world and the father-daughter presentation world, in theoretical compliance with the British Cultural Study Bureau, and with the encoding-decoding model by Stuart Hall. The research also studied feedback of family viewers, through in-depth interviews and focus groups.

The producer of the advertisement “My Girl” was found to create the message coding the role of today’s “family.” A family was facing the severely dramatic situation of premature pregnancy of the unmarried daughter, and then decided to solve the problem with the love cure from the forgiving and caring father who ended the trauma with his unconditional love and all-time readiness to care for his girl, for better or worse. This was the same with Thai Insurance Company that stands ready to offer a family care to its customers. The production details were extra realistically fabricated to draw viewers.

The distribution and reproduction of this advertisement was “fast and overwhelming” through various channels of media that had naturally high impact on mass target viewers. They were television, mobile phone and internet. The classic reproduction was made to deliver a new interpretation of how today’s society solve the non-marriage pregnancy in ways that were different from the problem alike in earlier years. That was to put a father on the key-player’s role.

The study found that sampling groups with different backgrounds differed in decoding and interpretation. The daughters (female teens) group with first-hand experience of premature pregnancy had a negotiated of alternative reading. They agreed to the presentation in principles, but not in detailed compositions, and said circumstances count. Some members of this daughter group had an oppositional reading. This revealed that the actual world of this sampling group differs from the presentation world; and that the receivers had more negotiation power than the senders. However, the sampling group with no experience of premature pregnancy had preferred reading; and in this case, had less negotiation power than the senders.

As for the decoding of the father group, when asked to make decision as if the presented problem occurred in their real life, they are found to compromise and make preferred decision as shown in the advertisement. The actual world of the father group and the presentation world were found alike, accordingly. The coding system in the advertisement revealed that the sender’s encoding out powered the receiver’s decoding. Therefore, the encoder had control over the decoder.

The research found feedback in 3 models: 1) Parents use the advertisement as ethical tools to teach their daughter, 2) Depression and negative feelings occur in the family turning the members away from the advertisement, 3) The family has controversy in appropriateness of the commercial theme and message.

“เมื่อศตวรรษก่อน โฆษณาอาจเป็นเพียงแค่กระบวนการสื่อสาร เพื่อการ ‘บอกเล่าเก้าสิบ’ ให้กับผู้ซื้อสินค้าและบริการ แต่มาในยุคนี้ ผู้คนกำลังเวียนว่ายอยู่ในโลกของสัญญาณ การลงรหัสของโฆษณา ที่สื่อสารกับผู้บริโภคจึงเริ่มซับซ้อน ลุ่มลึกขึ้นเป็นเงาตามตัว ในโฆษณานั้น ‘เรา’ สามารถเป็นได้เกินกว่า ‘ผู้บริโภค’ เพราะ ‘เรา’ สามารถประกอบสร้างตัว ‘เรา’ ทั้งที่เหมือนและต่างจากผู้อื่น ‘เรา’ สามารถรักกันได้ ในสังคมแห่งการบริโภคของโฆษณา ‘เรา’ คือผู้ที่ทั้งยอมรับ หรือแม้แต่ ‘ต่อต้าน’ กับทั้ง ‘ตั้งคำถาม’ ต่อคุณค่าการบริโภคที่โฆษณานำเสนอ ‘เรา’ คือผู้ที่มีชีวิตอยู่ท่ามกลางปฏิสัมพันธ์ระหว่างจินตนาการกับโลกความจริงที่โฆษณาได้สร้างสรรค์เอาไว้ ด้วยเหตุดังกล่าวนี้อ โฆษณาจึงมิใช่โลกวิชาการที่หยุดนิ่ง หากแต่ยังรอคอยให้มีการศึกษาค้นคว้าทำความเข้าใจในอีกหลายๆ แง่มุมต่อไป” (สมสุข หินวิมาน 2549: 161)

บทนำ

ในชีวิตประจำวันทั่วไป บุคคลส่วนใหญ่ต่างต้องใกล้ชิดกับผลงานการโฆษณามากมายหลากหลายรูปแบบ โดยแทบไม่รู้ตัวเลยว่าสินค้าและบริการจำนวนมหาศาล ได้ผ่านเข้าสู่สัมผัสการรับรู้ของเรา ทั้ง รูป รส กลิ่น เสียง และสัมผัส

การโฆษณา (Advertising) คือเนื้อหาสาระ และช่องทางการสื่อสารระหว่างผู้ผลิตสินค้าไปยังผู้บริโภค ภายใต้บริบททางสังคมวัฒนธรรมในขณะนั้น โดยมีเป้าหมายทางด้านธุรกิจและการบริโภค ทั้งเชิงอรรถประโยชน์และเชิงสัญลักษณ์เป็นสำคัญ

วิธีการสื่อสารของการโฆษณาในที่นี้มีลักษณะกว้างใหญ่และครอบคลุมกลุ่มต่างๆ ภายในสังคม เนื่องจากสามารถสื่อออกไปได้ถึงทัศนคติ ความคาดหวัง ความเป็นตัวตน ค่านิยม รสนิยมและอุดมการณ์ ฯลฯ โดยส่งสัญญาณผ่านการครอบครองหรือเป็นเจ้าของสินค้าดังกล่าว รวมทั้งการเลือก การนำเสนอแสดง ตลอดจนการนำไปใช้ เป็นต้น

โฆษณาเป็นผลผลิตทางวัฒนธรรมที่ก่อรูปมาพร้อมกับการเติบโตของระบบทุนนิยม แม้ในด้านหนึ่ง นักวิชาการหลายๆ คนลงความเห็นว่ โฆษณาเป็นกลไกการสื่อสารที่จรรโลงไว้ซึ่งระบบเศรษฐกิจ สังคมแบบทุนนิยม แต่ในอีกด้านหนึ่งโฆษณาก็เป็นทั้งภาพที่สะท้อนและเป็นสื่อที่สรรค์สร้างความคิดความเชื่อของผู้คนในแต่ละยุคสมัย ที่ชิ้นงานโฆษณาเหล่านั้นได้รับการผลิตออกมา

William Leiss et al (1990) ตั้งข้อสังเกตต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมโฆษณาสมัยใหม่ ตั้งแต่ศตวรรษที่ 20 เป็นต้นมาว่า อุตสาหกรรมดังกล่าวได้กลายมาเป็นกลไกเชื่อมความสัมพันธ์ทางสังคมแบบใหม่ที่โยงใยชีวิตประจำวันของผู้คนเข้ากับกิจกรรมต่างๆ ทางเศรษฐกิจ หรืออีกนัยหนึ่ง อุตสาหกรรมโฆษณาคือหน่วยสังคมที่เชื่อมแกนความสัมพันธ์ระหว่างโลกของสินค้า โลกของสื่อ โลกของผู้บริโภค และโลกของผู้รับสาร จนนักวิชาการบางคนถึงกับเชื่อว่า ในสังคมอันทันสมัยเหมือนปัจจุบัน โฆษณาไม่เพียงแต่มีอิทธิพลเข้าไปถึงสายพานการผลิตสินค้าและบริการต่างๆ เท่านั้น แต่โฆษณายังมีผลกระทบต่อความคิดและจิตสำนึกของผู้คนร่วมสมัยเอาไว้ในเวลาเดียวกัน

โฆษณาใช้ประโยชน์จากสัญชญาณ รสชาติ และมายาคติที่วนเวียนอยู่ในสังคมมาถ่ายทอดและผลิตซ้ำ สร้างให้ผู้บริโภคเกิดการจดจำและระลึกได้ถึงความหมายที่เคยถนัดหัดมาแล้ว และเมื่อ ปริมาณโฆษณามีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ผู้รับสารก็ต้องถอดความหมายเพิ่มขึ้นมากขึ้นเช่นกันในขณะที่โฆษณาสร้างความหมายและความรับรู้เดิมภายใต้สัญชญาณตัวใหม่ ความหมายและความรับรู้เดิมก็ไม่ได้จางหายไป แต่ได้รับการตอกย้ำและขยายตัวอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นในขณะที่ผู้บริโภคกำลังอ่านและถอดรหัสสัญชญาณในงานโฆษณาชิ้นนั้น ผู้บริโภคก็ได้ก้าวเข้ามามีส่วนร่วมในการประกอบสร้างความหมายที่โฆษณานำเสนอต่อตัวเอง และต่อสังคมในโลกอุดมการณ์เดียวกันกับผู้ผลิต (วิภากรณ์ กอจัญญจิตต์ 2545: 21)

การตีความและการประกอบสร้างความหมายของผู้รับสารหลังจากชมโฆษณาจึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจ โดยเฉพาะโฆษณาที่ได้รับความนิยมและเป็นที่ถูกกล่าวขานถึง ด้วยการนำเสนอเนื้อหาโฆษณาที่ขัดแย้งกับอุดมการณ์ที่สังคมวางกรอบไว้ ดังเช่นโฆษณาชุด “ลูกของพ่อ” (My Girl) ของบริษัทไทยประกันชีวิต จำกัด ผู้ผลิตเลือกที่จะใช้อารมณ์และความสะเทือนใจเรียกร้องความสนใจจากผู้ชม และนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับชีวิตของเด็กสาวคนหนึ่งที่เคยมาในครอบครัวสมบูรณ์อบอุ่น แต่วันหนึ่งเกิดพลาตมีความสัมพันธ์กับเพื่อนชายจนต้องทิ้ง สร้างความปวดร้าวให้พ่อและแม่อย่างยิ่ง โฆษณาชุดนี้เสนอทางออกในการคลี่คลายปัญหา “ท้องก่อนแต่ง” ให้แก่ครอบครัวในสังคมไทยในปัจจุบัน ด้วยการให้ความรัก ความอบอุ่นในครอบครัวเป็นจุดสำคัญในการแก้ปัญหา ขอมรับและให้อภัย สร้างเรื่องและเสนอภาพที่ทำให้ผู้ชมรู้สึกเป็นเหตุการณ์จริง ไม่ใช่เหตุการณ์เทียม

สิ่งที่น่าศึกษาจึงเป็นเรื่องการถอดรหัส ตีความของผู้รับสารหรือผู้ชมว่ามีการถอดรหัส ตีความอย่างไร และเพราะอะไรจึงเป็นเช่นนั้น การที่ผู้ชมมีประสบการณ์ที่แตกต่างกันทำให้เกิดการตอบรับสารแตกต่างกัน หรือไม่ อย่างไร โดยเฉพาะประสบการณ์เกี่ยวกับการแก้ปัญหา “ท้องก่อนแต่ง” และหากนำมาเปรียบเทียบกับชีวิตในโลกแห่งความจริง ผู้ชมจะตัดสินใจปัญหาหรือแก้ปัญหาเหมือนที่โฆษณานำเสนอหรือไม่ อย่างไร คำถามเหล่านี้จะนำมาซึ่งคำตอบของการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างโลกความจริงกับโลกที่สื่อนำเสนอผ่านโฆษณาชุด “ลูกของพ่อ” (My Girl)

ผู้วิจัยเลือกศึกษาประเด็นดังกล่าวกับบุคคล 2 กลุ่ม คือ ลูกสาว อายุระหว่าง 15-19 ปี และ พ่อ หากมีเหตุการณ์อย่างนี้เกิดขึ้นจริงในบ้าน “ลูกสาว” และ “พ่อ” จะเลือกทำตามแบบโฆษณาหรือไม่ อย่างไร พ่อและลูกสาว ถอดรหัส ตีความโฆษณานี้อย่างไร เพื่อให้ได้ข้อสรุปว่าระหว่างผู้ชม (ผู้รับสาร) และผู้ผลิตโฆษณา (ผู้ส่งสาร) ใครเป็นผู้มีอำนาจในการถอดรหัสสารและ ตีอรรถมากกว่ากัน หรือภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนี้เป็นเพียงโลกในจินตนาการ ส่วนโลกความเป็นจริงของเด็กผู้หญิง การแก้ปัญหาท้องก่อนแต่ง คือการไปทำแท้งโดยไม่บอกพ่อและแม่ หรืออาจมีทางออกอื่นที่ทำให้เรื่องนี้ไม่จบอย่างมีความสุขเหมือนที่ภาพยนตร์โฆษณานำเสนอ

งานวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างโลกความจริงกับโลกที่สื่อนำเสนอผ่านโฆษณา ชุด “ลูกของพ่อ” (My Girl) โดยใช้ทฤษฎีวิพากษ์กลุ่มทฤษฎีสำนักร่วมวัฒนธรรมศึกษาแห่งอังกฤษ (British Cultural Studies) ในแนวคิดของสจวร์ต ฮอลล์ (Stuart Hall) ซึ่งนิยามการสื่อสาร หมายถึง กระบวนการผลิต แพร่กระจาย บริโภค ผลิตซ้ำวัฒนธรรมและความหมายต่างๆ รวมทั้งแนวคิดเรื่องการเข้ารหัสและถอดรหัส (encoding/decoding) และทฤษฎีที่ใช้ศึกษากรอบคิดของกลุ่มยุคหลังสมัยใหม่ (Postmodernism) แนวคิดเรื่องการโฆษณาและเอกลักษณ์การโฆษณา เป็นกรอบแนวคิดหลัก

ปัญหานำการวิจัย

1. ผู้ผลิตโฆษณาชุดนี้มีวัตถุประสงค์ในการสื่อสารอย่างไร และเข้ารหัสอะไรมาเพื่อให้ผู้รับสารประกอบสร้างความหมาย
2. โฆษณาชุดนี้มีการแพร่กระจายและผลิตซ้ำอย่างไรบ้าง
3. กลุ่มผู้หญิงวัยรุ่นและพ่อที่มีประสบการณ์แตกต่างกัน ถอดรหัส (Decoding) และตีความหมาย จากโฆษณาชุด “ลูกของพ่อ” อย่างไร และเพราะเหตุใดจึงเป็นเช่นนั้น
4. โลกความจริงกับโลกที่สื่อนำเสนอของพ่อและลูกสาวเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร
5. ปฏิกริยาตอบสนองกลับ (Feedback) ของครอบครัวในการชมโฆษณาเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์การผลิตโฆษณาชุด “ลูกของพ่อ” ซึ่งเป็นผลผลิตทางวัฒนธรรมในแง่ของการลงรหัสสารให้ผู้รับสาร
2. เพื่อศึกษาการแพร่กระจายและผลิตซ้ำของผลผลิตทางวัฒนธรรมที่เป็นโฆษณาชุด “ลูกของพ่อ”
3. เพื่อศึกษาการถอดรหัสและตีความหมายจากการชมโฆษณาของกลุ่มลูกสาวและพ่อที่มีประสบการณ์แตกต่างกัน
4. เพื่อเปรียบเทียบโลกความจริงกับโลกที่สื่อนำเสนอของลูกสาวและพ่อ
5. เพื่อศึกษาปฏิกริยาตอบสนองกลับของครอบครัวในการชมโฆษณา

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีสื่อมวลชนและระบบของรหัสแห่งความหมาย ของสจวร์ต ฮอลล์ (Stuart Hall)

สจวร์ต ฮอลล์ เป็นผู้อำนวยการคนที่สองของศูนย์ศึกษาวัฒนธรรมร่วมสมัย (Centre for Contemporary Cultural Studies) ที่มหาวิทยาลัยแบร์มิงแฮม นิยามว่าวัฒนธรรมนั้นเป็นทั้งวิถี (means) และระบบคุณค่า (value system) ที่เกิดขึ้นและดำรงอยู่ในกลุ่มต่างๆ เพื่อจะใช้จัดการกับการดำรงชีวิตอยู่ของคนในสังคมนั้นๆ เป็นวัฒนธรรมที่กำลังมีชีวิตอยู่ ตั้งแต่เรื่องสื่อมวลชนเรื่อยไปจนกระทั่งถึงเรื่องการเล่นกีฬา การเล่นการพนัน (กาญจนา แก้วเทพ 2545:145)

เมื่อการสื่อสารเป็นการผลิตและการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม ดังนั้นหากจะพิจารณาการผลิตวัฒนธรรม สจวร์ต ฮอลล์ (1999) เสนอให้พิจารณาทั้งวงจร (Circle of Culture) ได้แก่ การผลิต การแพร่กระจาย การบริโภค และการผลิตซ้ำวัฒนธรรมและความหมายต่างๆ จึงจะเป็นการวิเคราะห์ที่ครอบคลุมดังต่อไปนี้

ขั้นตอนการผลิต (Production)

เป็นช่วงตอนของการสร้างข่าวสารที่ผู้ส่งสารต้องดำเนินการปฏิบัติทางด้านภาษา (Discursive practice) ซึ่งต้องอาศัยองค์ประกอบหลายประการ เช่น การรู้จักจัดกรอบของความหมายและความคิด (Framing meaning & Ideas) ต้องมีความรู้ในเรื่องที่ต้องใช้งาน (Knowledge-in-use) มีทักษะทางเทคนิค (Technical Skill) มีอุดมการณ์ทางวิชาชีพ มีความรู้เกี่ยวกับสถาบันต่าง ๆ มีความเข้าใจในค่านิยมและความเชื่อต่างๆ ของสังคม มีภาพของผู้รับสารอยู่ในใจ เป็นต้น

ขั้นเผยแพร่ (Circulation)

หมายถึงช่องทางของการเผยแพร่ข่าวสารประเภทต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับตัวแปร 2 ตัว คือปริมาณ ความถี่ของการได้เผยแพร่ ข่าวสารที่ได้รับการเผยแพร่แบบ “มาบ่อย มาได้เร็ว มาได้อย่างรุนแรง ” ย่อมมีโอกาสเข้าถึงที่รับสารได้มากกว่า และอีกตัวแปรหนึ่ง คือ ธรรมชาติของสื่อที่ถูกใช้เป็นช่องทาง เช่น เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ ฯลฯ ที่มีข้อเด่นข้อด้อยต่างกัน

ขั้นการใช้/การบริโภค (Use/Consumption)

สจวร์ต ฮอลล์ ให้ความสนใจกับขั้นตอนนี้เป็นอย่างมาก เนื่องจากเขามีแนวคิดที่ว่า “ข่าวสารนั้นมิได้สำคัญเพียงแต่ว่า ได้ผลิตขึ้นมาอย่างไรเท่านั้น (How it is produced) แต่ยังสำคัญว่าต่อไปอีกว่า ข่าวสารนั้นถูกรับรู้อย่างไร (How it is received)” นอกจากนี้ สจวร์ต ฮอลล์ ได้เสนอทัศนะใหม่เกี่ยวกับขั้นตอนของการรับสาร หรือการบริโภคข่าวสารว่า สิ่งที่ผู้รับสารกระทำไม่เพียงแต่จะ “อ่านความหมาย” ที่อยู่ในสารหรือเนื้อหาของผู้ส่งเท่านั้น แต่ผู้รับสารจะนำเอา “ตัวเอง” เข้าไปสร้างความหมายในสารด้วย โดยสรุปสามารถจำแนกประเภทของการอ่านข่าวสารทุกชนิดจากสื่อมวลชนของผู้รับสาร ได้แบบ คือ

1. Dominant meaning วิธีการอ่านความหมายที่เป็นไปตามความประสงค์ของผู้ส่งสาร เป็นจุดยืนแบบที่ผู้ส่งสารต้องการ ดังนั้นความหมายที่ผู้รับสารอ่านได้จึงเป็นอย่างที่คุณส่งสารต้องการเท่านั้น เรียกว่า Preferred reading

2. Negotiated meaning เป็นความหมายที่ผู้รับสารเริ่มต่อรองโดยใช้กรอบแห่งการตีความอันอื่นๆ มาใช้ แต่ไม่ใช่การปฏิเสธโดยตรง จุดยืนแบบนี้ แม้ว่าผู้รับสารจะอ่านความหมายหลักๆ ตามที่คุณส่งสารต้องการ แต่ภายในขอบเขตความหมายดังกล่าว ผู้รับสารจะยังคงต่อรองรายละเอียดปลีกย่อย เรียกว่า Alternative

3. Opposition meaning หมายถึงความหมายที่คุณส่งสารไม่ได้ตั้งใจเข้ารหัสส่งมาให้ แต่ผู้รับสารได้อ่านระหว่างบรรทัด และตีความในลักษณะที่ตรงกันข้ามกับที่คุณส่งสารต้องการ

S. Hall (1999) กล่าวว่าในการส่งข่าวสารแต่ละครั้ง จะเกิดการตีความทั้ง 3 แบบอยู่ตลอดเวลา เพียงแต่ว่าสัดส่วนของแต่ละอันจะมีมากน้อยอย่างไรนั้น ขึ้นอยู่กับความสามารถในการใส่รหัสของคุณส่งสาร แต่ถึงอย่างไรในทุกเวทีของข่าวสารก็จะมีสงครามแห่งวาทกรรม (struggle of discourse) เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา

ขั้นการผลิตซ้ำขึ้นใหม่ (Reproduction)

ขั้นตอนของการผลิตซ้ำนั้น หากพิจารณาในแง่ของ “ระบบความหมาย” อาจจะแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ประเภทแรก คือ การผลิตซ้ำขึ้นใหม่ แต่ยังคงความหมายเดิม ตัวอย่างเช่น การนำเอาละครโทรทัศน์เรื่องเก่ามาผลิตใหม่ แต่ยังคงเค้าโครงเรื่องแบบเดิมเอาไว้ การผลิตซ้ำขึ้นใหม่ประเภทแรกนี้ไม่ผู้จะมีปัญหามากนัก

อีกประเภทหนึ่ง คือการผลิตซ้ำขึ้นใหม่แต่เพื่อต้องการจะเสนอความหมายใหม่ที่ขัดแย้งกับความหมายเก่าที่มีอยู่ หรือที่ขัดกับสามัญสำนึกที่ผู้รับสารมีอยู่ หรือคัดค้านกับความรู้ที่ยอมรับกัน โดยปริยาย การผลิตซ้ำแบบสร้างความหมายใหม่นี้จะต้องจัดระบบความหมายให้ถูกอ่านจากจุดยืนแบบ Preferred reading อย่างเข้มงวดมากกว่ากรณีแรก

จากขั้นตอนที่กล่าวมานี้ แสดงให้เห็นจุดยืนของ S. Hall นั้นให้ความสำคัญระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารในฐานะของ “ผู้สร้างความหมาย” (Meaning generator) อย่างเท่าเทียมกัน ความหมายนั้นถูกสร้างขึ้นใน 2 ขั้นตอนที่เป็นอิสระจากกัน ในขั้นตอนแรก ความหมายถูกสร้างขึ้นในกระบวนการเข้ารหัสของผู้ส่งสาร และในขั้นตอนที่สอง ความหมายถูกสร้างขึ้นอีกครั้งในกระบวนการถอดรหัสของผู้รับสาร ซึ่งสอดคล้องตามสถานการณ์ทางสังคมและกรอบแห่งการตีความของผู้รับสารเอง (กาญจนา แก้วเทพ 2541: 44-49)

2. ทฤษฎีการศึกษาครอบครัวยุคหลังสมัยใหม่ (Postmodernism)

ในการวิเคราะห์ครอบครัวนั้น กลุ่มยุคหลังสมัยใหม่เสนอว่า จะต้องพิจารณาครอบครัวที่มีกำลังอยู่ในสังคมเทคโนโลยีข่าวสารในปัจจุบันเป็นหลัก ลักษณะสำคัญ 3 ประการของสังคมเทคโนโลยีข่าวสารก็คือ เป็นระบบอุตสาหกรรมที่มีแต่รูปแบบความสัมพันธ์แบบไม่ส่วนตัวเท่านั้น (Impersonal industry) เป็นสังคมที่เน้นความรู้ด้านเทคนิค (Technocratic) เป็นสังคมที่จัดระบบระเบียบทุกอย่างอย่างเป็นแบบแผน (Bureaucratic)

สภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ทำให้ “สถาบันครอบครัวแบบที่เราเคยคิดถึง” ซึ่งก่อตัวมาจากบริบทสังคมเดิมนั้นจะดำรงอยู่ต่อไปไม่ได้ และจะต้องมีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาและรูปแบบครอบครัวกันขนานใหญ่เพื่อให้เข้ากับสภาพสังคมปัจจุบัน ในกระบวนการเปลี่ยนแปลงนี้สื่อมวลชนประเภทต่างๆ จะมีบทบาทอย่างมากในการสร้างสิ่งแวดล้อมด้านข่าวสารข้อมูลให้กับบุคคล (กาญจนา แก้วเทพ 2544:327)

3. แนวคิดการโฆษณา

ด้วยความคิดที่ว่า โฆษณาทำหน้าที่เป็นทั้งกระจกสะท้อนภาพความคิดของผู้คนในสังคมเป็นสื่อชี้นำความรู้สึกนึกคิดของมวลชน เป็นผลผลิตที่ประกอบสร้างวัฒนธรรมรอบตัวเรา เป็นช่องทางการสื่อสารที่คัดลอกประสบการณ์จากโลกความจริงไปสู่ผู้รับสาร และเป็นอีกหลายอย่างที่เกี่ยวพันกับวิถีของคนร่วมสมัย

งานเขียนของ Christopher Lasch (1979) เรื่อง *The Culture of Narcissism* อธิบายว่า แม้ว่าเป้าหมายของโฆษณาคือ การดึงดูดให้ผู้รับสารสนใจผลิตภัณฑ์สินค้าและเล็งเห็นคุณค่าแห่งการบริโภค แต่โฆษณาก็คือ เป็นกลไกที่มหัศจรรย์ยิ่งของระบบอุตสาหกรรมการผลิต โดยแต่เดิมนั้น โฆษณาอาจจะทำหน้าที่เพียงแค่สื่อสารเรื่องราวเกี่ยวกับสินค้าและบริการให้มวลชนได้รับรู้เท่านั้น แต่ในยุคปัจจุบันโฆษณาได้ค้นพบเทคนิคในการสร้างสินค้าให้กับตัวเอง นั่นคือการสร้าง “ผู้บริโภค” ที่เต็มไปด้วยความไม่สบายอารมณ์ด้านต่างๆ ในขณะที่เดียวกันการทำงานของโฆษณาก็ไม่ได้เน้นที่การขายสรรพคุณของสินค้า แต่เป็นการสร้างให้ “การบริโภค” ได้กลายเป็นส่วนสำคัญของ “วิถีชีวิตปัจจุบัน” ด้วยเหตุนี้ โฆษณาจึง “สอนสั่ง” (Educate) มวลชนให้กลายเป็นผู้ปรารถนาจะเสพลินค้าต่างๆ และสร้างความรู้สึกริให้เรายากมีประสบการณ์ใหม่ๆ บางอย่างในชีวิต

Raymond Williams (1980) กล่าวว่า มวลชนไม่ได้มีลักษณะที่จะโอนเอียงไปอยู่ภายใต้การครอบงำของสารในโฆษณาอย่างเดียวน ในทางตรงกันข้าม ปฏิกริยาที่คนมีต่อสารโฆษณานั้น สามารถเกิดขึ้นได้หลายทิศทาง ตามแนวทางที่ S. Hall (1999) เสนอคือ ความหมายไม่ได้ถูกระบุอยู่ในชิ้นงานโฆษณาแต่ละชิ้น แต่จะขึ้นอยู่กับปฏิสัมพันธ์ระหว่างการลงรหัสของผู้ผลิตและการถอดรหัสของผู้รับสาร ดังนั้นการตีความจากการชมโฆษณาจึงเกิดขึ้นได้หลายทาง อันได้แก่ ระดับการตีความของผู้รับสารตรงกับที่ผู้ผลิตลงรหัสมา เรียกว่า Preferred code หรือผู้รับสารตีความตรงกันข้ามหรือแตกต่างไปจากที่ผู้ผลิตลงรหัสมา เรียกว่า Oppositional code หรือระดับที่พบกันครึ่งทางระหว่างสารที่ผู้ผลิตลงรหัสมากับสารที่ผู้บริโภคได้รับ เรียกว่า Negotiated code

สมสุข หินวิมาน (2549) กล่าวสรุปว่า จากจุดยืนของกลุ่มวัฒนธรรมศึกษา มวลชนผู้รับสารโฆษณาไม่เคยถอดรหัสความหมายที่เป็นหนึ่งเดียว หรือที่เรียกว่า “ความหลากหลายของการสร้างความหมาย” (Polysemy) แปลว่า คนกลุ่มนี้สามารถตีความสารโฆษณาได้หลากหลายตามแต่ประสบการณ์ทางสังคมของแต่ละบุคคล ไม่ว่าจะเป็นประสบการณ์เรื่องวัย เพศ ชนชั้น กลุ่มชาติพันธุ์ เชื้อชาติ รูปแบบในการใช้ชีวิตและอีกหลากหลายพื้นฐานทางสังคม ด้วยเหตุดังกล่าวนี้ อิทธิพลในการจูงใจโน้มน้าวของโฆษณาจึงไม่ได้มีอำนาจแบบเบ็ดเสร็จสมบูรณ์เหนือผู้บริโภค และกระบวนการทางความหมายเป็นพื้นที่ที่ผู้บริโภคสามารถใช้ต่อสู้ ต่อรองอยู่ตลอดเวลา กับอุตสาหกรรมผลิตและภาษาของโฆษณา

นอกจากนี้ Marchand (1985) ได้กล่าวถึงหน้าที่หนึ่งของโฆษณาคือ การประกอบสร้างความเป็นจริงทางสังคม และในการทำหน้าที่ดังกล่าว โฆษณาจะใช้กลยุทธ์ทั้ง “การบิดเบือน” (Distort) และ “การเลือกสรร” (Select) เฉพาะความจริงบางอย่างที่สอดคล้องกับสังคมนิยมเท่านั้น ที่จะปรากฏอยู่ในงานโฆษณาแต่ละชิ้น

4. เอกลักษณะของการโฆษณา

Arthur Asa Berger (2000) อธิบายว่า การศึกษาการโฆษณาในสังคมบริโศกปัจจุบันนั้นควรเข้าใจในเรื่อง “วัฒนธรรมโทรทัศน์” (Teleculture) ด้วย ทั้งนี้ Berger กล่าวว่า “วัฒนธรรมโทรทัศน์” มีความหมายโดยนัยยะว่า ในทุกๆ วันนี้ วัฒนธรรมมีแนวโน้มจะถูกกำหนดขึ้นโดยสื่อโทรทัศน์ หรือโทรทัศน์ไม่ใช่แค่สื่อแห่งความบันเทิงเท่านั้น แต่ยังสะท้อนวัฒนธรรม มีอิทธิพลต่อวัฒนธรรม รวมถึงการคัดสรรบางแง่มุมของวัฒนธรรมมานำเสนอสู่สายตาของผู้ชม และหากโทรทัศน์เป็นพื้นที่หนึ่งที่โฆษณาปรากฏตัวอยู่นั้น แปลว่า “วัฒนธรรมโฆษณาทางโทรทัศน์” (Advertising Teleculture) ก็มีแนวโน้มที่จะสะท้อน สร้างอิทธิพล และคัดสรรบางส่วนของวัฒนธรรมมายังกลุ่มผู้บริโภคร่วมสมัยด้วย

สมสุข หินวิมาน (2549) เปรียบเทียบโฆษณากับรายการโทรทัศน์ทั้งหมดในปัจจุบัน สรุปธรรมชาติของโฆษณาที่แตกต่างจากรายการอื่นๆ ดังนี้

ประการแรก ดูเหมือนว่าจะเป็นปรากฏการณ์ปกติที่ผู้ชมยุคนี้ จะรู้สึกคุ้นเคยกับการที่โฆษณาได้เป็นประหนึ่งยาคำที่แทรกตัวอยู่ในรายการโทรทัศน์โดยทั่วไป โฆษณาสามารถแทรกตัวอยู่ท่ามกลางอนุของทุกรายการได้ราวกับเป็นธรรมชาติ

ประการถัดมา โฆษณามีคุณสมบัติแบบ “เล็กพริกขี้หนู” แม้ว่าโฆษณาหนึ่งชิ้นจะได้รับการผลิตให้มีความยาวเพียงครึ่งถึงหนึ่งนาทิต่อคุณสมบัติพิเศษของเสียวนาที่ดังกล่าวก็คือ การที่โฆษณาสามารถมาได้บ่อย มาได้ถี่ มาได้ซ้ำๆ มาได้ทุกๆ ชั่วโมง มาได้ในวันนี้ และกลับมาขายซ้ำอีกครั้งในวันพรุ่งนี้ หรือแม้แต่ออกอากาศซ้ำได้เป็นเดือนๆ และที่น่าประหลาดใจก็คือ ในขณะที่ผู้ชมจำนวนหนึ่งอาจจะรู้สึกเบื่อหน่ายกับความซ้ำซากของโฆษณาที่ออกอากาศบ่อยครั้ง แต่ก็ยังมีผู้ชมอีกเป็นจำนวนมากที่มีความรู้สึกเคยชินกับวิธีการนำภาพที่ซ้ำๆ ซากๆ มาออกอากาศทางโทรทัศน์

อีกประการหนึ่ง ในขณะที่รายการโทรทัศน์ประเภทอื่นๆ มีเส้นแบ่งค่อนข้างชัดเจนว่า เป็นเรื่องจริง (Non - fiction) เช่น ข่าว สารคดี หรือเป็นเรื่องแต่ง (Fiction) เช่น ละคร มิวสิควิดีโอ แต่โฆษณานั้น เป็นลักษณะรายการที่มีส่วนผสมแบบจริงๆ ลวงๆ หรือที่ Berger (2000) เรียกว่าเป็น “ละครขนาดสั้น” (Mini-drama) ที่ใช้เทคนิคการเล่าเรื่องและภาษาแบบเร้าอารมณ์ในการขายสินค้า ทั้งนี้การที่ด้านหนึ่งโฆษณาต้องเสนอข้อเท็จจริงเกี่ยวกับคุณภาพประโยชน์ของตัวสินค้า กับอีกด้านหนึ่งที่โฆษณาเองก็สามารถปรุงแต่งสร้างสรรค์เรื่องเล่ามาเร้าความรู้สึกของผู้บริโภคได้ ทำให้โฆษณามีเส้นแบ่งที่บางมาก ระหว่างเรื่องจริงกับเรื่องแต่ง นักโฆษณาส่วนใหญ่จะไม่เรียกว่าเป็นเรื่องหลอก หรือการพูดเท็จ หากแต่ออกตัวว่าเป็น “การพูดความจริง แต่ไม่จริงทั้งหมด” หรือเป็น “การพูดความจริงเพียงครึ่งเดียว” (Half-truth)

ประการสุดท้าย ดังที่ Berger (2000: 17-19) ได้ตั้งข้อสังเกต ในกรณีสังคมอเมริกันว่า สำหรับผู้คนในสมัยนี้โฆษณาก็เป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่มีบทบาทสำคัญในการชักเสลาจิตใจสำนึกของประชาชน ซึ่งแม้ว่าผู้รับสารหลายๆ คนดูโฆษณาแล้วอาจจะจำไม่ได้ว่าสื่อเหล่านี้ขายสินค้าอะไรหรือยี่ห้อไหนแน่ แต่โฆษณาในฐานะชิ้นงานศิลปะ (Work of Art) ก็ยังสามารถกำหนดอารมณ์ความรู้สึกให้กับผู้บริโภคเหล่านั้นได้

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การวิจัยเอกสาร (Document research) ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออินเทอร์เน็ต และบทความหนังสือต่างๆ เพื่อวิเคราะห์กระบวนการผลิต การเข้ารหัสสารของผู้ส่งสาร การผลิตซ้ำ และการแพร่กระจายของงานโฆษณา และทำการสนทนากลุ่ม (Focus group interview) กับผู้หญิงวัยรุ่นที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 และนักศึกษาชั้นปีที่ 1 อายุระหว่าง 15-19 ปี ซึ่งมีประสบการณ์แตกต่างกัน โดยหาความสัมพันธ์ระหว่างโลกความจริงกับโลกที่สื่อนำเสนอของผู้หญิงวัยรุ่น การบริโภคและการต่อรองสื่อโฆษณาชุดนี้ ผู้ศึกษาได้สุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของประชากรที่จะศึกษาจากโรงเรียน 2 แห่งและมหาวิทยาลัย 2 แห่ง จำนวน 30 คน โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มๆ ละ 10 คน เน้นการสนทนาในประเด็นเรื่องการตีความถอดรหัสสาร และการต่อรองกับโฆษณา เรื่องการคลั่งคลาญปัญหาท้องก่อนแต่งเป็นหลัก นอกจากนี้ ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์กับพ่อ เพื่อสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการแก้ปัญหาท้องก่อนแต่งของลูกสาว หากเรื่องนี้เกิดขึ้นในชีวิตจริง โดยเลือกพ่อของนักเรียนและนักศึกษานักเรียนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการสนทนากลุ่ม สอบถามเฉพาะครอบครัวที่บิดายังมีชีวิตอยู่ โดยไม่เลือกผู้ที่เป็น “พ่อเลี้ยง” หรือครอบครัวที่มีแม่ทำหน้าที่แทนพ่อ จำนวน 8 คน เน้นประเด็นคำถามเกี่ยวกับความเชื่อมโยงโลกความจริงกับโลกที่สื่อนำเสนอ เพื่อศึกษาการต่อรองกับโฆษณาและการคุมอำนาจในการถอดรหัสสาร

ผลการวิจัย

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างโลกแห่งความจริงและโลกที่สื่อนำเสนอของกลุ่มผู้หญิงวัยรุ่นและพ่อ ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้นั้น ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. การผลิต บริษัทไทยประกันชีวิต จำกัด ได้มอบหมายให้ บริษัทโอกิทีวี แอนด์ เมเธอดิจิทัลทีวี ซึ่งเป็นผู้สร้างสรรค์โฆษณา เนื่องจากพิจารณาเห็นว่าเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในการสร้างข่าวสารที่ผู้ส่งสารต้องการ ซึ่งต้องอาศัยองค์ประกอบหลายประการ เช่น การรู้จักจัดกรอบของความหมายและความคิด มีความรู้ในเรื่องที่ต้องใช้งาน มีทักษะทางเทคนิค มีอุดมการณ์ทางวิชาชีพ มีความรู้เกี่ยวกับสถาบันต่างๆ มีความเข้าใจในค่านิยมและความเชื่อต่างๆ ของสังคม มีภาพของผู้รับสารอยู่ในใจ หลังประสบความสำเร็จจากภาพยนตร์โฆษณาชุด “ปู้ชีว” และ “ลูกพ่อ” เมื่อปีที่ผ่านมา

ในครั้งนี้นี้จึงต้องการกระตุ้นเตือนให้เห็นคุณค่าของความรักความอบอุ่นในครอบครัว ไม่ว่าจะเป็นเกิดปัญหาใหญ่เล็กแค่ไหน ความรักระหว่างพ่อ แม่ ลูก ยิ่งใหญ่จนสามารถแก้ปัญหาได้เสมอ เนื้อหาจะไม่ได้เป็นการขายสินค้าโดยตรง แต่พยายามนำมาเชื่อมกับตัวสินค้าว่า หากต้องการคนที่ดูแลชีวิตเรา รักเราตลอดไป คำตอบคือ พ่อและแม่ รวมทั้งบริษัทไทยประกันชีวิตที่สัญญาว่าจะดูแลลูกค้าตลอดไป

โฆษณาชุด “ลูกของพ่อ” (My Girl) นำเสนอเรื่องราวความรักของพ่อและน้องปุยฝ้าย ก่อนจะเกิดเหตุการณ์ที่ไม่มีใครคาดคิด เมื่อน้องปุยฝ้ายเข้าสู่วัยรุ่น แล้วเกิดพลาดพลั้งมีความสัมพันธ์กับเพื่อนชายจนตั้งครรภ์ และสร้างความปวดร้าวให้กับผู้เป็นพ่อเป็นอย่างมาก อย่างไรก็ตาม ผู้เป็นพ่อต้องตัดสินใจแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น ด้วยการเลือกดูแลลูกของลูก (หลาน) ซึ่งเปรียบกับความรักและการดูแลของพ่อแม่ที่ไม่มีวันสิ้นสุด อันเป็นจุดสำคัญของภาพยนตร์โฆษณาชุดดังกล่าว และตรงตามแนวคิดของบริษัทไทยประกันชีวิต จำกัด ที่ให้พันธะสัญญากับลูกค้าว่าจะดูแลลูกค้าตลอดไป

ดังนั้นสารหลัก (Code) ที่ผู้ส่งสารส่งมาเป็นเรื่อง ครอบครัว โดยโยงความสัมพันธ์ของพ่อ แม่ ลูก และใช้ปัญหาการ “ท้องก่อนแต่ง” เป็นโจทย์ในตอนเริ่ม และสามารถคลี่คลายได้ในที่สุด ด้วยการดูแลใส่ใจอย่างไม่มีวันสิ้นสุดของครอบครัวและบริษัทไทยประกันชีวิต

2. การแพร่กระจาย ในที่นี้ผู้วิจัยได้ศึกษาถึงช่องทางของการเผยแพร่ข่าวสารของโฆษณาชุดนี้ซึ่งเกี่ยวข้องกับตัวแปร 2 ตัว คือ ปริมาณความถี่ของการเผยแพร่ และธรรมชาติของสื่อที่ใช้เป็นช่องทางในการเผยแพร่

ในการแพร่กระจายโฆษณาชุดนี้ นับได้ว่า “มาแรงและเร็ว” สามารถเข้าถึงผู้รับสารได้ดี ทั้งในแง่การรับรู้และการกล่าวขานแบบ “ปากต่อปาก” มีการวิพากษ์วิจารณ์ ผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต ผู้ผลิตเลือกเผยแพร่โฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์และสื่อใหม่ ทั้งโทรศัพท์มือถือและอินเทอร์เน็ต พร้อมๆ กัน จึงสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทั่วถึง รวดเร็ว กลายเป็นปรากฏการณ์การบอกต่อเพียงชั่วข้ามคืนที่โฆษณาชุดนี้ออกอากาศ

ในด้านความถี่ ผู้ผลิตใช้งบประมาณทั้งการผลิตและออกอากาศโทรทัศน์ทุกช่องเป็นเงินสูงถึง 100 ล้านบาท ถือเป็นภาพยนตร์โฆษณาที่มีความยาวมากที่สุด คือ 120 วินาที ใช้ความถี่สูงในการนำเสนอครอบคลุมทุกช่องสถานีโทรทัศน์ ทำให้การโฆษณาชุดนี้แพร่กระจายอย่างรวดเร็ว เมื่อพิจารณาธรรมชาติของสื่อหลักที่ใช้ในการนำเสนอ คือ โทรทัศน์นั้น ถือเป็นสื่อที่มีทั้งภาพและเสียง ง่ายต่อการสื่อสารให้ประชาชนเข้าใจ สามารถเข้าถึงประชาชนทุกครัวเรือนได้

3. การผลิตซ้ำขึ้นใหม่ โฆษณาชุดนี้นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการเกิดปัญหาการท้องก่อนแต่งขึ้นในครอบครัว ซึ่งอุดมการณ์ของสังคมไทยในอดีตมองว่า บ้านไหน ครอบครัวใดมีปัญหาท้องก่อนแต่งเกิดขึ้น ถือเป็นเรื่องน่าอาย สร้างความเสื่อมเสียในครอบครัวและชุมชน โดยถือเป็นความไม่ดีของฝ่ายหญิงที่ไม่รักนวลสงวนตัว การแก้ปัญหาท้องก่อนแต่งจึงมีทางออกหลายทาง ทั้งการขอขมาผู้ใหญ่ การทำพิธีขอขมาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ต่อมาสังคมเริ่มเปลี่ยนเข้าสู่ยุคต่างคนต่างอยู่และเป็นปัจเจกบุคคลมากขึ้น สายสัมพันธ์น้อยลง บุคคลที่เกิดปัญหาท้องก่อนแต่งอาจตัดสินใจแก้ปัญหาด้วยตนเอง เลือกที่จะทำแท้ง หรือการทำลายลูกด้วยวิธีอื่นๆ แทนการเลี้ยงดูลูก เพราะคิดว่าการบอกให้ผู้ปกครอง พ่อ แม่ ทราบนั้นจะถูกทำโทษ ทุบตี เป็นที่อับอายของสังคม ความหมายของการท้องก่อนแต่งจึงเป็นเรื่องน่าอาย สมควรถูกลบโทษทั้งจากสังคมและครอบครัว

แต่สิ่งที่โฆษณาชุดนี้นำมาผลิตซ้ำนั้น เป็นการรื้อสร้างความหมายใหม่ โดยพยายามจัดระบบความหมายให้ถูกอ่านจากจุดยืนแบบเห็นคล้อยตามผู้ส่งสาร (Preferred reading) อย่างเข้มงวดมาก ผู้ส่งสารสร้างเรื่องการทอ้งก่อนแต่งขึ้นมา โดยเสนอว่าเป็นความผิดพลาดของลูกสาวที่ควรแก้ปัญหาด้วยการตัดสินใจบอกให้แม่และพ่อทราบพร้อมคำ “ขอโทษ” หรือรู้จักขอขมาเหมือนสังคมยุคก่อน ส่วนพ่อไม่ควรแก้ปัญหาแบบเดิมคือลงโทษ ทบตี แต่เสนอให้พ่อซึ่งถือเป็นผู้นำของครอบครัวในสังคมไทยเลือกทางออกของการแก้ปัญหาด้วยความรัก ความอบอุ่น ด้วยการโอบกอดลูกและสัญญาจะดูแลลูกและหลานที่จะเกิดขึ้นต่อไป

ผู้ส่งสารใช้ภาษา และภาพเคลื่อนไหวที่เหมือนจริง ผูกเรื่องและเลือกนักแสดงที่สมจริงมีการใช้สัญลักษณ์และมุกกลองช่วยสื่อเพื่อสร้างอารมณ์ร่วมกับผู้ชมและตรึงผู้ชมให้คิดเหมือนโฆษณาได้ดี นอกจากนี้การผลิตซ้ำบ่อยๆ ด้วยการใช้ความถี่สูงของโฆษณาชุดนี้ก็ทำให้การสื่อความหมายใหม่ส่งต่อไปยังผู้รับสารได้รวดเร็ว และซ้ำแล้วซ้ำอีกได้ตลอด

4. การถอดรหัส

ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้รับสาร 2 กลุ่ม คือ กลุ่มนักเรียน นักศึกษาหญิง และกลุ่มพ่อ การวิเคราะห์การถอดรหัสและตีความหมายของผู้รับสาร พบว่าผู้รับสารทั้งสองกลุ่มมีการตอบรับสารใน 2 แบบ คือ การตอบรับในทางบวกต่อการนำเสนอเรื่องราวดังกล่าวในโฆษณา และการตอบรับในทางลบต่อการนำเสนอเรื่องราวดังกล่าวในโฆษณา

การตอบรับในทางบวกต่อการนำเสนอเรื่องราวในโฆษณา

นักเรียน นักศึกษาหญิง และคุณพ่อส่วนใหญ่ที่ไม่มีประสบการณ์โดยตรงในการเกิดปัญหาที่ทอ้งก่อนแต่ง ชอบเนื้อหาการโฆษณาเรื่องดังกล่าวตอบรับในทางบวกมากกว่าทางลบ เป็นการถอดรหัสที่ตรงตามจุดมุ่งหมายของผู้ส่งสาร (Preferred Reading) ในประเด็นของการได้รับข้อคิดที่เป็นประโยชน์ คือ การสะท้อนปัญหาสังคมที่ดี การแสดงให้เห็นความสำคัญของครอบครัว ความรักของพ่อที่มีต่อลูก การได้เห็นแบบอย่างการเกิดและการแก้ปัญหาที่ดี

การตอบรับในทางลบต่อการนำเสนอเรื่องราวในโฆษณา

นักเรียน นักศึกษาหญิง รวมทั้งคุณพ่อที่มีประสบการณ์โดยตรงในการประสบปัญหาการทอ้งก่อนแต่งขึ้นในครอบครัว ไม่ชอบโฆษณานี้ เนื่องจากเห็นว่าเป็นการตอกย้ำในสิ่งที่อยากจะลืม เป็นการทำให้ครอบครัวเกิดภาวะเงียบบังและต่างคนต่างอยู่ ที่สำคัญยังเห็นเป็นเรื่องสมมุติที่อาจมีจริงหรือไม่จริงก็ได้ เพราะลักษณะสภาพแวดล้อมของครอบครัวแตกต่างกันขึ้นอยู่กับผู้นำแต่ละครอบครัว บางคนเห็นว่าจะมีผลต่อการเลียนแบบการกระทำที่ไม่ดีของกลุ่มวัยรุ่น ซึ่งเป็นการถอดรหัส ตีความตามที่คุณส่งสารส่งมาให้ แต่มีเงื่อนไขแบบไม่ยอมรับทั้งหมด (Negotiated หรือ Alternative meaning) แต่ก็มีบางคนถึงระดับคัดค้าน เห็นตรงกันข้ามกับสารที่คุณส่งสารส่งมา (Oppositional meaning) โดยเป็นกลุ่มที่มีประสบการณ์โดยตรงเกี่ยวกับเรื่องการทอ้งก่อนแต่ง

5. ความสัมพันธ์ระหว่างโลกความจริงกับโลกที่สื่อนำเสนอของลูกสาวกับพ่อ โดยพิจารณาการตัดสินใจ คลี่คลายปัญหาเหมือนหรือแตกต่างจากเรื่องราวที่โฆษณานำเสนอ รวมทั้งปฏิกิริยาตอบกลับ (Feedback) จากครอบครัวในการชมโฆษณา

จากการสนทนากลุ่ม เมื่อให้นักเรียน นักศึกษา เปรียบเทียบ โลกแห่งความเป็นจริงกับเรื่องที่น่าสนใจ นำเสนอผ่านโฆษณา ผลวิจัยสามารถแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็นสองกลุ่มใหญ่ๆ คือ กลุ่มที่ตัดสินใจคลี่คลาย ปัญหาเหมือนเรื่องราวที่น่าสนใจในโฆษณา และอีกกลุ่มหนึ่งเลือกจะคลี่คลายปัญหาดตรงกันข้ามกับเรื่องราว ในโฆษณา ดังนี้

กลุ่มที่ตัดสินใจเหมือนโฆษณา : โลกความจริงเหมือนโลกที่สื่อนำเสนอ

นักเรียน นักศึกษาส่วนใหญ่ที่ไม่มีประสบการณ์โดยตรงกับการเกิดปัญหาการท้องก่อนแต่งจะ ตัดสินใจคลี่คลายปัญหาการท้องก่อนแต่งเหมือนโฆษณา กล่าวคือ หากเกิดการผิดพลาดท้องก่อนแต่ง เหมือนที่โฆษณานำเสนอจะแก้ปัญหาด้วยการบอกให้พ่อกับแม่ทราบ และจะเก็บหรือเลี้ยงลูกด้วยตนเอง โดยเลือกที่จะบอกแม่ก่อนด้วยความรู้สึกละอายใจกับแม่มากกว่าพ่อ

เมื่อศึกษาถึงลักษณะภูมิสำเนา ระดับการศึกษา โครงสร้างครอบครัว พบว่า ระดับการศึกษาและ โครงสร้างครอบครัว เป็นปัจจัยที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างมีความคิดแตกต่างกันมากกว่าภูมิสำเนา การเป็นคน กรุงเทฯ หรือต่างจังหวัดไม่มีผลต่อการตัดสินใจมากนัก

เมื่อพิจารณาระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายเลือกจะเก็บลูกไว้โดยไม่ไป ทำแท้งมากกว่านักศึกษาในมหาวิทยาลัย กลุ่มนักเรียนที่ไม่คิดทำแท้งและเลือกทำเหมือนโฆษณาส่วนใหญ่ ให้เหตุผลด้านคุณธรรม จริยธรรม และกลัวที่จะทำลายลูก และมั่นใจว่าถ้าบอกพ่อกับแม่ท่านจะเข้าใจ เหมือนในโฆษณา

นอกจากนี้เมื่อพิจารณาโครงสร้างครอบครัว โดยดูจากขนาดของครอบครัวเล็กหรือใหญ่ และ ครอบครัวอยู่พร้อมหน้ากันหรือแยกกันอยู่ มีผลต่อการตัดสินใจอย่างไร พบว่า นักเรียน นักศึกษาที่มาจาก ครอบครัวใหญ่จะตัดสินใจทำแท้งมากกว่าครอบครัวเล็ก โดยเฉพาะกรณีที่ครอบครัวแตกแยกจะส่งผลต่อ การตัดสินใจในการที่จะทำแท้งมากกว่า ลักษณะของนักเรียนและนักศึกษาที่มาจากครอบครัวที่พ่อเสียชีวิต อยู่กับพ่อเลี้ยง หรือไม่เคยพบพ่อ จะมีความรู้สึกรุนแรงต่อการชมโฆษณา บางคนร้องไห้และปฏิเสธที่จะชม โฆษณาจนจบ

กลุ่มที่ตัดสินใจไม่เหมือนโฆษณา : โลกความจริงไม่เหมือนโลกที่สื่อนำเสนอ

นักเรียน นักศึกษาหญิงมากกว่าครึ่งที่คิดว่าโลกความเป็นจริงสำหรับตนเองไม่ใช่อย่างที่สื่อนำเสนอ เพราะหากเป็นโลกความจริงเขาจะเลือกคลี่คลายปัญหาในทางตรงกันข้ามกับที่โฆษณานำเสนอ นั่นคือการ ไปทำแท้งหรือการฆ่าตัวตายเพื่อหนีปัญหา ด้วยเหตุผลเพราะกลัวพ่อแม่อับอายและไม่มีศักยภาพที่จะเลี้ยง ลูกได้ ที่สำคัญคนที่ตัดสินใจตรงกันข้ามกับโฆษณาส่วนใหญ่มีประสบการณ์ตรงกับการเกิดปัญหาท้องก่อน

แต่ง เช่น พี่สาวท้องก่อนแต่งแล้วทำให้ตนเองเรียนรู้ความเจ็บปวดของพ่อและแม่ เรียนรู้ปฏิบัติการแก้ปัญหาที่เจ็บปวด ดังนั้นหากเป็นตนเองจะตัดสินใจทำแท้งโดยไม่บอกพ่อแม่

นอกจากนี้ยังมีนักศึกษาที่เคยประสบปัญหาท้องก่อนแต่งมาแล้ว และแก้ปัญหาด้วยการไปทำแท้ง โดยการตัดสินใจของพ่อและแม่ ซึ่งเป็นความเจ็บปวดที่ตนเองได้เรียนรู้มา ถือเป็นความผิดพลาดและประสบการณ์ที่เลวร้ายที่สุดในชีวิต เหตุการณ์ท้องก่อนแต่งเกิดขึ้นเมื่อนักศึกษาสำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี ด้วยคะแนนเกียรตินิยม อันดับ 1 และยังไม่ได้เข้าร่วมพิธีประสาทปริญญา ก็พบว่าตนเองท้องกับแฟนหนุ่มที่เข้าใจว่ารักกันมากมาตลอด ฝ่ายหญิงจึงตัดสินใจบอกกับพ่อและแม่ของตนและฝ่ายชาย โดยคิดว่าการคลี่คลายปัญหาจะเป็นไปในทางบวก มีการขอมาแล้วแต่งงานกัน แต่เหตุการณ์กลับไม่เป็นเช่นนั้น เมื่อผู้ใหญ่ฝ่ายชายไม่ยอมรับและต้องการให้ลูกชายเรียนต่อ ไม่ใช่การแต่งงาน ในที่สุดพ่อของฝ่ายหญิงจึงตัดสินใจให้ไปทำแท้ง ดังนั้นโลกความจริงกับโลกที่ลือเลื่องของนักศึกษาและพ่อคนนี้จึงไม่สัมพันธ์กัน โฆษณาไม่มีผลต่อการตัดสินใจ นั่นแสดงให้เห็นว่า ผู้ชมต่อรองโฆษณาดังกล่าวได้เช่นกัน

พ่อคิดอย่างไรหากเรื่องนี้เกิดขึ้นในโลกความเป็นจริง

ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์พ่อของนักเรียนนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการสนทนากลุ่มทั้งสิ้น 8 คน โดยเลือกสัมภาษณ์ตามความสมัครใจของนักเรียนนักศึกษาที่ยินดีจะให้สอบถามความคิดเห็นจากพ่อ ผลการวิจัย พบว่าการคลี่คลายปัญหาการท้องก่อนแต่งของลูกสาว หากเป็นเหตุการณ์ที่เกิดในโลกแห่งความจริง พ่อเลือกที่จะยอมประนีประนอมกับลูกสาวเหมือนที่โฆษณานำเสนอ มากกว่าการลงโทษแบบลงไม้ลงมือเหมือนสมัยก่อน นั่นหมายความว่า โฆษณามีอำนาจต่อรองกับพ่อมากกว่า ถึงแม้พ่อจะมีอำนาจถอดรหัสด้วยตนเองอยู่บ้าง แต่ท้ายที่สุดผู้ผลิตสารก็ควบคุมอำนาจได้

6. ปฏิกริยาย้อนกลับ (Feedback) ของครอบครัวจากการชมโฆษณาชุดนี้

ผู้วิจัยได้สอบถามนักเรียนและนักศึกษาหญิงถึงปฏิกริยาย้อนกลับ (Feedback) ต่อการชมโฆษณาชุดนี้ในครอบครัว พบว่ามีปฏิกริยาย้อนกลับ 3 รูปแบบ คือ

1. ใช้ง้างหวะของการชมโฆษณาชุดนี้เป็นการเตือนสติและสอนลูกสาว ไม่ควรทำตามแบบ โดยจะพูดเตือนสติทันที ส่วนใหญ่จะพบในครอบครัวที่อยู่กันพร้อมหน้าและเป็นกลุ่มครอบครัวที่ไม่มีประสบการณ์โดยตรงกับการเกิดและการแก้ปัญหาท้องก่อนแต่ง ซึ่งถือเป็นกลุ่มผู้ชมที่ใช้ประโยชน์จากการชมโฆษณา เป็นโอกาสในการอบรมลูก
2. เกิดบรรยากาศเงียบ เศร้า หลังการชมโฆษณาชุดนี้ ไม่มีใครพูดอะไรแม้แต่การวิพากษ์วิจารณ์ ปฏิกริยานี้เกิดขึ้นกับครอบครัวที่มีประสบการณ์การท้องก่อนแต่งโดยตรง โดยเป็นความรู้สึกกลบในครอบครัว กลุ่มผู้ชมกลุ่มนี้จะไม่อยากเปิดรับโฆษณา
3. เกิดการวิพากษ์วิจารณ์ทั้งตัวเรื่อง การแสดง เนื้อหาในด้านลบซึ่งเป็นสารที่ไม่ตรงกับที่ผู้ส่งสารตั้งใจส่งมาให้ กลุ่มที่มีปฏิกริยาแบบนี้เป็นกลุ่มที่ผู้ปกครองมีความเข้มงวดกับลูกมากๆ

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยสามารถอภิปรายผลโดยใช้กลุ่มทฤษฎีวิพากษ์ที่นำเสนอแนวคิดใหม่ในเรื่องการเข้ารหัสและถอดรหัสของ Stuart Hall แห่งสำนัก Birmingham เพื่อประกอบการอภิปรายในสาระที่สำคัญ ๆ ดังนี้

1. ความหมายและผลอันเกิดจากการสื่อสาร อาศัยแนวคิดเรื่อง “ภาษาเป็นตัวสร้างความเป็นจริง” (Construction of reality) ของสจวร์ต ฮอลล์ (S. Hall) ได้นำมาอธิบายกระบวนการส่งสารของสื่อมวลชนว่า ผลอันเกิดจากการส่งข่าวสารนั้น จะทำให้เกิดการสร้าง “ความเป็นจริง” ที่มีอยู่หลายชุดล้อมรอบตัวผู้รับสาร เช่น ในกรณีของงานวิจัยนี้ สื่อได้สร้างความเป็นจริงต่าง ๆ เกี่ยวกับ “ความรักของพ่อ” ทั้งที่เป็นความรักแบบไม่แสดงออก หรือความรักที่แสดงออกโดยการลงโทษลูก และความรักที่แสดงออกอย่างอบอุ่น หรือความจริงของคำว่า “ครอบครัว” แต่ละคนก็แตกต่างกัน ครอบครัว อาจหมายถึงแม่กับลูก หรือพ่อแม่ลูก หรือตัวตนของเขาคนเดียวก็ได้

2. การกิจของผู้ส่งสาร S. Hall (1999) กล่าวว่าเมื่อส่งสารไปนั้น ผู้ส่งสารได้กระทำ 2 อย่างไปพร้อม ๆ กัน กล่าวคือ นอกจากจะส่งข่าวสารไปแล้ว ยังได้ติดตั้งระบบรหัส (Coding System) ให้ผู้รับสารไปด้วย ในที่นี้สารที่ผู้ส่งสารติดตั้งให้ผู้รับสารคือเรื่อง “ครอบครัว” ซึ่งมีความสำคัญในการแก้ปัญหา โดยเฉพาะเรื่องการท้องก่อนแต่ง สามารถแก้ปัญหาหรือคลี่คลายได้ด้วยทางออกที่นุ่มนวล ด้วยความรักของพ่อที่มีต่อลูก พ่อที่พร้อมจะให้ภัยและดูแลลูกตลอดไป ส่วนรหัสที่ผู้ส่งสารติดตั้งไว้นั้นก็คือ ไทยประกันชีวิตจะดูแลลูกค้าทุกคนตลอดไป เปรียบเหมือนกับการดูแลที่ไม่สิ้นสุดของพ่อในภาพยนตร์โฆษณา ดังนั้นผู้ชมโฆษณาที่เป็นผู้หญิงวัยรุ่นจะซาบซึ้งถึงความรักที่พ่อมีต่อลูก เมื่อทำผิดก็พร้อมจะบอกพ่อแม่เพื่อให้อภัยแก้ปัญหา

3. แม้ว่าผู้ส่งสารจะได้ใส่ “ความหมายอันหนึ่ง” ลงไปในสาร แต่เมื่อข่าวสารถึงมือผู้รับ ก็เกิดความหมายที่หลากหลาย (Polysemic Value) ซึ่งทำให้ผู้รับสารตีความแตกต่างกันไป อย่างไรก็ตามท่ามกลางความหมายอันหลากหลายนี้ ผู้ส่งสารก็มีฝีมือสามารถทำให้เกิดความหมายอันหนึ่งที่โดดเด่น (Dominant) ชวนให้เข้าตาผู้รับสารส่วนใหญ่ได้ ในการวิจัยครั้งนี้ พบว่าถึงแม้ผู้รับสารตีความโฆษณาที่หลากหลาย แต่ผู้รับสารมากกว่าครึ่งตีความ ถอดรหัสด้วยจุดยืนที่ตรงกับที่ผู้ส่งสารเข้ารหัสมาให้ และยอมรับความคิด ข้อเสนอของโฆษณา ผู้รับสารได้รับความหมายที่โดดเด่นของการโฆษณาในครั้งนี้ คือ ครอบครัว การให้ความสำคัญกับครอบครัว ความรักของครอบครัว การแก้ปัญหาของครอบครัว ความอบอุ่นของครอบครัว เป็นต้น

4. ในเรื่องการถอดรหัส (Decoding) ตีความของ ลูกสาวและพ่อ ส่วนใหญ่ พ่อยังเลือกที่จะคลี่คลายปัญหาด้วยความประนีประนอม เลือกที่จะให้อภัยเหมือนโลกที่สื่อ นำเสนอในโฆษณา กล่าวคือ เลือกที่จะแก้ปัญหาเหมือนที่โฆษณานำเสนอ หากเกิดเรื่องนี้ขึ้นในโลกแห่งความเป็นจริง นั้นแสดงว่าผู้ผลิตทำการบ้านอย่างหนักที่จะเข้าใจและเข้าถึงผู้รับสารได้สำเร็จ ในการถอดรหัส (Decoding) และตีความแสดงให้เห็นชัดว่า ในระบบการเข้ารหัสสาร (Encoding) ผู้ส่งสารมีอำนาจในการกำหนดการถอดรหัส (Decoding)

เหนือกว่าผู้รับสาร กล่าวได้ว่า ในระบบรหัส (Coding system) ของสื่อโฆษณาชุดนี้ ผู้ที่มีอำนาจในการควบคุม คือ ผู้ผลิตหรือ ผู้เข้ารหัส (Encoder) ไม่ใช่ผู้รับสาร หรือผู้ออกรหัส (Decoder)

เนื่องจากสื่อแต่ละชนิดมีธรรมชาติต่างกัน จึงมีรหัสต่าง ๆ กันไปด้วย เช่น สื่อโทรทัศน์ที่มีทั้งภาพและเสียง ทำให้มีรหัสที่ดูว่า “เป็นธรรมชาติและโปร่งใส” ทั้งที่ความจริงแล้ว ภาพและเสียงที่ผ่านจอโทรทัศน์นั้นได้ผ่านการปรุงแต่งมาอย่างมากที่สุด ในกรณีนี้ กลุ่มตัวอย่างเชื่อว่าเป็นเหตุการณ์จริง ในชีวิตจริง โดยเฉพาะเด็กผู้หญิงที่มีประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อมจะมีความรู้สึกร่วมด้วยสูงมาก

นอกจากนี้ยังแสดงให้เห็นว่า ผู้รับสารมีธาตุองค์ประกอบที่แตกต่างกันมาก ทั้งอายุ เพศ ประสบการณ์ ฯลฯ ทำให้การตีความแตกต่างกันออกไป แต่ความแตกต่างนี้มีได้กระจัดกระจายอย่างไรทิศทาง แต่มีการถอดรหัสเป็นระบบแบบแผนตามที่ สจวร์ต ฮอลล์ เสนอใน 3 รูปแบบ ทั้งการตีความตามที่ผู้ส่งสารต้องการ และต่อตรงกับสารที่ส่งมา และมีบางส่วนที่ตีความที่ขัดแย้งกับความตั้งใจของผู้ส่งสารโดยตรง โดยเฉพาะผู้ที่มิ ประสบการณ์โดยตรงกับการทอ้งก่อนแต่งจะมีแบบแผนการตีความ ถอดรหัสแบบต่อตรงและคัดค้านความหมายที่ผู้ส่งสารส่งมา ในทางตรงกันข้ามผู้รับสารที่ไม่มีประสบการณ์โดยตรงกับการทอ้งก่อนแต่ง จะมีรูปแบบการตีความตรงตามที่ผู้ส่งสารส่งมาให้มากที่สุด นั่นเป็นผลจากการมีต้นทุนที่แตกต่างกันของผู้รับสารทั้งสองกลุ่ม

5. กลยุทธ์การนำเสนอก็เป็นเอกลักษณ์อีกแบบหนึ่งของโฆษณา กล่าวคือ โฆษณามักจะเริ่มต้นด้วยการนำเสนอปัญหาให้ผู้บริโภคตระหนักและรับรู้เสมอ และมักจะลงท้ายด้วยการแก้ปัญหาได้สำเร็จด้วยการใช้ผลิตภัณฑ์หรือชื่อสินค้า นั่นๆ คำถามต่อจากนั้นคือ ผู้ชมหรือผู้บริโภคตัดสินใจและยอมรับสารตามที่โฆษณานำเสนอหรือไม่ สิ่งที่ไ้จากการวิจัยเรื่องนี้ สามารถชี้ชัดได้ว่า ผู้รับสารหรือผู้บริโภคที่ไม่มีประสบการณ์ตรงหรือไม่มีต้นทุนจะยอมรับและตัดสินใจปัญหาตามที่โฆษณานำเสนอ ผู้ผลิตหรือผู้ส่งสารมีอำนาจในการควบคุมการถอดรหัสเหนือกว่าผู้รับสาร รวมทั้งโฆษณาสามารถต่อตรงผู้รับสารได้มากกว่าด้วยสรุปได้ว่า โลกความจริงของผู้รับสารมีความสัมพันธ์กับโลกที่สื่อนำเสนออย่างแนบแน่น

หากผู้ผลิตสามารถเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างโลกแห่งความจริงและโลกที่สื่อนำเสนอได้ใกล้เคียงกันที่สุดจะสามารถดึงดูดความสนใจ สร้างการรับรู้ได้อย่างรวดเร็วและสร้างการจดจำได้ง่าย นอกจากนี้ผู้ผลิตต้องคำนึงถึงลักษณะที่แตกต่างกันของผู้รับสาร ลักษณะปัจเจกบุคคล และประสบการณ์ที่แตกต่างกัน ทำให้ผู้รับสารตีความและถอดรหัสสารแตกต่างกัน

หลังจากวิเคราะห์ทั้งกระบวนการของการผลิต การเผยแพร่ การบริโภคและการผลิตซ้ำทั้งวงจรแล้วพบว่าโฆษณาชุดนี้มี Code เป็นเรื่องครอบครัวและผู้ที่มิอำนาจในการควบคุม Coding system ในครั้งนี้คือ ผู้ส่งสารที่ทำหน้าที่เข้ารหัส (Encoding) มากกว่า ผู้รับสารที่ทำหน้าที่ถอดรหัส (Decoding) และหากพิจารณาบทบาทพ่อ ตามระบบครอบครัวไทยที่ให้ความสำคัญกับเพศชาย ซึ่งถือว่า พ่อเป็นใหญ่ในบ้าน เป็นผู้นำครอบครัวและเป็นผู้คลี่คลายปัญหาการทอ้งก่อนแต่งได้ และ พ่อในสังคมยุคเทคโนโลยีข่าวสารนี้เลือกที่จะคลี่คลายปัญหาแบบรวมหอมตามที่โฆษณานำเสนอ นั่นหมายถึง โฆษณามีอำนาจต่อตรงเหนือกว่าผู้รับสารที่เป็นพ่อในปัจจุบัน

บรรณานุกรม

กรุงเทพธุรกิจ Biz 4-10 พฤศจิกายน, 2548.

กาญจนา แก้วเทพ. 2541. การศึกษาสื่อมวลชนด้วยทฤษฎีวิพากษ์: แนวคิดและตัวอย่างงานวิจัย.

กรุงเทพ: โรงพิมพ์ภาพพิมพ์.

_____. 2544. ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา. กรุงเทพฯ: เอ็ดดิสันเพรสโปรดักส์.

_____. 2545. สื่อสารมวลชน ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน. 2551. สายธารนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อการศึกษา. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.

ข่าวสด “คุณค่าของชีวิต” 26 ตุลาคม 2549.

เนตรดาว แพทย์กุล 2543. การสร้างอุดมการณ์สิ่งแวดล้อมนิยมในโฆษณา. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาลังคม คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

“ไทยประกันชีวิตบริการดียิ่งไปถึงขายได้” คอลัมน์ โศด-สะ-นา. ฐานเศรษฐกิจ, 9-11 พฤศจิกายน 2549.

วิภากรณ์ กองรัฐจิตต์ 2545. การวิเคราะห์ภาพเสนอความขาวในโฆษณาโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วัชรณัฐ วานิชวัฒนากุล 2549. การสื่อสารความหมายใน “การ์ตูนพันธุ์ใหม่”. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สมสุข หินวิมาน. โฆษณากับวัฒนธรรมบริโภคร่วมสมัย: ไม่วิจารณ์ไม่ได้แล้ว 2549. หนังสือ เปิดประตูสู่การรู้เท่าทันสื่อ: แนวคิดทฤษฎีและประสบการณ์การรู้เท่าทันสื่อเพื่อสุขภาพ—นนทบุรี: โครงการสื่อสร้างสรรค์สุขภาพ.

อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว 2550. นานาสาระเรื่องโฆษณา. คอลัมน์ Media Marketing สยามธุรกิจ, 13-16 มกราคม.

Berger, A. 2000. **Ads, Fads, and Consumer Culture: Advertising's Impact on American Character and Society**. Lanham: Rowman & Littlefield.

Hall, S. (1999). "Encoding/Decoding", in P. Morris & S. Thornham(eds) , Media studies: a Reader. Edingburgh: Edingburgh University Press.

Lasch, C. 1979. **The Culture of Narcissism: American Life in an Age of Diminishing Expectations**. New York: W.W.Norton.

Leiss, W. et al 1990. **Social Communication in Advertising: Persons. Products and Images of Well-Being.** London: Routledge.

Marchand, R. 1985. **Advertising the American Dream: Making Way for Modernity 1920-1940.** Berkeley: University of California Press.

“Media Edge” **บิสิเนสไทย** 30 ตุลาคม – 5 พฤศจิกายน 2549.

Williams, R. 1980. ‘**Advertising: The Magic System**’. In **Problems in Materialism and Culture.** London: New Left Books.

โมเดลใหม่เพื่อการรณรงค์ขับเคลื่อนสังคม : จาก “บวร” สู่อ “พ อ ส ม ค ว ร”

ดร.บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ

อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

บทคัดย่อ

จากการถอดบทเรียน การขับเคลื่อนและการรณรงค์ทางสังคมของเครือข่ายภาคประชาชนในหลายพื้นที่ชุมชนต่างๆ ของไทย พบว่า การรณรงค์ขับเคลื่อนสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในระดับชุมชนนั้น จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากภาคีพันธมิตรหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในหลายภาคส่วนด้วยกัน ทั้งนี้ ในอดีตสถาบันหลักที่มีส่วนสำคัญอย่างมากในการรณรงค์ขับเคลื่อนสังคมให้ประสบความสำเร็จคือ ชุมชน หมู่บ้าน สถาบันทางศาสนาหรือวัด และสถาบันทางการศึกษาหรือโรงเรียน ซึ่งประสานงานและทำงานร่วมกัน รวมเรียกว่า “บวร” เป็น “สามประสาน” ที่มีการนำมาใช้เป็นแนวทางในการรณรงค์ขับเคลื่อนสังคมระดับชุมชนมาเป็นเวลานาน ทั้งนี้ การทำงานของ “บวร” ที่มีความเข้มแข็งและมีประสิทธิภาพย่อมนำไปสู่ความสำเร็จในการขับเคลื่อนสังคมได้เป็นอย่างดี แต่อย่างไรก็ตาม ในยุคสมัยใหม่สังคมมีการเปลี่ยนแปลงไปมากด้วยกระแสโลกาภิวัตน์ แนวคิดใหม่ในการปกครองและการพัฒนาสังคม ดังนั้น ในชุมชนสถาบันหลักเดิมที่มีอิทธิพลต่อความคิด และวิถีชีวิตของคนในชุมชนคือ บ้าน วัด โรงเรียน เริ่มลดทอนอำนาจหรืออิทธิพลลงไปมาก พัฒนาการทางสังคมใหม่ๆ ทำให้ทรัพยากรอำนาจในชุมชนเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม เกิดองค์กรหรือสถาบันในรูปแบบใหม่ๆ เพิ่มขึ้น ดังนั้น ทรัพยากรอำนาจในชุมชนจึงเปลี่ยนแปลงไป ภาคีองค์กรที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับชุมชนมีมากขึ้น

ด้วยเหตุนี้ การสร้างความร่วมมือกันในหลายชุมชนจึงมีภาคีองค์กรที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับชุมชนมากขึ้น สถาบันหลักอันเป็นทรัพยากรอำนาจย่อมขยายกว้างออกไปจากสามสถาบันหลักเดิมคือ บ้าน วัด โรงเรียน หรือ บวร ดังนั้น การสร้างความร่วมมือเพื่อรณรงค์ขับเคลื่อนสังคม จึงควรอาศัยตัวแบบ (Model) ใหม่ของภาคีความร่วมมือที่เรียก “พ อ ส ม ค ว ร” ซึ่งประกอบด้วยสถาบันหลัก 7 สถาบันที่เชื่อมต่อกับชุมชน อันได้แก่ 1) องค์กรพัฒนาเอกชน (NGOs) หรือองค์กรด้านการพัฒนาชุมชน หรือ “พ” 2) องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น ซึ่งในระดับชุมชนหมู่บ้านจะเน้นไปที่องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) หรือ “อ” 3) หน่วยงานทางด้านสาธารณสุขในชุมชน ในที่นี้มุ่งเน้นไปที่หมออนามัย หรือ “ส” 4) หมู่บ้าน ซึ่งหมายความรวมถึงแกนนำชุมชน อันได้แก่ ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน ผู้นำทางการปกครอง และผู้นำทางความคิด เช่น ปราชญ์ชาวบ้าน หรือ “ม” 5) ครอบครัวและคนในชุมชน หรือ “ค” 6) วัดและแกนนำทางด้านศาสนาในชุมชน หรือ “ว” และ 7) สถาบันการศึกษาหรือโรงเรียน ได้แก่ “ร” หมายถึงและหมายความรวมถึง ผู้นำทางความคิดในด้านการศึกษา อันได้แก่ ครู อาจารย์

ทั้งนี้ จากการศึกษาวิจัยพบว่า ในชุมชนใดที่มีการรณรงค์ขับเคลื่อนสังคมโดยมีภาคีเครือข่ายความร่วมมือครบถ้วนทั้ง 7 ภาคส่วน และสามารถทำงานหนุนเสริมซึ่งกันและกัน ปรากฏว่า ชุมชนดังกล่าว นั้นสามารถรณรงค์ขับเคลื่อนสังคมไปสู่การเปลี่ยนแปลงได้เป็นผลสำเร็จบนความร่วมมือร่วมใจของ ประชาคม และภาคีที่เกี่ยวข้องได้เป็นอย่างดี

Abstract

According to the analysis of the lesson on the social movement and campaign of people network in many Thai communities, the social movement and campaign, especially in the level of local communities, requires cooperation from partners of stakeholders in many areas. In the past, the main institution which played an important role in the campaign is local community, religious institution or temple, and educational institution or schools all collaborating with each other as a group called “BORWORN” (บ-ร-น) or “Three Cooperations”. BOWORN has shown its strength and efficiency leading to a smooth social movement. However, owing to globalization at present, there has been some tremendous change in the society. Additionally, it results in innovative ideas of social administration and development. The main institutions, which affect local people’s lifestyle and ways of thinking, are home, temples and schools whose authority and influence has been considerably lessened. The new social development has changed the power sources in the local communities, and it also results in new types of organization and institution. Consequently, with a change in the sources of power, the partners involved in the local communities have increased.

With these reasons, more partners have been brought into the cooperation in the local communities. The above-mentioned three main institutions, i.e. home, temples and schools have then expanded into a new model called “PORSOMKUAN” (พ-อ-ส-ม-ค-ว-ร) consisting of 7 institutions : 1) Non-government organization for development or NGOS 2) local government 3) community health organization 4) opinion leader 5) family and people 6) temples and other main religious institutions in the communities 7) educational institutions or schools.

In conclusion, the result of the study revealed that any community which comprises all 7 main institutions collaborating well with each other will be able to generate social movement leading to achievement in people’s cooperation and partners involved.

1. บทนำ

การขับเคลื่อนหรือการรณรงค์ทางสังคมนั้น ถือเป็นรูปแบบหนึ่งของการบริหารจัดการทางสังคม เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการอยู่ร่วมกันในสังคม รวมทั้งการสร้างคุณภาพชีวิตและภราดรภาพของสังคม ทั้งนี้ ในท่ามกลางสภาพการณ์ทางสังคมที่มีความซับซ้อน (Complexity) ความหลากหลาย (Diversity) และการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา (Dynamics) นั้น การรณรงค์ขับเคลื่อนสังคม เพื่อแก้ปัญหาใดๆ ทางสังคม หรือก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ที่จะประสบผลสำเร็จได้นั้น จำเป็นอย่างยิ่งต้องอาศัยความร่วมมือจากผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder) ในหลายภาคส่วน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การรณรงค์ทางสังคม (Social Campaign) หรือการขับเคลื่อนทางสังคม (Social Movement) ในระดับชุมชน หรือระดับท้องถิ่นนั้น ต้องอาศัยความร่วมมือและการมีส่วนร่วมของประชาชน (People's Participation) ในชุมชนนั้นทุกภาคส่วน จึงจะนำไปสู่ผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

อย่างไรก็ตาม รูปแบบหรือโมเดลของภาคีความร่วมมือในการระดมสรรพกำลังเพื่อทำการรณรงค์ขับเคลื่อนสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในระดับชุมชนนั้น สามารถดำเนินการได้หลากหลายรูปแบบที่แตกต่างกันออกไปตามสภาพแวดล้อมทางสังคม และวัฒนธรรมของการอยู่ร่วมกันของแต่ละชุมชน บทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์ในการนำเสนอแนวคิดของการสร้างภาคเครือข่ายในการขับเคลื่อนทางสังคมสำหรับชุมชน ในบริบทของสังคมไทย โดยมุ่งเน้นไปที่รูปแบบหรือโมเดลภาคีพันธมิตรในการขับเคลื่อนสังคมที่ครอบคลุมกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งจากภายในและภายนอกชุมชน เน้นการสร้างร่วมมือแบบบูรณาการ โดยมีเป้าหมายเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการดำเนินการ

2. การขับเคลื่อนสังคม: แนวคิดและหลักการ

การขับเคลื่อนสังคม (Social Movements) เป็นรูปแบบของกิจกรรมกลุ่ม (social action) ซึ่งโดยทั่วไปมักเป็นกลุ่มที่เกิดขึ้นอย่างไม่เป็นทางการ และเป็นได้ทั้งกลุ่มบุคคลหรือองค์กร โดยมีจุดมุ่งหมายในการเรียกร้องหรือจัดการประเด็นทางการเมือง หรือสังคมเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม หรืออาจเป็นการแสดงการต่อต้านการเปลี่ยนแปลงทางสังคมก็ได้ (www.answers.com/topic/social-movement, 28 กรกฎาคม 2551)

ทั้งนี้ มีผู้ให้คำนิยามของ “การขับเคลื่อนสังคม” ไว้ในหลายแนวคิดด้วยกัน ซึ่งพอจะยกมากล่าวเป็นตัวอย่างโดยสังเขป ดังนี้

Chaels Tilly (2004) ให้ความหมายว่า การขับเคลื่อนสังคมคือ ชุดปฏิบัติการรณรงค์ที่มีความต่อเนื่องกัน โดยเกิดจากพฤติกรรมรวมกลุ่มของประชาชน

Philip J. Bostic ให้คำนิยามว่า การขับเคลื่อนสังคม (Social Movement) ประกอบขึ้นด้วยองค์กรประชาชนที่มาร่วมมือกันในการปฏิบัติการบางอย่างเพื่อบรรลุเป้าหมายร่วมกัน โดยทั่วไปมักมีเป้าหมายที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางสังคม ทั้งนี้ การขับเคลื่อนสังคมมีระดับความเป็นองค์กรและความคงอยู่ที่ยาวนานกว่าพฤติกรรมรวมหมู่ (Collective Behavior) โดยทั่วไป

(www.learningtogive.org/papers/paper59.html, 31 กรกฎาคม 2551)

ทั้งนี้ Tilly (2004) กล่าวว่า ขบวนการขับเคลื่อนทางสังคมนั้น มีองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการด้วยกัน คือ

1. มีความมุ่งมั่นต่อประเด็นที่เคลื่อนไหวให้สาธารณะรับรู้
2. มีการรวมตัวกันอย่างเหนียวแน่น หรือมีรูปแบบขององค์กรเฉพาะ
3. ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วม ทั้งในกลุ่มและจากสาธารณะ

นอกจากนี้ ในการรวมตัวกันเพื่อขับเคลื่อนสังคมที่มีการจัดองค์กรเฉพาะขึ้นมานั้น ก็อาจมีการก่อความสัมพันธ์เชิงอำนาจ (Power Relations) ขึ้น เพื่อให้การบริหารจัดการในการขับเคลื่อนทางสังคมนั้นดำเนินการไปได้โดยเรียบร้อย ทั้งนี้ “อำนาจ” (Power) โดยทั่วไปหมายถึงความสามารถในการทำสิ่งหนึ่งสิ่งใด (get thing done) ให้เสร็จลงไป ตัวอย่างเช่น ใช้ให้ใครทำอะไรให้ หรือห้ามไม่ให้เขาทำอะไร (สัญญาสัญญาวิวัฒน์, 2527: 26) ดังนั้น จากคำจำกัดความดังกล่าว อำนาจจึงอาจพิจารณาได้ในหลายลักษณะดังต่อไปนี้คือ

1) อำนาจมีอยู่ในความสัมพันธ์ทางสังคม กล่าวคือ เมื่อมนุษย์มีความสัมพันธ์กันขึ้นแล้ว อำนาจจึงจะเกิดขึ้น อำนาจไม่อาจเกิดขึ้นได้หากผู้นั้นอยู่คนเดียว ดังนั้นที่ใดมีการกระทำทางสังคม (Social Act) ที่นั่นก็มีความอำนาจ

2) การต่อต้าน (Resistance) กล่าวคือ การมีความสามารถกระทำสิ่งใดขึ้นในความสัมพันธ์ทางสังคมหรือการเปลี่ยนแปลงชีวิตของมนุษย์ในสังคมย่อมจะต้องมีการต่อต้านลักษณะใดลักษณะหนึ่งเกิดขึ้นและแสดงออกให้เห็น เช่น การฝ่าฝืน การเรียกร้อง การฝ่าฝืน เป็นต้น

3) ความน่าจะเป็นไปได้ (Probability) เนื่องจากอำนาจเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นในความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ การหวังผลในการใช้อำนาจจึงมีความไม่แน่นอนอยู่มาก การใช้อำนาจแต่ละครั้งจะเป็นเพียงความน่าจะเป็นไปได้เท่านั้น

4) ความจริงและจินตนาการ (Real and Imagined) การก่อให้เกิดอำนาจ ผู้ก่ออาจใช้ทรัพยากรที่มีอยู่จริงหรือไม่มีอยู่จริง แต่สามารถทำให้คู่สัมพันธ์เชื่อได้ว่าผู้ก่ออำนาจมีทรัพยากรอยู่จริงจนเขายอมทำตามคำสั่งหรือขอร้อง ก็ทำให้เกิดอำนาจขึ้นได้

อีกประการหนึ่ง ในการก่อให้เกิดความสัมพันธ์เชิงอำนาจนั้น ย่อมต้องอาศัยปัจจัยหรือสิ่งที่เรียกว่า “ทรัพยากรอำนาจ” (Power resource) เข้ามาใช้ด้วย ซึ่งทรัพยากรอำนาจหมายถึงสิ่งใดๆ ที่ปัจเจกชนนำมาใช้เพื่อให้เกิดอำนาจขึ้น ทั้งนี้ทรัพยากรอำนาจมีหลายลักษณะ ดังนี้

- 1) การเป็นเจ้าของ เช่น สิ่งของต่างๆ เงินทอง ความรู้ ความชำนาญ เป็นต้น
- 2) การได้ดำรงตำแหน่งสำคัญในองค์กรหรือสถาบัน เช่น ในกระทรวง ทบวง กรม ในชุมชน สมาคม หรือวัด เป็นต้น
- 3) การที่ผู้มีอำนาจมอบอำนาจให้ เช่น การได้รับเลือกตั้งเป็นสมาชิกสภา ผู้แทนราษฎร การรับมอบอำนาจดำเนินการใดๆ จากเจ้าของทรัพย์สิน เป็นต้น
- 4) การเป็นเจ้าขององค์กรหรือหน่วยงาน เช่น เป็นเจ้าของบริษัท โรงงาน หรือห้างร้าน เป็นต้น

ดังนั้น โดยสรุปแล้ว ในการรณรงค์ขับเคลื่อนสังคม แม้ว่าจะต้องอาศัยความร่วมมือกันของภาคีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในหลายๆ ภาคส่วนก็ตาม แต่การเข้ามามีส่วนร่วมกันของภาคพันธมิตรในการขับเคลื่อนสังคมนั้นก็ก่อให้เกิดความสัมพันธ์เชิงอำนาจขึ้น ดังนั้น การได้รับยกย่องเป็นแกนนำในการรณรงค์ขับเคลื่อนสังคม จึงอยู่ที่การมีหรือครอบครองทรัพยากรอำนาจของบุคคลดังกล่าวด้วย

3. บ ว ร: โมเดลการขับเคลื่อนรณรงค์ทางสังคมแบบดั้งเดิม

“บวร” เป็นกระบวนการทางประชาสังคมรูปแบบหนึ่งที่รวมเรียกว่า “บ้าน วัด โรงเรียน” โดยเป็นการนำเอารูปแบบและแนวคิดการพัฒนาที่อาศัยสถาบันหลักสำคัญ 3 สถาบันในชุมชน ได้แก่ สถาบันการปกครอง ซึ่งหมายถึง บ (บ้าน) สถาบันทางศาสนา ซึ่งหมายถึง ว (วัด) และสถาบันการศึกษา ซึ่งหมายถึง ร (โรงเรียน) มาผนึกกำลังกันจัดตั้งเป็นองค์กรเพื่อนำมารองรับและดำเนินการต่างๆ ของทางราชการและของชุมชน (พระมหาสุเทพ สวัญโน, www.srd.ac.th/web/index.php?option-content&task=view&id, 13 กรกฎาคม 2551)

จากผลการศึกษาและการสังเกตการณ์เกี่ยวกับการขับเคลื่อนรณรงค์ทางสังคมในพื้นที่ชุมชนต่างๆ ในอดีตที่ผ่านมาพบว่า การขับเคลื่อนรณรงค์ทางสังคมหรือการสร้างเครือข่ายความร่วมมือในชุมชนโดยทั่วไปมักนิยมใช้ตัวแบบภาคีความร่วมมือของสถาบันหลักทางสังคมที่เรียกว่า “บ ว ร” ซึ่งเป็นตัวแบบดั้งเดิม (Classical Model) ที่ใช้ต่อเนื่องกันมาเป็นเวลาช้านานหลายสิบปี ทั้งนี้ ตัวแบบดังกล่าวเป็นการประสานสัมพันธ์และกระบวนการทำงานร่วมกันระหว่าง “บ้าน วัด และโรงเรียน”

ในระดับชุมชน บ้าน ในที่นี้มีความหมายถึง “หมู่บ้าน” และ “แกนนำชุมชน” รวมถึงแกนนำที่เป็นทางการซึ่งอยู่ในชุมชน เช่น ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน เป็นต้น ส่วน วัด หมายถึง “สถาบันศาสนาและแกนนำด้านศาสนา” ที่อยู่ในอาณาบริเวณของพื้นที่ชุมชนที่ทำการรณรงค์และโดยทั่วไปในสังคมชุมชนของไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในชนบท วัดจึงหมายถึง พระภิกษุสงฆ์ และเจ้าอาวาส ซึ่งเป็นผู้ทรงอิทธิพลต่อการปรับเปลี่ยนและโน้มน้าวชักจูงใจให้ประชาชนในพื้นที่เกิดความตระหนักและเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม



เพื่อการขับเคลื่อนทางสังคมในด้านต่างๆ ส่วนสุดท้ายได้แก่ **โรงเรียน** ก็มีความหมายถึง “สถาบันการศึกษา และแกนนำทางความคิด อันได้แก่ ครู อาจารย์” ในพื้นที่

ทั้งนี้ ภายใต้ตัวแบบ “บวร” ดังกล่าว ถือเป็นกลไกที่ทำงานภายใต้ระบบคิดที่อาศัยผู้นำทางความคิดหลักของชุมชน 3 ส่วนประสานกัน หรือเรียกว่า “สามประสานแกนนำ” ซึ่งแกนนำทั้งสามส่วนหากพิจารณาในเชิงมนุษยวิทยาชุมชนถือว่าเป็นตัวแทนของทรัพยากรอำนาจ (Power Resource) ของชุมชน ตัวแบบนี้เชื่อว่า ตัวแทนของทรัพยากรอำนาจดังกล่าวมีบทบาทในการชักจูงใจหรือโน้มน้าวใจให้คนในชุมชน ซึ่งเป็นเป้าหมายของการรณรงค์ในเรื่องต่างๆ เกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ความเข้าใจ ความเชื่อ ทศนคติ รวมไปถึงเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมให้เป็นไปตามที่กลุ่มแกนนำในการรณรงค์ต้องการ อันจะนำไปสู่การพัฒนาชุมชนในด้านต่างๆ ต่อไป ภายใต้ตัวแบบดังกล่าว จึงต้องอาศัยความเข้าใจอันดีและการบรรลุข้อตกลงร่วมกันของแกนนำชุมชนทั้ง 3 ส่วนดังกล่าว ภายใต้บริบทสังคมไทยโดยเฉพาะสังคมในชนบทหรือสังคมที่อยู่นอกเขตเมือง ตัวแบบ “บวร” ยังสามารถทำงานค่อนข้างได้ผลในหลายพื้นที่

อย่างไรก็ตาม การขับเคลื่อนสังคมในบางพื้นที่เริ่มมีการพัฒนาและขยายภาคีเครือข่ายความร่วมมือที่มากกว่าสถาบันหลักแบบสามประสาน “บวร” ดังเช่นที่ชุมชนบ้านน้ำเกียน กิ่งอำเภอภูเพียง จังหวัดน่าน ได้ดำเนินการขับเคลื่อนสังคมเพื่อพลิกฟื้นชุมชน และสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน โดยใช้โมเดลสี่ประสานที่เรียกว่า “บวรศ” ทั้งนี้ บวร ก็คือสามประสานของสถาบันหลัก บ้าน วัด โรงเรียน เช่นเดิม และเพิ่มเติม ศ. ซึ่งหมายถึงสถานีนามัยเข้าไปเสริมพลังเพื่อการขับเคลื่อนชุมชน (กาญจนา แก้วเทพและพิรุณ ศรีเพชรารุช, 2551:103)

4. พ อ ส ม ค ว ร: ข้อเสนอโมเดลใหม่เพื่อการรณรงค์ขับเคลื่อนสังคม

ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ที่วัฒนธรรม และแนวคิดจากสังคมภายนอกหลั่งไหลเข้ามา พรมแดนของรัฐชาติเข้าสู่ประเทศไทยและลงไปถึงชุมชนในชนบท เช่น แนวคิดทางด้านตะวันตก แนวคิดทุนนิยมที่ครอบคลุมไปทุกสังคมทั่วโลก ประกอบกับการขยายตัวของชุมชนชนบทไปสู่ความเป็นเมืองมากขึ้น อีกทั้งการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของคนในชุมชนเองเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้สังคม ชุมชน มีความสลับซับซ้อนมากขึ้น และมีผลกระทบต่อระบบความสัมพันธ์ระหว่างแกนนำของทรัพยากรอำนาจ (Power Resource) ทั้ง 3 ส่วน ในตัวแบบดั้งเดิม “บวร” กล่าวคือ ช่องว่างของความสัมพันธ์ของแกนนำทรัพยากรอำนาจทั้ง 3 ส่วนค่อยๆ ถูกทำให้ห่างมากขึ้น อีกส่วนหนึ่งก็มาจากการปรับเปลี่ยนระบบการเมืองการปกครองของชุมชน และสภาพทางสังคมเศรษฐกิจ มีตัวแทนทรัพยากรอำนาจในชุมชนเพิ่มขึ้นทั้งที่เป็นทางการ และไม่เป็นทางการ เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) กลุ่มการเมืองท้องถิ่น กลุ่มหมออนามัย กลุ่มอาสาสมัครด้านต่างๆ ในชุมชน ในขณะที่ตัวแทนทรัพยากรอำนาจจากภายนอกก็เข้าไปเกี่ยวพันหรือมีบทบาทต่างๆ ในการเชื่อมโยงกับชุมชนมากขึ้น เช่น การเข้าไปของกลุ่มองค์กรพัฒนาเอกชน (NGOs) มูลนิธิ หรือสมาคมที่ไม่แสวงหากำไร ซึ่งเข้าไปดำเนินกิจกรรมเชิงสาธารณะร่วมกับชุมชนมากขึ้น รวมไปถึงการเพิ่มอำนาจ (Empowerment) ให้ภาคประชาชนเข้ามามีบทบาท และมีส่วนร่วมในกิจกรรมสาธารณะที่มี

ผลกระทบกับชุมชนและประชาชนมากขึ้น ด้วยเหตุนี้ กลไกการพัฒนาหรือการรณรงค์ในชุมชนโดยใช้ตัวแบบดั้งเดิม “บวร” จึงอาจใช้ไม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพเหมือนดังที่เคยปฏิบัติกันมาด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น

ทั้งนี้ จากการศึกษาและสังเกตการณ์กิจกรรมด้านการรณรงค์ทางสังคมเพื่อการลด ละ เลิก การบริโภคแอลกอฮอล์ในรูปแบบต่างๆ ในหลายพื้นที่ ในชุมชนต่างๆ ทั่วประเทศของบุญอยู่ ขอพร ประเสริฐ และคณะ (2551) ในโครงการวิจัยประเมินทิศทางการศึกษาและศักยภาพเครือข่ายรณรงค์ลดเหล้าด้านศาสนา และชุมชน เช่น พื้นที่บ้านโนนมะเขือ จังหวัดอุบลราชธานี พื้นที่วัดหัวริน และวัดเจดีย์แม่ครัว จังหวัด เชียงใหม่ พื้นที่ตำบลห้วยฉัตร และตำบลสบปราบ จังหวัดลำปาง และพื้นที่ตำบลหัววัว จังหวัดสุรินทร์ เป็นต้น ทำให้ได้บทสรุปสังเคราะห์ของตัวแบบภาคีความร่วมมือแบบใหม่ที่จะนำไปสู่ความสำเร็จในการรณรงค์ หรือการพัฒนาชุมชนในด้านต่างๆ ซึ่งตัวแบบที่คณะผู้วิจัยประเมินผลได้ทำการสังเคราะห์ขึ้นมาใหม่นั้น เรียกว่า “พ อ ส ม ค ว ร”

ตัวแบบภาคีเครือข่ายความร่วมมือเพื่อการรณรงค์ขับเคลื่อนทางสังคม ที่เรียกว่า “พ อ ส ม ค ว ร” ประกอบด้วย ภาคี ซึ่งเป็นตัวแทนทรัพยากรอำนาจในส่วนต่างๆ ดังต่อไปนี้

“พ” หมายถึง องค์กรพัฒนาเอกชน (NGOs) หรือองค์กรด้านการพัฒนาชุมชน

“อ” หมายถึง องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น ซึ่งถ้าเป็นระดับชุมชนหมู่บ้านจะเน้นไปที่องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.)

“ส” หมายถึง หน่วยงานทางด้านสาธารณสุขในชุมชน ในที่นี้ มุ่งเน้นไปที่หมออนามัย

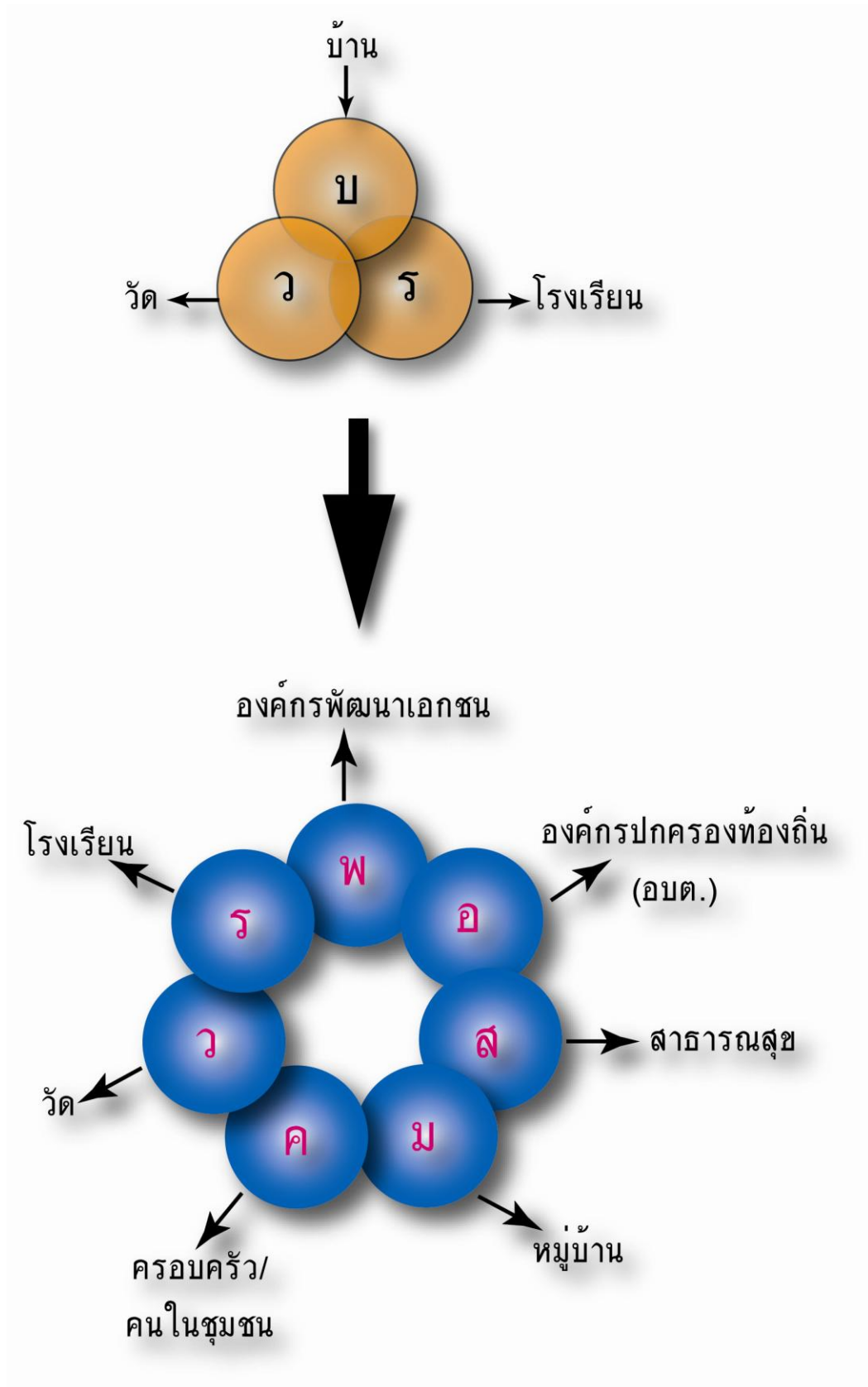
“ม” หมายถึง หมู่บ้าน ซึ่งหมายถึงความรวมถึงแกนนำชุมชน อันได้แก่ ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน และผู้นำทางความคิด เช่น ปราชญ์ชาวบ้าน

“ค” หมายถึง ครอบครัว และคนในชุมชน

“ว” หมายถึง วัดและแกนนำทางด้านศาสนาในชุมชน

“ร” หมายถึง สถาบันการศึกษาหรือโรงเรียน และหมายถึงความรวมถึง ผู้นำทางความคิดในด้านการศึกษา อันได้แก่ ครู อาจารย์

ทั้งนี้ ความเชื่อมโยงระหว่างตัวแทนทรัพยากรอำนาจภายใต้ตัวแบบ “พอสมควร” สามารถแสดงได้ตามแผนภาพดังต่อไปนี้



แผนภาพที่ 1 ตัวแบบภาคีเครือข่ายความร่วมมือแบบใหม่ในการขับเคลื่อนการรณรงค์ทางสังคม
“พอ ส ม ค ว ร” ที่จะเข้ามาแทนที่ตัวแบบเดิม “บ ว ร”

จากแผนภาพที่ 1 ดังกล่าวข้างต้น แสดงให้เห็นว่า การประสานร่วมมือกันระหว่างภาคีแกนนำทั้ง 7 ส่วนนั้น สามารถนำไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินกิจกรรมในการรณรงค์ลด ละ เลิก แอลกอฮอล์ในชุมชนได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้เมื่อพิจารณาจากภาคีทั้ง 7 ส่วนจะเห็นว่าแต่ละส่วนมีบทบาทและภาระหน้าที่ที่แตกต่างกันออกไป แต่สามารถหนุนเสริมซึ่งกันและกัน เพื่อนำไปสู่ผลสำเร็จของการดำเนินกิจกรรมได้

ทั้งนี้ จากข้อมูลเชิงประจักษ์ที่คณะผู้วิจัยประเมินผล ได้ทำการเก็บรวบรวมจากพื้นที่การรณรงค์ด้านการลด ละ เลิกการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในหลายพื้นที่ ตัวอย่างเช่น โครงการรณรงค์ทางสังคมเพื่อขับเคลื่อนวัดปลอดสุราฯ จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดอุบลราชธานี จังหวัดลำปาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่ตำบลหัวจัว อำเภอสนม จังหวัดสุรินทร์ พบว่า องค์กรพัฒนาเอกชน ซึ่งในที่นี้ได้แก่ วิทยาลัยการจัดการทางสังคม (วจส.) ได้เข้ามาทำหน้าที่เป็นพี่เลี้ยงในการเสริมความรู้และประสานการจัดการความรู้เกี่ยวกับการลด ละ เลิก การบริโภคแอลกอฮอล์ให้กับชุมชน โดยมีภาคีแกนนำด้านศาสนา ได้แก่ พระมหาคำเพ็ชร ผาสุโก ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางทางความคิดและจิตใจ ซึ่งมีส่วนสำคัญอย่างมากในการชักจูงให้ภาคีแกนนำส่วนอื่นๆ เข้ามาร่วมดำเนินกิจกรรมการรณรงค์ ภายใต้ฐานคิดที่เชื่อว่า **“วัดเป็นศูนย์รวมจิตใจของชุมชน”** ต่อจากนั้นมีแกนนำชุมชน ได้แก่ กำนัน และอดีตกำนัน ซึ่งเห็นชอบกับการดำเนินกิจกรรมดังกล่าว และเข้ามามีส่วนในการประสานความร่วมมือกับคนในชุมชน ในขณะที่ภาคีแกนนำในส่วนกลุ่มการเมืองท้องถิ่น ได้แก่ อบต. ได้เข้ามามีบทบาทในการสนับสนุนในด้านงบประมาณและวัสดุที่ใช้ในกิจกรรมการรณรงค์ รวมไปถึงการตอบสนองในเชิงนโยบายในฐานะที่เป็นหน่วยงานปกครองท้องถิ่น เช่น การบรรจุวาระเกี่ยวกับการลด ละ เลิก แอลกอฮอล์ในแผนงานการพัฒนาชุมชน และภาคีแกนนำ 2 ส่วนสุดท้าย ได้แก่ สาธารณสุข คือ สถานีอนามัยตำบล ซึ่งนำโดยหมออนามัย ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการขยายแนวคิดการลด ละ เลิก การบริโภคแอลกอฮอล์ และการดำเนินโครงการวัดปลอดสุราฯ ไปสู่ชุมชนในวงกว้าง โดยผ่านกิจกรรมการประชุม และสื่อบุคคลที่เป็นอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ส่วนโรงเรียน ซึ่งเป็นภาคีแกนนำด้านการศึกษา ได้เข้าร่วมประสานงานและร่วมดำเนินโครงการ นอกจากนี้ โรงเรียนโดยครู ได้มีส่วนในการปลูกฝังแนวคิดเกี่ยวกับการลด ละ เลิก การบริโภคแอลกอฮอล์ การชี้ให้เห็นพิษภัยของสุรา ให้ขยายไปในกลุ่มนักเรียนซึ่งเป็นกลุ่มเด็กและเยาวชนที่ถือเป็นกลุ่มเสี่ยงที่ง่ายต่อการกลายเป็นผู้ดื่มแอลกอฮอล์ จากการร่วมมือประสานกันตามบทบาทและภาระหน้าที่ของแต่ละภาคีแกนนำดังกล่าว ทำให้การดำเนินโครงการรณรงค์ลด ละ เลิก การบริโภคแอลกอฮอล์ และการสร้างพื้นที่วัดปลอดสุราฯ ของตำบลหัวจัว ดำเนินไปด้วยความเรียบร้อยและบรรลุผลสำเร็จด้วยดี

อย่างไรก็ตาม การประสานความร่วมมือและการดำเนินกิจกรรมร่วมกันระหว่างภาคีแกนนำทั้ง 7 ส่วนดังกล่าวในบางพื้นที่อาจจะมีน้ำหนักของการแสดงบทบาทและการทำงานที่แตกต่างกันออกไปตามศักยภาพและความสนใจต่อประเด็นปัญหาการลด ละ เลิก การบริโภคแอลกอฮอล์ รวมถึงความแตกต่างทางด้านภาวะความเป็นผู้นำ (Leadership Quotient) ของแต่ละภาคีแกนนำ ทั้งนี้ หากภาคีแกนนำทั้ง 7 มีความเข้าใจและประสานความร่วมมือกันและแสดงบทบาทหน้าที่ของแต่ละส่วนอย่างแข็งขัน ย่อมทำให้ประสบความสำเร็จในการดำเนินกิจกรรมรณรงค์เป็นอย่างมาก อีกประการหนึ่ง ส่วนที่มีความสำคัญที่

ละเอียดเสียมิได้ คือ “คน” อันหมายถึง แกนนำครอบครัวและคนในชุมชน ซึ่งจะเป็นทั้งเป้าหมายของการ
 ธรรมรงค์และภาคีความร่วมมือ ดังนั้น การทำประชาคมเพื่อสร้างความเข้าใจให้กับคนในชุมชนโดยทั่วกัน จึง
 เป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินกิจกรรมการธรรมรงค์ หรือการพัฒนาที่บรรดาภาคีแกนนำส่วนต่างๆ
 จะต้องตระหนักและให้ความสำคัญอย่างจริงจัง

4. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยเชิงกรณีศึกษา การขับเคลื่อนและการธรรมรงค์ทางสังคมของเครือข่ายภาค
 ประชาชน ด้านการลด ละ เลิกการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในหลายพื้นที่มีชุมชนในประเทศไทย แล้วทำ
 การถอดบทเรียนจากปฏิบัติการในพื้นที่ต่างๆ แล้วพบว่า การธรรมรงค์ขับเคลื่อนสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งใน
 ระดับชุมชน เพื่อให้เกิดผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่พึงปรารถนานั้น จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากภาคี
 พันธมิตรหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในหลายภาคส่วนด้วยกัน ทั้งนี้ ตั้งแต่อดีตมานั้นสถาบันหลักที่มีส่วนสำคัญ
 อย่างมากในการธรรมรงค์ขับเคลื่อนสังคมให้ประสบความสำเร็จคือ ชุมชนหมู่บ้าน สถาบันทางศาสนาหรือวัด
 และสถาบันทางการศึกษาหรือโรงเรียน ซึ่งประสานงานและทำงานร่วมกันรวมกันเรียกว่า “บวร” ซึ่งเป็น
 “สามประสาน” ที่มีใช้เป็นแนวทางในการธรรมรงค์ขับเคลื่อนสังคมระดับชุมชนมาเป็นเวลานาน ทั้งนี้ หาก
 การประสานและการทำงานของสามสถาบันหลักดังกล่าวมีความเข้มแข็ง และมีประสิทธิภาพย่อมนำไปสู่
 ความสำเร็จในการขับเคลื่อนเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงให้กับสังคมได้เป็นอย่างดี แต่อย่างไรก็ตาม ในยุค
 สมัยใหม่สังคมมีการเปลี่ยนแปลงไปมากด้วยกระแส

โลกาภิวัตน์ แนวคิดใหม่ในการปกครอง และการพัฒนาสังคม ดังนั้น ในแต่ละชุมชนก็ได้รับผลกระทบจาก
 การเปลี่ยนแปลงจากปัจจัยดังกล่าวเช่นกัน สถาบันหลักเดิมที่มีอิทธิพลต่อความคิด และวิถีชีวิตของคนใน
 ชุมชนคือ บ้าน วัด โรงเรียน เริ่มลดทอนอำนาจหรืออิทธิพลลงไปมาก การปกครองและการพัฒนาทางสังคม
 ใหม่ๆ ทำให้ทรัพยากรอำนาจในชุมชนเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม เกิดองค์กรหรือสถาบันในรูปแบบใหม่ๆ
 เพิ่มขึ้น ดังนั้น ทรัพยากรอำนาจในชุมชนจึงเปลี่ยนแปลงไป ภาคีองค์กรที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับชุมชนมีมากขึ้น
 ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ

ด้วยเหตุนี้ ในหลายชุมชนที่ทวีความสลับซับซ้อนมากขึ้นในเรื่องของการสร้างความร่วมมือกัน
 และมีภาคีองค์กรที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับชุมชนมากขึ้น รวมทั้งอาจมีการทับซ้อนกันในส่วนของอำนาจหน้าที่
 และภารกิจที่มีต่อชุมชน ในชุมชนลักษณะเช่นนี้สถาบันหลักในชุมชนอันเป็นทรัพยากรอำนาจ ย่อมขยาย
 กว้างออกไปจากสามสถาบันหลักแต่เดิมคือ บ้าน วัด โรงเรียน ดังนั้น การสร้างความร่วมมือเพื่อธรรมรงค์
 ขับเคลื่อนสังคมอันจะนำไปสู่ผลสำเร็จอันราบรื่นนั้น ควรอาศัยตัวแบบ (Model) ใหม่ของภาคีความร่วมมือ
 ที่เรียก “พ อ ส ม ค ว ร”

สำหรับโมเดลใหม่ที่เรียกว่า “พอสมควร” นั้น ประกอบด้วยสถาบันหลัก 7 สถาบันที่เชื่อมต่อและเกี่ยวข้องกับชุมชน ซึ่งมีทั้งภายนอกและภายในชุมชนอันได้แก่ 1) องค์กรพัฒนาเอกชน (NGOs) หรือ องค์กรด้านการพัฒนาชุมชน หรือ “พ” 2) องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น ซึ่งถ้าเป็นระดับชุมชนหมู่บ้านจะเน้นไปที่องค์กรบริหารส่วนตำบล (อบต.) หรือ “อ” 3) หน่วยงานทางด้านสาธารณสุขในชุมชน ในที่นี้มุ่งเน้นไปที่หมออนามัย หรือ “ส” 4) หมู่บ้าน ซึ่งหมายถึงความรวมถึงแกนนำชุมชน อันได้แก่ ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน ผู้นำทางการปกครอง และผู้นำทางความคิด เช่น ปราชญ์ชาวบ้าน หรือ “ม” 5) ครอบครัว และคนในชุมชน หรือ “ค” 6) วัดและแกนนำทางด้านศาสนาในชุมชน หรือ “ว” และ 7) สถาบันการศึกษาหรือโรงเรียน ได้แก่ “ร” หมายถึงและหมายถึงความรวมถึง ผู้นำทางความคิดในด้านการศึกษา อันได้แก่ ครู อาจารย์

ทั้งนี้ จากการศึกษาวิจัยพบว่า ในชุมชนใดที่มีการรณรงค์ขับเคลื่อนสังคมโดยมีภาคีเครือข่ายความร่วมมือครบถ้วนทั้ง 7 ภาคส่วน และสามารถทำงานหนุนเสริมซึ่งกันและกัน ปรากฏว่า ชุมชนดังกล่าว นั้นสามารถรณรงค์ขับเคลื่อนสังคมไปสู่การเปลี่ยนแปลงได้เป็นผลสำเร็จด้วยความร่วมมือร่วมใจของ ประชาคม และภาคีที่เกี่ยวข้องได้เป็นอย่างดี แต่อย่างไรก็ตาม การทำงานร่วมกันขององค์กรเครือข่ายทั้ง 7 เครือข่ายดังกล่าวให้มุ่งสู่ความสำเร็จด้วยดีนั้น ก็ต้องอาศัยการประสานงานที่ดีและการสื่อสารที่มี ประสิทธิภาพในระหว่างภาคีพันธมิตรทั้งหลาย ในขณะเดียวกันก็ต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของประชาคม (People’s Participation) ในชุมชนนั้นๆ ด้วย โดยอาศัยการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication) เป็นแกนหลักสำคัญในการเสริมสร้างความเข้าใจ และกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันในชุมชน เพื่อการขับเคลื่อนสังคมไปสู่เป้าหมายที่ต้องการร่วมกัน

อย่างไรก็ดี โมเดลใหม่ “พอสมควร” ที่นำเสนอดังกล่าวข้างต้น เป็นส่วนหนึ่งที่ได้มาจากการ ถอดบทเรียนในการรณรงค์ขับเคลื่อนสังคมของเครือข่ายรณรงค์ด้านการลด ละ เลิก การบริโภคแอลกอฮอล์ หรือสุรา ในบางพื้นที่ชุมชนในภูมิภาคต่างๆ ของไทย ดังนั้น โมเดลดังกล่าวจึงควรมีการนำไปใช้ทดลอง ประยุกต์ใช้กับเครือข่ายในพื้นที่ชุมชนอื่นๆ ให้หลากหลายมากขึ้น รวมทั้งขยายไปทดลองใช้ในเครือข่ายการทำงานด้านอื่นๆ นอกเหนือจากเครือข่ายรณรงค์ลด ละ เลิกการบริโภคสุราอย่างกว้างขวางยิ่งขึ้น แล้วทำการ สังเกต ติดตาม ประเมินผล และวิเคราะห์วิจัย รวมทั้งการถอดบทเรียน เพื่อหาข้อสรุปที่มีความชัดเจนยิ่งขึ้น ทั้งในเชิงแนวคิด และเชิงปฏิบัติต่อไป

บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ และพิรุณ ศรีเพชรราช. “บทบาทของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อดำรงรักษาความเป็นชุมชนเข้มแข็ง บ้านน้ำเกีฮัน กิ่งอำเภอภูเพียง จังหวัดน่าน”, วารสารนิเทศศาสตร์. ปีที่ 25 ฉบับที่ 2, 2551. (102 – 122)
- บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ และคณะ. รายงานวิจัยโครงการประเมินศักยภาพเครือข่ายงดเหล้าด้านศาสนาและชุมชน. เสนอต่อสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (ส.ส.ส.) , เมษายน 2551.
- ปาริชาติ วลัยเสถียร และคณะ. กระบวนการและเทคนิคการทำงานของนักพัฒนา . กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.). 2543.
- พระมหาสุเทพ สุวณฺโณ, สืบค้นเมื่อ 13 กรกฎาคม 2551, จาก www.srd.ac.th/web/index.php?option-content&task=view&id
- สมพันธ์ เตชะอธิกและคณะ. การพัฒนาความเข้มแข็งขององค์กรชาวบ้าน . กรุงเทพฯ : เจริญวิทย์การพิมพ์. 2540.
- สัญญา สัญญาวิวัฒน์. สังคมวิทยาการเมือง. กรุงเทพมหานคร: เจ้าพระยาการพิมพ์, 2527.
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) สำนักงานภาค. งานวิจัยเพื่อท้องถิ่น สื่อความหมายผ่านฐานคิดและประสบการณ์. เชียงใหม่ : วนิดาเพรส. 2546.
- Bostic, Philip J., Retrieved July, 31 2007, from www.learningtogive.org/papers/paper59.html
- Tlilly, C. “Social Movements”, Retrieved July, 28 2008, from www.answers.com/topic/social-movement

บทบาทของ News Correspondent ในฐานะนักมานุษยวิทยายุคโลกาภิวัตน์

ดร. จิตินัน บุญภาพ คอมมอน

อาจารย์ประจำภาควิชาวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

บทคัดย่อ

บทความชิ้นนี้นำเสนอบทบาทของ News Correspondent ในฐานะนักมานุษยวิทยายุคโลกาภิวัตน์ โดยอธิบายความหมาย ที่มา และความสำคัญของ News Correspondent รวมทั้งยกตัวอย่างให้เห็นลักษณะการทำงานของ News Correspondent ของสำนักข่าวสำคัญทั้งในและต่างประเทศ ในการรายงานภาพชีวิต และวัฒนธรรมของคนในสังคมโลกผ่านสื่อโทรทัศน์ โดยเชื่อมโยงให้เห็นบทบาทการทำงานของ News Correspondent ที่คล้ายคลึงกับนักมานุษยวิทยา รวมทั้งวิเคราะห์ความเหมือนและความแตกต่างในวิธีการทำงานของ News Correspondent และนักมานุษยวิทยา

Abstract

This article aims to explore the role of news correspondents as anthropologists in twenty-first century globalization. It focuses on the concept and origin of news correspondents, as well as analyses examples of the work of news correspondents, both in Thailand and International news agencies. It then explores the sameness and differences in the ways in which both news correspondents and anthropologists report culture and document people's way of life.

โลกไร้พรมแดนในศตวรรษที่ 21 ถูกเชื่อมโยงด้วยเทคโนโลยีการสื่อสารที่นับวันจะยิ่งทวีประสิทธิภาพในการเชื่อมสังคมโลกไว้ด้วยกัน ในสังคมข่าวสารยุคปัจจุบัน เส้นแบ่งเขตแดนทางภูมิศาสตร์หาใช่อุปสรรคอีกต่อไป สมาชิกโลกสามารถเชื่อมโยงถึงกันได้ผ่านช่องทางการสื่อสารอันทันสมัยและรวดเร็ว เช่น โทรทัศน์ผ่านดาวเทียม เครือข่ายอินเทอร์เน็ตและโทรคมนาคมเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ณ แห่งหนึ่งของมุมโลก สามารถรับรู้และก่อให้เกิดผลกระทบกับสมาชิกในสังคมที่อยู่ห่างไกลออกไปด้วยเวลาเพียงเสี้ยววินาที ดังคำกล่าวเปรียบเปรยที่ว่า “ผีเสื้อขยับปีกที่แผ่นดินจีน สะเทือนให้เกิดพายุเฮอริเคนที่นิวยอร์ก”¹

ในปีพุทธศักราช 2551 ที่ผ่านมา สังคมโลกได้รับรู้เหตุการณ์สะเทือนความรู้สึกร่วมกันหลายเหตุการณ์ เช่น เหตุการณ์ปราบปรามการประท้วงในประเทศทิเบต เหตุการณ์แผ่นดินไหวในประเทศจีน โศกนาฏกรรมพายุไซโคลนนากีสถล่มสหภาพพม่า รวมทั้งปัญหาความขัดแย้งระหว่างประเทศรัสเซียและจอร์เจีย เทคโนโลยีอาจถูกมองว่าเป็นตัวเชื่อมโยงสำคัญในการก่อให้เกิดปรากฏการณ์ที่สังคมโลกสามารถเชื่อมโยงข่าวสารและรับรู้เหตุการณ์สำคัญร่วมกันได้ อย่างไรก็ตาม ยังมีบุคคลกลุ่มสำคัญในวงการวิชาชีพ

¹ มาจากคำเปรียบเปรยภาษาอังกฤษที่ว่า A butterfly flapping its wings in China can create a hurricane in New York.



สื่อสารมวลชนกลุ่มหนึ่งที่มีบทบาทในการถ่ายทอดภาพชีวิตจากสี่มุมหนึ่งของมุมโลกไปยังสมาชิกที่อยู่ห่างไกลออกไป กลุ่มนักวิชาชีพเหล่านี้มีชื่อเรียกว่า News Correspondent พวกเขาทำหน้าที่ในการรายงานเหตุการณ์ข่าวสำคัญจากสถานที่และสายข่าวที่ตนประจำอยู่เป็นระยะเวลานาน ทุกครั้งที่เปิดรับรายการข่าวผ่านสื่อโทรทัศน์ คนดูจะสามารถเรียนรู้ภาพวิถีชีวิต สังคมและวัฒนธรรมของเพื่อนร่วมโลกผ่านการรายงานข่าวของพวกเขา นักข่าวเหล่านี้ต้องอยู่ประจำตามประเทศต่างๆ เพื่อศึกษาข่าวในพื้นที่ที่ตนประจำอยู่อย่างเจาะลึก พวกเขาต้องเรียนรู้วิถีชีวิต ภาษา และวัฒนธรรมของคนในสังคมนั้นๆ เพื่อให้การสื่อข่าวและรายงานข่าวเป็นไปอย่างลุ่มลึก จึงอาจกล่าวได้ว่า News Correspondent เหล่านี้กำลังทำบทบาทหน้าที่ไม่ต่างจากนักมานุษยวิทยาในสังคมโลกาภิวัตน์

บทความชิ้นนี้เกิดขึ้นจากการที่ผู้เขียนได้มีโอกาสติดตามการรายงานข่าวสงครามอิรักในช่วงหลังเหตุการณ์วินาศกรรมเวิลด์เทรดเซ็นเตอร์ ในช่วงเวลาดังกล่าว ผู้เขียนกำลังศึกษาด้านสื่อและวัฒนธรรมศึกษาในระดับปริญญาเอกอยู่ที่ประเทศสหราชอาณาจักร ซึ่งสถานีโทรทัศน์ของสหราชอาณาจักรทุกสถานี โดยเฉพาะสถานีโทรทัศน์บีบีซีได้ติดตามรายงานข่าวเหตุการณ์สงครามอย่างต่อเนื่องและเจาะลึก ตั้งแต่เหตุการณ์กองกำลังทหารสหรัฐและอังกฤษเริ่มบุกเข้าไปจนถึง

การล่มสลายทางอำนาจของซัดดัม ฮุสเซน โดยบีบีซีได้ส่ง News Correspondent ของตนเข้าไปในพื้นที่เพื่อติดตามการนำเสนอข่าวหลายคน แม้ภารกิจสำคัญของกองกำลังทหารจะสำเร็จลงโดยการโค่นอำนาจของซัดดัม ฮุสเซน แต่ News Correspondent เหล่านี้ก็ยังคงทำหน้าที่ของตนต่อไปในการรายงานภาพวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของประชาชนในประเทศอิรัก ทั้งวิถีชีวิตที่ได้รับผลกระทบจากอำนาจการปกครองของรัฐบาลซัดดัม ฮุสเซน ในก่อนหน้านี้ และผลกระทบของชีวิตที่ได้รับจากเหตุการณ์สงครามดังกล่าว การติดตามการรายงานข่าวของ News Correspondent ประกอบกับประสบการณ์ที่ผู้เขียนเคยทำงานด้านสายข่าวโทรทัศน์มาก่อน ทำให้ผู้เขียนมองเห็นบทบาทหน้าที่สำคัญของ News Correspondent ที่มีความคล้ายคลึงกับการทำงานของนักมานุษยวิทยา จึงเป็นแรงบันดาลใจในการเขียนบทความเรื่อง “บทบาทของ News Correspondent ในฐานะนักมานุษยวิทยายุคโลกาภิวัตน์” ขึ้น โดยบทความชิ้นนี้จะนำเสนอความหมายและความสำคัญของนักข่าวต่างประเทศที่เรียกว่า News Correspondent บทบาทของ News Correspondent ในการถ่ายทอดภาพวิถีชีวิต วัฒนธรรมของคนในสังคมโลกาภิวัตน์ ความเหมือนและความแตกต่างในการทำงานของ News Correspondent และนักมานุษยวิทยา นอกจากนี้จะวิเคราะห์การทำงานของนักข่าวไทยที่คล้ายคลึงกับการทำงานของ News Correspondent โดยจะยกตัวอย่างกรณีศึกษาการรายงานข่าวเหตุการณ์ความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนใต้ของนักข่าวประจำพื้นที่ และช่วงท้ายสุดในบทความจะขอเสนอมุมมองในการบูรณาการองค์ความรู้ด้านนิเทศศาสตร์กับมานุษยวิทยาผ่านโครงการ “คนทำสื่อเปิดประตูสู่ชุมชน” ซึ่งเป็นโครงการเรียนรู้นอกห้องเรียนของภาควิชาวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ในการเปิดพื้นที่ให้นักศึกษาได้นำเอาทักษะการทำงานด้านนิเทศศาสตร์มาประยุกต์ใช้ในการเรียนรู้วัฒนธรรมชุมชนแบบมรรควิธีของนักมานุษยวิทยา

ความหมายและความสำคัญของ News Correspondent

คำว่า News Correspondent คือชื่อที่ใช้เรียกนักข่าวหรือนักวิเคราะห์ข่าวที่ทำงานประจำอยู่ในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งเป็นระยะเวลานาน และรายงานข่าวประจำจากพื้นที่ให้กับสถานีข่าวหรือนักข่าว ลักษณะการรายงานข่าวของ News Correspondent มักเป็นการรายงานจากสถานที่ที่เกิดเหตุการณ์จริง นักข่าวประเภทนี้จึงมีชื่อเรียกอีกอย่างว่า On-the-scene-reporter หรือ On-the-scene-TV-news

การทำงานของ News Correspondent มีความแตกต่างจากนักข่าวหรือผู้สื่อข่าวทั่วไปตรงที่ News Correspondent ต้องมีมุมมอง (Perspective) ในการนำเสนอข่าวและมีการรายงานข่าวจากพื้นที่ประจำของตนเป็นระยะอย่างสม่ำเสมอ แต่ไม่ใช่การรายงานข่าวเหตุการณ์ทั่วไปแบบนักข่าวรายวัน เพราะ News Correspondent มักมีข้อมูลเชิงลึกและวิเคราะห์สถานการณ์ต่างๆ ได้จากประสบการณ์ในการประจำอยู่ตามพื้นที่การทำงานของตน มุมมองและความคล่องตัวในการนำเสนอข่าวนี้มาจากกระบวนการในการเสนอข่าวที่อาศัยการสังเกตการณ์ การสัมภาษณ์ และการเข้าไปคลุกคลีกับวัฒนธรรม สังคม และคนในพื้นที่ เหมือนกับวิธีการที่นักมานุษยวิทยาใช้ในการเก็บข้อมูล ทำให้ News Correspondent เหล่านี้มีความเชี่ยวชาญด้านข้อมูลข่าวสารในพื้นที่ของตนโดยเฉพาะ News Correspondent มักประจำอยู่ต่างประเทศหรือต่างประเทศที่มีเหตุการณ์สำคัญเกิดขึ้น นักข่าวที่ไปประจำในต่างประเทศเหล่านี้จึงมักเรียกกันโดยเฉพาะเจาะจงว่า Foreign Correspondent

ที่มาของคำว่า Correspondent มาจากวิธีการสื่อข่าวของนักข่าวประเภทนี้ ในอดีตครั้งที่เทคโนโลยีการสื่อข่าวยังไม่ก้าวหน้าเช่นปัจจุบัน News Correspondent จะใช้วิธีการส่งข่าวผ่านไปรษณีย์ได้ตอบกับสำนักข่าวอย่างสม่ำเสมอ คำว่า Correspondent เป็นคำนามที่ใช้เรียกผู้เขียนจดหมายได้ตอบกันอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งมาจากลักษณะของการส่งข่าวไปรษณีย์ได้ตอบกันตามความหมายของคำนามภาษาอังกฤษที่ว่า Correspondence

News Correspondent มีบทบาทสำคัญอย่างมากในการนำเสนอและรายงานข่าวในช่วงสงครามจนเป็นที่มาของคำเรียกนักข่าวที่รายงานข่าวประจำพื้นที่ที่มีเหตุการณ์สงครามว่า War Correspondent ในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 นักข่าวที่เป็น War Correspondent หลายคนเข้าไปทำงานประจำในพื้นที่เสี่ยงอันตรายจากสงคราม นักข่าวเหล่านี้มีบทบาทอย่างมากในการรายงานภาพเหตุการณ์สู้รบและวิถีชีวิตของผู้คนในภาวะสงคราม การทำงานของ War Correspondent ในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 สร้างแรงบันดาลใจให้เกิดการสร้างภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการทำงานเสี่ยงอันตรายของนักข่าวประจำพื้นที่สงครามเรื่อง *Foreign Correspondent* ภาพยนตร์ดังกล่าวสร้างโดยผู้กำกับชั้นปรมาจารย์ของวงการภาพยนตร์โลก อัลเฟรด ฮิตช์ค็อก ซึ่งนำออกฉายในวันที่ 16 สิงหาคม ค.ศ. 1940 ที่ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยถ่ายอยู่ในสตูดิโอฮอลลีวูด เนื้อหาของภาพยนตร์สร้างจากหนังสือเรื่อง *Personal History* ของ Vincent Sheean นำเสนอเรื่องราวของ *Foreign Correspondent* ชาวอเมริกันที่พยายามเปิดโปงความลับทางการเมืองของสายลับสงครามโลกครั้งที่ 2 ในยุโรป เขาต้องผจญภัยข้ามทวีป และเสี่ยงชีวิตข้าม 3 ประเทศ คือสหรัฐอเมริกา เยอรมนี และอังกฤษ เพื่อสืบสวนและรายงานข่าวที่ตนได้รับมอบหมาย ภาพยนตร์เรื่องนี้ได้รับความนิยม

และความชื่นชมในด้านเทคนิคภาพพิเศษ (Visual Effects) และได้รับการเสนอชื่อเข้าชิงรางวัลภาพยนตร์ยอดเยี่ยมในปี ค.ศ. 1941 ภาพยนตร์เรื่อง *Foreign Correspondent* แสดงให้เห็นบทบาทสำคัญของอาชีพ News Correspondent ในช่วงสงคราม และแสดงให้เห็นถึงความเป็นมาที่ยาวนานของวิชาชีพนี้ แม้ในยุคปัจจุบัน News Correspondent ก็ยังมีบทบาทอยู่ตามหน้าจอโทรทัศน์ในการนำเสนอข่าวของสำนักข่าวสำคัญ นักข่าวเหล่านี้ได้นำเอาประสบการณ์จากการทำงานของตนมาเขียนและรวบรวมเป็นหนังสือหลายเล่ม เช่น หนังสือเรื่อง *Foreign Correspondent* ของ Geraldine Brooks บอกเล่าประสบการณ์ทำงานประจำ Wall Street Journal เป็นระยะเวลายาวนาน หนังสือเรื่อง *Only in America: inside the mind and under the skin of the nation everyone loves to hate* ซึ่งเขียนโดย Matt Frei นักข่าวของสำนักข่าวบีบีซีที่ประจำอยู่ที่สหรัฐอเมริกา (US Correspondent) และรายงานข่าวการเมืองของสหรัฐอเมริกาให้กับสถานีโทรทัศน์บีบีซี เวิลด์ นิวส์ หนังสือเรื่อง *News from no man's land: reporting the world* ที่บอกเล่าประสบการณ์รายงานข่าวสงครามอิรักของ John Simpson ซึ่งเป็น News Correspondent ประจำสำนักข่าวบีบีซี นอกจากนี้ เมื่อปี พ.ศ. 2549 ที่ผ่านมา สำนักข่าวบีบีซีได้ออกหนังสือรวบรวมการรายงานข่าวสำคัญของ News Correspondent ที่ออกอากาศทางรายการวิทยุบีบีซีที่ชื่อว่า *From Our Own Correspondent* มาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1932 จนถึงปัจจุบัน หนังสือเล่มดังกล่าวชื่อว่า *From Our Own Correspondent: a celebration of 50 years of the BBC radio programme* โดยหนังสือเล่มนี้นับเป็นการเฉลิมฉลองรายการข่าวจาก News Correspondent ที่เก่าแก่ที่สุดในโลก คือมีอายุยาวนานเท่ากับสถานีวิทยุบีบีซีของสหราชอาณาจักร

นอกจากนี้ ความต้องการข่าวสารที่หลากหลายมากขึ้นในปัจจุบัน ส่งผลให้เกิดความต้องการนักข่าวเฉพาะด้านที่มีความเชี่ยวชาญและลุ่มลึกในการเสนอข่าวเฉพาะทาง จึงทำให้เกิด News Correspondent ประเภทที่ไม่ได้ประจำตามพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ แต่รายงานข่าวเจาะลึกประจำตามสายข่าวเฉพาะด้านที่ตนถนัด เช่น นักข่าวประจำสายข่าวราชสำนัก (Royale Correspondent) นักข่าวประจำสายข่าวสุขภาพ (Health Correspondent) นักข่าวประจำสายข่าวการเมือง (Political Correspondent)

บทบาทของ News Correspondent ในฐานะนักมนุษยวิทยายุคโลกาภิวัตน์

นักข่าว News Correspondent ส่วนใหญ่จะทำงานประจำให้กับสำนักข่าวใหญ่ๆ เช่น บีบีซี ซีเอ็นเอ็น เอบีซี อย่างไรก็ตาม ยังมี News Correspondent จำนวนมากที่ทำงานอิสระโดยส่งข่าวให้กับสำนักข่าวหลายแห่งในเวลาเดียวกัน การนำเสนอข่าวของ News Correspondent ในปัจจุบันมีวิธีการที่ทันสมัยมากขึ้น นักข่าวเหล่านี้นำเอาเทคโนโลยีการรายงานข่าวสมัยใหม่มาใช้ เช่น การรายงานข่าวผ่านดาวเทียมขนาดเล็กที่สามารถพกพาติดตัวไปด้วย รวมทั้งการรายงานข่าวผ่าน Video Conference และ Video Phone นอกจากนี้ รายการ *From our own correspondent* ซึ่งเป็นรายการข่าววิทยุบีบีซีที่ได้ชื่อว่าเก่าแก่ที่สุดในโลก ยังเป็นหนึ่งในรายการแรกของบีบีซีที่ออกอากาศโดยเทคโนโลยี Podcast

ไม่ว่าเทคโนโลยีการรายงานข่าวจะพัฒนาไปเพียงใด ลักษณะการทำงานของ News Correspondent ก็ยังเหมือนเดิม คือเป็นการรายงานข่าวที่มีความเจาะลึกในการนำเสนอมากกว่านักข่าวทั่วไป และใส่ความคิดเห็นส่วนตัว (Personal Account) ในลักษณะการวิเคราะห์ข่าวแบบมีอาชีพ²

ปัจจุบันสำนักข่าวใหญ่ๆให้ความสำคัญกับพื้นที่การนำเสนอข่าวจาก News Correspondent ของตน โดยมีรายการเฉพาะของนักข่าวเหล่านี้ออกอากาศเป็นประจำ ในที่นี้จะยกตัวอย่างรายการจาก News Correspondent ของสถานีข่าวโทรทัศน์ที่สำคัญ 3 สถานีคือ สถานีข่าวโทรทัศน์เอบีซี ของออสเตรเลีย สถานีข่าวโทรทัศน์ ซีเอ็นเอ็น ของสหรัฐอเมริกา และสถานีข่าว บีบีซี เวิลด์ นิวส์ ของสหราชอาณาจักร

สถานีข่าวโทรทัศน์ เอบีซี ของออสเตรเลีย

สถานีข่าวโทรทัศน์ เอบีซี ของออสเตรเลียให้ความสำคัญกับการนำเสนอข่าวจาก News Correspondent ของตนโดยมีการนำเสนอรายการ News Correspondent ซึ่งเป็นรายการข่าวและสถานการณ์ประจำวัน ออกอากาศมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1992 โดยอาศัยจุดแข็งของสื่อโทรทัศน์ที่มีทั้งภาพและเสียง เสนอเรื่องราวเจาะลึก เรื่องแปลกและเรื่องราวที่ก่อให้เกิดอารมณ์ร่วม โดยรายงานเหตุการณ์สำคัญที่คนส่วนใหญ่ไม่รู้ ออกอากาศเป็นประจำทุกสัปดาห์ทาง เอบีซี 1 และเอบีซี 2 นอกจากนั้นยังนำไปออกอากาศที่ สถานีข่าวโทรทัศน์ ซีเอ็นเอ็น สถานีโทรทัศน์ อัล จาซีรา สถานีโทรทัศน์เอ็นเอสเค และสถานีโทรทัศน์นิวซีแลนด์ ปัจจุบันสำนักข่าวเอบีซีมี News Correspondent โพรคิวเซอร์และช่างภาพ ประจำอยู่ 160 ประเทศทั่วโลก

สถานีข่าวโทรทัศน์ ซีเอ็นเอ็น ของสหรัฐอเมริกา

สถานีข่าวโทรทัศน์ซีเอ็นเอ็นให้ความสำคัญกับการนำเสนอข่าวของ News Correspondent โดยมีช่วงเวลาออกอากาศการนำเสนอข่าวของ News Correspondent จากทวีปต่างๆเป็นประจำดังนี้

รายการ *Talk Asia* ดำเนินรายการโดย Angali Rao ซึ่งเป็น News Correspondent ของซีเอ็นเอ็น ประจำทวีปเอเชีย นำเสนอเหตุการณ์ข่าว สถานการณ์สำคัญ และสัมภาษณ์บุคคลสำคัญในทวีปเอเชีย ออกอากาศเป็นประจำทุกสัปดาห์ ความยาว 30 นาที ล่าสุด Angali Rao ได้แอบเข้าไปรายงานข่าวเหตุการณ์ผลกระทบของประชาชนที่เกิดจากพายุไซโคลนนาเกียสถล่มสหภาพพม่า และเธอได้ถูกรัฐบาลทหารพม่าจับตัวส่งออกนอกประเทศ

รายการ *Inside Africa* ดำเนินรายการโดย Isha Sesay ซึ่งเป็น News Correspondent ของซีเอ็นเอ็น ประจำทวีปแอฟริกา นำเสนอข่าวเหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นในทวีปแอฟริกา

² การใส่ความคิดเห็นของ News Correspondent ในการรายงานข่าว อาจถูกมองว่าเป็นเรื่องของอคติและการบิดเบือนข่าวสาร แต่ในความหมายนี้หมายถึง การใส่มุมมองในการวิเคราะห์ข่าวแบบมีอาชีพ ที่ตั้งอยู่บนหลักการนำเสนอข่าว ที่ต้องมีความถูกต้อง เป็นกลางและไม่บิดเบือน

Isha Sesay เป็นนักข่าวที่มีเชื้อสายแอฟริกัน ลักษณะเชื้อชาติจึงเป็นข้อได้เปรียบที่ทำให้เธอเข้าถึงคนในพื้นที่ได้ดี

รายการ *Inside Middle East* ดำเนินรายการโดย Hala Gorani ซึ่งเป็น News Correspondent ของซีเอ็นเอ็น ประจำตะวันออกกลาง รายการของเธอเน้นการนำเสนอมุมมองด้านสังคม เศรษฐกิจและวัฒนธรรมที่น่าสนใจ นำเสนอทั้งเรื่องราวที่เป็นวัฒนธรรมเก่าและวิถีชีวิตใหม่ๆของคนในประเทศตะวันออกกลาง ออกอากาศเป็นประจำเดือนละครั้ง ความยาวรายการ 30 นาที

นอกจากนี้ สำนักข่าวซีเอ็นเอ็น ยังมีนักข่าวประจำอยู่ที่ประเทศสหราชอาณาจักร โดยเรียกว่า UK Correspondent ทำหน้าที่รายงานข่าวประจำที่กรุงลอนดอน UK Correspondent ของซีเอ็นเอ็นคนปัจจุบันคือ Nick Robertson ซึ่งมีประวัติการทำงานมาอย่างโชกโชน เขาเคยเข้าไปทำข่าวการฆ่าล้างเผ่าพันธุ์ในประเทศรวันดาในปี ค.ศ. 1994 เคยเข้าไปทำข่าวในกรุงแบกแดด และในประเทศอัฟกานิสถาน ก่อนถูกขับไล่ออกนอกประเทศโดยรัฐบาลตาลีบัน Nick Robertson เป็นคนอังกฤษโดยกำเนิด เขาจบการศึกษาด้านวิศวกรรมอิเล็กทรอนิกส์จาก University of Northumbria at Newcastle ซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยเดียวกับผู้เขียน ความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีทำให้เขารู้จักใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีในการนำเสนอข่าว เช่น การส่งข่าวผ่านดาวเทียมขนาดเล็กที่พกติดตัวขณะทำข่าว

สถานีข่าว บีบีซี เวิลด์ นิวส์ ของสหราชอาณาจักร

อาจกล่าวได้ว่าต้นกำเนิดของ News Correspondent มาจากสถานีข่าว บีบีซี เวิลด์ นิวส์ ของสหราชอาณาจักร โดยบีบีซีมีรายการข่าววิทยุนำเสนอเหตุการณ์สำคัญจากทั่วโลกผ่าน

การรายงานของ News Correspondent ออกอากาศผ่านรายการ *From Our Own Correspondent* ทางสถานีวิทยุ BBC World Service ซึ่งดูแลการออกอากาศโดย

Alan Johnston และ BBC Radio 4 ซึ่งดูแลการออกอากาศโดย Kate Adie โดยเริ่มออกอากาศตั้งแต่ปี ค.ศ. 1932 จนถึงปัจจุบัน

ในส่วนของการข่าวโทรทัศน์จาก News Correspondent ของสถานีข่าว บีบีซี เวิลด์ นิวส์ ออกอากาศภายใต้ชื่อรายการ *On This Day* ซึ่งเป็นรายการข่าวและสถานการณ์สำคัญจากทั่วโลกที่ออกอากาศมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1950 รายการ *On This Day* มี News Correspondent คนสำคัญประจำอยู่ทั่วโลก ดังนี้

Kate Adie เป็นนักข่าวหญิงที่อยู่กับบีบีซีมายาวนานตั้งแต่ปี ค.ศ. 1968 โดยเริ่มต้นจากการเป็นเจ้าหน้าที่ฝ่ายเทคนิคและผันตัวมาเป็นนักข่าวในเวลาต่อมา ปัจจุบันเธอเป็นผู้อำนวยการกองบรรณาธิการของนักข่าวสายต่างประเทศของบีบีซี Kate Adie เป็นนักข่าวหญิงที่ได้ชื่อว่าผ่านประสบการณ์รายงานข่าวในสถานการณ์สงครามที่อันตรายมาอย่างโชกโชน เธอเคยรายงานข่าวจากพื้นที่สงครามอ่าวเปอร์เซีย รายงาน

ข่าวในพื้นที่ความขัดแย้งในยูโกสลาเวีย แอลเบเนีย รวันดา และเหตุการณ์นองเลือดที่จัดรัฐเหียนอันเหมินในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

Martin Bell มีประสบการณ์ทำงานเป็น News Correspondent ให้กับสถานีข่าวบีบีซี ถึง 30 ปี เขามีโอกาสไปประจำตามประเทศต่างๆกว่า 80 ประเทศ รายงานสถานการณ์ความขัดแย้งของสงครามเวียดนาม ตะวันออกกลาง และแอฟริกา เขาเคยถูกยิงขณะรายงานเหตุการณ์ความขัดแย้งที่ประเทศไอร์แลนด์ นอกจากนี้เขายังได้ผันตัวเข้าสู่วงการเมืองอังกฤษโดยได้รับเลือกให้เป็นสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร 1 สมัย แต่เขาลาออกในเวลาต่อมาเพราะคิดว่าตนไม่เหมาะกับการเมือง และหันมาทำงานให้กับองค์กรยูนิเซฟแทน

Jennie Bond เป็นนักข่าวสายราชสำนัก (Royale Correspondent) ที่มีความเชี่ยวชาญด้านข่าวราชวงศ์ เธอเริ่มงานกับบีบีซีตั้งแต่ปี ค.ศ. 1989 โดยติดตามรายงานข่าวสำคัญของราชวงศ์อังกฤษอย่างใกล้ชิด โดยเฉพาะข่าวอุบัติเหตุและการสิ้นพระชนม์ของไดอาน่า เจ้าหญิงแห่งเวลส์ ในปี ค.ศ. 1997 Jennie Bond ลาออกจากบีบีซี เมื่อปี ค.ศ. 2003 และปัจจุบันทำงานเป็นนักข่าวอิสระสายข่าวราชสำนัก เมื่อครั้งงานฉลองวโรกาสที่ทรงครองราชย์ครบ 60 ปีของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช เธอก็ได้รับมอบหมายหน้าที่จากบีบีซีให้เป็นผู้ติดตามรายงานข่าวการเฉลิมฉลองของเหล่าราชวงศ์จากทั่วโลกที่มาร่วมงานที่ประเทศไทย

Jeremy Bowen เป็นนักข่าวประจำสายสงคราม (War Correspondent) ที่ร่วมงานกับบีบีซีมา กว่า 20 ปี รายงานข่าวสงครามจากกว่า 50 ประเทศ เขาเคยอยู่ประจำที่ตะวันออกกลางในช่วงระหว่างปี ค.ศ. 1955-2000 โดยก่อนหน้านี้มีโอกาสดำรงอยู่ที่แอฟริกา โครเอเชีย บอสเนีย โชมเลีย และรวันดา ในปี ค.ศ. 1999 ขณะที่ปฏิบัติงานอยู่ที่แอลเบเนีย เขาเคยถูกยึดอุปกรณ์ทำข่าวและถูกขู่ฆ่าโดยกองกำลังติดอาวุธแอลเบเนีย

Michael Buerk มีประสบการณ์เป็น News Correspondent ให้กับบีบีซี โดยเขาไปประจำอยู่ในประเทศต่างๆกว่า 50 ประเทศ เขาเคยอยู่ประจำที่ประเทศแอฟริกาใต้เป็นเวลา 4 ปี รายงานข่าวการเมืองเจาะลึกจนถูกรัฐบาลแอฟริกาใต้ขับไล่ออกนอกประเทศ

John Humphrys เป็น News Correspondent ของบีบีซีที่ได้ชื่อว่ามีจุดเด่นในการตั้งคำถามล้วงลึกและมีสไตล์การสัมภาษณ์ที่ดุคั่น เขาถูกส่งไปเป็น News Correspondent ประจำที่ประเทศสหรัฐอเมริกาตั้งแต่อายุเพียง 28 ปี และรายงานข่าวเชิงสืบสวนคดีออเตอร์เกต ของประธานาธิบดีนิกสัน จากนั้นได้ไปประจำที่ประเทศอื่นๆ อาทิ อินเดีย ปากีสถาน และแอฟริกาใต้

John Simpson คือ News Correspondent ของบีบีซี ที่รู้กันว่า เหตุการณ์สำคัญเกิดขึ้นที่ใด จะพบเขาได้ที่นั่น เขามีประสบการณ์รายงานข่าวที่โซกโซน โดยเริ่มงานกับบีบีซีตั้งแต่อายุ 25 ปี ในยุคแรกเขาประจำอยู่สายข่าวการเมือง เคยถูก Harold Wilson ซึ่งเป็นสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของอังกฤษชกท้วงด้วยความไม่พอใจที่ถูกเขาดำถามว่าจะประกาศเลือกตั้งใหม่เมื่อใด John Simpson เป็นที่รู้จักอย่างมากจากเหตุการณ์ที่เขาปลอมตัวเป็นผู้หญิงมุสลิมเข้าไปทำข่าวในประเทศอัฟกานิสถานหลังจากการล่มสลายของรัฐบาลตาลิบัน นอกจากนี้ เขายังเคยถูกตามล่าโดยรัฐบาลทหารของประธานาธิบดีมูกาบี ของประเทศซิมบับเว John Simpson มีประสบการณ์ทำงานกับบีบีซีมากกว่า 30 ปี เขาเป็นนักข่าวคนแรกของบีบีซีที่ใช้เทคโนโลยีการ



รายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ต ปัจจุบัน John Simpson เป็นผู้อำนวยการกองบรรณาธิการข่าวต่างประเทศของสำนักข่าวบีบีซี

Rageh Omaar ถือเป็น News Correspondent คลื่นลูกใหม่ของบีบีซี เขามีเชื้อสายแอฟริกัน โดยเกิดที่ประเทศโซมาเลียในตระกูลที่มีฐานะดีมาก แต่เติบโตและได้รับการศึกษาที่ประเทศอังกฤษ Rageh Omaar ถือเป็นหนึ่งในนักข่าวชุดแรกที่เข้าถึงกรุงคาบูลหลังจากที่กองกำลังฝ่ายเหนือเข้ายึดพื้นที่ โดยเขาใช้ข้อได้เปรียบของความที่เป็นมุสลิมหาเครือข่ายคนในพื้นที่ให้ช่วยนำเขาเข้าไปทำข่าวในกรุงคาบูล เขาเคยถูกลูกหลงระเบิดขณะทำรายงานข่าว โดยเหตุการณ์ดังกล่าวทำให้ลูกทีมของเขาเสียชีวิตไปหนึ่งคน และตัวเขาเองสูญเสียการได้ยินของหูไปหนึ่งข้าง Rageh Omaar ลาออกจากบีบีซีเพราะมีความขัดแย้งทางความคิดในการทำงาน ปัจจุบันเขาทำงานประจำอยู่ที่สำนักข่าว อัลจาซีรา โดยเป็น News Correspondent ประจำแอฟริกา แต่ยังมีโอกาสรายงานข่าวสำคัญให้กับบีบีซีเป็นครั้งคราว

ความเหมือนและความแตกต่างในการทำงาน

ของ News Correspondent และนักมานุษยวิทยา

“เมื่อใดก็ตามที่เราเห็นคนนับร้อยนับพันคนพยายามตะเกียกตะกายหนีออกจากสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง ขณะที่มีคนกลุ่มเล็กๆ อีกกลุ่มพยายามสุดชีวิตที่จะเข้าไปในสถานที่แห่งเดียวกันนั้นให้ได้ เราสามารถบอกได้เลยว่าคนกลุ่มหลังที่เราเห็นคือกลุ่มนักข่าวนั่นเอง” (Hannerz, 2001)

ข้อความเปรียบเปรยบนความขบขันข้างต้นเป็นคำกล่าวของ News Correspondent อาวุโสของวงการข่าว ที่บรรณาธิการอำนวยการของสำนักข่าวเอพี ตั้งไว้บนโต๊ะทำงานเพื่อเตือนใจตนอยู่เสมอ คำกล่าวข้างต้นทำให้เห็นว่า ในยุคโลกาภิวัตน์เช่นปัจจุบัน News Correspondent ทำหน้าที่รายงานภาพข่าวและเหตุการณ์สำคัญจากสถานที่ห่างไกลแห่งหนึ่งไปยังคนดูที่อยู่อีกพื้นที่หนึ่ง สถานที่เหล่านั้นมักเป็นสถานที่ที่คนส่วนน้อยสามารถเข้าไปถึงและอยากเข้าไปถึง News Correspondent ใช้เทคโนโลยีการสื่อสารในการนำเสนอภาพชีวิตและเหตุการณ์ผ่านสื่อโทรทัศน์ที่มีทั้งภาพและเสียง คนดูนำเอาภาพเหล่านั้นมาประกอบกันและสร้างความเข้าใจอันก่อให้เกิดเป็นมโนภาพของสังคมโลก (Imagined World Community) ของพวกเขา โดย News Correspondent ถือเป็นตัวการสำคัญในกระบวนการสร้างมโนภาพของโลกร่วมกันของสมาชิกในสังคมโลก บทบาทในการถ่ายทอดภาพวิถีชีวิตของ News Correspondent เหล่านี้จึงถือว่าไม่ต่างจากบทบาทหน้าที่ของนักมานุษยวิทยา

ในขณะที่เป้าหมายสำคัญของนักมานุษยวิทยาคือการทำงานเพื่อเรียนรู้ เข้าใจมนุษย์ และทำให้มนุษย์เข้าใจสังคมได้ดีขึ้น ในยุคโลกาภิวัตน์ที่โลกถูกเชื่อมร้อยด้วยเทคโนโลยีการสื่อสาร News Correspondent ไม่ใช่มีบทบาทเพียงการถ่ายทอดภาพชีวิตและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั่วทุกมุมโลกเท่านั้น แต่คนดูยังสามารถเรียนรู้และเข้าใจวิถีชีวิตที่แตกต่างกันออกไปของสมาชิกในสังคมโลก เช่น การรับรู้ภาพเหตุการณ์ของเพื่อนมนุษย์ ที่ประสบภัยพิบัติจากพายุไซโคลนนาร์กีสในสหภาพพม่า ผ่านการรายงานข่าวของ

News Correspondent ซึ่งส่งผลให้นานาประเทศต่างบริจาคเงินและความช่วยเหลือให้กับรัฐบาลและประชาชนชาวพม่าโดยไม่คำนึงถึงความขัดแย้งทางความคิดเห็นทางการเมืองที่ผ่านมา เหตุการณ์แผ่นดินไหวครั้งใหญ่ที่ประเทศจีนที่เกิดขึ้นเพียง 2 เดือนก่อนการเริ่มพิธีการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก ทำให้นานาประเทศต่างส่งความช่วยเหลือไปยังผู้ประสบภัยโดยลบล้างความขัดแย้งที่เคยมีต่อการกระทำของจีนในการปราบปรามผู้ประท้วงในทิเบต

นักมานุษยวิทยาใช้การวิจัยเป็นเครื่องมือในการเรียนรู้และถ่ายทอดชีวิตมนุษย์ในสังคม ในขณะที่ News Correspondent ใช้สื่อเป็นเครื่องมือในการนำเสนอและถ่ายทอดภาพวิถีชีวิตของมนุษย์ เครื่องมือของคนสองอาชีพอาจดูต่างกัน แต่บทบาทหน้าที่และ *มรรควิธี* ที่คนสองอาชีพนี้ใช้ในการทำงานมีความคล้ายคลึงกันอย่างน่าสนใจ โดยความเหมือนและความแตกต่างระหว่างการทำงานของ News Correspondent และนักมานุษยวิทยา สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

ความเหมือนในการทำงานของ News Correspondent และนักมานุษยวิทยา

1. เนื้อหาและองค์ความรู้ที่ศึกษา

ในขณะที่ นักมานุษยวิทยาสนใจศึกษาและเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรมของมนุษย์ในสังคม News Correspondent ทำหน้าที่สื่อข่าวและรายงานข่าวซึ่งเป็นปรากฏการณ์ทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับชีวิตมนุษย์ จึงเห็นได้ว่าสิ่งที่นักมานุษยวิทยาและ News Correspondent สนใจศึกษาคือเนื้อหาและองค์ความรู้ในด้านเดียวกันคือ *วิถีชีวิตของมนุษย์และวัฒนธรรม* ทั้งนี้ในมุมมองของ เรมอน วิลเลียมส์ ซึ่งเป็นหนึ่งในผู้ก่อตั้งแนวความคิดสำนักวัฒนธรรมศึกษาของประเทศอังกฤษถือว่า *วิถีชีวิต (Way of Life)* เป็นวัฒนธรรมในความหมายหนึ่ง ดังนั้นการรายงานภาพข่าวและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นของ News Correspondent จึงถือเป็น *การรายงานวัฒนธรรม* ในรูปแบบหนึ่ง

นอกจากนี้ “ข่าว” ไม่ใช่เพียงแค่การรายงานเหตุการณ์ที่เพิ่งเกิดขึ้น แต่ความหมายของข่าวในแง่ “คุณค่าข่าว” ยังหมายรวมถึง เรื่องแปลกและเรื่องที่ยังไม่เคยมีใครรู้มาก่อน โดย News Correspondent มักนำเสนอเรื่องราวเจาะลึกที่เกิดขึ้นในพื้นที่ที่ตนประจำอยู่ ตัวอย่างเช่นรายการ *Inside Middle East* ของสำนักข่าวซีเอ็นเอ็นที่ดำเนินรายการโดย Hala Gorani ซึ่งเป็น News Correspondent ประจำตะวันออกกลาง รายการของเธอเน้นการนำเสนอมุมมองด้านสังคม เศรษฐกิจและวัฒนธรรมที่น่าสนใจ นำเสนอทั้งเรื่องราวที่เป็นวัฒนธรรมเก่าและวิถีชีวิตใหม่ๆของคนในประเทศแถบตะวันออกกลาง โดย Hala Gorani ให้ความเห็นไว้ในเว็บไซต์ของซีเอ็นเอ็นว่ารายการของเธอต้องการนำเสนอความงดงามและความซับซ้อนของสังคมตะวันออกกลางที่น้อยคนจะล่วงรู้และคนส่วนใหญ่มักเข้าใจกันผิดๆ ล่าสุด Hala Gorani ได้นำเสนอเรื่องราวเจาะลึกของเด็กหญิงคนหนึ่งที่ต้องต่อสู้กับประเพณีการแต่งงานคลุมถุงชน โดยด้วยวัยเพียง 12 ปี เธอถูกบังคับให้แต่งงานกับชายที่เธอไม่ได้เป็นคนเลือก และเธอได้พยายามต่อสู้เพื่อขอหย่าร้างและเรียกร้องค่าเสียหายจากชายที่เธอถูกบังคับให้แต่งงานด้วยจนสำเร็จ จะเห็นได้ว่า เรื่องราวที่ Hala Gorani นำเสนอไม่ต่างไปจากเรื่องราวที่นักมานุษยวิทยาให้ความสนใจ



2. วิธีการที่ใช้ในการทำงาน

นักมานุษยวิทยาและ News Correspondent ต้องทำงานในพื้นที่ภาคสนามโดยต้องใช้เวลาในการเก็บข้อมูลจากคนในพื้นที่เป็นระยะเวลานาน ในแง่ของระเบียบวิธีวิจัย ทั้งนักมานุษยวิทยาและ News Correspondent ต่างก็ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยอาศัยการสัมภาษณ์ การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม และการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทั้งนี้ ทักษะและประสบการณ์ภาคสนามของทั้งนักมานุษยวิทยาและ News Correspondent ถือเป็นองค์ประกอบสำคัญในการทำให้งานในพื้นที่เก็บข้อมูลประสบความสำเร็จ เราจะเห็นได้ว่า News Correspondent บางคนได้เปรียบในการลงพื้นที่หาข้อมูลและมักได้รับความช่วยเหลือจากแหล่งข่าวในพื้นที่ หาก News Correspondent คนนั้นมีเชื้อชาติ ศาสนา ภาษาและวัฒนธรรมที่เหมือนหรือใกล้เคียงกับคนในพื้นที่ ยกตัวอย่างเช่น กรณีการเข้าไปทำข่าวของ Ragie Omaar อดีต News Correspondent ประจำสำนักข่าวบีบีซี เขาเป็นนักข่าวคนแรกของทีมข่าวบีบีซีที่มีโอกาสเข้าไปในกรุงคาบูลหลังจากที่กองกำลังฝ่ายเหนือเข้ายึดพื้นที่ โดยเขาอาศัยภูมิหลังด้านศาสนาที่เป็นคนมุสลิมในการหาเครือข่ายคนในพื้นที่ให้ช่วยนำเขาเข้าไปทำข่าวในกรุงคาบูล ซึ่งในกรณีนี้ศาสนาถือเป็นข้อได้เปรียบในการทำข่าวในพื้นที่ของเขา ส่วนนักข่าวที่ไม่มีข้อได้เปรียบด้านเชื้อชาติหรือศาสนาส่วนใหญ่จะใช้วิธีจ้างเครือข่ายคนในพื้นที่ในการหาข่าว และบางคนใช้วิธีการเรียนรู้ภาษาท้องถิ่นเพื่อให้สามารถสื่อสารกับคนในพื้นที่ได้อย่างสะดวก

ในแง่ของการนำเอาเครื่องมือและเทคโนโลยีการสื่อสารมาใช้ในการหาข้อมูลขณะลงพื้นที่ เราจะพบว่า News Correspondent กับการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารในการทำงานเป็นเรื่องที่แยกจากกันไม่ได้ News Correspondent บางคนไม่เพียงแต่ใช้เทคโนโลยีการสื่อสารในการรายงานข่าว แต่ยังใช้เทคโนโลยีการสื่อสารเป็นเทคนิคการหาข้อมูลในภาคสนามยามที่เหตุการณ์ไม่เอื้ออำนวย ยกตัวอย่างเช่นเมื่อเดือนสิงหาคมที่ผ่านมา นักข่าวของบีบีซีชุดใหญ่ได้เข้าไปยังสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนเพื่อรายงานข่าวผลกระทบของชีวิตประชาชนในกรุงปักกิ่งที่เกิดจากการเตรียมการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก 2008 และหนึ่งในทีมนักข่าวชุดนั้นคือ John Simpson โดยเขาได้เข้าไปในพื้นที่พำนักที่รัฐบาลจีนสร้างให้เป็นที่อยู่อาศัยของประชาชนที่ถูกยึดที่ดินไปใช้ก่อสร้างสถานที่แข่งขันกีฬาโอลิมปิก แต่เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยไม่อนุญาตให้เขาเข้าไปสัมภาษณ์ประชาชนในพื้นที่ดังกล่าวแม้จะมีคนในพื้นที่ช่วยเจรจาก็ตาม John Simpson จึงใช้เทคนิคการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์มือถือ โดยเขาและช่างกล้องเก็บภาพจากหน้าตึกและถ่ายภาพผ่านช่องรั้วเข้าไปในตึก จากนั้นจึงโทรศัพท์เข้าไปยังเครื่องรับโทรศัพท์ติดตามตัวของคนที่อยู่ในตึกและสัมภาษณ์ข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบของประชาชนที่เกิดจากการก่อสร้างสถานที่จัดการแข่งขันกีฬาโอลิมปิกของรัฐบาลจีน การรายงานข่าวครั้งนั้นทำให้เขาได้ภาพข่าวแปลกตาในลักษณะของการ Zoom in จากระยะไกลของคนให้สัมภาษณ์ผ่านช่องรั้วประตูพร้อมกับเสียงสัมภาษณ์ที่ดังออกมาอย่างชัดเจนจากโทรศัพท์ติดตามตัวที่ใช้สื่อสารกัน

ในกรณีของนักมานุษยวิทยาพบว่า นักมานุษยวิทยามีการนำเอาสื่อมาใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย โดยนักมานุษยวิทยาได้นำเอาข้อมูลในอดีตที่มีการบันทึกไว้ในสื่อต่างๆ เช่น ภาพถ่าย ภาพวาด บทกลอน นวนิยาย ภาพยนตร์สารคดี มาใช้วิเคราะห์ประกอบการศึกษาวิจัย นอกจากนี้ นักมานุษยวิทยาบางคนยังนำเอาวิดีโอ ภาพถ่ายและภาพยนตร์มาเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยใช้บันทึกภาพชีวิตของคนในพื้นที่ที่ตนศึกษาไว้ทั้งในรูปแบบของภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว หรืองานสารคดี และนำสื่อทั้งที่ตนบันทึกไว้และผู้อื่นบันทึกไว้มาวิเคราะห์ประกอบการศึกษาวิจัย ซึ่งวิธีดังกล่าวเรียกว่า Autoethnographic Approach (Marcus และ Fischer, 1986, หน้า 74) การที่นักมานุษยวิทยานำเอาสื่อมาใช้เป็นเครื่องมือในการศึกษาวิจัยดังกล่าวจึงอาจเรียกได้นักมานุษยวิทยาเองที่กำลังทำหน้าที่เป็น News Correspondent เช่นกัน

ความแตกต่างในการทำงานของ News Correspondent และนักมานุษยวิทยา

1. พื้นที่ในการทำงาน

นักมานุษยวิทยาศึกษาวิถีชีวิตของมนุษย์ในสังคมและวัฒนธรรมกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งอย่างเฉพาะเจาะจง ดังนั้นการทำงานของนักมานุษยวิทยาจึงอยู่ในพื้นที่ขนาดเล็กเมื่อเทียบกับพื้นที่การทำงานของ News Correspondent พื้นที่การทำงานของนักมานุษยวิทยาอาจอยู่ในอาณาบริเวณของหมู่บ้าน ชุมชน เผ่าพันธุ์ของกลุ่มคนกลุ่มหนึ่ง ขณะที่ความรับผิดชอบของ News Correspondent จะครอบคลุมพื้นที่การทำงานระดับภูมิภาคหรือระดับทวีป เช่น News Correspondent ประจำตะวันออกกลาง News Correspondent ประจำเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

2. กรอบระยะเวลาในการทำงาน

นักมานุษยวิทยามีกรอบในการวิจัยเป็นตัวกำหนดระยะเวลาในการทำงาน ซึ่งอาจกินเวลาเป็นเดือนปี หรือหลายปี ในขณะที่ News Correspondent มีลักษณะการทำงานที่ต้องแข่งกับเวลา เพราะคุณค่าข่าวประการหนึ่งคือความสดใหม่ของเหตุการณ์ News Correspondent จึงมีระยะเวลาที่จำกัดในการทำงานเมื่อเทียบกับนักมานุษยวิทยา

3. พื้นที่ในการนำเสนองาน

นักมานุษยวิทยาถ่ายทอดผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยผ่านรายงานวิจัยที่มีความหนาเป็นหลายร้อยหน้ากระดาษ พื้นที่ในการถ่ายทอดผลงานอาจเรียกได้ว่าไม่จำกัด ในขณะที่ News Correspondent มีกรอบพื้นที่การนำเสนอรายงานข่าวเพียง 2-3 นาทีในกรณีของการนำเสนอข่าวทั่วไป หรือ 3-5 นาที ในกรณีที่เป็นการนำเสนอรายงานพิเศษหรือสัปดาห์ข่าว อาจมีบางครั้งที่สถานีข่าวจัดสรรเวลาให้ News Correspondent ได้นำเสนอการรายงานพิเศษของตนในลักษณะรายการสารคดีเชิงข่าว เช่น รายการ *Talk Asia* รายการ *Inside Africa* รายการ *Inside Middle East* ของสำนักข่าวซีเอ็นเอ็น แต่รายการเหล่านี้ก็มีเวลาในการนำเสนอเพียง 30 นาทีเป็นอย่างมาก เมื่อเปรียบเทียบกับนักมานุษยวิทยาแล้วจึงเห็นได้ว่าพื้นที่ในการนำเสนอของ News Correspondent มีความจำกัดกว่า นอกจากนี้ยังมีกรอบของเวลาเป็นตัวกำหนดการทำงาน

News Correspondent ในประเทศไทย: กรณีศึกษาการรายงานข่าวเหตุการณ์ความไม่สงบในจังหวัดชายแดนใต้ของนักข่าวประจำพื้นที่

ในบทความชิ้นนี้ ผู้เขียนตั้งใจใช้คำว่า News Correspondent เป็นคำศัพท์ภาษาอังกฤษ โดยไม่หาคำแปลภาษาไทยมาใช้กำกับ ซึ่งอาจทำให้ผู้อ่านหลายคนเกิดข้อคำถามว่าเพราะเหตุใดจึงไม่ใช้คำศัพท์ภาษาไทยมากำกับตามหลักการเขียนรายงานวิชาการที่ถูกต้อง สาเหตุที่ผู้เขียนเลือกคำว่า News Correspondent มาใช้ในการนำเสนอบทความชิ้นนี้เป็นเพราะว่าในแวดวงวิชาชีพข่าวของประเทศไทยยังไม่มีคำภาษาไทยใดที่เหมาะสมในการนำมาใช้แทนคำว่า News Correspondent ทั้งนี้เนื่องจากลักษณะการทำงานของ News Correspondent เป็นการทำงานประจำอยู่ในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งในระยะเวลานานและมีการรายงานข่าวเชิงเจาะลึกอย่างสม่ำเสมอ ขณะที่นักข่าวหรือผู้สื่อข่าวในวงการข่าวประเทศไทยส่วนใหญ่ทำงานตาม หมายข่าว ที่ได้รับจากกองบรรณาธิการข่าวในแต่ละวัน ทำให้การทำงานส่วนใหญ่เป็นลักษณะการรายงานข่าวรายวันหรือที่เรียกกันว่า นักข่าวรายวัน นักข่าวประเภทที่มีลักษณะการทำงานที่ใกล้เคียงกับ News Correspondent ที่สุดคือนักข่าวประจำสายข่าวและนักข่าวประจำพื้นที่ แต่ไม่ได้หมายความว่านักข่าวประจำสายข่าวและนักข่าวประจำพื้นที่ทุกคนมีลักษณะการทำงานเหมือน News Correspondent เพราะนักข่าวประจำพื้นที่และนักข่าวประจำสายข่าวของไทยมักทำงานประจำในสายข่าวหรือพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งเป็นระยะเวลาไม่นาน จากนั้นจะเปลี่ยนไปประจำพื้นที่อื่น เปลี่ยนสายข่าว หรือเปลี่ยนไปประจำสำนักข่าวอื่น ดังนั้นโอกาสที่นักข่าวไทยจะได้รายงานข่าวประจำเจาะลึกเฉพาะสายข่าวหรือเฉพาะพื้นที่เป็นระยะเวลานานๆเช่น News Correspondent จึงเป็นไปได้น้อย ปัจจัยหนึ่งมาจากข้อจำกัดด้านงบประมาณสนับสนุนจากสถานีข่าวและสำนักข่าวต้นสังกัด เนื่องจากการทำงานประจำในพื้นที่ข่าวหรือสายข่าวต้องอาศัยทุนอุดหนุนด้านที่พักและค่าใช้จ่ายในการลงพื้นที่ของนักข่าว หากสถานีหรือสำนักข่าวไม่เห็นคุณค่าในการรายงานข่าวลักษณะนี้ก็จะไม่ลงทุนและงบประมาณในการสนับสนุนนักข่าวให้ไปประจำตามพื้นที่แต่จะใช้วิธีส่งนักข่าวลงไปเมื่อมีข่าวเกิดขึ้นในแต่ละครั้งแทน ซึ่งทำให้โอกาสในการรายงานข่าวที่น่าเสนอข้อมูลเจาะลึกเป็นไปได้น้อย

ความพยายามในการเสนอข่าวเจาะลึกจากนักข่าวที่เข้าไปประจำสายข่าวหรือประจำพื้นที่แบบการทำงานของ News Correspondent ในประเทศไทยเริ่มมีให้เห็นในช่วงกว่าปีที่ผ่านมา โดยความตั้งใจของสมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทยในการจัดตั้งศูนย์ข่าวอิสรภาพเพื่อสนับสนุนการรายงานข่าวเหตุการณ์ใน 3 จังหวัดชายแดนใต้ ที่มีความเจาะลึกและมีมุมมองทางสังคม วัฒนธรรม มากกว่าการนำเสนอข่าวความรุนแรงแบบรายวัน โดยมีนักข่าวลงไปปักหลักประจำที่ศูนย์ข่าวอิสรภาพจำนวนหนึ่ง นักข่าวที่ประจำในพื้นที่ข่าวเหล่านี้มีจุดมุ่งหมายในการนำเสนอข่าวเพื่อสร้างความเข้าใจในวัฒนธรรมที่แตกต่าง โดยศูนย์ข่าวอิสรภาพได้จัดการอบรมวิธีการนำเสนอข่าวให้แก่ นักข่าวเหล่านั้น เพื่อหวังให้เกิดการรายงานข่าวเชิงเจาะลึกโดยการลงพื้นที่เพื่อสร้างความเข้าใจในสังคมวัฒนธรรมตามหลักวิธีของนักมานุษยวิทยา ดังคำให้สัมภาษณ์ของคุณเทพชัย หยองเมื่อครั้งลงไปเป็นวิทยากรในการอบรมในศูนย์ข่าวอิสรภาพว่า “ศูนย์ต้องช่วยกันทำให้นักข่าวที่ลงมาได้เรียนรู้สถานการณ์ มีระบบให้คนเหล่านี้เชี่ยวชาญ รู้ลึก แม้เหตุการณ์จะเกิดขึ้นมานาน

แต่สื่อขาดความรู้รอบด้าน บุคลากรด้านนี้ ยังขาดแคลนมาก ” (www.prachathai.com/26/07/2551) จากคำให้สัมภาษณ์ดังกล่าวมีข้อสังเกตว่า คำว่า บุคลากรด้านนี้ ที่คุณเทพชัย หย่อง กล่าวถึง ก็คือบุคลากรที่มีลักษณะการทำงานแบบ News Correspondent และอาศัยวิธีการของนักมานุษยวิทยาสร้างความลุ่มลึกให้กับการทำงานข่าวนั่นเอง หากวงการวิชาชีพข่าวของประเทศไทยเห็นความสำคัญและให้สนับสนุนการทำงานของนักข่าวในลักษณะนี้มากขึ้น อนาคตต่อไปเราอาจได้นักข่าวสายพันธุ์ใหม่ซึ่งมีชื่อที่เป็นคำจำกัดความภาษาไทยของคำว่า News Correspondent

ในขณะที่วงการวิชาชีพข่าวไทยกำลังรอให้นักข่าวสายพันธุ์มานุษยวิทยาฟักตัวอยู่นั้น นักข่าวส่วนหนึ่งได้สั่งสมประสบการณ์การทำงานข่าวเชิงเจาะลึกแบบวิธีการของนักมานุษยวิทยา โดยในที่นี้จะขอ ยกตัวอย่างประสบการณ์การทำงานข่าวในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ของ สุกรา จันทรชิตฟ้า ที่ได้สะท้อนประสบการณ์ ความคิด ความรู้สึกของตนผ่านงานเขียนในนิตยสารสารคดี เรื่อง *บันทึกนักข่าว: สิ่งที่เห็นและเป็นไปใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้* สุกรา เป็นนักข่าวที่มีโอกาสลงไปคลุกคลีกับชาวประมงพื้นบ้านรอบๆอ่าวปัตตานี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 และขยายวงกว้างออกไปในพื้นที่รอบๆ เธอมีโอกาเข้าไปในพื้นที่โรงเรียนปอเนาะวิทยา ได้เห็นชีวิตความเป็นอยู่ของคนในพื้นที่ และศึกษาเหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นผ่านการสัมภาษณ์ การบันทึกภาพ การสังเกตและจดบันทึกแบบนักมานุษยวิทยา เธอมีโอกาสสัมภาษณ์ครอบครัวผู้เสียชีวิตจากเหตุการณ์ความรุนแรงและการอุ้มฆ่า 30 ราย รวมทั้งสัมภาษณ์ญาติของทหารและตำรวจที่เสียชีวิตจากเหตุการณ์ความไม่สงบจำนวนหนึ่ง ทำให้ได้ทราบประวัติความเป็นมาและชีวิตของคนเหล่านั้นในแง่มุมที่เจาะลึก บางครั้งเธอต้องปรับปรุงวิธีลงพื้นที่หาข้อมูล โดยไม่ใช่กล้องถ่ายรูปบันทึกภาพและไม่ใช้การจดบันทึกขณะพูดคุยเพื่อต้องการสร้างความไว้วางใจจากคนในพื้นที่ ประสบการณ์ข่าวในพื้นที่ของเธอถูกสะท้อนออกมาในงานเขียนสารคดีเชิงข่าวหลายเรื่องที่มีมุมมองการนำเสนอข่าวที่ลุ่มลึกแบบนักมานุษยวิทยา โดยสุกรา ให้ข้อคิดไว้ว่า “ในการทำข่าว เราควรเข้าใจและเรียนรู้ประวัติศาสตร์ มองปัญหาความรุนแรงเชิงนโยบาย เชิงโครงสร้าง และรากเหง้าของปัญหาที่มาจากเรื่องเศรษฐกิจ ทรัพยากร และวัฒนธรรม” (สารคดี, กุมภาพันธ์, 2548, น. 42-64) มุมมองที่ลุ่มลึกเหล่านี้เกิดขึ้นไม่ได้หากนักข่าวไม่นำเอา *มรรควิธี* ของนักมานุษยวิทยามาใช้ในการทำงาน

“คนทำสื่อเปิดประตูสู่ชุมชน” นิเทศศาสตร์ กับ มรรควิธีของนักมานุษยวิทยา

แนวความคิดการทำข่าวแบบมรรควิธีของนักมานุษยวิทยาเป็นแรงบันดาลใจส่วนหนึ่งที่ทำให้ผู้เขียนสนับสนุนให้เกิดโครงการ “คนทำสื่อเปิดประตูสู่ชุมชน” ซึ่งเป็นโครงการของภาควิชาวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ที่เปิดโอกาสให้นักศึกษาได้เรียนรู้ประสบการณ์นอกห้องเรียน โดยการออกค่ายนิเทศศาสตร์ ลงพื้นที่ศึกษาชุมชน เรียนรู้วัฒนธรรมต่างๆ และใช้ทักษะด้านนิเทศศาสตร์มาผลิตสื่อเพื่อชุมชน โครงการดังกล่าวเกิดขึ้นครั้งแรกในช่วงเดือนเมษายน ปี พ.ศ. 2549 ซึ่งเป็นช่วงเวลาหลังจากที่ผู้เขียนมารับตำแหน่งหัวหน้าภาควิชาได้ระยะหนึ่ง หลังจากคิดคำนวณตัวเลขงบประมาณของภาควิชาในปีการศึกษานั้นแล้วพบว่าสามารถรวบรวมงบประมาณที่เหลือเก็บจากโครงการ

ต่างๆ ได้ก้อนหนึ่ง เงินที่เก็บเล็กผสมน้อยก้อนนั้น ไม่ใช่เงินจำนวนมากสำหรับการทำโครงการใหญ่เช่นการออกค่ายต่างจังหวัด แต่ด้วยแรงสนับสนุนจากสมาชิกราชการในภาควิชา โดยมีอาจารย์วิภาวดี เกษมสันต์ เป็นแม่บ้านคนสำคัญ *เงินก้อนนี้* ก้อนนั้นจึงเป็นจุดเริ่มต้นของโครงการ “คนทำสื่อเปิดประตูสู่ชุมชน” ที่จัดต่อเนื่องมายาวนานจนถึงปัจจุบัน

ในรอบ 3 ปีที่ผ่านมา โครงการ “คนทำสื่อเปิดประตูสู่ชุมชน” จัดกิจกรรมขึ้นมาแล้วทั้งสิ้นจำนวน 5 ค่าย สมาชิกนักร้อยชีวิตเดินทางร่วมกันผ่านระยะทางหลายพันกิโลเมตร ผลิตสื่อให้ชุมชนต่างๆ กว่าร้อยสื่อ ทั้งสารคดี มิวสิควิดีโอ เว็บไซต์ นิทรรศการ โบรชัวร์ โปสเตอร์ และหนังสือทำมือ แต่สิ่งที่ประมาณค่าออกมาเป็นตัวเลขไม่ได้ คือประสบการณ์ที่อาจารย์ นักศึกษา และชุมชนต่างๆ ได้เรียนรู้ร่วมกันตลอดเส้นทาง

การลงไปเรียนรู้ชุมชน ใช้ชีวิตแบบเดียวกับคนในชุมชน ใช้การสัมภาษณ์และการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมตามแบบมรรควิธีของนักมานุษยวิทยาในการหาข้อมูลเพื่อผลิตสื่อให้ชุมชน ทำให้นักศึกษามีโอกาสเรียนรู้วัฒนธรรมชุมชนโดยใช้สื่อเป็นสื่อกลางในการเรียนรู้ ขณะเดียวกันการใช้ทักษะด้านนิเทศศาสตร์ผลิตสื่อเพื่อชุมชนของนักศึกษา นอกจากจะเป็นการฝึกฝนทักษะการทำงานแล้ว นักศึกษายังได้เรียนรู้วิธีการนำสื่อมาใช้ในการ *เล่าวัฒนธรรม* อีกด้วย

บทสรุป

นิเทศศาสตร์ คือศาสตร์ที่มีลักษณะเป็น *สหสาขาวิชา* และเป็นศาสตร์ที่มีอาจดำรงอยู่ได้เพียงลำพัง แต่ต้องอาศัยองค์ความรู้และระเบียบวิธีจากศาสตร์สาขาอื่นๆ มาบูรณาการ บทความวิชาการชิ้นนี้ต้องการนำเสนอบทบาทของ News Correspondent ในฐานะนักมานุษยวิทยายุคโลกาภิวัตน์ และชี้ให้เห็นคุณค่าของการนำมรรควิธีของมนุษยศาสตร์มาประยุกต์ใช้ให้เกิดความรู้ที่ลุ่มลึกผ่านการทำงานของนักข่าวต่างประเทศที่เรียกว่า News Correspondent รวมทั้งเสนอการทำงานของนักข่าวในประเทศไทยที่เริ่มนำมุมมองด้านมานุษยวิทยาใช้ในการรายงานข่าวความขัดแย้งในสถานการณ์ภาคใต้ และได้สะท้อนให้เห็นปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการทำงานของนักข่าวเหล่านั้น สุดท้ายคือการนำเสนอความพยายามของภาคการศึกษาในการสร้างนักสื่อสารมวลชนที่มีความลึกซึ้งในกระบวนการทำงานแบบนักมานุษยวิทยาผ่านโครงการ “คนทำสื่อเปิดประตูสู่ชุมชน” ของภาควิชาวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

บทสรุปส่งท้ายของบทความชิ้นนี้ ผู้เขียนมุ่งหวังให้เกิดความตระหนักว่า การนำมรรควิธีของนักมานุษยวิทยาไปบูรณาการกับการทำงานของนักนิเทศศาสตร์ จะก่อให้เกิดงานด้านสื่อที่มีคุณค่าและมีความลึกซึ้ง นอกจากนี้ยังจะช่วยทำให้สื่อมีบทบาทสนับสนุนอุดมการณ์ของนักมานุษยวิทยาในการทำให้นุษย์ในสังคมได้เรียนรู้ร่วมกันและมีความเข้าใจกันมากขึ้น

บรรณานุกรม

- ศุภรา จันทร์ชิดฟ้า, “เปิดบันทึกของนักข่าว สิ่งที่เห็นและเข้าไปในสถานการณ์ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้”, **สารคดี** 20, 240 กุมภาพันธ์ 2548, 42-64.
- Anderson, B. (1991) **Imagined Communities: reflections on origin and spread of nationalism**. Revised edition). London: Verso.
- Collier, J. **Visual Anthropology: photography as a research method (2 edition)**, 1986, Albuquerque: University of New Mexico Press.
- Gauntlett, D. and Hill, A. (1995) **Television, Culture and Everyday Life**. London: Routledge.
- Goodwin, A. and Whannel, G. (eds.) (1997) **Understanding Television**. London: Routledge.
- Hall, S. (1991) **The Local and the Global: globalisation and ethnicity’ in Anthony D. King. Culture, Globalisation and the World System**. London: Macmillan.
- Harnnerz, U. “**Thinking About Culture in a Global Ecumene**” in **Culture in the Communication Age**, James Lull (ed.), 2001, London: Routledge.
- Lull, J. (1995) **Media, Communication, Culture, a Global Approach**. London: Polity Press.
- Lull, J. (ed.) (2001) **Culture in the Communication Age**. London: Routledge.
- Marcus, G. and Fischer, M. (1986) **Anthropology as Cultural Critique**. Chicago: University of Chicago Press.
- Nichols, B. (1991) **Representing Reality: issues and concepts in documentary**.Bloomington: Indiana University Press.
- O’Connor, A. (ed.) (1989) **Raymond Williams on Television Selected Writings**. London: Routledge.
- Renov, M. (ed.) (1993) **Theorizing Documentary**. London: Routledge.
- Simpson, J. **News from no man’s land: reporting the world, 2002**, Oxford: Macmillan.
- Storey, J. (1996) **Cultural Studies & The Study of Popular Culture: Theories and Methods**. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Storey, J. (2000) **Cultural Theory and Popular Culture: an introduction (3rd Edition)**. Harlow, Essex: Prentice Hall.
- Tolia-Kelly, D. (2001) “Iconographies of identity: Visual Cultures of the Everyday in the South Asia Diaspora” **Visual Culture in Britain** 2,2 : 49-67.
- Williams, R. (1974) **Television Technology and Cultural Form**. London: Fontana.

การเปิดรับข่าวสาร ปังจยงใจ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยาวไทย ต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสมุทรสงคราม

ดร.ศรัณพร ชวนเกริกกุล

สาขาการสื่อสารการท่องเที่ยวยาวและบันเทิง คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ปังจยงใจ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสมุทรสงคราม ” นี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ปังจยงใจ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสมุทรสงคราม

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เป็นการวัดตัวแปรเพียงครั้งเดียว (One Shot Descriptive) กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาคือ นักท่องเที่ยวยาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม ในช่วงระหว่างเดือนเมษายน–พฤษภาคม 2551 จำนวน 400 คน จากการคำนวณด้วยสูตรของ Taro Yamane การสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายตัวแปรต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวยาวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31 –40 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนมากมีอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ระหว่าง 6,001–10,000 บาทต่อเดือน นักท่องเที่ยวยาวที่เข้ามาเที่ยวจังหวัดสมุทรสงครามมีภูมิลำเนาอยู่ที่กรุงเทพมหานครเป็นส่วนใหญ่

การเปิดรับข่าวสารทั่วไปของนักท่องเที่ยวยาวไทย พบว่า ส่วนใหญ่เปิดรับสื่อทางโทรทัศน์ ในวันธรรมดา นักท่องเที่ยวยาวเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในช่วงเช้ามีระหว่างเวลา 05.00–07.00 น. ในวันหยุดนักท่องเที่ยวยาวเปิดรับสื่อโทรทัศน์ใน 2 ช่วงเวลา ช่วงเช้าระหว่างเวลา 07.00–08.00 น. และช่วงเที่ยงระหว่างเวลา 12.00–13.00 น. โดยรายการที่นักท่องเที่ยวยาวเปิดรับส่วนใหญ่ คือ รายการละคร รองลงมาคือรายการข่าว / สารความรู้ และนักท่องเที่ยวยาวเปิดรับจากสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 มากที่สุด นักท่องเที่ยวยาวเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ รองลงมาจากสื่อโทรทัศน์ โดยนักท่องเที่ยวยาวส่วนใหญ่นิยมอ่านหนังสือพิมพ์รายวัน ได้แก่ ไทยรัฐ มากที่สุด ส่วนสื่อวิทยุกระจายเสียง นักท่องเที่ยวยาวส่วนใหญ่รับฟังในช่วงเวลา 20.30 น. เป็นต้นไป โดยเลือกรับฟังรายการรายการเพลงเป็นส่วนใหญ่

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสมุทรสงครามของนักท่องเที่ยวยาว พบว่า นักท่องเที่ยวยาวส่วนมากได้รับทราบข่าวจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ นิตยสารประเภทท่องเที่ยว

ปัจจัยจูงใจในการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยมาท่องเที่ยวมากที่สุดคือ การมาชมหิ่งห้อยและการได้มาสัมผัสกับวิถีชีวิตท้องถิ่น และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับสูงต่อการมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสมุทรสงคราม

Abstract

This research aimed to study media exposure, motivation and satisfaction of Thai tourists in ecotourism in Samut Songkram.

The work was carried out as a survey research with the use of a one shot descriptive study. The sample group consists of 400 Thai ecotourists travelling in Samut Songkram from April to May 2008. Taro Yamane was employed together with purposive sampling and questionnaire used as a tool for collecting data.

The data analysis was done through descriptive statistics methods, namely frequency, percentage, means and standard deviation, which were all used to analyze the variables involved. The findings revealed that most of the tourists were female, aged between 31-40 years old. Besides, they graduated with a bachelor's degree and earned approximately 6,001 to 10,000 baht per month. Most of them also came from Bangkok.

As for Thai tourists' media exposure behavior in general, it is found that most of them watched television on weekdays between 05.00-07.00 am and on weekends between 07.00-08.00 am and also from noon to 01.00 pm. The findings also showed that they mostly watched dramas and news. The channel that most of them chose to watch was Channel 3. In addition to television, they were exposed to a daily newspaper, especially Thairath, They generally listened to music stations on radio after 08.30 pm.

With regard to the media exposure behavior relating to the ecotourism in Samut Sangkram province, it is found that the tourists were mostly exposed to television, followed by travel magazine. Regarding their motivation for ecotourism in Samut Songkram, it is found to be at a medium level. The motivation for traveling in Samut Songkram results from a desire to see fireflies and local lifestyle. Overall, their level of satisfaction towards ecotourism in Samut Songkram belongs to a high level.

ความสำคัญของปัญหา

“การท่องเที่ยว” ถือเป็นอุตสาหกรรมหลักที่ส่งผลต่อการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจและสังคมให้เจริญเติบโตได้เป็นอย่างมาก เป็นปัจจัยหลักในการสร้างรายได้และดึงดูดเงินตราต่างประเทศ สามารถทำรายได้เข้าประเทศได้เป็นอันดับต้นๆ อีกทั้งยังก่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพ และกระจายรายได้สู่ประชาชนในท้องถิ่น

ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่มีศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยวสูง เนื่องจากประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวอยู่มากมายหลายประเภท อาทิ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมและประเพณี (บุญเลิศ, 2539) ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวนี้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้เป็นอย่างดี ดังนั้น ทิศทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย จึงปรากฏอยู่ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ซึ่งนอกจากจะมีวัตถุประสงค์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติแล้ว ยังมีวัตถุประสงค์ของการพัฒนาให้สอดคล้องกับด้านสังคมและวัฒนธรรมด้วย โดยมุ่งหวังที่จะทำการอนุรักษ์และฟื้นฟูบรรดาทรัพยากรสิ่งแวดล้อม ศิลปวัฒนธรรม รวมทั้งขนบธรรมเนียมประเพณีอันดีงาม และโบราณสถาน โบราณวัตถุ ต่างๆ ที่มีอยู่ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2540)

ในปัจจุบันการท่องเที่ยวแบบสนใจสิ่งแวดล้อม หรือการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Ecotourism) ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เพราะเป็นทางเลือกที่มีการผสมผสานระหว่างการท่องเที่ยวและการรักษาสภาพแวดล้อม ทั้งทางด้านธรรมชาติ สังคมและวัฒนธรรม สามารถดำเนินไปพร้อมกันได้ เนื่องจากการท่องเที่ยวในลักษณะนี้เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่จะเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับธรรมชาติและเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างแท้จริง (Swarbrook, 2000)

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของประเทศไทยมีอยู่ทั่วไปตามภูมิภาคต่างๆ นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ตามความต้องการ จังหวัดสมุทรสงครามเป็นจังหวัดหนึ่งที่ยังคงได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ เพราะมีรูปแบบกิจกรรมที่หลากหลาย พื้นที่โดยทั่วไปของจังหวัดสมุทรสงคราม เป็นที่ราบลุ่มริมทะเลโดยตลอด สภาพดินเป็นดินเหนียวปนทราย มีความอุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การเกษตร มีลำคลองใหญ่น้อยมากมายกระจายอยู่ทั่วทุกพื้นที่ ส่วนพื้นที่ทางตอนใต้ของจังหวัดติดกับทะเล ซึ่งมีลักษณะเป็นป่าชายเลน และมีหน้าที่ทำนาเกลือกันมาก มีทรัพยากรธรรมชาติ อันได้แก่ ความสวยงามของตัวหิ่งห้อยที่เกาะอยู่ตามต้นลำพูซึ่งเติบโตอยู่ตามป่าชายเลน ริมคลอง ตัวหิ่งห้อยเหล่านี้ในเวลากลางคืนจะมีการเปล่งแสงออกมาจากลำตัว ทำให้เกิดแสงสว่างตัดกับความมืดของบรรยากาศรอบข้าง ซึ่งบรรดาตัวหิ่งห้อยที่อ้างถึงนี้มีจำนวนนับแสนนับล้านตัว จึงได้เป็นสิ่งที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวไปชมความงามที่แสวงหา นอกเหนือจากการท่องเที่ยวตามปกติเพื่อชมความงดงามทางวัฒนธรรม , ขนบธรรมเนียมประเพณี, ภูมิปัญญาท้องถิ่น , ตลาดน้ำและวิถีชีวิตของชาวบ้านที่อาศัยอยู่ตามริมฝั่งคลอง องค์ประกอบอัน

ครบถ้วนของการท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำ จึงทำให้มีนักท่องเที่ยวเกิดความนิยมเข้าไปชมปรากฏการณ์จากทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่อย่างต่อเนื่องไม่ขาดสาย

ในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ทำการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงครามไปยังสื่อต่างๆ เพื่อต้องการให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ข่าวสาร และสนใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจศึกษาว่า จากการสนับสนุนและดำเนินการเผยแพร่ข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของหน่วยงานภาครัฐนั้น นักท่องเที่ยวชาวไทยเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสมุทรสงคราม ผ่านสื่อประเภทใดอย่างไรมากที่สุด มีปัจจัยเชิงใดบ้างที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยว และจากการเดินทางมาท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอย่างไรต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสมุทรสงคราม ทั้งนี้เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ไปเป็นแนวทางในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ถูกต้องไปสู่นักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวเหล่านี้เกิดความรู้ความเข้าใจในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างถูกวิธี และเกิดความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ อีกทั้งยังเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของ จังหวัดสมุทรสงคราม ให้มีคุณภาพและยั่งยืนต่อไปได้ในอนาคต

ปัญหานำการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงครามมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารอย่างไร
2. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงครามได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสมุทรสงครามจากสื่อประเภทใด อย่างไรบ้าง
3. ปัจจัยใดบ้างที่จูงใจให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม
4. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงครามมีความพึงพอใจอย่างไรต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จังหวัดสมุทรสงคราม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยว จังหวัดสมุทรสงคราม
2. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสมุทรสงครามของนักท่องเที่ยวชาวไทย
3. เพื่อศึกษาปัจจัยจูงใจในการมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสมุทรสงครามของนักท่องเที่ยวชาวไทย
4. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จังหวัดสมุทรสงคราม

ขอบเขตของการวิจัย

1. การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ในช่วงเดือนเมษายน – พฤษภาคม 2551 เท่านั้น
2. บริเวณพื้นที่ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ศึกษาเฉพาะบริเวณแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อำเภออัมพวา ที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาเยี่ยมชม ได้แก่ ตลาดน้ำท่าคา ตลาดน้ำอัมพวา โฮมสเตย์ชุมชนริมน้ำ บ้านพญาขอ และบ้านแมวไทยโบราณ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงการเปิดรับข่าวสาร ปัจจัยจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสมุทรสงคราม
2. สามารถนำข้อมูลที่ได้นำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการใช้สื่อ เพื่อการประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสมุทรสงคราม ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
3. สามารถนำข้อมูลที่ได้นำไปใช้เป็นแนวทางในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สำหรับแหล่งท่องเที่ยวทั่วไปที่มีอยู่ในชุมชนต่างๆ ของจังหวัดอื่นๆต่อไป

นิยามศัพท์สำคัญ

นักท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสมุทรสงคราม

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หมายถึง การเดินทางของนักท่องเที่ยวในการเยี่ยมชมพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อำเภออัมพวา การเข้ามาสัมผัสถึงทัศนียภาพ วิถีชีวิต สภาพสังคมของชาวบ้าน โดยไม่ทำลายสภาพแวดล้อม

การเปิดรับข่าวสาร หมายถึง พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อของนักท่องเที่ยว โดยจำแนกตามประเภทสื่อมวลชน ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร รวมถึงสื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ

ปัจจัยจูงใจ หมายถึง ปัจจัยจูงใจที่เกิดจากเหตุผล ความต้องการ แรงจูงใจหรือแรงผลักดันต่างๆ ที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสมุทรสงคราม โดยแบ่งเป็นปัจจัยภายใน เช่น แรงจูงใจด้านกายภาพ ด้านสังคม และปัจจัยภายนอก เช่น กลุ่มอ้างอิง วัฒนธรรม ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นต้น

ความพึงพอใจ หมายถึง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสมุทรสงคราม หลังจากที่ได้มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แล้ว

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่นำมาเป็นแนวทางในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

1. แนวคิดและทฤษฎี เกี่ยวกับพฤติกรรม的开รับข่าวสาร
2. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
3. แนวคิดเกี่ยวกับมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว
4. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นริณี ขวนกริกกุล (2537) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวจังหวัดสุโขทัย ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะการเดินทางและวัตถุประสงค์ของการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่มาสุโขทัยเป็นครั้งแรก มาโดยรถยนต์ส่วนตัว และมากับครอบครัว มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการท่องเที่ยวและพักผ่อน สำหรับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่รับข่าวสารบ่อยมากจากสื่อโทรทัศน์ รองลงมาจากหนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง และนิตยสาร ส่วนสื่อเฉพาะกิจมีการเปิดรับบ่อยมากในสื่อประเภทโปสเตอร์ แผ่นพับหรือใบปลิว วิดีทัศน์ และสไลด์ ส่วนสื่อบุคคลมีการเปิดรับข่าวสารจากเพื่อนฝูงหรือเพื่อนร่วมงานญาติพี่น้อง สามีหรือภรรยา และพ่อแม่ ส่วนพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับจังหวัดสุโขทัย กลุ่มตัวอย่างได้รับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์เป็นส่วนใหญ่ รองลงมาคือวิทยุกระจายเสียง นิตยสาร และหนังสือพิมพ์ ส่วนสื่อเฉพาะกิจได้แก่ โปสเตอร์ ป้ายโฆษณา ประกาศผ่านตู้ ATM แผ่นพับ และวีดิทัศน์ และสื่อบุคคลได้แก่ สามีหรือภรรยา ญาติพี่น้อง และพ่อแม่

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิจัยเชิงสำรวจ ในลักษณะของการวัดตัวแปรเพียงครั้งเดียวตามช่วงเวลาที่ได้กำหนดไว้ และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว จังหวัดสมุทรสงคราม มีจำนวนทั้งสิ้นประมาณ 235,565 คนต่อปี ในปี 2550 การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการคำนวณจากสูตรหาขนาดตัวอย่าง โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% ความผิดพลาดไม่เกิน 5% ซึ่งจากการคำนวณจะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 400 คน

วิธีการสุ่มตัวอย่างจะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) สำหรับเลือกพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ซึ่งเป็นแหล่งรวบรวมของธุรกิจท่องเที่ยวประกอบไปด้วย ตลาดน้ำท่าคา ตลาดน้ำยามเย็นอัมพวา ที่พักของชุมชนที่มีการบริหารจัดการเป็นโฮมสเตย์บ้านพญาขอ และบ้านแมวไทย โดยใช้การเก็บข้อมูลแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จนได้กลุ่มตัวอย่าง

ครบตามจำนวนที่ต้องการ คือ จำนวนทั้งสิ้น 400 คน ซึ่งช่วงเวลาในการเก็บข้อมูลนั้น คือช่วงเวลาตั้งแต่เดือนเมษายน ถึง พฤษภาคม 2551

ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

สำหรับผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย 7 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัว ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงครามของนักท่องเที่ยว ส่วนที่ 3 ข้อมูลการเปิดรับข่าวสารทั่วไป ส่วนที่ 4 ข้อมูลการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสมุทรสงคราม ส่วนที่ 5 ปัจจัยสนใจในการมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสมุทรสงคราม ส่วนที่ 6 ความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยว และส่วนที่ 7 ข้อเสนอแนะอื่นๆ เพิ่มเติมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการวิจัยพบว่า

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนมากมีอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ระหว่าง 6,001 – 10,000 บาทต่อเดือน นักท่องเที่ยวมีภูมิลำเนาอยู่ที่กรุงเทพมหานคร รองลงมาจังหวัดราชบุรี กลุ่มตัวอย่างส่วนมากเดินทางมาจังหวัดสมุทรสงครามมากกว่า 3 ครั้ง รองลงมาเดินทางมาครั้งแรก ส่วนใหญ่เดินทางมาจังหวัดสมุทรสงครามโดยรถยนต์ส่วนตัว โดยเดินทางมากับครอบครัวมากที่สุด รองลงมาเดินทางมากับเพื่อน มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาจังหวัดสมุทรสงครามเพื่อท่องเที่ยว / พักผ่อน ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงครามเพื่อต้องการสัมผัสกับธรรมชาติ / ชมทิวทัศน์ และเพื่อต้องการเรียนรู้วัฒนธรรมและชุมชนท้องถิ่น ส่วนมากเดินทางท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ และช่วงวันหยุดต่อเนื่อง การมาเที่ยวครั้งนี้ นักท่องเที่ยวไม่ได้เตรียมตัวก่อนการท่องเที่ยว

การเปิดรับข่าวสารทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เปิดรับสื่อทางโทรทัศน์ ในวันธรรมดา นักท่องเที่ยวเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในช่วงเวลาเช้ามืด เวลา 05.00 – 07.00 น. ส่วนวันหยุดนักท่องเที่ยวยังเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในช่วงเช้า ระหว่างเวลา 07.00-08.00 น. และช่วงเที่ยง ระหว่างเวลา 12.00-13.00 น. การรับชมสื่อโทรทัศน์ส่วนใหญ่ในรายการละครและรายการข่าว ส่วนใหญ่ชมสื่อโทรทัศน์จากช่อง 3 มากที่สุด รองลงมาคือช่อง 7 นอกจากการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์แล้ว นักท่องเที่ยวจะเปิดรับข่าวสารจากสื่อหนังสือพิมพ์รองลงมา โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมอ่านหนังสือพิมพ์รายวัน ได้แก่ ไทยรัฐ มากที่สุด รองลงมาคือ ข่าวสด มติชน เดลินิวส์ สยามรัฐ บางกอกทูเดย์ ตามลำดับ ส่วนสื่อวิทยุนี้ นักท่องเที่ยวจะเปิดรับฟังวิทยุกระจายเสียงในช่วงดึก คือหลังเวลา 20.30 น. เป็นต้นไป โดยเลือกฟังรายการเพลงมากที่สุด สำหรับสื่อนิตยสาร / วารสารนั้น นักท่องเที่ยวนิยมอ่านนิตยสารประเภทท่องเที่ยวมากที่สุด เช่น นิตยสารเที่ยวเมืองไทย ส่วนเว็บไซต์ กลุ่มตัวอย่างใช้เว็บไซต์จาก www.google.com มากที่สุด ในส่วนของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากได้รับทราบข่าวจากรายการข่าว/สาระความรู้จากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ นิตยสารการท่องเที่ยว สื่อบุคคลพบว่านักท่องเที่ยวได้รับคำชักชวนจากครอบครัว เพื่อน และญาติ มากที่สุด นักท่องเที่ยว

ได้รับข้อมูลส่วนใหญ่จากการค้นคว้าด้วยตนเองทางอินเทอร์เน็ต ในขณะที่สื่อเฉพาะกิจจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย อาทิ แผ่นพับ ใบปลิว นักท่องเที่ยวได้รับน้อยที่สุด รองลงมาคือได้รับข้อมูลจากศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยวของจังหวัด

ปัจจัยจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่านักท่องเที่ยวมีปัจจัยจูงใจในการมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสมุทรสงครามจากปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก โดยรวมแล้วมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือมีค่าเฉลี่ย 3.268 และเมื่อพิจารณาปัจจัยจูงใจจากทั้ง 2 ประเภท จะพบว่าปัจจัยจูงใจภายใน มีอิทธิพลในการมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสมุทรสงคราม มากกว่าปัจจัยจูงใจภายนอก กล่าวคือ ปัจจัยจูงใจภายใน มีค่าเฉลี่ย 3.448 ส่วนปัจจัยจูงใจภายนอก มีค่าเฉลี่ย 3.073 เมื่อพิจารณาในแต่ละประเภทของปัจจัยจูงใจ จะพบว่า ปัจจัยจูงใจภายในที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมากที่สุดคือ ความต้องการชมหิ่งห้อย มีค่าเฉลี่ย 3.959 อันดับ 2 คือการได้สัมผัสกับวิถีชีวิตชุมชนท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 3.894 อันดับ 3 คือต้องการพักผ่อน /ผ่อนคลายความตึงเครียด มีค่าเฉลี่ย 3.877 ส่วนปัจจัยจูงใจภายในที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสมุทรสงคราม น้อยที่สุดคือ ต้องการมาเพื่อศึกษาดูงาน มีค่าเฉลี่ย 2.454 ซึ่งโดยรวมแล้ว กลุ่มตัวอย่างมีปัจจัยจูงใจภายในอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.448

ส่วนปัจจัยจูงใจภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว พบว่า งานเทศกาลของจังหวัดมีอิทธิพลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.613 อันดับ 2 คือ ระยะเวลาที่ไม่ไกล ประหยัดค่าใช้จ่าย มีค่าเฉลี่ย 3.564 อันดับ 3 คือ บรรยากาศและสภาพแวดล้อมที่คงความเป็นธรรมชาติ มีค่าเฉลี่ย 3.361 ส่วนปัจจัยจูงใจภายนอกที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสมุทรสงคราม น้อยที่สุดคือ การได้รับคำแนะนำจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และบริษัททัวร์ มีค่าเฉลี่ย 2.491 ซึ่งโดยรวมแล้ว นักท่องเที่ยวมีปัจจัยจูงใจภายนอกอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.073

ความพึงพอใจที่มี ต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสมุทรสงคราม ในระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย 3.585 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มากที่สุดคือ ชาวบ้านในท้องถิ่นมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี มีค่าเฉลี่ย 4.128 อันดับ 2 คือ ความเป็นเอกลักษณ์และโดดเด่นของพื้นที่ มีค่าเฉลี่ย 3.946 อันดับ 3 คือ มีทัศนียภาพและสภาพแวดล้อมที่สวยงามเป็นธรรมชาติ มีค่าเฉลี่ย 3.825 ส่วนความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ น้อยที่สุดคือ การมีเอกสารแนะนำการท่องเที่ยว และแผ่นพับที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.134

การอภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสมุทรสงครามกับครอบครัวมากที่สุด ทั้งนี้เพราะนักท่องเที่ยว อยู่ในช่วงวัยทำงาน ซึ่งเป็นวัยที่จะให้ความสำคัญกับครอบครัวมากที่สุด กลุ่มคนที่อยู่ในวัยทำงานนั้น มักจะชอบที่จะเดินทางเพื่อแสวงหาประสบการณ์ที่แปลกใหม่ และชอบที่จะสัมผัสกับการท่องเที่ยวที่เป็นรูปแบบใหม่ๆ ที่น่าสนใจ ประกอบกับต้องการพักผ่อนเพื่อหลีกเลี่ยงกับความซ้ำซากจำเจของการทำงาน ด้วยการเที่ยวชมธรรมชาติ แสวงหาความเพลิดเพลิน อีกทั้งพฤติกรรมการเดินทางมาท่องเที่ยวจะนิยมมากันเองเป็นครอบครัว เนื่องจาก นักท่องเที่ยวมีโอกาสในการท่องเที่ยวไม่มากนัก จึงทำให้นักท่องเที่ยวท่องเที่ยวกันเองเมื่อมีเวลาว่างตรงกัน และสามารถทำกิจกรรมร่วมกันได้ อีกทั้งการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม ก็ใช้ระยะเวลาในการเดินทางเพียง 1 ชั่วโมงกว่า ซึ่งถือว่าไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร ซึ่งประหยัดทั้งเวลาและค่าใช้จ่าย

นอกจากนี้ ยังพบว่านักท่องเที่ยวจำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.7 ไม่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสมุทรสงครามมาก่อน โดยเดินทางมาครั้งนี้เป็นครั้งแรก อาจเป็นเพราะผลจากการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อของหน่วยงานภาครัฐยังไม่เป็นที่แพร่หลายเท่าที่ควร ซึ่งการโฆษณาประชาสัมพันธ์นั้น ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการที่จะเผยแพร่ข่าวสารการท่องเที่ยวให้ประชาชนทั่วไปได้รับรู้ สอดคล้องกับแนวคิดของมิดเดิลตัน (Middleton, 1994) ที่ว่า การโฆษณาประชาสัมพันธ์เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่เป็นตัวกำหนดความต้องการทางการท่องเที่ยว และมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อเป็นจุดหมายปลายทางของการเดินทางท่องเที่ยวที่กำลังจะเกิดขึ้น ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เคยมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสมุทรสงคราม มากกว่า 3 ครั้ง จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35 สันนิษฐานว่าอาจมีความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยว อรรถาศัยไมตรีที่ดีของชาวบ้านในท้องถิ่น เมื่อได้เข้ามาสัมผัสทำให้เกิดความรู้สึกที่ดี และเกิดการแนะนำบอกต่อให้คนอื่นมาเที่ยว

ผลการวิจัยด้านประชากรศาสตร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสมุทรสงครามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท แต่สามารถเดินทางมาท่องเที่ยวได้ เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่เสียค่าใช้จ่ายไม่แพงนัก จึงทำให้กลุ่มคนที่มีรายได้น้อยสามารถเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสมุทรสงครามได้

ด้านการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสมุทรสงคราม นักท่องเที่ยวส่วนมากได้รับทราบข่าวจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ นิตยสารการท่องเที่ยว สอดคล้องกับที่วิลเบอร์สแรมม์ (Wilbur Scramm) ได้กล่าวไว้ว่าโดยทั่วไปบุคคลมักจะเลือกรับสื่อที่มีความพยายามน้อยที่สุด หรือสะดวกในการเปิดรับมากที่สุด (Scramm, 1975) เช่นเดียวกับที่แอสกิน (Askın) กล่าวว่าผู้รับสารจะเลือกรับสื่อที่สามารถจัดหาได้ เปิดรับได้โดยสะดวก เป็นสื่อที่เปิดรับเป็นประจำอยู่แล้ว (สุชาดา, 2542) สอดคล้องกับการเปิดรับสื่อทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวจังหวัดสุโขทัย ที่เสนอว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่

จะรับข่าวจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมา คือ สื่อหนังสือพิมพ์ (นริณี, 2537) ส่วนสื่อเฉพาะกิจเป็นสื่อที่นักท่องเที่ยวเปิดรับน้อยที่สุด ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะสื่อเฉพาะกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสมุทรสงครามยังไม่ค่อยมีการจัดทำมากนัก อีกทั้งยังเป็นสื่อที่มุ่งให้ความรู้ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะแก่ผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ประกอบกับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจของผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเป็นไปได้ด้วยความสนใจและตั้งใจที่จะรับข่าวสารโดยการแสดงออก เช่น การหยิบเอกสารแผ่นพับนั้นขึ้นมาอ่าน หรือการยืนอ่านป้ายประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานด้วยความตั้งใจ ดังนั้น หากนักท่องเที่ยวไม่มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจโดยการแสดงออกนั้นแล้ว แต่เลือกที่จะเปิดรับข่าวสารจากสื่อที่ตนสะดวกที่สุด จึงเป็นผลให้นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจน้อยที่สุด

ปัจจัยจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่านักท่องเที่ยวมีความเห็นว่า ปัจจัยภายในเชิงจิตวิทยาที่เกิดขึ้นภายในตัวของนักท่องเที่ยวแต่ละคน อันได้แก่ ความจำเป็น ความต้องการในการท่องเที่ยว และแรงจูงใจต่างๆ ในการท่องเที่ยว มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวของตนมากกว่าปัจจัยจูงใจภายนอก ซึ่งเป็นปัจจัยด้านสังคมศาสตร์และสภาพแวดล้อมต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยว (ฉลองศรี , 2542) ทั้งนี้เพราะปัจจัยจูงใจภายในเป็นบ่อเกิดของพฤติกรรมการท่องเที่ยวในขณะที่ปัจจัยจูงใจภายนอกเป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวจะพิจารณาตามมาเพื่อประกอบการประเมินและการตัดสินใจเลือกใช้บริการทางการท่องเที่ยวหลังจากเกิดความต้องการในการท่องเที่ยวแล้วนั่นเอง เมื่อพิจารณาในแต่ละประเภทของปัจจัยจูงใจภายในและปัจจัยจูงใจภายนอกแล้ว จะพบว่าปัจจัยจูงใจภายในที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมากที่สุดคือ ความต้องการชมหิ้งห้อย และการได้สัมผัสกับวิถีชีวิตชุมชนท้องถิ่น ซึ่งผลการวิจัยเป็นไปตามวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวของแมคอินทอช (Mc Intosh, 1977) ที่กล่าวว่า ivala ความต้องการอยู่ใกล้ชิดกับธรรมชาติเป็นความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวคาดหวังที่จะได้รับจากกิจกรรมเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ส่วนปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมากที่สุด พบว่า งานเทศกาลของจังหวัดมีอิทธิพลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมากที่สุด และระยะทางที่ไม่ไกล ประหยัดค่าใช้จ่าย จะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวค่อนข้างจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา ซึ่งเป็นมูลเหตุจูงใจอีกประการหนึ่ง สอดคล้องกับที่มิดเดิลตันได้กล่าวไว้ว่า ปัจจัยด้านราคาเป็นปัจจัยหนึ่งที่เป็นตัวกำหนดความต้องการทางการท่องเที่ยว เนื่องจากค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกหรือเปลี่ยนแปลงจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง (Middleton, 1994)

ส่วนความพึงพอใจที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสมุทรสงครามของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในระดับความพึงพอใจมาก โดยพบว่า สิ่งที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ชาวบ้านในท้องถิ่นที่มีอัธยาศัยไมตรีที่ดี ความเป็นมิตร ความเป็นเอกลักษณ์และโดดเด่นของพื้นที่ และการมีทัศนียภาพและสภาพแวดล้อมที่สวยงามเป็นธรรมชาติ ทั้งนี้ด้วยความต้องการของนักท่องเที่ยวในการที่จะได้สัมผัสถึงสภาพบรรยากาศและความเป็นอยู่แบบธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการไป จึงเพียงแต่ต้องการการบริการที่ดี ความมีอัธยาศัยที่ดี เพื่อให้เกิดความประทับใจ ดังที่ Fennell (Fennell, 1999) ได้กล่าวไว้ว่าลูกค้าย่อมคาดหวังที่จะได้รับการดูแลจากบริษัท

หรือองค์กรจันทมิตร ไม่ใช่รูปแบบของการทำธุรกิจ และเมื่อลูกค้าติดต่อกับพนักงานคนใดก็ตาม ก็ย่อมที่จะคาดหวังจะได้รับความช่วยเหลือ และการให้บริการอย่างดี ซึ่งก็เปรียบเสมือนการบริการทางด้านการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวก็ย่อมที่จะต้องการได้รับการต้อนรับ และการบริการที่ดี การมีทัศนคติที่ดีจากผู้ที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยวที่นั่น ต้องการที่จะพบเห็นความโดดเด่นของพื้นที่ สิ่งแวดล้อมและธรรมชาติที่สวยงาม เมื่อสิ่งต่างๆ เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ จึงเป็นผลทำให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสมุทรสงคราม ในระดับความพึงพอใจมาก

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ทำให้ทราบว่า การเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสมุทรสงคราม มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อที่ตนสะดวก ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจะต้องมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสมุทรสงครามด้วยตนเอง สื่อมวลชนรวมถึงสื่อเฉพาะกิจเป็นเพียงสื่อที่ให้ความรู้กับนักท่องเที่ยวเฉพาะในเรื่องของสถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหาร ที่พักเพียงบางแห่ง โดยข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเชิงปริมาณ พบว่า นักท่องเที่ยวร้อยละ 58.0 ไม่ได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ที่จะไปท่องเที่ยว มีเพียงไม่ถึงร้อยละ 30.0 ที่ได้อ่านหนังสือหรือเอกสารเพื่อทราบเรื่องเกี่ยวกับวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น ดังนั้น เพื่อ สร้างความรู้ความเข้าใจให้กับนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสมุทรสงครามให้มากขึ้น จึงควรมีการเพิ่มข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสมุทรสงคราม ผ่านสื่อประเภทต่างๆ ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย (target groups) แต่ละกลุ่ม เพื่อการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ในเรื่องต่างๆ ต่อไปนี้

1. ฤดูกาลท่องเที่ยวที่เหมาะสม เช่น กรณีของการชมหิ่งห้อยจะต้อง มีการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนที่ต้องการจะไปเที่ยวชมหิ่งห้อยได้ทราบว่าควรจะไปชมหิ่งห้อยในช่วงฤดูฝน (ช่วงประมาณเดือน มิถุนายน – กันยายน) เพราะหิ่งห้อยจะชุกชุมมากกว่าช่วงอื่น
2. เลือกพาหนะในการชมหิ่งห้อย ควรจะได้ประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวทราบว่าควรเลือกใช้เรือพาย เพราะชมได้ใกล้ชิดกว่า และรบกวนหิ่งห้อยน้อยกว่าเรือยนต์
3. ให้คำแนะนำเกี่ยวกับการปฏิบัติตนที่เหมาะสมในระหว่างชมหิ่งห้อย เช่น ไม่จับต้องตัวหิ่งห้อย ไม่มีความคิดที่จะจับหิ่งห้อยใส่ขวดไปเป็นที่ระลึก ไม่ส่งเสียงดังอันจะเป็นการรบกวนหิ่งห้อยและชุมชนริมน้ำ
4. ให้ความรู้ด้านการอนุรักษ์และปลูกจิตสำนึกนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับวงจรชีวิตของหิ่งห้อยที่มีอายุค่อนข้างสั้น โดยเฉลี่ยเพียง 7 วัน และกำลังจะสูญพันธุ์ลง เพราะแหล่งที่วางไข่ของหิ่งห้อยกำลังถูกทำลายด้วยความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ของนักท่องเที่ยว ทั้งกลิ่นน้ำมันจากท่อไอเสีย เสียง และความเร็วของเรือยนต์ที่นำนักท่องเที่ยวชมหิ่งห้อย อันมีผลกระทบโดยตรงต่อวงจรชีวิตของหิ่งห้อย
5. รณรงค์และเผยแพร่กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่น่าสนใจอื่นๆ นอกเหนือจากการชมหิ่งห้อย

6. เพิ่มปริมาณของป้ายบอกทางต่างๆ ให้มากขึ้น โดยเฉพาะเส้นทางการเข้าออกระหว่างที่พักโฮมสเตย์กับถนนใหญ่

7. มีการจัดการอบรม สัมมนา ผู้ประกอบการธุรกิจบริการในชุมชน เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เพื่อผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเหล่านั้นจะสามารถบอกกล่าวข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้แก่นักท่องเที่ยวผู้มาเยือนได้อย่างถูกต้อง

8. มีการจัดทำเป็นเอกสาร และสื่อประเภทต่างๆ เช่น แผ่นวีซีดี เพื่อขายหรือแจกจ่ายแก่นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมธุรกิจหรือเข้าพัก เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ อาทิ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การปฏิบัติตนเพื่อรักษาสภาพแวดล้อมให้คงอยู่ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

การให้ข้อมูลข่าวสารกับผู้ประกอบการในชุมชน

จังหวัดหรือหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ควรมีการจัดทำมาตรฐานของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และสิ่งแวดลอมสำหรับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะการออกมาตรการในเรื่องการใช้ความเร็วและเสียงของผู้ประกอบการเรือเครื่อง เพื่อจะได้เตรียมความพร้อมในการให้บริการ โดยไม่กระทบกระเทือนต่อระบบนิเวศ

การให้ข้อมูลข่าวสารกับชุมชน

หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรเร่งสร้างจิตสำนึกแก่ประชาชนในพื้นที่ในการรักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสีงแวดล้อม เช่น แผ่นป้ายไม้ให้ทิ้งขยะอย่างถูกต้องทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ อุปกรณ์รองรับขยะ ระบบบำบัดน้ำเสีย การดูแลห้องน้ำ ห้องสุขา สาธารณะให้สะอาดและเหมาะสม เป็นต้น และขณะเดียวกันต้องไม่กระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม วิถีชีวิต และวัฒนธรรมของประชาชนในพื้นที่ รวมทั้งกระตุ้นให้ประชาชนในพื้นที่ โดยเฉพาะชาวบ้าน ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ รีสอร์ท ผู้ประกอบการเรือเครื่อง ประชาสัมพันธ์หรือให้คำแนะนำต่อไปยังนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ องค์กรส่วนท้องถิ่น ควรมีบทบาทในการให้ความรู้แก่ประชาชนเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และสิ่งแวดลอม และให้ประชาชนในพื้นที่มีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวมากกว่านี้ เพื่อร่วมกันอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่สร้างรายได้ต่อไป รวมถึง การกระตุ้นให้ประชาชนในพื้นที่เกิดการจัดกิจกรรมเพื่อเป็นสื่อในการสร้างความรู้ความเข้าใจในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มากขึ้น โดยเน้นการจัดกิจกรรมโดยใช้เรือพายแทนเรือเครื่อง อีกทั้งบริษัทการท่องเที่ยวในพื้นที่ควรรวมตัวกันจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว หรือแพ็คเกจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและสิ่งแวดลอมที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้มาท่องเที่ยวตลอดปีไม่ใช่เฉพาะเทศกาล ซึ่งจะมีนักท่องเที่ยวมาจนเกินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่จะรองรับได้

การให้ข้อมูลข่าวสารกับมัคคุเทศก์ท้องถิ่น

ควรสอดแทรกเนื้อหาในการอบรมมัคคุเทศก์ให้เข้าใจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและสิ่งแวดล้อมอย่างชัดเจนและถูกต้อง รวมถึงการอบรมพัฒนาให้เกิดมัคคุเทศก์ท้องถิ่นที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

การให้ข้อมูลข่าวสารกับประชาชน

ควรเพิ่มข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างถูกวิธีให้แก่นักท่องเที่ยว ในสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับ ใบปลิว นอกเหนือจากข้อมูลด้านสถานที่ท่องเที่ยว รวมถึงการให้ความรู้ในเรื่องของระบบนิเวศของนักท่องเที่ยวได้ทราบมากขึ้น เช่น วงจรชีวิตหิ่งห้อย ช่วงฤดูกาลที่แนะนำให้เข้ามาเที่ยวชม กิจกรรมของชุมชนนอกฤดูกาลชมหิ่งห้อย

การเลือกสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ควรใช้สื่อแบบผสมผสาน ทั้งโทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต และป้ายต่างๆ โดยควรเน้นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อที่เข้าถึงนักท่องเที่ยวมากที่สุด และเลือกการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในรายการช่วงวันและเวลาที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจในการเปิดรับเป็นพิเศษ โดยเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสารด้านการท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวให้ความสนใจมาก ดังที่ได้จากผลการวิจัย รวมถึงปัจจัยต่างๆ ที่ควรมีการปรับปรุงพัฒนาให้มากยิ่งขึ้น

ควรมีการจัดตั้งศูนย์ให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยเฉพาะศูนย์เผยแพร่การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างจิตสำนึกด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้แก่นักท่องเที่ยว โดยภายในศูนย์อาจมีการแสดงพื้นบ้าน อาหารพื้นบ้านต่างๆ ไว้บริการนักท่องเที่ยว รวมถึงการสาธิตวิธีการทำผลิตภัณฑ์ที่ชุมชนทำเป็นอาชีพ และการจำหน่ายสินค้าของที่ระลึกเพื่อศูนย์ดังกล่าว จะได้เป็นสถานที่ในการสร้างความรู้ ความเข้าใจให้กับนักท่องเที่ยว และทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจมากยิ่งขึ้น และควรมีป้ายประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับข้อควรปฏิบัติในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้ทั่วถึงตามแหล่งท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป

การวิจัยเพื่อพัฒนามาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและสิ่งแวดล้อมโดยการมีส่วนร่วมทั้งหน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการการท่องเที่ยว ตัวแทนชุมชน และนักท่องเที่ยวให้เป็นรูปธรรมและสะดวกแก่การควบคุมคุณภาพ

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2540). **สรุปนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เอกสารประกอบการวางแผนการท่องเที่ยว เล่มที่ 2** กองวางแผนโครงการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์ (2542). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว . กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นริณี ชวนเกริกกุล (2537). **พฤติกรรม的开รับข่าวสารของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวจังหวัดสุโขทัย**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรัฐกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2539), มาช่วยกันส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์กันเถอะ. **จุลสารการท่องเที่ยว**, 15, 1 (มกราคม-มีนาคม) : 53-56.
- พรทิพย์ พิมพ์สิทธิ์ (2546). **กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์**. เอกสารประกอบการสอนชุดวิชาหลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ ฉบับปรับปรุง ครั้งที่ 1 พิมพ์ครั้งที่ 6 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช นนทบุรี.
- สุชาดา วรรณะมานี (2542). **การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมของการท่องเที่ยวของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Fennell, D.A. (1999). **Ecotourism an Introduction**. London : Poutledge.
- Mc Intosh, R.W. (1977). **Tourism : Principle. Practice. Philosophies**. Ohio : Grid Inc.
- Middleton, Victor T.C. (1994). **Marketing in travel and tourism**. 2nd ed. Oxford : Butterworth Hrinemann.
- Swarbrook, J. (2000). **Sustainable Tourism Management**. 2nd ed. London : Biddles Ltd.
- Schramm, W. (1975). **Mass Communication**. 2nd ed. Chicago : University of Illinois Press.

กรอบข้อมูลสนับสนุนที่ปรากฏในข่าวแจกของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ที่ให้กับสื่อมวลชนในปี 2550

สุวรรณี วงศ์สวัสดิ์ไพศาล

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากรอบข้อมูลสนับสนุนที่ปรากฏในข่าวแจกของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ที่ให้กับสื่อมวลชนในปี 2550 โดยผู้วิจัยศึกษาลักษณะ, ประเภทเนื้อหาของข้อมูลสนับสนุนที่ปรากฏในข่าวแจกของหน่วยงานประชาสัมพันธ์โดยแยกกลุ่มธุรกิจ และศึกษากรอบข้อมูลสนับสนุนที่อยู่ในข่าวแจก ตลอดจนตรวจสอบการนำข่าวแจกไปใช้ของสื่อมวลชน ทั้งนี้ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การศึกษาและวิเคราะห์ด้วยบทของเนื้อหาข่าวแจกที่บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) สนับสนุนให้กับสื่อมวลชน

ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะเนื้อหาของข้อมูลสนับสนุนที่ปรากฏในข่าวแจกของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) มี 3 ลักษณะคือ เนื้อหาที่มีลักษณะเป็นข่าว, เนื้อหาที่มีลักษณะเป็นข่าวและข้อมูลสนับสนุน และเนื้อหาที่มีลักษณะเป็นข้อมูลสนับสนุน โดยประเภทเนื้อหาของข้อมูลสนับสนุนที่ปรากฏในข่าวแจกของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ที่สนับสนุนให้กับสื่อมวลชนมี 2 ประเภท คือ ข้อมูลสนับสนุนด้านการดำเนินธุรกิจ และข้อมูลสนับสนุนด้านพลังงาน กรอบข้อมูลสนับสนุนนำเสนอกรอบ 4 ลักษณะ คือ กรอบเอกลักษณ์องค์กร, กรอบเอกลักษณ์ธุรกิจ, กรอบความรับผิดชอบต่อสังคม และกรอบการชี้แจง

นอกจากนี้ผลการตรวจสอบปริมาณความมากหรือน้อยในการนำข่าวแจกไปใช้ของสื่อมวลชนพบว่าข่าวแจกของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ได้รับการเผยแพร่จำนวน 86 ข่าว โดยเผยแพร่ในลักษณะของข่าว ภาพข่าว คอลัมน์ และสื่อบอร์ด ตามลำดับ ทั้งนี้สื่อมวลชนนำข่าวแจกที่ได้รับจากหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ไปใช้ 3 ลักษณะ คือ การสรุปย่อ, การนำไปใช้เป็นข้อมูลประกอบข่าวหรือคอลัมน์หรือสื่อบอร์ด และการนำไปใช้ทั้งหมด ตามลำดับ

Abstract

The purpose of this research was to study the information subsidy frames of PTT Public Company Limited's News Released to Mass Media in 2007. The researcher studied the characteristics, and content types of information subsidy released by the public relations department sorted by business type. The information subsidy frames were also studied, and the use of the information subsidy by the mass media was investigated. A qualitative research methodology was employed for this study. Having studied and analyzed the text of PTT Public Company Limited's news releases directed to the mass media, the researcher found that: The characteristics of PTT Public Company Limited's news release information subsidy are of 3 types: news, news and information subsidy, and information subsidy. The content types

of PTT Public Company Limited's news releases directed to the mass media are of 2 types: business information subsidy, and energy information subsidy. The information subsidy frames are of 4 types: corporate identity frame, business identity frame, social responsibility frame, and elucidation frame. There are 86 news items of PTT Public Company Limited released to the mass media in different forms of news reports, illustrations, columns, and scoops. The mass media use the information subsidy from the public relations of PTT Company Limited in 3 ways: as summaries; as additional information for news reports, columns or scoops; and as the whole content of a news report.

คำนำ

ปัจจุบันองค์กรธุรกิจยุคใหม่เห็นความสำคัญของการสื่อความไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมายต่างๆ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ และสร้างศรัทธาจากประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจเกี่ยวกับพลังงาน เพราะเป็นปัจจัยสำคัญที่ตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ ดังนั้นองค์กรธุรกิจพลังงานจึงมีความจำเป็นต้องคำนึงถึงการสื่อความข้อมูลข่าวสารต่างๆ ขององค์กรไปยังประชาชน

สำหรับการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย หรือ ปตท. นั้น ถือกำเนิดขึ้นมาเมื่อวันที่ 29 ธันวาคม 2521 และได้เปลี่ยนระบบการบริหารงานเป็นรูปแบบของบริษัท จำกัด (มหาชน) และเปลี่ยนชื่อจากการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย เป็นบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) โดยมีกระทรวงการคลังเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ โดยกำหนดวิสัยทัศน์ว่าเป็นบริษัททางด้านพลังงานปิโตรเลียมระดับสากลที่มีเจตนารมณ์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัทให้มีความโปร่งใส มีคุณธรรม มีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ จึงได้มีการนำหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีมาใช้ในการดำเนินกิจการ ซึ่งการเปิดเผยข้อมูลสารสนเทศต่างๆ ของ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) จึงมีความจำเป็นที่จะต้องเกี่ยวข้องกับสื่อมวลชนอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยบทบาทของสื่อมวลชนในฐานะที่เป็นตัวกลางนั้นทำให้ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ต้องทำการสนับสนุนข้อมูลในลักษณะข่าวแจกให้กับสื่อมวลชน เพื่อให้สื่อมวลชนนำข่าวสารความเคลื่อนไหวต่างๆ หรือข้อมูลด้านพลังงานไปเผยแพร่ โดยแนวคิดของการสนับสนุนข้อมูลให้กับสื่อมวลชนนั้นมีความสำคัญยิ่งต่อองค์กร เนื่องจากการเชื่อมโยงระหว่างองค์กรและสื่อมวลชนไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ วิทยุ หรือโทรทัศน์ ในการที่องค์กรได้จัดหาข้อมูลต่างขององค์กร และสร้างความคล่องตัวให้กับองค์กรสื่อมวลชนเองในการจัดเตรียมข้อมูลเพื่อเผยแพร่ ซึ่งความเชื่อใจและความเคารพนับถือกันระหว่างองค์กรและสื่อเป็นสิ่งจำเป็นพื้นฐานสำหรับความสัมพันธ์อันดีระหว่างสื่อและองค์กร (Black S. & Sharpe M. L., 1983 : 31) การสนับสนุนข้อมูลต่างๆ ขององค์กรนั้น แหล่งข้อมูลมีความจำเป็นที่จะต้องคำนึงถึงสถานการณ์ที่จะต้องเกี่ยวข้องกับสื่อมวลชน ในสถานการณ์ที่การกระทำใดๆ ขององค์กรมีผลต่อสาธารณชน สถานการณ์ที่สาธารณชนมีปฏิกิริยาได้ตอบก่อนที่องค์กรจะตกอยู่สถานการณ์ที่ยากลำบาก สถานการณ์ที่เหตุการณ์ภายนอกจัดลำดับให้กับองค์กร และสถานการณ์ที่สื่อรายงานข่าวที่เกี่ยวข้องกับองค์กรต่อสาธารณชนโดยที่ไม่ได้ใช้ข้อมูลสนับสนุนจากองค์กร (Botan and Hazleton, 2006: 297)

นอกจากนี้การสนับสนุนข้อมูลของกระบวนการรวบรวมข่าวโดยแหล่งข้อมูลนักประชาสัมพันธ์นั้น ยังมีนัยทางเศรษฐกิจทั้งตัวองค์กรของนักประชาสัมพันธ์เองและองค์กรสื่ออีกด้วย โดยองค์กรทั้งหลาย จะต้องลงทุนทรัพยากรมนุษย์และแหล่งเงินในการผลิตข้อมูลที่แสดงมุมมองของตน ส่วนองค์กรสื่อจะประหยัดค่าใช้จ่ายเหล่านี้เมื่อได้รับข้อมูลที่ได้รับการสนับสนุนจากองค์กรซึ่งทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในการผลิตข่าวเหล่านี้ (Gandy, cited in Botan and Hazleton, 2006 : 284) โดยการสนับสนุนข้อมูลในลักษณะข่าว แจก นอกจากองค์กรจะต้องมีการจัดเตรียมข้อมูลที่มีการวางกรอบที่แสดงจุดยืนขององค์กรได้เป็นอย่างดีแล้ว จะต้องอาศัยความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน (Media Relations) เพื่อให้ข้อมูลที่ต้องการสนับสนุนนั้นได้ถูกนำไปใช้ตามเจตนารมณ์ขององค์กรอีกด้วย โดยข้อมูลที่ทำกรสนับสนุนข้อมูลนั้นจะมีคุณค่าสำหรับผู้ใช้และผู้จัดหาข้อมูล ซึ่งคุณค่าเหล่านี้ถูกตัดสินจากประโยชน์ที่ได้รับจากข้อมูลนั้นๆ โดยแหล่งข้อมูลจะควบคุมข้อมูลและตัดสินใจว่าจะเผยแพร่ข้อมูลเหล่านี้ออกไปที่ไหนและเมื่อใด โดยสื่อมวลชนจะยอมรับข้อมูลสนับสนุนจากแหล่งข้อมูล ถ้าแหล่งข้อมูลนั้นน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าข้อมูลนั้นเป็นข้อมูลที่ไม่สามารถหาได้ ดังนั้นการจัดเตรียมข้อมูลสนับสนุนในเรื่องเกี่ยวกับงบการเงิน ซึ่งจะต้องถูกจัดเตรียมจากแหล่งข้อมูล โดยจะเป็นการลดทอนด้านข้อมูลสำหรับสื่อมวลชนและผู้ใช้อินเทอร์เน็ต (Roake, 1994: 4-5)

ทั้งนี้แนวคิดเรื่องการสนับสนุนข้อมูลนี้ จะช่วยให้เข้าใจถึงกรอบการประชาสัมพันธ์ของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ซึ่งกรอบเป็นปัจจัยหนึ่งในปัจจัยองค์ประกอบ (Constitutive Factors) ในการกระทำการสื่อสาร ประกอบด้วยปัจจัย 6 อย่างที่กระทำการสื่อสารอย่างสัมพันธ์กัน นั่นคือ ผู้ส่งสาร (Addresser), ผู้รับสาร (Addressee), สาร (Message), บริบท (Context), จุดประสบ (Contact), รหัส (Code) และปัจจัยทั้ง 6 อย่างต่างมีหน้าที่ของการสื่อสารที่สัมพันธ์กัน โดยหน้าที่นี้จะซ้อนทับอยู่ในปัจจัยแต่ละตัวซึ่งอัตตะภาษา (Metalingual) เป็นหน้าที่ที่ไม่สามารถที่จะมองเห็นได้ชัด ทำหน้าที่ระบุรหัสที่ถูกใช้ซึ่งต้องเป็นความเข้าใจร่วมกันทั้งของผู้ส่งสารและผู้รับสารในการแปลความหมายของสาร ตามแนวคิดของ Jakobson นักภาษาศาสตร์ (Jakobson, cited in Fiske, 1982: 36-39) ข่าวแจกที่ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) สนับสนุนข้อมูลไปยังสื่อมวลชนนั้น จะเห็นได้ว่า บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ส่งสารซึ่งองค์ประกอบหนึ่งของ Jakobson's Model และสื่อมวลชนทำหน้าที่เป็นทั้งผู้รับสาร คือรับข้อมูลข่าวสารต่างๆ จาก บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ในขณะที่เดียวกันก็ทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารในการเผยแพร่ข่าวสารต่างๆ ไปยังประชาชนอีกด้วย โดยข่าวแจกที่ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) สนับสนุนคือ สารที่ถูกส่งไปให้สื่อมวลชนในลักษณะของข้อมูลสนับสนุน นั่นคือช่องทาง ทั้งนี้ปัจจัยสุดท้ายของปัจจัยองค์ประกอบของ Jakobson คือ รหัสซึ่งเป็นระบบความหมายที่ใช้ร่วมกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารนั่นเอง (Jakobson cited in Fiske J., 1982: 36-39) อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าการความสัมพันธ์สื่อมวลชนนั้นจะเป็นส่วนหนึ่งในวิถีทางที่จะสร้างประโยชน์ในการสนับสนุนข้อมูลของ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ได้ แต่ด้วยหน้าที่และความรับผิดชอบในการพิจารณาสื่อนำเสนอข่าวสารต่างๆ ของสื่อมวลชน มีภาระหน้าที่ในการพิจารณาเผยแพร่ข่าวสารที่ได้รับการสนับสนุนมาจาก บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) โดยองค์กรสื่อทำหน้าที่เป็นผู้รักษาประตู

(Gatekeeper) ที่ต้องกลั่นกรองข่าวสารด้านพลังงาน และนำเสนอข่าวสารเหล่านั้นไปยังประชาชน โดยใช้เครื่องมือคือสื่อ เป็นช่องทางในการเผยแพร่ข่าวสารของผู้ส่งสาร หรือองค์กร โดยการกำหนดวาระ (Agenda-Setting) ของสื่อมวลชนนั้น เพื่อควบคุมการไหลของข่าวสารต่างๆ ที่จะส่งผ่านไปยังประชาชน ซึ่งจะมีผลต่อการรับรู้ และการพัฒนาความคิดความเข้าใจของประชาชนผู้รับสาร โดยบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนเองในฐานะที่เป็น Gatekeeper ซึ่งเป็นผู้กลั่นกรองข่าวสารต่างๆ เพื่อเผยแพร่ไปยังสาธารณชนนั้น จึงจำเป็นต้องคำนึงถึงความน่าเชื่อถือ และไว้ใจได้ของแหล่งข้อมูลในฐานะที่เป็นผู้เชี่ยวชาญในงานข่าว อีกทั้งยังต้องคำนึงถึงความสำคัญ คุณค่าของข่าวที่ได้รับการสนับสนุนมาจาก บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ด้วย

ทั้งนี้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาว่าหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) สนับสนุนข้อมูลในลักษณะเนื้อหาที่ปรากฏในข่าวแจกในลักษณะใด และสนับสนุนข้อมูลในเนื้อหาประเภทใดบ้าง ตลอดจนศึกษาว่าข่าวแจกของหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) สนับสนุนให้กับสื่อมวลชนมีกรอบหรือแนวความคิดอะไรที่ซ่อนอยู่ในข้อมูลสนับสนุนในลักษณะข่าวแจกนั้น นอกจากนี้ ผู้วิจัยจะศึกษาว่าหลังจากสื่อมวลชนได้รับข่าวสารมาจาก บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) แล้วนั้น ได้สื่อความหมายหรือส่งข่าวสารไปยังประชาชน โดยให้ความสำคัญและนำเสนอข่าวที่ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) สนับสนุนให้หรือไม่ อย่างไร และนำเสนอในลักษณะใด

โดยผู้วิจัยคาดหมายว่าการศึกษาวิจัยในเรื่อง “กรอบข้อมูลสนับสนุนที่ปรากฏในข่าวแจกของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ที่ให้กับสื่อมวลชนในปี 2550” จะเป็นประโยชน์ในพัฒนาเรื่องของแนวคิดในการสนับสนุนข้อมูล และกรอบแนวคิดในการจัดทำข่าวสารต่างๆ ของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ที่นำหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) เพื่อแสดงความโปร่งใสในการบริหาร นอกจากนี้ผู้วิจัยยังมุ่งหวังว่างานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการสื่อสารมวลชนทางด้านการพัฒนางานข่าว แนวคิด และการคัดสรรข่าวสารเพื่อเผยแพร่ของสื่อมวลชนในการรับข้อมูลสนับสนุนจากแหล่งข้อมูลที่เป็นผู้สนับสนุนที่สำคัญขององค์กรสื่อมวลชน อันจะเป็นประโยชน์ต่อทั้งแหล่งข้อมูลผู้ทำการสนับสนุนข้อมูล และผู้ใช้ที่รับการสนับสนุนข้อมูลนั้นอีกด้วย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีแหล่งข้อมูลในการศึกษากรอบข้อมูลสนับสนุนที่ปรากฏในข่าวแจกของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ที่ให้กับสื่อมวลชนในปี 2550 ผู้วิจัยได้ศึกษาจากตัวบทของเนื้อหาข่าวแจกที่บริษัท ปตท. (มหาชน) เฉพาะข่าวแจกที่หน่วยงานประชาสัมพันธ์ที่ทำหน้าที่ประสานงานติดต่อกับสื่อมวลชน คือ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ใหญ่ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) , ส่วนประชาสัมพันธ์กลุ่มธุรกิจก๊าซธรรมชาติ, ส่วนประชาสัมพันธ์กลุ่มธุรกิจน้ำมัน ที่จัดทำขึ้นตั้งแต่เดือนมกราคมถึงมิถุนายน 2550 จำนวนทั้งสิ้น 90 ข่าว และคัดเลือกเฉพาะข่าวคัดที่ใช้แหล่งข้อมูลข่าวแจกของหน่วยงานประชาสัมพันธ์แต่ละกลุ่มของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) จัดทำเพื่อแจกให้แก่ักข่าว และได้รับการเผยแพร่ในสื่อหนังสือพิมพ์ประเภทต่างๆ จำนวน 90 ข่าว จากนั้นทำการสัมภาษณ์พนักงานประชาสัมพันธ์ของบริษัท

ปตท. จำกัด (มหาชน) จำนวน 3 ท่าน และสื่อมวลชนสายกระทรวงอุตสาหกรรมและกระทรวงพลังงาน จำนวน 10 ท่าน

นอกจากนี้ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์บุคคลต่างๆ ดังกล่าว มาประกอบข้อมูลที่ได้จากการสังเกตพบในเนื้อหาข่าวแจกที่เผยแพร่โดยฝ่ายประชาสัมพันธ์ใหญ่, ส่วนประชาสัมพันธ์กลุ่มธุรกิจก๊าซธรรมชาติ, ส่วนประชาสัมพันธ์กลุ่มธุรกิจน้ำมัน จำนวน 90 ข่าว รวมทั้งพิจารณาพร้อมกับเอกสารหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ที่เป็นนโยบายของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) มาทำการวิเคราะห์เนื้อหาของข่าวแจก โดยศึกษาลักษณะและประเภทของข้อมูลสนับสนุนที่ปรากฏในข่าวแจกของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ที่ทำการสนับสนุนให้แก่สื่อมวลชน และศึกษากรอบหรือแนวทางทางความคิดที่หน่วยงานประชาสัมพันธ์ของ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) นำเสนอในข่าวแจกนั้นไปยังสื่อมวลชน และในขณะเดียวกันจะทำการตรวจสอบว่าข่าวแจกที่ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) เผยแพร่ไปยังสื่อมวลชนนั้นได้รับการเผยแพร่เล็กน้อยเพียงใด และนำไปใช้ในลักษณะใดบ้าง ด้วยการตรวจสอบจากข่าวตัดในเรื่องเกี่ยวกับพลังงานที่ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) เก็บไว้ นอกจากนี้ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์สื่อมวลชนจะนำมาพิจารณาในเรื่องความคิดเห็นของสื่อมวลชนต่อการทำข่าวแจกของ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ด้วย

ผลการวิจัย

จากการศึกษาเนื้อหาข่าวแจกที่ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) สนับสนุนให้กับสื่อมวลชน ตั้งแต่เดือนมกราคมถึงมิถุนายน 2550 จำนวนทั้งสิ้น 90 ข่าว จากการศึกษาข้อมูลสนับสนุนที่ปรากฏในข่าวแจกของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ที่สนับสนุนให้กับสื่อมวลชนตั้งแต่เดือนมกราคมถึงเดือนมิถุนายน 2550 จำนวนทั้งสิ้น 90 ข่าว สามารถแบ่งการวิเคราะห์ได้เป็น 2 หัวข้อ คือ

1. ลักษณะเนื้อหาที่ปรากฏในข่าวแจกของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ที่สนับสนุนให้กับสื่อมวลชนของหน่วยงานประชาสัมพันธ์ทั้ง 90 ข่าว ถูกนำเสนอข่าวแจกในลักษณะของข่าว จำนวน 50 ข่าว และนำเสนอในลักษณะของข่าวและข้อมูลสนับสนุน จำนวน 38 ข่าว และนำเสนอในลักษณะของข้อมูลสนับสนุนเพียงจำนวน 2 ข่าว

2. ประเภทเนื้อหาของข้อมูลสนับสนุนที่ปรากฏในข่าวแจกของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ที่สนับสนุนให้กับสื่อมวลชนทั้ง 90 ข่าว ที่นำเสนอข้อมูลในลักษณะของข่าวและข้อมูลสนับสนุน จำนวน 38 ข่าว และนำเสนอในลักษณะของข้อมูลสนับสนุน จำนวน 2 ข่าวนั้น สามารถจะแยกประเภทของเนื้อหาของข้อมูลสนับสนุนได้ 2 ประเภท ดังนี้

- 2.1 ข้อมูลข้อเท็จจริงทางด้านการดำเนินธุรกิจของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

- 2.2 ข้อมูลสนับสนุนที่เป็นข้อมูลข้อเท็จจริงทางด้านพลังงาน

โดยข้อมูลที่สนับสนุนส่วนใหญ่ยังขาดข้อมูลที่เสริมสร้างความรู้พื้นฐานต่างๆ ที่เกี่ยวกับพลังงาน โดยข้อมูลเหล่านี้เป็นข้อมูลที่เป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในเรื่องพลังงานที่แท้จริง



ให้กับสื่อมวลชน ซึ่งจะเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ข้อมูลต่างๆ ของบริษัท ปตท .จำกัด (มหาชน) ไปยังประชาชนต่อไป

ทั้งนี้ จากการศึกษากรอบ (Frame) ในข่าวแจกที่หน่วยงานประชาสัมพันธ์ของ บริษัท ปตท .จำกัด (มหาชน) สนับสนุนให้แก่สื่อมวลชน พบว่าการสนับสนุนข้อมูลข่าวแจกของหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) นำเสนอกรอบ 4 ลักษณะ คือ

1. กรอบเอกลักษณ์องค์กร (Corporate Identity Frame)
2. กรอบเอกลักษณ์ธุรกิจ (Business Identity Frame)
3. กรอบความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility Frame)
4. กรอบการชี้แจง (Elucidation Frame)

โดยทุกกรอบที่นำเสนอในข่าวแจกนั้นต่างก็มีวัตถุประสงค์เพื่อก่อให้เกิดภาพพจน์ที่ดีซึ่งเป็นเรื่องของการรับรู้จะนำไปสู่สัมพันธภาพที่ดีกับ บริษัท ปตท .จำกัด (มหาชน) และธุรกิจของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

นอกจากนี้ ผลการตรวจสอบปริมาณความมากหรือน้อยในการนำข่าวแจกที่หน่วยงานประชาสัมพันธ์บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ไปใช้ของสื่อมวลชน โดยวิเคราะห์จากข่าวตัดเกี่ยวกับเรื่องพลังงานที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ใหญ่ของ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) เก็บรวบรวมไว้ ตั้งแต่เดือนมกราคมถึงเดือนมิถุนายน 2550 โดยคัดเลือกเฉพาะข่าวตัดที่ใช้แหล่งข้อมูลข่าวแจกของหน่วยงานประชาสัมพันธ์แต่ละกลุ่มของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) จัดทำเพื่อแจกให้แก่ข่าว และได้รับการเผยแพร่ในสื่อหนังสือพิมพ์ประเภทต่างๆ จำนวน 90 ข่าวนั้น พบว่าได้รับการเผยแพร่ไปยังประชาชนจำนวนทั้งสิ้น 86 ข่าว มีเพียงจำนวน 4 ข่าวเท่านั้นที่ไม่ได้รับการเผยแพร่ โดยสรุป ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่าถ้าข่าวแจกใดไม่ได้สร้างผลกระทบกับประชาชนในวงกว้าง หรือไม่ได้เป็นข่าวที่มีความสำคัญระดับประเทศ สื่อมวลชนจะไม่เผยแพร่ข่าวนั้นในทันที แต่อาจจะเก็บข่าวแจกนั้นไว้เผยแพร่ในภายหลังได้

ทั้งนี้ถ้าพิจารณาปริมาณการเผยแพร่ข่าวแจกของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) โดยแยกตามประเภทของหนังสือพิมพ์จะเห็นได้ว่า ข่าวทางด้านพลังงานที่เกี่ยวข้องกับบริษัท ปตท . จำกัด (มหาชน) ที่ได้รับการเผยแพร่โดยส่วนใหญ่จะถูกเผยแพร่ในหนังสือพิมพ์เกือบทุกฉบับ โดยหนังสือพิมพ์ประชาธิปไตยที่เผยแพร่ข่าวแจกของบริษัท ปตท . จำกัด (มหาชน) มากที่สุด คือ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ หนังสือพิมพ์คมชัดลึก หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ หนังสือพิมพ์ข่าวสด ตามลำดับ และหนังสือพิมพ์เชิงคุณภาพที่เผยแพร่ข่าวแจกของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) มากที่สุด คือ หนังสือพิมพ์บ้านเมือง หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ หนังสือพิมพ์แนวหน้า หนังสือพิมพ์มติชนรายวัน หนังสือพิมพ์สยามรัฐ ตามลำดับ และหนังสือพิมพ์ด้านธุรกิจที่เผยแพร่ข่าวแจกของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) มากที่สุด คือ หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ หนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ หนังสือพิมพ์ข่าวหุ้น หนังสือพิมพ์โลกวันนี้ และหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ ตามลำดับ ทั้งนี้ประเภทข่าวที่เผยแพร่ส่วนใหญ่จะเป็นข่าว ภาพข่าว คอลัมน์ และสื่อบอร์ดข่าว ตามลำดับ

จากการศึกษาเนื้อหาในข่าวแจกของหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) เปรียบเทียบกับข่าวตัดทางด้านพลังงานที่หน่วยงานประชาสัมพันธ์ของ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) เก็บรวบรวมไว้ตั้งแต่เดือนมกราคมถึงมิถุนายน 2551 นั้นพบว่าสื่อมวลชนนำข่าวแจกที่ได้รับจากหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ไปใช้ มีจำนวน 621 ข่าว และพบว่านำข่าวแจกไปใช้ใน 3 ลักษณะ คือ

1. การนำเนื้อหาข่าวแจกไปใช้ทั้งหมด โดยสื่อมวลชนเผยแพร่ข่าวในลักษณะนี้เพียง 21 ข่าว คิดเป็น 3.38% จากจำนวนข่าวตัด 621 ข่าว

2. การนำเนื้อหาข่าวแจกไปใช้ในลักษณะของข้อมูลประกอบข่าว คอลัมน์ หรือสื่อกฎบัตรข่าว โดยข่าวของผู้วิจัยพบว่าสื่อมวลชนเผยแพร่ข่าวในลักษณะนี้เพียง 257 ข่าว คิดเป็น 41.38% จากจำนวนข่าวตัด 621 ข่าว ทั้งนี้พบว่าสื่อมวลชนนำเนื้อหาข่าวแจกไปใช้ในลักษณะของข้อมูลประกอบข่าวมากที่สุด รองลงมาคือสื่อมวลชนนำเนื้อหาข่าวแจกไปใช้ในลักษณะของคอลัมน์ และสื่อมวลชนนำเนื้อหาข่าวแจกไปใช้ในลักษณะของสื่อกฎบัตรข่าว รองลงมาตามลำดับ

3. การนำเนื้อหาข่าวแจกไปใช้ในลักษณะของการสรุปย่อ ผู้วิจัยพบว่าสื่อมวลชนเผยแพร่ข่าวในลักษณะนี้มากที่สุดถึง 343 ข่าว คิดเป็น 55.23% จากจำนวนข่าวตัด 621 ข่าว

นอกจากนี้สื่อมวลชนให้ความคิดเห็นว่าข่าวแจกของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) มีความน่าสนใจทั้งในเรื่องของเนื้อหา รูปแบบ และภาษาของข่าวแจก เพราะตัวองค์กรมีความน่าสนใจ และมีทีมงานประชาสัมพันธ์ที่เป็นมืออาชีพ แต่มีลักษณะที่เป็นการประชาสัมพันธ์องค์กรมาก สื่อมวลชนจึงต้องนำข่าวแจกที่ได้รับมาคัดเลือกรวบรวมเพื่อนำมาเสนอข่าว โดยคัดเลือกเนื้อหาเฉพาะประเด็นที่น่าสนใจ ประเด็นสำคัญ และนำมาปรับให้เข้ากับวัฒนธรรมองค์กรของสื่อ หรือกลุ่มผู้อ่านของตนเอง

สรุปและวิจารณ์ผล

อย่างไรก็ตาม จากงานวิจัยที่ผู้วิจัยได้ศึกษานี้ พบว่าการสื่อสารระหว่างบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) กับสื่อมวลชนมีเพียงแต่ด้านการสร้างภาพลักษณ์องค์กรและความน่าเชื่อถือในธุรกิจเท่านั้น ซึ่งสื่อมวลชนก็มีหน้าที่คัดกรองข่าวสารจากบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ไปเผยแพร่ต่อสาธารณชนทั้งแง่มุมต่างๆ โดยมีนัยยะของความสัมพันธ์ที่กระหว่างหน่วยงานประชาสัมพันธ์กับสื่อมวลชนในลักษณะของแหล่งข่าวกับผู้ที่ต้องการข่าว ซึ่งส่งผลให้ข่าวที่ถูกเผยแพร่ไปยังสาธารณชนในบางเรื่องไม่ได้ถูกเปิดเผยออกมา ซึ่งอาจจะไม่ได้ถูกเปิดเผยจากแหล่งข่าวเอง หรือไม่ได้ถูกเปิดเผยจากสื่อมวลชน ทั้งนี้เนื่องจากลักษณะของรัฐวิสาหกิจในรูปแบบของบริษัทเอกชนที่มีกระทรวงการคลังเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ส่งผลให้การดำเนินงานของ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) กลายเป็นเครื่องมือของรัฐบาล ซึ่งบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ก็ต้องดำเนินนโยบายให้สอดคล้องกับรัฐบาลให้มากที่สุด จึงส่งผลต่อการบริหารงานหรือนโยบายต่างๆ รวมถึงการประชาสัมพันธ์ของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) จึงมีทิศทางที่ต้องสอดคล้องและรองรับกับนโยบายที่ทางรัฐบาลกำหนด โดยข่าวแจกที่หน่วยงานประชาสัมพันธ์บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) และ

สื่อมวลชนไม่ได้นำเสนอ หรือแสดงความคิดเห็นต่อนโยบายของคณะรัฐมนตรีว่าเป็นไปได้จริงหรือไม่ มีเพียงแต่ข้อเท็จจริงที่บอกว่ารัฐบาลให้บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ดำเนินงานตามนโยบายอย่างไรบ้าง ดังนั้นในความเป็นจริงการดำเนินงานโครงการหรือนโยบายต่างๆ ของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) นั้น ได้รับแรงผลักดันจากรัฐบาลซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนการดำเนินงานของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการพัฒนาด้านการสื่อสารมวลชนต่อไป ผู้วิจัยเห็นว่าควรมีการศึกษาในเรื่องการสื่อสารการเมืองในเรื่องพลังงานต่อไป

บรรณานุกรม

- Black, S. & Sharpe, M. L. (1983). **Practical Public Relations**. New Jersey: A Spectrum Book.
- Botan, C. H. and Hazleton, V. (2006). **Public Relations Theory II**. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Fiske, J. (1982). **Introduction to Communication studies**. New York: Methuen&Co,.
- Roake, A. D. (1994). **Information Subsidies and the Influence of Military Public Affairs on the Local Newspaper**. Master's thesis, Department of The Air Force, Graduate School.

การวิเคราะห์วัฒนธรรมพฤติกรรมผู้บริโภคในระดับโลก ผ่านมุมมองนักวัฒนธรรมสากลศึกษา " ฮอฟเตส "

ณชัยศักดิ์ จุณณะปิยะ

Global Dimensions Cross cultural consumer behavior analysis “Hofstede's perspective”

Nachaisak junnapiya

นักศึกษาวิหารธุรกิจคณิบัณทิตสาขาการตลาด มหาวิทยาลัยสยาม

อาจารย์ ประจำภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม

International marketing lecturer

Marketing Department , Business administration Faculty . Siam Technology College

DBA(Marketing) : Siam University Student

บทคัดย่อ

บทความนี้มาจากการสังเคราะห์งานวิจัย 2 เรื่องและฐานข้อมูลออนไลน์ของผู้เชี่ยวชาญในการศึกษาเชิงลึกด้านวัฒนธรรมไร้พรมแดน หรือการวิเคราะห์วัฒนธรรมผู้บริโภคข้ามพรมแดน ซึ่งได้แก่ฮอฟเตส งานวิจัยเรื่องแรก สังเคราะห์ถึง การศึกษาคุณลักษณะของวัฒนธรรมการตลาดระหว่างประเทศ งานวิจัยเรื่องที่สอง สังเคราะห์ถึง การศึกษาเปรียบเทียบวัฒนธรรมระหว่างโลกตะวันตกและโลกตะวันออกผ่านประเทศสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นตัวแทนของโลกตะวันตก และ ประเทศจีนซึ่งเป็นตัวแทนของโลกตะวันออก รวมถึงการสังเคราะห์กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคทั้งสองวัฒนธรรม

ในฐานข้อมูลออนไลน์สังเคราะห์ถึงงานวิจัยความหลากหลายทางวัฒนธรรมของผู้เชี่ยวชาญฮอฟเตส

วัตถุประสงค์ในการเขียนบทความฉบับนี้

วัตถุประสงค์แรก

เพื่อสังเคราะห์ทฤษฎีพื้นฐานการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคข้ามวัฒนธรรมใน มุมมองของฮอฟเตส

วัตถุประสงค์ที่สอง

เพื่อสังเคราะห์ทฤษฎีพื้นฐานการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคข้ามวัฒนธรรมใน มุมมองของฮอฟเตส เพื่อใช้ในการวางแผนการตลาดระหว่างประเทศ โดยเปรียบเทียบระหว่างวัฒนธรรมในโลกตะวันตกและวัฒนธรรมในโลกตะวันออก

สรุป การวิเคราะห์คุณลักษณะวัฒนธรรมไร้พรมแดน มีทั้งหมด 5 ประการดังนี้

1. **Power Distance Index (PDI)**
2. **Individualism (IDV)**
3. **Masculinity (MAS)**
4. **Uncertainty Avoidance Index (UAI)**
5. **Long-Term Orientation (LTO)**

ผลสรุปจากการสังเคราะห์งานวิจัยและฐานข้อมูลออนไลน์ของฮอฟสเต็ดพบว่าพฤติกรรมผู้บริโภคข้ามวัฒนธรรมนั้น วัฒนธรรมของผู้บริโภคมีความแตกต่างกันในโลกตะวันตกและโลกตะวันออก ในโลกตะวันตกนั้นมี **Individualism** สูงกว่าผู้บริโภคในโลกตะวันออก แต่มี **Power Distance** น้อยกว่า โลกตะวันออก

ดังนั้น การวางแผนกลยุทธ์ การตลาดระหว่างประเทศ สำหรับผู้บริโภคชาวตะวันออก ควรนำกลยุทธ์ ของกลุ่มอ้างอิง มาเป็นกลยุทธ์หลัก รวมถึงการให้ข้อมูลข่าวสารต่อกลุ่มผู้บริโภค รวมถึงการให้แรงจูงใจต่อกลุ่มผู้บริโภคชาวตะวันออก อีกทั้งส่วนผสมการตลาดระหว่างประเทศนั้น ควรมีนวัตกรรมและการสร้างประสิทธิภาพในการบริการที่ดีเยี่ยมด้วย

Abstract

This paper is derived from a synthesis of 2 research papers and an online database developed by Hofstede, a specialist who conducted an in-depth study of the global cross-culture and the analysis of cross-cultural consumers.

In the first paper, the synthesis is about the study of the characteristics of international marketing culture.

In the second paper, the synthesis is about the comparative study of western culture and eastern culture in which the former is represented by the U.S. , whereas the latter is represented by China. The study includes the synthesis of decision-making process of consumer's purchase in both cultures.

In the online database, the synthesis is derived from Hofstede's research on cultural diversity.

The objectives of the paper are :

1. To synthesize the basic theory of cross cultural consumer's behavior analysis through Hofstede's perspective
2. To synthesize the basic theory of cross cultural consumer's behavior analysis through Hofstede's perspective. The purpose is to utilize it in the consumer behavior research when laying an international marketing plan. The analysis draws a comparison between western culture and eastern culture.

In conclusion, there are five characteristics of global cross culture.

1. Power Distance Index (PDI)
2. Individualism (IDV)
3. Masculinity (MAS)
4. Uncertainty Avoidance Index (VAI)
5. Long-Term Orientation (LTO)

According to the synthesis of Hofstede's research and online database, it is found that the consumer behaviors in the western culture and eastern culture are different from each other.

In the western culture, the consumers possess a greater level of individualism but have lower power distance as compared to the eastern culture.

Thus, when planning international marketing strategy directed towards the consumers in the eastern culture, the strategy of the reference group must be employed. Besides, the provision of information to the consumers and the motivation of the consumers are both essential. As for international marketing mix, there should be an innovation and efficient service performance should also be developed.

Cross-cultural studies; Culture; Cultural dimensions; consumer decision
five dimensions , International marketing strategy

Hofstede

Finally

“ Globalization but ! customization in Global Dimensions Cross cultural”

(Nachaisak,2008)

Introduction

As the marketing world moves more toward globalization, and as new markets are opened up and developed, it becomes essential to understand how consumer behaviour differs from one culture to another. (Doran, 2002)

Hofstede's cultural dimensions Several scholars discuss the choice of dimensions most appropriate for conceptualizing and operationalizing culture (Bond, 1987; Clark, 1990; Dorfman and Howell, 1988; Hofstede, 1984, 1991; Inkeles and Levinson, 1969; Keillor and Hult, 1999; Schwartz, 1994; Smith et al., 1996; Steenkamp, 2001). However, Hofstede's framework is the most widely used international cultural framework in psychology, sociology, marketing, or management studies (Sondergaard, 1994; Steenkamp, 2001).

***" Culture is more often a source of conflict than of synergy.
Cultural differences are a nuisance at best and often a disaster."***

*Prof. Geert Hofstede,
Emeritus Professor, Maastricht University*

Hofstede analyzed a large data base of employee values scores collected by IBM between 1967 and 1973 covering more than 70 countries, from which he first used the 40 largest only and afterwards extended the analysis to 50 countries and 3 regions. In the editions of GH's work since 2001, scores are listed for 74 countries and regions, partly based on replications and extensions of the IBM study on different international populations.

In 1984, 1991, 2001 Hofstede used 116,000 questionnaires from over 60,000 respondents in seventy countries in his empirical study. He created five dimensions, assigned indexes on each to all nations, and linked the dimensions with demographic, geographic, economic, and political aspects of a society (Kale and Barnes, 1992), a feature unmatched by other frameworks. It is the most comprehensive and robust in terms of the number of national cultures samples (Smith et al., 1996). Moreover, the framework is useful in formulating hypotheses for comparative cross-cultural studies. Consequently, Hofstede's operationalization of cultures (1984) is the norm used in international marketing studies (Dawaret al., 1996; Engel et al., 1995; Samiee and Jeong, 1994; Sivakumar and Nakata, 2001; Sondergaard, 1994).

That Dimension, based on Confucian dynamism, is Long-Term Orientation - LTO and was applied to 23 countries.

These five Hofstede Dimensions can also be found to correlate with other countries and cultural paradigms.

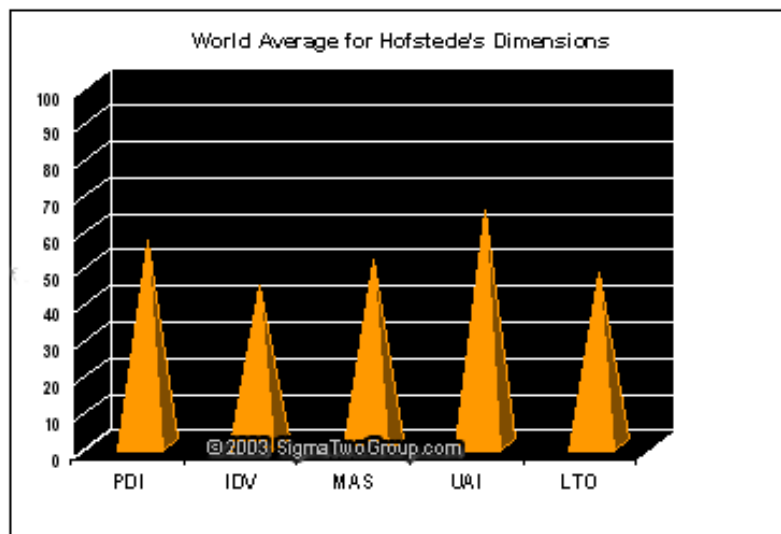
Hofstede five Dimensions

1. **Power Distance Index (PDI)**
2. **Individualism (IDV)**
3. **Masculinity (MAS)**
4. **Uncertainty Avoidance Index (UAI)**
5. **Long-Term Orientation (LTO)**

Five Hofstede Dimensions in Geert Hofstede research

Global Perspective

Figure 1 world Average



Power Distance Index (PDI)

Power Distance Index that is the extent to which the less powerful members of organizations and institutions (like the family) accept and expect that power is distributed unequally. This represents inequality (more versus less), but defined from below, not from above. It suggests that a society's level of inequality be endorsed by the followers as much as by the leaders. Power and inequality, of course, are extremely fundamental facts of any society and anybody with some international experience will be aware that 'all societies are unequal, but some are more unequal than others'.

Individualism (IDV)

Individualism, on the one side versus its opposite, collectivism, is the degree to which individuals are integrated into groups. On the individualist side we find societies in which the ties between individuals are loose: everyone is expected to look after him/herself and his/her immediate family. On the collectivist side, we find societies in which people from birth onwards are integrated into strong, cohesive in-groups, often extended families (with uncles, aunts and grandparents) which continue protecting them in exchange for unquestioning loyalty.

The word 'collectivism' in this sense has no political meaning: it refers to the group, not to the state. Again, the issue addressed by this dimension is an extremely fundamental one, regarding all societies in the world.

Masculinity (MAS)

Masculinity versus its opposite, femininity, refers to the distribution of roles between the genders which is another fundamental issue for any society to which a range of solutions are found. The IBM studies revealed that (a) women's values differ less among societies than men's values; (b) men's values from one country to another contain a dimension from very assertive and competitive and maximally different from women's values on the one side, to modest and caring and similar to women's values on the other. The assertive pole has been called 'masculine' and the modest, caring pole 'feminine'. The women in feminine countries have the same modest, caring values as the men; in the masculine countries they are somewhat assertive and competitive, but not as much as the men, so that these countries show a gap between men's values and women's values.



Uncertainty Avoidance Index (UAI)

Uncertainty Avoidance Index deals with a society's tolerance for uncertainty and ambiguity; it ultimately refers to man's search for truth. It indicates to what extent a culture programs its members to feel either uncomfortable or comfortable in unstructured situations. Unstructured situations are novel, unknown, surprising, different from usual. Uncertainty avoiding cultures try to minimize the possibility of such situations by strict laws and rules, safety and security measures, and on the philosophical and religious level by a belief in absolute truth; there can only be one truth and we have it'. People in uncertainty avoiding countries are also more emotional, and motivated by inner nervous energy. The opposite type, uncertainty accepting cultures, are more tolerant of opinions different from what they are used to; they try to have as few rules as possible, and on the philosophical and religious level they are relativist and allow many currents to flow side by side. People within these cultures are more phlegmatic and contemplative, and not expected by their environment to express emotions.

Long-Term Orientation (LTO)

Long-Term Orientation versus short-term orientation: this fifth dimension was found in a study among students in 23 countries around the world, using a questionnaire designed by Chinese scholars. It can be said to deal with Virtue regardless of Truth. Values associated with Long Term Orientation are thrift and perseverance; values associated with Short Term Orientation are respect for tradition, fulfilling social obligations, and protecting one's 'face'. Both the positively and the negatively rated values of this dimension are found in the teachings of Confucius, the most influential Chinese philosopher who lived around 500 B.C.; however, the dimension also applies to countries without a Confucian heritage.

Compare Between western and Eastern culture

Figure 2 western culture

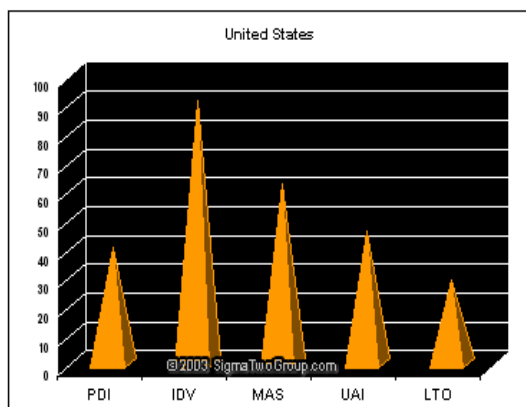
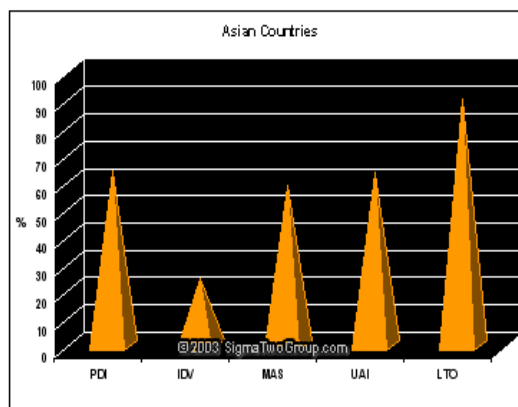


Figure 3 Eastern culture



From Figure 2 western culture there are only seven (7) countries in the Geert Hofstede research that have Individualism (IDV) as their highest dimension: USA (91), Australia (90), United Kingdom (89), Netherlands and Canada (80), and Italy (76).

The high Individualism (IDV) ranking for the United States indicates a society with a more individualistic attitude and relatively loose bonds with others. The populace is more self-reliant and looks out for themselves and their close family members.

The next highest Hofstede Dimension is Masculinity (MAS) with a ranking of 62, compared with a world average of 50. This indicates the country experiences a higher degree of gender differentiation of roles. The male dominates a significant portion of the society and power structure. This situation generates a female population that becomes more assertive and competitive, with women shifting toward the male role model and away from their female role.

The United States was included in the group of countries that had the Long Term Orientation (LTO) Dimension added. The LTO is the lowest Dimension for the US at 29, compared to the world average of 45. This low LTO ranking is indicative of the societies' belief in meeting its obligations and tends to reflect an appreciation for cultural traditions.

The next lowest ranking Dimension for the United States is Power Distance (PDI) at 40, compared to the world Average of 55. This is indicative of a greater equality between societal levels, including government, organizations, and even within families. This orientation reinforces a cooperative interaction across power levels and creates a more stable cultural environment.

The last Geert Hofstede Dimension for the US is Uncertainty Avoidance (UAI), with a ranking of 46, compared to the world average of 64. A low ranking in the Uncertainty Avoidance Dimension is indicative of a society that has fewer rules and does not attempt to control all outcomes and results. It also has a greater level of tolerance for a variety of ideas, thoughts, and beliefs.

Figure 4 China culture

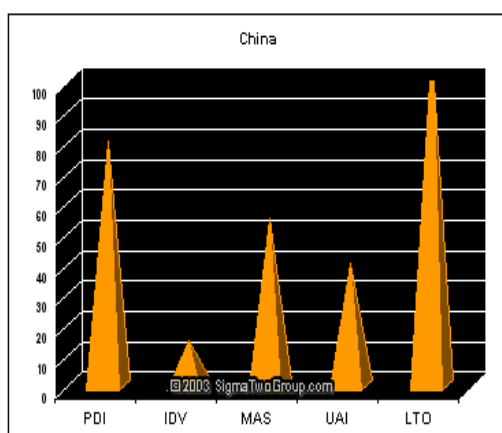
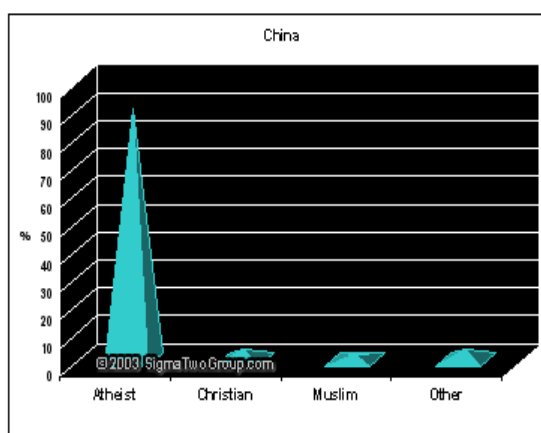


Figure 5 China religion culture



Geert Hofstede analysis for China has Long-term Orientation (LTO) the highest-ranking factor (118), which is true for all Asian cultures. This dimension indicates a society's time perspective and an attitude of persevering; that is, overcoming obstacles with time, if not with will and strength. (see Asian countries graph below)

The Chinese rank lower than any other Asian country in the Individualism (IDV) ranking, at 20 compared to an average of 24. This may be attributed, in part, to the high level of emphasis on a Collectivist society by the Communist rule, as compared to one of Individualism.

The low Individualism ranking is manifest in a close and committed member 'group', be that a family, extended family, or extended relationships. Loyalty in a collectivist culture is paramount. The society fosters strong relationships where everyone takes responsibility for fellow members of their group.

China's religion is officially designated as Atheist by the State, although the concepts and teachings of the ancient Chinese philosopher Confucius (500BC) are woven into the society at large. Some religious practice is acceptable in China; however, the government sets rigid limits

From Hofstede's base theory to research paper

The first research paper is:

Lessons learned in cross-cultural research of Chinese and North American consumers (Doran, 2007).

Figure 6 China culture

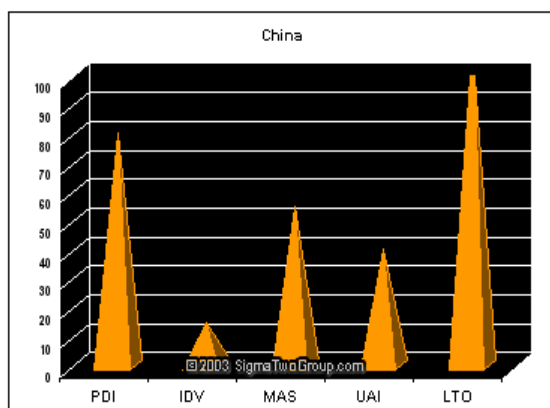


Figure 7 US culture

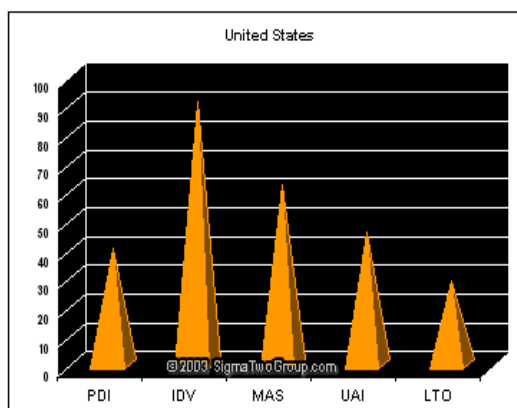


Figure 8

China consumer decision process

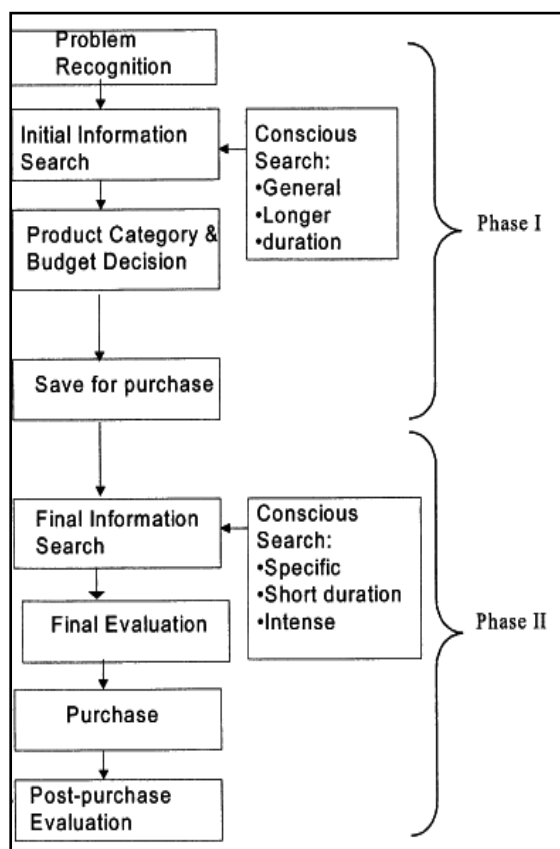
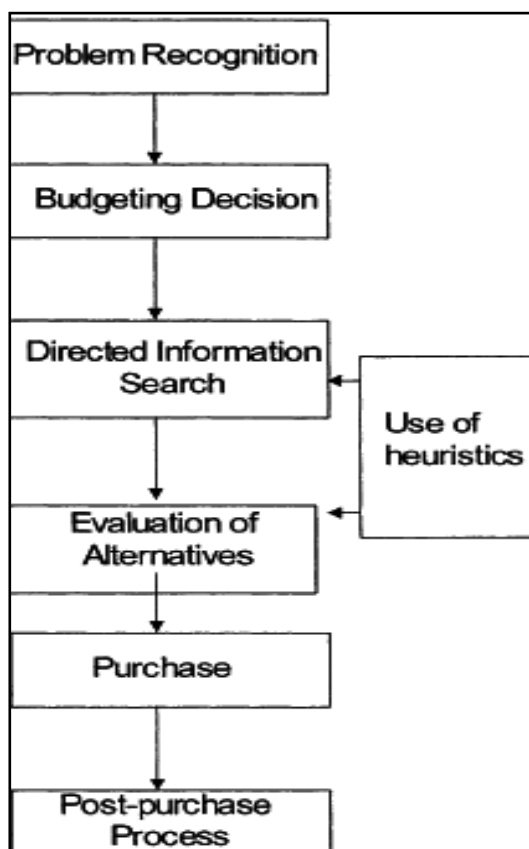


Figure 9

US consumer decision process



One of the most interesting contrasts uncovered by the research is the difference between Chinese and North Americans in their perception of thrift (Doran, 1997b).

For the Chinese, buying a high-quality product that will provide superior performance over a long product life is considered thrifty. Alternatively, most North Americans equated thriftiness with cheap, easily replaced items. Budgeting also shaped the search processes of the two groups

For North Americans, budget decisions are made at the beginning of the search, and often become one of the heuristics commonly used to limit the search but the Chinese, on the other hand, followed a truncated search pattern where the product was chosen, a budget set, and then they saved for the product. When the money had been saved, a follow-up search was made since considerable time might have passed. Time frame differences were also pronounced. Time differences occurred in three distinct ways. First, North American and Chinese consumers differed on the amount of time they were willing to devote to searching. Second, they differed on the length of time they were willing to wait before buying a product, and third, they differed on how long they expected products to last. North Americans clearly operated on a much shorter time frame, and as a result, emphasized a viewpoint that one respondent viewed as

a “throwaway society.” Chinese consumers took their time and generally expected products to last. In spite of the more developed North American market environment, or perhaps because of it, Chinese consumers got a great deal more enjoyment out of searching and shopping than did the North Americans. Most Chinese respondents, both men and women, referred to “window shopping” as a preferred leisure activity. Relatively few North Americans felt they really enjoyed shopping, and the majority felt it was a chore. The greatest reason for a decline in shopping enjoyment on the part of North Americans was lack of time. They also felt that the number of shopping decisions to be made had increased to the point where all decisions.

The third research paper is:

“Dimensions of culture in international marketing studies” (Soares et al., 2007) : Research uses cultural dimensions in marketing studies. Although Hofstede used a work-related context and originally applied his framework to human resources management, it is being used increasingly in business and marketing studies (Milner et al., 1993; Sondergaard, 1994; Engel et al., 1995; Dawar et al., 1996; Sivakumar and Nakata, 2001; Shamkarmahesh et al., 2003). These dimensions have been used to compare cultures,

This research has confirmed the relevance of these cultural dimensions for international marketing and consumer behavior (Notably, Collectivism influences innovativeness (Lynn and Gelb, 1996; Steenkamp et al., 1999; Yaveroglu and Donthu, 2002; Yeniyurt and Townsend, 2003; van Everdingen and Waarts, 2003), service performance (Birgelen et al., 2002), and advertising appeals (Albers-Miller and Gelb, 1996). Uncertainty avoidance impacts information exchange behavior (Dawar et al., 1996), innovativeness (Lynn and Gelb, 1996; Steenkamp et al., 1999; Yaveroglu and Donthu, 2002; van Everdingen and Waarts, 2003; Yeniyurt and Townsend, 2003), and advertising appeals (Albers-Miller and Gelb, 1996). Power distance affects advertising appeals (Albers-Miller and Gelb, 1996), information exchange behavior (Dawar et al., 1996), innovativeness (Yaveroglu and Donthu, 2002; Yeniyurt and Townsend, 2003; van Everdingen and Waarts, 2003), and service performance (Birgelen et al., 2002). Masculinity impacts sex role portrays (Milner and Collins, 1998), innovation (van Everdingen and Waarts, 2003), and service performance (Birgelen et al., 2002). Finally, long-term orientation influences innovativeness (van Everdingen and Waarts, 2003).

Table 1 Impact of Hofstede's dimensions in international marketing and consumer behavior

	Power Distance Index (PDI)	Individualism (IDV)	Masculinity (MAS)	Uncertainty Avoidance Index (UAI)	Long Term Orientation (LTO)
Innovativeness	YES	YES	YES	YES	YES
Service performance	YES	YES	YES	NO	NO
Advertising appeals	YES	YES	NO	YES	NO
Information exchange behavior	YES	NO	NO	YES	NO
Sex role portrays	NO	NO	YES	NO	NO

(Soares et al ,2007)

Conclusion of this sythesis paper

From Hofstede's base theory in five dimension are applied to 3 researchers ; Hofstede's , Doran. and Soares et al.

Thus, when planning international marketing strategy directed towards the consumers in the eastern culture, the strategy of the reference group must be employed. Besides, the provision of information to the consumers and the motivation of the consumers are both essential. As for international marketing mix, there should be an innovation and efficient service performance should also be developed

Finally

“ Globalization but ! customization in Global Dimensions Cross cultural”

(Nachaisak,2008)

Reference

- Birgelen M, Ruyter K, Jeong A, Wetzels M(2002). Customer evaluations of after-sales service contact modes: an empirical analysis of national culture's consequences. **Int J Res Mark**,19:43–64.
- Dawar N, Parker P, Price L(1996). A cross-cultural study of interpersonal informationexchange. **J Int Bus Stud**, 27(3):497–516.
- Doran. (2007) Lessons learned in cross-cultural research of Chinese and North American consumers. **Journal of Business Research**, 60: 277–284.
- Engel J, Blackwell R, Miniard P. (1995) .**Consumer behavior**. Forth Worth: The DrydenPress.
- Lynn M, Gelb B. (1996) Identifying innovative national markets for technical consumergoods. **Int Mark Rev**;13(6):43–57.
- Milner L, FodnessD, SpeeceMW. (1993) Hofstede's research on cross-cultural work-relatedvalues: implications for consumer behavior. **Eur Adv Consum Res** 1:70–6.
- Milner L, Collins JM. (1998);Sex role portrayals in Turkish television advertisements:an examination in an international context. **J Euro-mark** 7(1):1–27.
- Sondergaard M. (1994)Research note: Hofstede's consequences: a study of reviews,citations and replications. **Organ Stud**,15(3):447–56.
- Soares, Farhangmehr and Shoham. Hofstede's dimensions of culture in international marketing studies. **Journal of Business Research**, 60 (2007) 277–284
- SivakumarK,Nakata C.(2001);. The stampede towardHofstede's framework: avoiding the sample design pit in cross-cultural research. **J Int Bus Stud** 32(3):555–74.
- Shamkarmahesh M, Ford J, LaTour M. (2003)Cultural dimensions of switchingbehavior in importer–exporter relationships. **Acad Mark Sci Rev**;vol. 3.
- Steenkamp J, Hofstede F, Wedel M(1999);. A cross-national investigation into theindividual and national cultural antecedents of consumer innovativeness. **J Mark** 63:55–69 [April].
- van Everdingen Y, Waarts E(2003). The effect of national culture on the adoption ofinnovations. **Mark Lett**;14(3):217–32.
- Yaveroglu I, Donthu N. Cultural influences on the diffusion of new products.**J Int Consum Mark** 2002;14(4):49–63.
- Yeniyurt S, Townsend J.(2003)Does culture explain acceptance of new products in acountry? An empirical investigation. **Int Mark Rev**;20(4):377–96. <http://www.geert-hofstede.com/>

การสำรวจทัศนะเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้วิชาต่าง ๆ ภายใต้ขอบข่ายรัฐประศาสนศาสตร์ของนักวิชาการและ
ผู้บริหารองค์การภาครัฐ : กรณีศึกษาองค์การภาครัฐ จังหวัดนนทบุรี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์จุลศักดิ์ ชาญณรงค์

อาจารย์ประจำภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

บทคัดย่อ

งานวิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์ 2 ประการคือ (1) เพื่อต้องการทราบทัศนะของนักวิชาการรัฐประศาสนศาสตร์ที่มีต่อขอบข่ายของสาขาวิชา ทั้งในเชิงวิชาการและการนำไปประยุกต์ใช้ และ (2) เพื่อต้องการทราบว่า วิชาหลักวิชาใดภายใต้ขอบข่ายรัฐประศาสนศาสตร์ในฐานะของผู้ใช้บัณฑิตสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ที่มีความสำคัญ และมีความจำเป็นต่อการนำไปประยุกต์ใช้ในงานจริง ทั้งนี้จึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ข้างต้น โดยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างกับกลุ่มตัวอย่างรวม 31 คน จาก 2 กลุ่ม ประกอบด้วยนักวิชาการ 16 คน และผู้บริหารองค์การภาครัฐของจังหวัดนนทบุรี 15 คน

ผลการวิเคราะห์สรุปได้ดังนี้ (1) ทัศนะของนักวิชาการแบ่งเป็น 2 ส่วน ส่วนแรก ทัศนะในเชิงวิชาการ ส่วนใหญ่เห็นว่าขอบข่ายของรัฐประศาสนศาสตร์ แบ่งเป็นวิชาหลักได้ และถ้าต้องการพิจารณาจุดเน้นของแต่ละวิชาสามารถกระทำได้ โดยแยกรายวิชาหลักต่าง ๆ เหล่านั้นให้เป็นหัวเรื่องย่อย ๆ สำหรับวิชาที่มีความสำคัญมากที่สุด มีความเห็นเป็น 2 ฝ่าย ฝ่ายหนึ่งเห็นว่าไม่สามารถระบุได้ แต่อีกฝ่ายหนึ่งเสนอว่าวิชาหลักรัฐประศาสนศาสตร์ น่าจะเป็นวิชาที่มีความสำคัญมากที่สุด ส่วนที่สอง ทัศนะในเรื่องการนำวิชาต่าง ๆ ไปประยุกต์ใช้ นักวิชาการเห็นว่า ไม่มีวิชาใดที่สำคัญมากที่สุด แต่ที่สำคัญรอง ๆ ลงมา น่าจะเป็นวิชาที่เน้นองค์ความรู้เดิมและองค์ความรู้ใหม่ต่าง ๆ

ทั้งนี้นักวิชาการเห็นว่าโดยภาพรวมวิชาต่าง ๆ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้มาก แต่เสนอแนะว่าควรปรับให้สอดคล้องกับบริบทของสังคมไทย และ (2) ทัศนะของผู้ใช้บัณฑิตซึ่งในที่นี้คือ ผู้บริหารองค์การภาครัฐมีทัศนะแบ่งเป็น 2 ส่วน ส่วนแรก ทัศนะในเชิงวิชาการ ผู้บริหารองค์การภาครัฐกลุ่มตัวอย่างเห็นว่องค์ความรู้ด้านรัฐประศาสนศาสตร์ คือ ทฤษฎีด้านการบริหารประเทศ และองค์ความรู้ที่เน้นเรื่องการให้บริการสาธารณะ โดยแยกเป็นขอบข่ายย่อย ๆ มากถึง 12 ขอบข่าย ส่วนที่สอง ทัศนะในเรื่องการนำวิชาต่าง ๆ ไปประยุกต์ใช้ ผู้บริหารองค์การภาครัฐเห็นว่า วิชาที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ วิชาการเมืองและนโยบายสาธารณะ วิชาที่มีความสำคัญรอง ๆ ลงมา คือ วิชาเทคนิคทางการบริหาร นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างเห็นว่า โดยภาพรวม วิชาต่าง ๆ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้มาก แต่เสนอแนะว่าควรมีการขยายขอบข่ายให้ครอบคลุมการแก้ปัญหาในระดับที่กว้างขวางขึ้น โดยเฉพาะในระดับประเทศ

Abstract

This research has 2 objectives : (1) to examine the viewpoint of a Public Administration academic within the scope of both an academic and applied situation (2) to find essential core subjects within the scope of the Public Administration which are applicable for public organization workers in actual situations. Interview involved 31 samples (16 academics and 15 public organization employees).

(1) The academic's viewpoint is divided into 2 sections.

Section 1 is concerned with academic level. Most of the samples agree that Public Administration's scope can be divided into core subject and can be categorized into subsection to understand essential features. For the most important subject, the opinions were divided into 2 sides. According to the first side, there is none. However, the other side pointed out that Public Administration Principles is the most important subject.

Section 2 concerns applied subjects. According to most of the academic viewpoints, none of the subjects is seen as the most important. Nevertheless, there are certain subjects which are regarded as important ones including those revolving around the existing knowledge as well as those with innovative knowledge. Overall, they agree that the subject can be mostly applied in the actual situations but they are advised to be adjusted in accordance with the contexts of the Thai society.

(2) The viewpoint of Public Organization's employees is divided into 2 sections.

Section 1 is concerned with academic level. The samples agree that the knowledge of public administration refers to the theory of state administration and knowledge about public services, which can be sub-divided into 12 areas.

Section 2 concerns applied subjects. According to the viewpoint of the samples, Politics and Public Policy is the most important subject, followed by Administration Techniques. As a whole, the subjects can be mostly applied in actual situations. However, the samples suggested that the scope of the subjects be extended to the solutions to social problems at the national level.

บทนำและความสำคัญของปัญหา

ดังที่ Maurice E. O'Donnell (1966) ได้กล่าวไว้ว่า การศึกษา(ซึ่งน่าจะหมายถึงหมายถึงทฤษฎี – ผู้เขียน) และการปฏิบัติเป็นสิ่งที่ไม่เคยแยกกันออก ดังนั้นแม้จะเป็นที่ตระหนักดีว่ารัฐประศาสนศาสตร์ซึ่งมี 2 สถานะ คือ การเป็นศาสตร์และการเป็นภาคปฏิบัติหรือดังที่ธวัช วิชัยดิษฐ์ (2522) ได้อธิบายว่า คำว่า “รัฐประศาสนศาสตร์” อาจพิจารณาได้สองแง่ คือ ทั้งในแง่ของประสบการณ์ในการปรับปรุงกลไกการบริหารที่เกิดขึ้นและเป็นไปตามการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง และในแง่ของสาขาวิชาตั้งแต่เริ่มแรกที่มีการให้ความรู้ทางรัฐประศาสนศาสตร์อย่างเป็นทางการ แต่ก็สามารถอนุมานได้ว่า ทั้งสองสิ่งไม่สามารถแยกออกจากกันได้

และสิ่งหนึ่งย่อมมีผลต่ออีกสิ่งหนึ่งเสมอ แม้จะไม่สามารถชี้ชัดลงไปได้ว่าสิ่งใดมีผลต่อสิ่งใด แต่ในฐานะนักทฤษฎี(หรือผู้ที่ศึกษารัฐประศาสนศาสตร์ในแง่ของสาขาวิชาเป็นสำคัญ) ย่อมเชื่อว่า การพัฒนารัฐประศาสนศาสตร์ในฐานะที่เป็นศาสตร์ ย่อมน่าจะทำให้เกิดภาคปฏิบัติการของรัฐประศาสนศาสตร์ ในฐานะของการปฏิบัติให้มีผลดีตามไปด้วย

อย่างไรก็ดี การพยายามพัฒนาหรือกระทั่งเพียงศึกษารัฐประศาสนศาสตร์โดยเฉพาะในฐานะที่เป็นศาสตร์เป็นเรื่องที่ไม่ง่ายนัก ทั้งนี้เพราะรัฐประศาสนศาสตร์มีลักษณะพิเศษประการหนึ่งคือ เป็นศาสตร์ที่มีปัญหาในเรื่องของขอบข่ายและสถานภาพในฐานะที่เป็นศาสตร์เป็นอย่างสูง ทั้งนี้ปฐม มณีโรจน์ (2522) ได้กล่าวไว้ว่า ในส่วนที่เป็นศาสตร์นั้น รัฐประศาสนศาสตร์มีความแตกต่างเกี่ยวกับระดับความเข้มข้นของวิชาการ บ้างก็เห็นว่า รัฐประศาสนศาสตร์มีฐานะเป็นสาขาวิชา (discipline) ของตนเองเต็มรูปและเต็มภาคภูมิแล้ว บ้างก็เห็นว่า มีฐานะเป็นสาขาย่อย (sub-discipline) ของสาขาวิชารัฐศาสตร์ บ้างก็ยังไม่ยอมรับว่ามีฐานะเป็นสาขาของศาสตร์ที่สมบูรณ์ แต่มีฐานะเป็นเพียงกลุ่มหรือจุดสนใจร่วมกันที่อาจจะทำการศึกษาได้โดยวิธีการทางวิทยาศาสตร์

นอกจากนี้ ก็ยังมีอีกบางทัศนะที่เห็นว่า รัฐประศาสนศาสตร์ยังไม่มีเอกลักษณ์และขอบข่ายของตนเองที่มั่นคงแน่นอน เป็นกลุ่มความรู้ที่อาศัยเนื้อหาสาระและระเบียบวิธีศึกษาจากหลาย ๆ สาขามาประมวลรวมกันเป็นสหวิทยาการ (interdisciplinary)

ในทัศนะของผู้เขียน ผู้อยู่ภายใต้ร่มเงาของสาขาวิชาย่อมมองข้ามข้อเสียต่าง ๆ ที่อาจเกิดจากลักษณะข้างต้น แต่อย่างไรก็ตาม ก็ยังคงทั้งสงสัยและเชื่อว่า ภาวดังกล่าวย่อมนำไปสู่การพัฒนาองค์ความรู้ในลักษณะ หรือเข้าทำนองไม่ละเอียดยในเรื่องที่ควรละเอียด แต่กลับละเอียดในเรื่องที่ควรหยาบได้โดยง่าย ดังนั้นวิธีทางหนึ่งที่น่าจะกระทำที่สุด คือ สืบค้นว่าโดยแท้แล้ว รัฐประศาสนศาสตร์คืออะไร หรืออย่างน้อยก็มีความจำเป็นต้องตรวจสอบว่า รัฐประศาสนศาสตร์มีองค์ประกอบอะไรบ้าง เพราะย่อมจะทำให้เห็นภาพรวมของสาขาวิชานี้ได้ดียิ่งขึ้น ตัวอย่างเชิงเปรียบเทียบของประเด็นปัญหานี้คือ เราอาจหาคำตอบได้ยากว่า แท้จริงแล้วรัฐคืออะไร แต่อย่างน้อยเราก็สามารถกล่าวได้อย่างค่อนข้างชัดเจนว่า รัฐย่อมประกอบด้วยองค์ประกอบสี่ประการคือ ดินแดน ประชากร อำนาจอธิปไตย และรัฐบาล แต่เป็นที่น่าเสียดายว่า ความชัดเจนชัดค่านั้นยังไม่เคยปรากฏแก่วงการรัฐประศาสนศาสตร์เลย ส่วนใหญ่จะถูกยกภาระให้แก่ความเป็น “สหวิทยาการ” เสียมากกว่า ทั้งนี้มิใช่ว่าความชัดเจนชัดค่านั้น จะต้องทำให้เห็นประจักษ์ แต่อย่างน้อยในเมื่อรัฐประศาสนศาสตร์ยอมรับว่าเป็นสหวิทยาการ ดังนั้นเมื่อวิทยาการใดที่รัฐประศาสนศาสตร์รับเข้ามาเปลี่ยน รัฐประศาสนศาสตร์ย่อมต้องแปรเปลี่ยนตามไปด้วย เมื่อถึงจุดนี้ การตรวจสอบว่า ในขณะนี้หรืออย่างน้อยในช่วงขณะนี้มีวิทยาการใดที่รัฐประศาสนศาสตร์รับเข้ามา รวมถึงรับเข้ามาแล้วมีสถานภาพเป็นอย่างไรจึงน่าจะเป็นภาระหน้าที่สำคัญประการหนึ่งเสมอ สำหรับนักรัฐประศาสนศาสตร์

อย่างไรก็ตาม สำหรับวงวิชาการรัฐประศาสนศาสตร์ไทย ดูเหมือนว่าการกล่าวถึงองค์ประกอบ หรือสาขาย่อย หรือขอบข่ายของรัฐประศาสนศาสตร์ จะอยู่ในภาวะคงที่เป็นเวลานาน จะมีภาวการณ์เปลี่ยนแปลงก็เฉพาะที่เห็นประจักษ์ในการเพิ่มสาขาย่อยของรัฐประศาสนศาสตร์ของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ และก็โดยเฉพาะในระดับปริญญาโท เช่นที่พบในหลักสูตรใหม่ของคณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบัน บัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ซึ่งมีสาขาวิชาเอกมากถึง 7 สาขา ทั้งนี้ในหมู่นักศึกษา โดยเฉพาะระดับปริญญาตรี ที่เพิ่งเข้ามาอยู่ภายใต้ร่มเงาของสาขาวิชา จึงมีความเป็นไปได้ในระดับที่ต่ำมากที่จะเข้าใจว่ารัฐประศาสนศาสตร์ แท้จริงแล้วประกอบด้วยสาขาวิชาย่อยใดบ้าง เพราะนอกจากจะเชื่อว่ารัฐประศาสนศาสตร์เป็นสาขาย่อยของรัฐศาสตร์แล้ว แม้จะพอเป็นที่เข้าใจว่ารัฐประศาสนศาสตร์เป็นสาขาวิชาใหญ่ แต่ก็ไม่สามารถระบุได้ว่ามีสาขาย่อยภายใต้รัฐประศาสนศาสตร์หรือไม่ หรือมีแล้วมีอะไร และอย่างไรบ้าง ทั้งนี้เพราะคำอธิบายของนักวิชาการในประเด็นนี้ มักตกอยู่ภายใต้กรอบของนักวิชาการเพียงไม่กี่คน เช่น อุทัย เลหาวิเชียร, กุลธณ ธนาพงศธร, พิทยา บวรวัฒนา และวรงค์ จันทรรักษ์ ซึ่งแน่นอนว่านักวิชาการแต่ละท่านย่อมมีมุมมองที่แตกต่างกัน แต่ย่อมไม่อาจกล่าวได้ว่า แนวทางใดถูกแนวทางใดผิด

รวมทั้งที่เป็นไปดังทัศนะของ ดไวท์ วอลโด (1971) ที่กล่าวว่าขอบข่ายของการศึกษารัฐประศาสนศาสตร์ มีความเปลี่ยนแปลงอย่างเรื้อรัง และมีการเน้นประเด็นการศึกษาที่แตกต่างกันซึ่งน่าจะเป็นเหตุผลประการสำคัญที่ทำให้สาขาวิชาย่อยบางสาขาวิชา มิได้ปรากฏเป็นรายวิชาในหลักสูตรของสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ โดยเฉพาะระดับปริญญาตรีเลยหรืออย่างน้อยก็พบเพียงบางมหาวิทยาลัยเท่านั้น เช่น ทางเลือกสาธารณะ หรือบางวิชาที่ไม่ถูกรับรวมเป็นขอบข่ายของรัฐประศาสนศาสตร์ ก็ปรากฏเป็นรายวิชาบังคับ เช่น การบริหารงานท้องถิ่น เป็นต้น

ดังนั้นในทัศนะของผู้เขียนจึงเห็นว่า มีความจำเป็นอย่างเร่งด่วนเช่นเดียวกัน ที่จะพยายามค้นหา ขอบข่ายของรัฐประศาสนศาสตร์ในปัจจุบัน ทั้งนี้ผู้เขียนเห็นว่าควรมีการตรวจสอบทัศนะของอาจารย์หรือผู้สอนด้านรัฐประศาสนศาสตร์ซึ่งมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประเด็น เกี่ยวกับขอบข่ายของสาขาวิชานี้โดยตรง เพื่อให้ได้ทราบสถานการณ์ในปัจจุบันของรัฐประศาสนศาสตร์ อย่างน้อยก็ในฐานะของสาขาวิชา

นอกจากนี้ ในทัศนะของผู้เขียนเห็นว่า ควรตรวจสอบว่า แนวคิดของนักวิชาการที่กล่าวถึงข้างต้น สามารถนำไปตอบสนองการปฏิบัติงานภายในหน่วยงานภาครัฐได้จริงเพียงใด ทั้งนี้ได้เลือกศึกษาความคิดเห็นของผู้บริหารงานองค์การภาครัฐ เพราะแน่นอนว่าองค์การดังกล่าว ย่อมมีความเกี่ยวข้องกับการตอบสนองความต้องการของประชาชนมากที่สุด อันย่อมเป็นเป้าหมายหลักของการศึกษารัฐประศาสนศาสตร์นั่นเอง การศึกษาโดยการเชื่อมต่อแนวคิดของนักวิชาการและภาคปฏิบัติงานจริง ย่อมน่าจะลดช่องว่างที่เกิดขึ้นจากข้อวิจารณ์เกี่ยวกับความสามารถในระดับที่น้อยมาก ของการนำองค์ความรู้ด้านรัฐประศาสนศาสตร์ไปปฏิบัติงานได้จริงอีกประการหนึ่งด้วย

ระเบียบวิธีวิจัย

สำหรับระเบียบวิธีวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์สำคัญ 2 ประการ คือ เพื่อต้องการทราบทัศนคติของนักวิชาการรัฐประศาสนศาสตร์ที่มีต่อขอบข่ายของสาขาวิชา ทั้งในเชิงวิชาการและการนำไปประยุกต์ใช้ และเพื่อต้องการทราบว่า วิชาหลักใดภายใต้ขอบข่ายรัฐประศาสนศาสตร์ในฐานะของผู้ใช้บัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์ที่มีความสำคัญและมีความจำเป็นต่อการนำไปประยุกต์ใช้ในงานจริง ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง จึงแบ่งเป็นสองกลุ่มหลัก โดยแบ่งตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย กล่าวคือ

กลุ่มแรก เพื่อต้องการทราบทัศนคติของนักวิชาการที่มีต่อขอบข่ายของรัฐประศาสนศาสตร์ในปัจจุบัน ดังนั้นประชากรที่แท้จริง คือ อาจารย์ผู้สอนวิชารัฐประศาสนศาสตร์ทั้งหมด แต่เนื่องด้วยงานวิจัยชิ้นนี้ ต้องการได้ข้อมูลในเชิงลึกเกี่ยวกับประเด็นดังกล่าว จึงได้เลือกใช้วิธีการสัมภาษณ์ซึ่งเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มตามเกณฑ์ ซึ่งได้กำหนดเกณฑ์ความแตกต่าง 3 ประการ คือ ประสบการณ์การทำงาน (แบ่งเป็นผู้มีประสบการณ์การทำงานเป็นอาจารย์ผู้สอนของสาขารัฐประศาสนศาสตร์น้อยกว่า 10 ปี และมากกว่า 10 ปี) ประเภทของสถาบันอุดมศึกษา (แบ่งเป็นสถาบันอุดมศึกษาของรัฐและเอกชน) และตำแหน่งทางวิชาการ (แบ่งเป็นผู้มีตำแหน่งทางวิชาการและไม่มีตำแหน่งทางวิชาการ) เพื่อเป็นตัวแทนของผู้มีความรู้เกี่ยวกับขอบข่ายรัฐประศาสนศาสตร์ ทั้งนี้จึงได้นักวิชาการแบ่งออกเป็น 8 กลุ่ม และจะเลือกนักวิชาการกลุ่มละ 2 คน รวม 16 คน

กลุ่มที่สอง เพื่อต้องการทราบว่า วิชาหลักใดภายใต้ขอบข่ายรัฐประศาสนศาสตร์ ที่มีความจำเป็นและมีความจำเป็นอย่างไรกับการนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานจริง ซึ่งสำหรับรัฐประศาสนศาสตร์แล้ว เป้าหมายของการประยุกต์องค์ความรู้ไปใช้ ย่อมต้องอยู่ภายใต้แนวคิดที่วางงานใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับภาครัฐนั่นเอง

อย่างไรก็ดี คำว่า “ภาครัฐ” นั้นมีขอบเขตที่กว้างขวางเป็นอย่างมาก จนอาจกล่าวได้ว่าครอบคลุมกิจกรรมภายในรัฐหนึ่ง ๆ ทั้งหมดก็ได้ แต่ถ้าจะให้พิจารณาเฉพาะส่วนของการบริหารงานภาครัฐโดยตรงแล้ว อาจพิจารณาได้เป็น 3 ส่วนหลัก คือ การบริหารราชการส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และส่วนท้องถิ่น ดังนั้นด้วยขอบเขตของงานวิจัย จึงได้เลือกจังหวัดนนทบุรี เพราะน่าจะอยู่ภายใต้ศักยภาพในการทำงานของผู้เขียน ทั้งในเรื่องของระยะเวลา งบประมาณ และโดยเฉพาะการเข้าถึงสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก จึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างจากฐานข้อมูลอย่างเป็นทางการของจังหวัดนนทบุรี (www.nonthaburi-poc.go.th) ซึ่งได้มีการทำทำเนียบส่วนราชการเป็น 3 ส่วน ตามหลักการแบ่งส่วนราชการแผ่นดิน จากนั้นผู้วิจัยจึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างตามแต่ละส่วนราชการ รวม 15 คน ดังนั้นจึงมีกลุ่มตัวอย่างรวม 31 คน

วิธีดำเนินงานวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ มีขั้นตอนทั้งหมด 4 ขั้นตอนหลัก ๆ คือ

1. ศึกษาจากเอกสารโดยศึกษารวบรวมข้อมูลเบื้องต้นจากวรรณกรรมของนักวิชาการรวม 6 ท่าน ประกอบด้วย รศ.ดร.พิทยา บวรวัฒนา, รศ.ดร.อุทัย เลาหวิเชียร, รศ.กุลธนา ธนาพงศธร, ศ.ดร. วรเดช จันทรศร, ผศ.ดร.สมพร เฟื่องจันทร์ และ Dwight Waldo (จากงานแปลและเรียบเรียงของ รศ.ดร.เรืองวิทย์ เกษสุวรรณ) เพราะงานดังกล่าวถือว่า มีอิทธิพลต่อการกำหนดขอบข่ายการศึกษารัฐประศาสนศาสตร์ในฐานะของวิชาเป็นอย่างมาก ทั้งนี้เมื่อรวมกับการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จึงนำไปสร้างแบบสัมภาษณ์ต่อไป
2. ศึกษาเชิงสำรวจโดยการสัมภาษณ์อาจารย์ผู้สอนวิชารัฐประศาสนศาสตร์ (โดยมีวิธีการสุ่มตัวอย่างดังรายละเอียดที่ได้กล่าวถึงก่อนหน้านี้) เพื่อให้ทราบแนวคิดเกี่ยวกับขอบข่ายรัฐประศาสนศาสตร์ในปัจจุบัน โดยเฉพาะวิชาย่อยต่าง ๆ ภายใต้ขอบข่ายรัฐประศาสนศาสตร์ และความคิดเห็นของนักวิชาการเกี่ยวกับการนำวิชาเหล่านั้น ไปประยุกต์ใช้โดยมีข้อคำถาม การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างในการวิเคราะห์
3. สัมภาษณ์ผู้บริหารองค์การภาครัฐ เพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ข้อที่สองของงานวิจัย ในลักษณะที่ใกล้เคียงกับแบบสัมภาษณ์อาจารย์ผู้สอนวิชารัฐประศาสนศาสตร์ แต่ข้อคำถามในเชิงวิชาการ จะลงรายละเอียดน้อยกว่าข้อคำถามในเรื่องการนำไปประยุกต์ใช้
4. นำข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้จากการสัมภาษณ์อาจารย์ผู้สอนวิชารัฐประศาสนศาสตร์และผู้ใช้บัณฑิตรัฐประศาสนศาสตร์มาสรุป อภิปรายผล เพื่อทำเป็นข้อเสนอเบื้องต้น แนะนำแนวทางปรับปรุงการเรียนการสอนวิชารัฐประศาสนศาสตร์ ให้สอดคล้องกับความต้องการใช้บัณฑิตสาขานี้ในปัจจุบันและอนาคตต่อไป

ผลการวิจัย

แบ่งเป็น 2 ส่วนหลัก ได้แก่

ส่วนที่หนึ่ง ทศนะของนักวิชาการรัฐประศาสนศาสตร์ที่มีต่อขอบข่ายรัฐประศาสนศาสตร์ ซึ่งแบ่งการรายงานผลการวิจัยเป็น 2 ส่วนย่อย คือ (1) ทศนะของนักวิชาการที่มีต่อขอบข่ายรัฐประศาสนศาสตร์ในเชิงวิชาการ นักวิชาการทั้งหมดเริ่มต้นด้วยการระบุมความหมายของรัฐประศาสนศาสตร์ จากนั้นเมื่อต้องตอบว่า ขอบข่ายรัฐประศาสนศาสตร์ประกอบด้วยวิชาหลักใดบ้าง นักวิชาการได้ให้คำตอบไว้ 2 รูปแบบ คือไม่ระบุว่าจำต้องแบ่งเป็นรายวิชาหลัก (ร้อยละ 25)

อย่างไรก็ดีส่วนใหญ่ ร้อยละ 75 ได้แบ่งขอบข่ายเป็นวิชาหลักต่าง ๆ แต่เมื่อต้องการกล่าวถึงจุดเน้นของแต่ละวิชา นักวิชาการจะตอบปัญหา โดยการแยกวิชาหลักต่างๆเหล่านั้นให้เป็นวิชาย่อยทั้งสิ้น จะมีบางส่วนเท่านั้น ที่จะระบุจุดเน้นของวิชาเหล่านั้นในลักษณะที่เป็นอนาคตของลักษณะวิชา สำหรับวิชาที่น่าจะมีความสำคัญมากที่สุด ในเชิงวิชาการ นักวิชาการมีความเห็นแบ่งเป็น 2 ส่วนเท่า ๆ กัน คือ ไม่สามารถระบุได้ ในขณะที่อีกส่วนหนึ่งเห็นว่า วิชาที่มีความสำคัญมากที่สุด ก็คือ หลักรัฐประศาสนศาสตร์ สำหรับคำถามที่ว่าจะมีวิชาใดที่ลดความสำคัญลงในปัจจุบัน นักวิชาการได้สรุปค่อนข้างตรงกันว่า ไม่น่าจะมีวิชาใด

ที่หมดหรือลดความสำคัญลง มีแต่จะเพิ่มความสำคัญมากขึ้น (2) ทักษะของนักวิชาการที่มีต่อขอบข่ายรัฐ-
ประศาสนศาสตร์ในเรื่องการนำวิชาต่างๆไปประยุกต์ใช้ นักวิชาการตอบค่อนข้างตรงกันว่า ไม่มีขอบข่ายใด
ที่มีความสำคัญมากที่สุด แต่วิชาที่น่าจะมีความสำคัญมาก คือ นโยบายสาธารณะ

สำหรับวิชาที่มีความสำคัญรองๆ ลงมา นักวิชาการมีความเห็นแบ่งเป็น 2 ฝ่ายเท่า ๆ กัน โดยฝ่ายแรก
เน้นที่องค์ความรู้เดิม เช่น ทฤษฎีรัฐประศาสนศาสตร์ องค์กร และการจัดการ การเงินการคลัง การบริหาร
ทรัพยากรมนุษย์ ในขณะที่อีกฝ่ายหนึ่งเห็นว่า คือ วิชาใหม่ ๆ เช่น การจัดการภาครัฐแนวใหม่ เทคโนโลยี
สารสนเทศภาครัฐ การบริหารการจัดการเฉพาะเรื่อง เป็นต้น

ทั้งนี้โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมด (15 ท่าน จาก 16 ท่าน) เห็นว่าวิชาต่าง ๆ ภายใต้อขอบข่าย
รัฐประศาสนศาสตร์ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้มาก แต่ก็ได้กล่าวถึงข้อเสนอแนะไว้ 3 ประเด็นคำตอบ
หลัก ประกอบด้วย การนำวิชาต่างๆไปประยุกต์ใช้ จำต้องให้เข้า กับบริบทของสังคมไทย (ร้อยละ 62.5)
ข้อเสนอให้นำวิชาต่างๆให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง และมีการเสนอแนะให้มีการขยายขอบข่ายของ
รัฐประศาสนศาสตร์ให้กว้างขวางมากขึ้น (2 ประเด็นคำตอบหลังคิดเป็นร้อยละ 18.75 เท่า ๆ กัน)

ส่วนที่สอง ทักษะของผู้ใช้บัณฑิตสาขารัฐประศาสนศาสตร์เกี่ยวกับการนำวิชาภายใต้อขอบข่ายของ
รัฐประศาสนศาสตร์ไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน ซึ่งแบ่งการรายงานผลการวิจัยเป็น 2 ส่วนย่อย คือ (1)
ทักษะของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อขอบข่ายของรัฐประศาสนศาสตร์ในเชิงวิชาการ พบว่าผู้ใช้บัณฑิตหรือ
ผู้บริหารองค์การภาครัฐ มีคำตอบถึงการให้ความหมาย หรือองค์ความรู้ด้านรัฐประศาสนศาสตร์ เป็น 2
ลักษณะเด่น ๆ เท่า ๆ กัน คือ แนวคิดที่พัฒนาไปสู่ทฤษฎีด้านการบริหารประเทศ และความรู้ที่มีเป้าหมาย
เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชน โดยเฉพาะในเรื่องการให้บริการสาธารณะ สำหรับขอบข่ายจาก
การให้ความหมายดังกล่าว กลุ่มตัวอย่างตอบคำถามด้วยการแยกย่อยเป็นวิชาหลัก ๆ จำนวน 12 วิชา โดย
วิชาหลักที่ผู้ตอบ ตอบมากที่สุดมีจำนวนเท่ากัน 2 วิชา คือ วิชาการเมืองและนโยบายสาธารณะ และ
ทฤษฎีองค์กรและพฤติกรรมองค์กร (2) ทักษะของผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อขอบข่ายของรัฐประศาสนศาสตร์ ใน
เรื่องการนำวิชาต่าง ๆ เหล่านั้นไปประยุกต์ใช้ กลุ่มตัวอย่างตอบว่า วิชาหลักที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ
วิชาการเมืองและนโยบายสาธารณะ (ร้อยละ 47) สำหรับวิชาที่มีความสำคัญรอง ๆ ลงมา ส่วนใหญ่ร้อยละ
40 ตอบว่า คือ วิชาเทคนิคทางการบริหาร ทั้งนี้โดยรวมกลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมด (13 คนจาก 15 คน)
ร้อยละ 87 ตอบว่าวิชาต่าง ๆ ภายใต้อขอบข่ายรัฐประศาสนศาสตร์สามารถนำไปประยุกต์ใช้มาก

ส่วนข้อเสนอแนะในเรื่องการนำวิชาต่าง ๆ ไปประยุกต์ใช้ กลุ่มตัวอย่าง (มีผู้ตอบจำนวน 10 คน
จาก 15 คน) ตอบเป็น 3 ลักษณะ คือ มีข้อเสนอว่า ควรมีการขยายขอบข่ายให้ครอบคลุมการแก้ปัญหาใน
ระดับที่กว้างขวางขึ้น โดยเฉพาะปัญหาในระดับประเทศ (ร้อยละ 50 หรือ 5 คน) เสนอให้มีการเพิ่มหรือ
ขยายขอบข่ายเช่นเดียวกัน แต่มุ่งเน้นที่จะแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในระดับจุลภาค และเสนอให้สอดแทรกเรื่อง
คุณธรรม จริยธรรม และความถูกต้องไว้ในทุกขอบข่าย

อภิปรายผล

(1) ประเด็นทัศนะของนักวิชาการรัฐประศาสนศาสตร์ที่มีต่อขอบข่ายรัฐประศาสนศาสตร์

ดังที่ได้กล่าวถึงผลการวิจัยเกี่ยวกับทัศนะของนักวิชาการ ในประเด็นขอบข่ายของรัฐประศาสนศาสตร์ว่า จะเริ่มต้นด้วยการระบุความหมายของรัฐประศาสนศาสตร์ซึ่งเป็นที่เข้าใจได้ว่า ประเด็นขอบข่ายของรัฐประศาสนศาสตร์ มีความสัมพันธ์อย่างยิ่งกับประเด็นการให้ความหมายของรัฐประศาสนศาสตร์ ทั้งนี้จะเนื่องมาจากความหมายของรัฐประศาสนศาสตร์ยังไม่อาจระบุได้อย่างชัดเจน รวมถึงความเป็นสหวิทยาการของวิชาที่ทำให้ขอบข่าย หรือในที่นี้หมายถึงวิชาย่อย ๆ ภายใต้อหวิทยาการเหล่านั้น ซึ่งยังไม่สามารถระบุหรือชี้ชัดลงได้เช่นเดียวกัน

นอกจากนี้รัฐประศาสนศาสตร์ ยังหมายรวมถึงกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานภาครัฐด้วย (ความหมายของรัฐประศาสนศาสตร์ที่ว่าด้วยเรื่องของกิจกรรม – ผู้เขียน) ยิ่งทำให้ความหมายของรัฐประศาสนศาสตร์กว้างขวางไปอีกมาก และแน่นอนว่าย่อมส่งผลต่อขอบข่ายที่กว้างขวางตามไปด้วย

สำหรับประเด็นต่อมา คือ ถ้าจะอนุมานหรือพิจารณาว่าการศึกษาขอบข่ายของรัฐประศาสนศาสตร์ คือ ความสามารถในการระบุวิชาหลักต่าง ๆ ที่ประกอบกันขึ้นเป็นรัฐประศาสนศาสตร์ได้นั้น ผลการวิจัยปรากฏเป็น 2 รูปแบบ คือ ถึงแม้จะมีการตอบอยู่บ้างว่าไม่สามารถระบุว่าเป็นวิชาหลักใดบ้างก็ตามที แต่ส่วนใหญ่คำตอบของนักวิชาการยังคงเป็นไปตามจารีตทางวิชาการของรัฐประศาสนศาสตร์ ที่แบ่งขอบข่ายตามวิชาหลัก ๆ ซึ่งคำตอบดังกล่าวเป็นลักษณะที่เรียกว่า เป็นเสียงส่วนมาก

ทั้งนี้ผู้เขียนเห็นว่า น่าจะเกิดจาก 2 สาเหตุหลัก คือ การยึดถือจารีตทางวิชาการแบบดั้งเดิมของนักวิชาการไทย ที่น่าจะเกิดจากตำราทางวิชาการด้านนี้ซึ่งยังคงใช้กันสืบทอดกันมาเป็นระยะเวลานาน และหลักสูตรการศึกษารัฐประศาสนศาสตร์ ก็ยังคงมีลักษณะเช่นนั้น ซึ่งจะพบได้ว่า มหาวิทยาลัยที่มีการเรียนการสอนรัฐประศาสนศาสตร์เกือบทั้งหมด ได้มีการแบ่งสาขาตามวิชาหลักทั้งสิ้น ดังนั้นเมื่อกล่าวถึงจุดเน้นของแต่ละวิชา นักวิชาการจึงได้ตอบในลักษณะเดียวกันว่า การจะทราบจุดเน้นของวิชาหลักต่าง ๆ เหล่านั้นได้ ก็ด้วยวิธีการแยกวิชาหลักต่าง ๆ เหล่านั้น ให้เป็นวิชาย่อย ๆ อีกชั้นหนึ่ง ซึ่งผู้เขียนเห็นว่า น่าจะเนื่องมาจากแต่ละวิชาหลัก ก็มีความเป็นวิชาหรือศาสตร์ของตนเองทั้งสิ้น ทำให้การจะระบุจุดเน้นของแต่ละวิชาหลักเหล่านั้น จึงจำต้องกระทำโดยวิธีการเดียวกับการเข้าใจขอบข่ายรัฐประศาสนศาสตร์ คือ ต้องแบ่งแยกย่อยประเด็นสำคัญอีกทอดหนึ่งเสมอ

สำหรับวิชาภายใต้ขอบข่ายรัฐประศาสนศาสตร์ที่น่าจะมีความสำคัญมากที่สุดในเชิงวิชาการ ซึ่งนักวิชาการมีความเห็นแบ่งเป็น 2 ฝ่ายเท่า ๆ กันคือ ส่วนหนึ่งมีความเห็นว่าไม่สามารถระบุได้ และส่วนหนึ่งยังเห็นว่า น่าจะเป็นวิชาหลักรัฐประศาสนศาสตร์นั้นผู้เขียนเห็นว่า แม้จะเป็นคำตอบที่ดูเหมือนจะแตกต่างกัน แต่ถ้าพิจารณาอย่างลึกซึ้งจะพบว่า การที่ไม่สามารถระบุได้ว่า วิชาหลักใดสำคัญที่สุด มีนัยว่าวิชาต่าง ๆ มีความสำคัญเท่าเทียมกันนั่นเอง และแม้วิชาหลักรัฐประศาสนศาสตร์จะเป็นคำตอบที่ดูเป็นอีกฝ่ายหนึ่ง แต่ดังที่ทราบกันคืออยู่แล้วว่าหลักรัฐประศาสนศาสตร์ เป็นวิชาที่กล่าวถึงความคิดรวบยอดของวิชาหลักต่าง ๆ ภายใต้อหวิทยาการรัฐประศาสนศาสตร์ทั้งหมด ซึ่งทำให้เห็นว่า คำตอบทั้งสองมิได้มีความแตกต่างกัน

เลย และคำถามต่อเนื่อง คือ วิชาใดน่าจะลดความสำคัญในปัจจุบัน การตอบจึงมีลักษณะที่คล้อยตามกับวิธีการตอบในประเด็นก่อนหน้านี้นี้ คือ ไม่มีวิชาใดที่หมดหรือลดความสำคัญลง มีแต่จะเพิ่มความสำคัญมากขึ้นซึ่งก็ย่อมหมายความว่า แต่ละวิชามีความสำคัญในตัวเอง อันเป็นลักษณะหนึ่งของความเป็นสหวิชาการของรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิตนั่นเอง

สำหรับทัศนะของนักวิชาการที่มีต่อขอบข่ายของรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิตในส่วนที่สอง คือ เรื่องการนำวิชาต่าง ๆ ไปประยุกต์ใช้ พบว่าโดยส่วนใหญ่ นักวิชาการเห็นว่าไม่มีขอบข่ายใดที่มีความสำคัญมากที่สุด ทั้งนี้ผู้วิจัยเห็นว่า เกิดจากการมองตามแนวคิดทางวิชาการว่า ทุกขอบข่ายน่าจะมีความเท่าเทียมกันมากกว่า อย่างไรก็ตาม เมื่อต้องกล่าวถึงวิชาที่น่าจะมีความสำคัญมากที่สุด คำตอบค่อนข้างตรงกัน คือ วิชานโยบายสาธารณะ เพราะน่าจะเป็นดังที่นักวิชาการได้กล่าวไว้แล้วว่า “นโยบายสาธารณะน่าจะเป็นขอบข่ายที่สำคัญที่สุด เพราะเป็นขอบข่ายที่อุดช่องว่างระหว่างทฤษฎีและการปฏิบัติมากที่สุด” แต่เมื่อต้องระบุวิชาที่มีความสำคัญรอง ๆ ลงมาได้มีคำตอบเป็น 2 ฝ่าย กล่าวคือ เน้นที่องค์ความรู้เดิม ส่วนอีกฝ่ายหนึ่งเน้นที่วิชาหรือองค์ความรู้ใหม่ ๆ ทั้งนี้น่าจะมีสาเหตุต่อเนื่องจากความสัมพันธ์ที่เท่าเทียมกันของแต่ละขอบข่าย จึงได้มีการตอบคำถามว่า ยังคงคิดเห็นว่าการรู้ดั้งเดิมสามารถตอบสนอง เรื่องการนำวิชาต่าง ๆ ไปประยุกต์ใช้ได้

อย่างไรก็ดี ดังที่นักวิชาการได้ให้คำตอบบางส่วนว่า วิชารัฐประศาสนศาสตรบัณฑิตน่าจะมีการขยายขอบข่ายออกไปมากขึ้น เพื่อตอบสนองการขยายความหรือการขยายขอบเขตของกิจกรรมทางรัฐประศาสนศาสตร์ ที่มีความต่อเนื่องกับวิชารัฐประศาสนศาสตร์ได้ และเช่นเดียวกัน เมื่อนักวิชาการมีความเห็นว่า มีขอบข่ายครอบคลุมอยู่แล้ว ย่อมส่งผลถึงการนำไปประยุกต์ใช้ได้มากตามไปด้วย แต่นักวิชาการก็ได้กล่าวถึงข้อเสนอนี้ไว้เช่นเดียวกันกล่าวคือ ข้อเสนอให้นำวิชาต่าง ๆ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง ซึ่งมีนัยที่เกือบจะเป็นที่ชัดเจนว่า แม้นักวิชาการจะมีความเชื่อว่าขอบข่ายต่าง ๆ ของรัฐประศาสนศาสตร์มีความสมบูรณ์ในตัวเอง แต่ก็ยังเชื่อว่าความสมบูรณ์นั้น จะสมบูรณ์อย่างสูงสุด หรือเกิดประสิทธิผลได้ ย่อมต้องนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง

นอกจากนี้ ยังมีข้อเสนอว่าการใช้วิชาต่าง ๆ ภายใต้อาจารย์เหล่านั้น จักต้องคำนึงถึงบริบทของการนำไปปรับใช้กับสังคมไทยด้วย และท้ายที่สุดก็มีข้อเสนอให้มีการขยายขอบข่ายให้มากขึ้น ทั้งนี้ผู้เขียนเห็นว่า น่าจะเกิดจากความเห็นของนักวิชาการที่ว่า แม้ขอบข่ายต่าง ๆ จะครอบคลุมความเป็นรัฐประศาสนศาสตร์แล้ว แต่การพยายามปรับตัวของรัฐประศาสนศาสตร์ให้มีความกว้างขวาง เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนอันเป็นเป้าประสงค์ของวิชา (รวมถึงกิจกรรม) ย่อมไม่ควรหยุดอยู่กับที่ และมีการสานต่อต่อไปนั่นเอง

(2) ประเด็นทัศนะของผู้ใช้บัณฑิตสาขารัฐประศาสนศาสตร์ เกี่ยวกับการนำวิชาภายใต้ขอบข่ายของรัฐประศาสนศาสตร์ไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน

สำหรับประเด็นการตอบเรื่องขอบข่ายของรัฐประศาสนศาสตร์ในแง่การนำไปประยุกต์ใช้ จากการตอบของผู้ใช้บัณฑิตหรือผู้บริหารองค์การภาครัฐ พบว่าในเบื้องต้นผู้บริหารองค์การภาครัฐได้อธิบายความหมายหรือเป็นการสื่อถึงความรู้ความเข้าใจและทัศนคติต่อรัฐประศาสนศาสตร์ในฐานะของวิชาว่ามีลักษณะเด่น ๆ 2 ประการ และอย่างเท่า ๆ กันว่า องค์ความรู้ด้านรัฐประศาสนศาสตร์ คือ แนวคิดที่ท้ายที่สุดจะมีการพัฒนาไปสู่ทฤษฎีด้านการบริหารประเทศ และเป็นความรู้ที่เน้นให้เกิดความสอดคล้องกับความต้องการของสังคม โดยเฉพาะในเรื่องการให้บริการสาธารณะ ซึ่งผู้เขียนเห็นว่า การตอบในลักษณะดังกล่าวคือ การพิจารณาความหมายของรัฐประศาสนศาสตร์ที่ครอบคลุมความเป็นรัฐประศาสนศาสตร์ได้อย่างถูกต้องที่สุดก็ว่าได้

ผู้เขียนเห็นว่า ข้อคิดเห็นดังกล่าวสามารถทำให้ข้อคิดเห็นของผู้เขียนเด่นชัดขึ้น จากการแปลรัฐประศาสนศาสตร์ว่าเป็น public administration กล่าวคือ ลักษณะประการแรกที่กำลังกล่าวถึงการพัฒนาไปสู่ทฤษฎีด้านการบริหารประเทศ ก็คือ การพิจารณาตามความหมายของคำว่า administration นั้นเอง และการที่พิจารณาความหมายว่าเป็นความรู้ที่เน้นเรื่องการให้บริการสาธารณะ ก็คือการพิจารณาความหมายตามรูปศัพท์ของคำว่า public แต่ก็เป็นที่น่าสังเกตว่าการให้ความหมายดังกล่าว เป็นการแยกตอบของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งอาจพิจารณาได้ว่ากลุ่มตัวอย่างมิได้มีเข้าใจความหมายของคำว่า รัฐประศาสนศาสตร์หรือ public administration อย่างเป็นองค์รวม

ทั้งนี้บางส่วนจึงเน้นเรื่องของการบริหาร (administration) ในขณะที่ส่วนหนึ่งเน้นเรื่องของสาธารณะ (public) สำหรับคำถามต่อเนื่องคือ จากองค์ความรู้ดังที่กล่าวข้างต้น จะมองในมิติที่ว่า รัฐประศาสนศาสตร์เป็นสหสาขาวิชาหรือวิชาที่เกิดจากการรวบรวมวิชา ต่าง ๆ เข้าไว้ด้วยกัน แล้ววิชาเหล่านั้นประกอบไปด้วยวิชาใดบ้าง กลุ่มตัวอย่างได้ตอบคำถามนี้มีตั้งแต่ 4 ถึง 7 วิชาหลัก หรือรวมแล้วมีถึง 12 วิชาหลักเลยทีเดียว ซึ่งในเบื้องต้นมองได้ว่า ผู้บริหารองค์การภาครัฐ มีมุมมองเกี่ยวกับวิชาหลักภายใต้ขอบข่ายรัฐประศาสนศาสตร์แตกต่างกันโดยวิชาที่มีความถี่ของการตอบมากที่สุดคือ การเมืองและนโยบายสาธารณะ และทฤษฎีองค์การและพฤติกรรมองค์การ

ทั้งนี้เมื่อสังเกตว่า ผู้บริหารองค์การภาครัฐมองว่า วิชานโยบายสาธารณะมีเรื่องของ “การเมือง” ผสมอยู่ด้วย และที่มีการกล่าวถึงวิชาทั้งสองมากที่สุด ผู้เขียนเห็นว่า น่าจะสอดคล้องกับการให้ความหมายของรัฐประศาสนศาสตร์กล่าวคือ การเมืองและนโยบายสาธารณะ น่าจะตอบสนองเป้าหมายของรัฐประศาสนศาสตร์ คือ การบริการสาธารณะ ในขณะที่ต้องมีวิชาทฤษฎีองค์การและพฤติกรรมองค์การ อันเป็นตัวแทนเรื่องของการบริหารเพื่อเป็น “มรรควิธี” ที่จะตอบสนองเป้าหมายข้างต้นนั่นเอง สำหรับวิชาอื่น ๆ ที่กลุ่มตัวอย่างกล่าวถึง ก็เป็นวิชาโดยทั่ว ๆ ไปที่เน้นองค์ประกอบหลักทางการบริหาร ไม่ว่าจะเป็นการบริหารงานบุคคลหรือการบริหารทรัพยากรมนุษย์ (คน) เทคนิคการบริหาร (งาน) และการเงินการคลัง (เงิน)

อย่างไรก็ดี มีวิชาอื่น ๆ ที่มาจากแนวคิดในเชิงวิชาการที่ผู้เขียนมีความเห็นว่าไม่น่ามีปรากฏจากการตอบของผู้บริหารองค์การภาครัฐแต่มีวิชาเหล่านั้น น่าจะมีสาเหตุมาจากเป็นองค์ความรู้จากพื้นฐานการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง และข้อคำถามยังเป็นไปในทำนองที่ว่าเป็นการถามถึงองค์ความรู้โดยทั่ว ๆ ไปเท่านั้น จึงปรากฏว่ามีการกล่าวถึงวิชาทางเลือกสาธารณะ การบริหารรัฐกิจเปรียบเทียบและการบริหารการพัฒนา แต่ที่น่าสนใจเป็นอย่างมากในทัศนะของผู้วิจัย คือ วิชาจริยธรรมทางการบริหาร การตรวจสอบติดตาม วิชากฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานการเมืองและการบริหารระหว่างประเทศ ซึ่งวิชาเหล่านี้ในทัศนะของผู้เขียน น่าจะเกิดจากทัศนะเกี่ยวกับการปฏิบัติงานจริงในองค์การภาครัฐ

สำหรับข้อคำถามเกี่ยวกับการนำวิชาต่าง ๆ ภายใต้อบรมของรัฐบาลศาสตราจารย์มาใช้ เริ่มต้นด้วยการกล่าวถึงวิชาหลักที่มีความสำคัญมากที่สุด ซึ่งกลุ่มตัวอย่างได้กล่าวถึง 4 วิชาหลัก คือ การเมืองและนโยบายสาธารณะ ทฤษฎีองค์การ การบริหารงานงบประมาณ และการบริหารจัดการบุคลากรภาครัฐ ซึ่งจะพบว่าวิชาทั้ง 4 ต่างมีความสำคัญในฐานะของเครื่องมือ หรือองค์ประกอบหลักทางการบริหารดังที่กล่าวถึงก่อนหน้านี้แน่นอน ทั้งนี้โดยส่วนใหญ่คือร้อยละ 47 หรือเกือบครึ่งหนึ่งตอบว่า วิชาการเมืองและนโยบายสาธารณะ เป็นวิชาที่มีความสำคัญมากที่สุดในการนำไปประยุกต์ใช้ นั่นน่าจะแสดงว่าผู้บริหารองค์การภาครัฐเห็นว่า การวางแผนและการทำตามนโยบายเป็นสิ่งสำคัญที่สุด

นอกจากนี้ วิชาดังกล่าวโดยเปรียบเทียบกับอีก 3 วิชาถือว่าเป็นวิชาที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมภายนอก ทั้งนี้จะเห็นว่า ผู้บริหารองค์การภาครัฐเห็นว่าสภาพแวดล้อมภายนอกยังคงมีผลต่อองค์การภาครัฐมากกว่า

ส่วนวิชาที่มีความสำคัญรอง ๆ ลงมาพบว่า โดยส่วนใหญ่เห็นว่าเป็น วิชาเทคนิคทางการบริหาร (ร้อยละ 40) ทั้งนี้จะเกิดจากการมองว่าวิชาที่มีความสำคัญที่สุดนั้น มีความครอบคลุมเกี่ยวกับการบริหารครบถ้วนแล้ว แต่เพื่อให้กลไกดังกล่าวขับเคลื่อนได้อย่างถูกต้องหรือถูกทิศทางอย่างมีประสิทธิภาพ เทคนิคทางการบริหารซึ่งมีเทคนิคหรือวิธีการมากมาย น่าจะช่วยเติมเต็มการนำวิชาต่าง ๆ ไปประยุกต์ใช้ได้อย่างสมบูรณ์ยิ่งขึ้น สำหรับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพรวมของวิชาต่าง ๆ ภายใต้อบรมรัฐบาลศาสตราจารย์จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า โดยส่วนใหญ่เห็นว่าสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้มากถึงร้อยละ 87 ทั้งนี้เชื่อว่าน่าจะเกิดจากการมองภาพรัฐบาลศาสตราจารย์ของกลุ่มตัวอย่างมีความหลากหลายมาก และเมื่อถามถึงเหตุผลของการตอบ จึงสามารถสรุปความได้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีความเชื่อเรื่องความหลากหลายหรือความเป็นสหวิทยาการอย่างมาก กล่าวคือมีการตอบว่า รัฐบาลศาสตราจารย์ดีความเป็นไปทั้งวิชา และกิจกรรมความสามารถในการประยุกต์ใช้จึงมีความเป็นไปได้มาก แต่ขึ้นอยู่กับผู้นำไปปรับใช้ต่างหากที่จะมีความสามารถมากเพียงใด

สำหรับข้อคำถามข้อสุดท้ายคือ ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เกี่ยวกับการนำวิชาต่าง ๆ ภายใต้อบรมรัฐบาลศาสตราจารย์ในการประยุกต์ใช้ซึ่งมีคำตอบ 3 ลักษณะ คือเสนอให้มีการขยายขอบข่ายให้ครอบคลุมปัญหาในระดับประเทศ เสนอให้มีการทราบขอบข่ายให้ครอบคลุมปัญหาระดับจุลภาค (โดยเฉพาะในระดับชุมชน) และเสนอให้สอดแทรกเรื่องคุณธรรม จริยธรรม และความถูกต้องในทุกขอบข่าย ซึ่งแม้ข้อเสนอ

แรกจะมีการตอบถึงร้อยละ 50 หรือครั้งหนึ่งของผู้ตอบทั้งหมด แต่ก็มีข้อที่น่าสังเกตในทัศนะของผู้เขียนว่า ผู้บริหารองค์การภาครัฐหรือผู้ใช้บัณฑิตไม่ได้เน้นองค์ความรู้ที่ต้องการเพิ่มเติมในเรื่องกระบวนการภายในระบบราชการ หรือปัญหาของหน่วยงานภาครัฐเลย แต่กลับมองถึงปัญหานอกองค์การภาครัฐ ซึ่งไม่ว่าจะเป็นปัญหาระดับประเทศ หรือระดับจุลภาค ก็ถือเป็นปัญหาในระดับเป้าหมายทั้งสิ้น

ส่วนการให้เพิ่มเรื่องคุณธรรม จริยธรรม ก็เพียงเป็นกลไกของการเพิ่มประสิทธิภาพให้เกิดประสิทธิผลมากกว่า ซึ่งขอขยายตามความต้องการของผู้ใช้บัณฑิต จึงอาจอนุมานได้ว่า มีความเกี่ยวข้องกับเป้าหมายหรือ “end” มิได้เน้นที่กลวิธีหรือ “mean” ดังที่เข้าใจกัน

บรรณานุกรม

- จุมพล หนิมพานิช. (2550). การวิจัยเชิงคุณภาพในทางรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดิน ปรัชญาพฤทธิ. (2528). รัฐประศาสนศาสตร์เปรียบเทียบ : เครื่องมือในการพัฒนาประเทศ. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- พิทยา บวรวัฒนา. (2526). รัฐประศาสนศาสตร์ในประเทศไทย : ผลงานของนักวิชาการไทยสมัยใหม่. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- พิทยา บวรวัฒนา. (2527). รัฐประศาสนศาสตร์ : ทฤษฎีและแนวการศึกษา (ค.ศ. 1887-ค.ศ. 1970) และ (ค.ศ. 1970-ปัจจุบัน). กรุงเทพฯ : ภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- . (2536). รัฐประศาสนศาสตร์ : รวมผลงานของนักวิชาการไทย. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ยุทธพงษ์ ลีลากิจไพศาล. (2548). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับรัฐประศาสนศาสตร์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- วรเดช จันทรศร. (2540). รัฐประศาสนศาสตร์ : ขอบข่ายในทศวรรษใหม่. กรุงเทพฯ : มูลนิธิ 30 ปี คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- วรเดช จันทรศร และอัคราพรพน เทชะบุรณะ (บรรณาธิการ). (2543). รัฐประศาสนศาสตร์ ทฤษฎี และการประยุกต์. กรุงเทพฯ : โครงการเอกสารและตำรา สมาคมรัฐประศาสนศาสตร์ นิคม.
- วินิต ทรงประทุม และ วรเดช จันทรศร (บรรณาธิการ). (2528). รัฐประศาสนศาสตร์ : การประสานขอบข่ายและแนวคิด. กรุงเทพฯ : คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- วิรัช วิรัชนิภาวรรณ. (2549). หลักรัฐประศาสนศาสตร์ : แนวคิดและกระบวนการ. กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- วีระศักดิ์ เครือเทพ (บรรณาธิการ). (2547). รัฐประศาสนศาสตร์ : ขอบข่ายและการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ : รวมการบรรยายพิเศษจากนักวิชาการและนักปฏิบัติในยุคสมัยแห่งการพัฒนาระบบราชการไทย. กรุงเทพฯ : ภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สัมฤทธิ์ ชศสมศักดิ์. (2548). หลักรัฐประศาสนศาสตร์ : แนวคิดและทฤษฎี. ชลบุรี : ภาควิชารัฐศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- อุทัย เลาหิเชียร. (2519). "รัฐประศาสนศาสตร์ในความหมายใหม่" : ภูมิหลัง แนวความคิดและความสัมพันธ์กับสาขาอื่น ๆ ของรัฐประศาสนศาสตร์. กรุงเทพฯ : คณะรัฐศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

- อุทัย เลาหิเชียร, ปรัชญา เวสารัชช และ เฉลิมพล ศรีหงส์. (2522). **รัฐประศาสนศาสตร์ ขอบข่าย สถานภาพและพัฒนาการในประเทศไทย**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อุทัย เลาหิเชียร, ปฐม มณีโรจน์ และกุลชน ธนาพงศธร. (2520). **รัฐประศาสนศาสตร์ : ขอบข่ายและ สถานภาพ** กรุงเทพฯ : สมาคมสังคมศาสตร์แห่งประเทศไทย.
- เอกสารการสอนชุดวิชา 33304 ขอบข่ายการศึกษาและวิจัยทางรัฐประศาสนศาสตร์. (2548). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- Cooper, Phillip J. et al. (1998). **Public administration for the twenty-first century** . Orlando : Harcourt Brace College.
- Cox, Raymond W. III., Buck, Susan J. and Morgan, Betty N. (1994). **Public administration in theory and practice**. Englewood Cliffs : Prentice-Hall.
- Denhardt, Robert B. (1995). **Public administration : an action orientation** . Belmont : Wadsworth.
- Golembiewski, Robert T. (1966). **Public administration : readings in institutions, processes, behavior**. Chicago : Rand McNally.
- Heady, Ferrel. (1995). **Public administration : a comparative perspective** New York : Marcel Dekker.
- Henry, Nicholas. (1995). **Public administration and public affairs** . Englewood Cliffs : Prentice-Hall.
- Hill, Larry B. and Hebert, F. Ted (edited). (1979). **Essentials of public administration : a text with readings** . North Scituate, Mass : Duxbury Press.
- Lorch, Robert Stuart. (1978). **Public administration**. St. Paul (Minn.) : West, 1978.
- Stillman II Richard J. (1996). **Public administration concepts and cases** . Boston : Houghton Mifflin.
- Vigoda, Eran (edited). (2002). **Public administration : an interdisciplinary critical analysis** . New York : Marcel Dekker.

ความสุขกับการพัฒนา

อาจารย์วัลย์พร รัตนเศรษฐ

Ph.D.(candidate) อาจารย์ประจำภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

บทคัดย่อ

บทความเรื่องความสุขกับการพัฒนา นำเสนอการพัฒนาทางเลือกใหม่อีกแนวทางหนึ่งที่แตกต่างจากการพัฒนาที่เน้นการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว โดยชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาที่เน้นการเพิ่มการผลิต การบริโภคที่เพิ่มขึ้น สร้างรายได้ที่สูงขึ้นเช่นกระแสหลักนั้นไม่ได้ทำให้ผู้คนมีความสุขเพิ่มขึ้นตามไปด้วยเสมอไป การพัฒนารายได้เป็นเพียงเงื่อนไขหนึ่งของการพัฒนาที่ทำให้คนมีความสุขเพิ่มขึ้นเท่านั้น นอกจากนี้การพัฒนาที่เน้นความสุขยังมีความสัมพันธ์ทางความคิดและการปฏิบัติกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง การพัฒนาที่ยั่งยืน รวมทั้งเสนอแนะควรเร่งหานิยามความสุขของคนไทย และสังคมไทย การสร้างพลังปัญญาที่ทำให้สังคมมีความสุข การพัฒนาที่สมดุลทั้งกาย จิตวิญญาณ วัตถุและจิตใจ และซึ่งเป็นการค้นหาเป้าหมายที่แท้จริงของการพัฒนาที่แท้จริงและเหมาะสมกับสังคมไทย

Abstract

This article proposes an alternative development approach which is quite different from the mainstream approach which accords priority to economic growth alone. The author points out that the development emphasizing increase of economic output rising, consumption of the people, or income of earners, does not necessarily lead to the increasing level of happiness in society. The raising of people's income is merely a condition to bring about their happiness. To turn to a pro-happiness path, we have to relate development to the philosophy of sufficiency economy and sustainable development. Also, we have to define what happiness means to Thai people and society. Finally, we should unleash intellectual force to drive Thailand towards a society well balanced between material progress and spiritual fulfillment.

บทนำ

คนทั่วไป เมื่อมีทุกข์หรือสุข ก็มักคิดว่าเป็นเรื่องของตนเองและคนใกล้ชิดหรือคนที่เกี่ยวข้องเท่านั้น บางคนก็คิดว่าเป็นผลมาจากการกระทำของตนหรือเป็นผลมาจากความสัมพันธ์ที่ดีหรือไม่ดีกับคนใกล้ชิด บางคนก็คิดว่าเป็นผลมาจากอิทธิพลของจิตวิทยาของงานและครอบครัว เพื่อนฝูง และเพื่อนที่ทำงานเท่านั้น แต่อันที่จริงความสุขและความทุกข์ของเรานั้นถูกกำหนดจากแนวคิดและแนวทางในการพัฒนาประเทศไม่น้อย เราพัฒนาแบบหนึ่งอาจทำให้บ้านเมืองรุ่งเรือง ผู้คนมีเงินแต่คนไม่มีความสุข เราควรมีการพัฒนาแบบที่ทำให้บ้านเมืองมั่นคง ผู้คนมีชีวิตที่ดีขึ้นและมีความสุขด้วยต่างหาก

ความสุข (Happiness) เป็นเป้าหมายสำคัญที่มนุษย์ทุกคนปรารถนา การพัฒนาที่เป็นอยู่ในแต่ละประเทศต่างก็มุ่งหวังให้คนในชาติอยู่ดีกินดี แต่โลกปัจจุบันที่สังคมมีความยุ่งยากสลับซับซ้อน การพัฒนาเพื่อให้สังคมอยู่เย็นเป็นสุขจึงมีอาจมุ่งเน้นเฉพาะการเติบโตทางเศรษฐกิจเท่านั้น จำเป็นที่จะต้องปรับกระบวนการทัศน์ในการพัฒนาและวิธีคิดในการพัฒนาใหม่ ที่มีเป้าหมายเพื่อเพิ่มความสุขของคนในชาติให้มากขึ้น

บทความนี้ จะนำเสนอการพัฒนาทางเลือกใหม่ อีกทางหนึ่ง คือการพัฒนาที่มุ่งเน้นความสุข (Development as Happiness) ซึ่งแตกต่างจากการพัฒนากระแสหลักที่มุ่งเน้นการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยจะนำเสนอพัฒนาการของการพัฒนา นิยามความสุข การวัดความสุข พัฒนาการของการพัฒนาในประเทศไทยที่ก่อตัวจากการพัฒนาเศรษฐกิจเป็นหลักจนกระทั่งการพัฒนาที่เน้นคนเป็นศูนย์กลาง (People centric) การพัฒนาภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ตลอดจนเชื่อมโยงความสัมพันธ์เชิงแนวคิดและแนวทางของเศรษฐกิจพอเพียง และการพัฒนาอย่างยั่งยืน กับการพัฒนาที่เน้นความสุข

การพัฒนาระแสหลัก

การพัฒนาระแสหลักในความหมายแบบตะวันตก (Western) ที่รู้จักกันทั่วไป เริ่มภายหลังแผนมาร์แชล (Marshall Plan) ซึ่งฟื้นฟูประเทศในยุโรปที่ได้รับผลกระทบ จากสงครามโลกครั้งที่สอง ในยุโรป การพัฒนาเริ่มใน ทศวรรษที่ 1950s ส่วนใน ประเทศโลกที่สามเริ่ม การพัฒนาในทศวรรษที่ 1960s โดยมี ประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นผู้สนับสนุน การพัฒนาในช่วงดังกล่าวหมายถึงการพัฒนาเศรษฐกิจเท่านั้น และยังเป็นช่วงเวลาของสงครามเย็น มีการต่อสู้กับภัยคอมมิวนิสต์ จึงจำเป็นต้องสร้างความกินดีอยู่ดี ให้เกิดขึ้นให้เร็วกว่าปกติและแตกต่างจากเดิม

การพัฒนาเศรษฐกิจ (Economic Development) ในขณะนั้นจะหมายถึง กระบวนการ (Process) ที่จะนำไปสู่อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของรายได้ ประชาชาติ หรือผลิตภัณฑ์ประชาชาติ ต่อบุคคล ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สม่าเสมอและยาวนาน ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ (Economic Growth) นั้นจะหมายถึง การเพิ่มขึ้นของผลผลิต การเพิ่มขึ้นของปัจจัยการผลิต เป็นการมอง เพียงมิติปริมาณของผลผลิตที่เพิ่มขึ้นซึ่งวัดจากรายได้ประชาชาติที่เพิ่มขึ้น ดังนั้นช่วงเวลานี้จึงเกิดการพัฒนาที่อิงกับตัวแบบ การสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจเช่น Rostow Model / Big Push และ Trickle Down Effect นอกจากนี้มีการจัดตั้งกลไก

องค์กรขนาดใหญ่ (Weberianism) ขึ้นมากมาย เช่น ระบบราชการ สถาบันและองค์การด้านการบริหารการ พัฒนาต่างๆ (O.P.Dwivedi, 1994 : xii)

ในช่วงทศวรรษที่ 1970s มีกลุ่มนักคิดที่ได้รับอิทธิพลจากแนวคิดนีโอ-มากซ์ซิส (Neo-Marxist) เช่น Paul Baren, Andre Gunnar Frank, Amin, Cordoso เป็นต้น ที่ได้วิพากษ์วิจารณ์การพัฒนากระแสหลักว่า ยัง สร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ยังทำให้เกิดช่องว่างของรายได้ ชนชั้น ทำให้เกิดปัญหาความยากจน และปัญหาสังคมตามมาอีกมาก นอกจากนี้การพัฒนาที่ไม่เน้นการพึ่งพาตนเองแต่เน้นการพึ่งพิงต่างชาติหรือ ประเทศที่พัฒนาแล้ว (Dependency Development) ยังทำให้เกิดการพึ่งพิงไม่สิ้นสุด โดยประเทศที่พัฒนาแล้ว หรือประเทศตะวันตกจะดูดซับทรัพยากรจากโลกที่สามหรือประเทศที่กำลังพัฒนาไปยังชนชั้นที่รวยสุดที่อยู่ บนยอดของปิรามิดในประเทศที่พัฒนาแล้ว พวกเขาเห็นว่ารัฐบาลควรจะลดการติดต่อหรือตัดการค้าขาย ต่างประเทศที่ต้องพึ่งพิงจากต่างประเทศให้มากที่สุด (De-Linking) และยังเรียกร้องให้รัฐบาลเข้าแทรกแซง กลไกตลาดเพื่อสร้างความเท่าเทียมและจูงใจการลงทุนมากยิ่งขึ้น (Martinussen, 1997 : 86-93)

ปรากฏการณ์ที่เป็นปัญหาซึ่งเกิดขึ้นในประเทศกำลังพัฒนาต่างๆ ประกอบกับ การวิพากษ์ (Critics) ดังกล่าวทำให้เกิดการคิดหาแนวทางการพัฒนาในกระแสด้านเลือก ใหม่ (Alternative Development) ในช่วง ทศวรรษที่ 1980s และ 1990s เช่น แนวคิดเศรษฐกิจพุทธ (Buddhist Economy) โดยอี เอฟ ชูมาเกอร์ (E.F. Shumacher) แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) ที่เสนอโดยธนาคารโลก แนวคิด ความสุขมวลรวมประชาชาติของพระราชบิดา (Gross National Happiness) แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy) ที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชพระราชทานแก่คนไทย แนวคิดการ พัฒนา ในฐานะ ความมั่นคง (Development as security) แนวคิดการพัฒนา ในฐานะ ประวัติศาสตร์ (Development as History) แนวคิดการพัฒนา ในฐานะ เสรี ภาพ (Development as freedom) เสนอโดย อมาตยา เซน (Amartya Sen) กลุ่มแนวคิดการพัฒนามนุษย์ (People Management Development) ได้แก๊ เกย์ กัม (Kay Gum) เสนอ Development by people เดวิด คอร์ติน (David Korten) เสนอ People-centric และ รเบิร์ต แชมเบอร์ (Robert Chamber) เสนอ Reversal Management รวมทั้งการกลับมาองรากเหง้าของ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นของคน หรือ Indigenous Development ฯลฯ กระแสทางเลือกเหล่านี้ล้วนมุ่ง การพัฒนาที่ไม่ใช่การพัฒนาที่เน้นการเติบโตทางเศรษฐกิจเป็นหลัก เป็นการมองเป้าหมายของการพัฒนาที่ ไม่ใช่ตัวเลข GDP (Gross Domestic Product) ที่สูงขึ้น แต่ มุ่งการแสวงหาเป้าหมายที่แท้จริงของการพัฒนา หากคำตอบว่าอะไรเป็น สาระแก่นแท้ ของการพัฒนา อย่างไรก็ดี หากพิจารณาแล้วจะพบว่า แนวคิดกระแส ทางเลือกทั้งหมดมีความสัมพันธ์ ซึ่งกันและกันทั้งเชิงเป้าหมาย (Ends) และวิธีการ (Means) ซึ่งทฤษฎี ทางเลือกเหล่านี้มิได้มุ่งหวังที่ปฏิเสธทฤษฎี การพัฒนาเศรษฐกิจแบบกระแสหลัก โดยสิ้นเชิง แต่มุ่งหวัง ขยายเพิ่มเติมในแง่มุมที่สำคัญซึ่งเป็นที่ถูกมองข้ามจากการพัฒนากระแสหลัก โดยเฉพาะอย่างยิ่งให้ ความ สนใจในความไม่เท่าเทียมและความยากจน

กลุ่มนักวิชาการที่วิพากษ์ เช่น อมาตยา เซน (Amartya Sen) โจเซฟ สติกลิตซ์ (Joseph Stiglitz) เห็นว่าการพัฒนาเป็นเรื่องของมุมมอง การรับรู้ (Perspective) ในการพัฒนาที่แตกต่างกัน ช่องว่างของในปัจจุบันโลกตกอยู่ภายใต้กติกาตอชิงตันหรือ Washington Consensus กับการพัฒนากระแสทางเลือก ที่มุ่งเน้นความสมดุลของการพัฒนาทั้งสิทธิของความเป็นมนุษย์ สิทธิของธรรมชาติ และโอกาสที่เท่าเทียมของมนุษย์ในปัจจุบันและอนาคต (Stiglitz, 2006 : 26-27)

การพัฒนาควรจะมีมีความหมายมากกว่าการพัฒนาที่มุ่งผลิตภัณฑ์มวลรวมของชาติหรือ GDP ทั้งนี้เพราะการเพิ่มขึ้นของ GDP ไม่ใช่เป็นเครื่องชี้วัดความสำเร็จขั้นสุดท้ายในการพัฒนาประเทศทั้งหมด จริงอยู่ที่ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ในเชิงปริมาณหากเกิดขึ้นมาได้ย่อมมีเสถียรภาพ ก็เป็นประโยชน์ต่อการเพิ่มรายได้ การมีงานทำของผู้คน รวมทั้งการลดสภาวะความยากจนแสนสาหัสของผู้คน (absolute poverty) แต่อย่างไรก็ตาม เป้าหมายที่แท้จริงในขั้นสุดท้ายของการดำเนินนโยบายสาธารณะ (public policy) ควรจะอยู่ที่การเสริมสร้างความอยู่ดีมีสุข ในทุกด้านทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง สิ่งแวดล้อม เพื่อเพิ่มคุณภาพชีวิตให้สูงขึ้น ซึ่งการเพิ่มขึ้นของผลผลิตหรือการมั่งรายนั่นจึงเป็นเพียงวิธีการ (Means) หนึ่งที่จะช่วยให้เกิดการเสริมสร้างความอยู่ดีมีสุขเท่านั้น ไม่ใช่เป้าหมายที่สมบูรณ์ในตัวเอง มนุษย์ควรเป็นเป้าหมาย (Ends)ในการพัฒนามากกว่าเป็นเครื่องมือในการพัฒนา (Amartya Sen , 1984) ซึ่งเซนเห็นว่า ดัชนีการพัฒนามนุษย์ที่เน้นการวัดการพัฒนาสังคม ความอยู่ดีมีสุขของมนุษย์ และคุณภาพชีวิตต่างหากที่มีความสำคัญกว่าการเติบโตทางเศรษฐกิจ และต่อมอองค์การสหประชาชาติได้นำแนวคิดนี้มาประยุกต์ใช้เป็นวาระการพัฒนามนุษย์ให้เป็นกระบวนการขยายทางเลือกของประชาชน

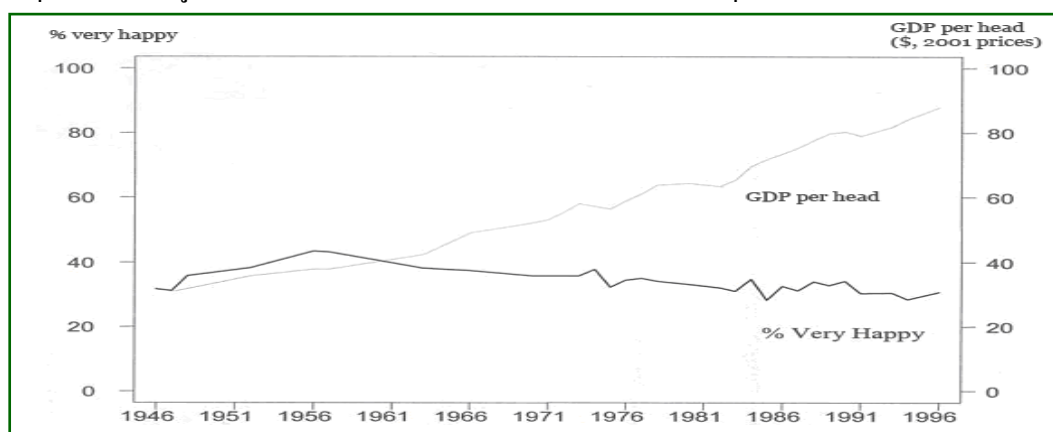
หากพิจารณาในประเด็นรายละเอียดของ GDP จะพบว่า GDP เองก็มีข้อบกพร่องหลายประการ เช่น การไม่รวมมูลค่าของกิจกรรมที่ไม่ผ่านตลาด การไม่รวมต้นทุนของการใช้ทรัพยากรแรงงานในครัวเรือน ซึ่งไม่ได้สะท้อนถึงความอยู่ดีมีสุขในมิติอื่น เช่น สาธารณสุข การศึกษาและการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นในสังคม เป็นต้น นอกจากนี้ GDP ยังรวมรายการค่าใช้จ่าย ที่ต้องแบกรับกลายเป็นต้นทุนของสังคมไปด้วย เช่น ค่าใช้จ่ายในอาวุธและสงคราม ค่าใช้จ่ายในการเจ็บป่วยและมีปัญหาสุขภาพที่เกิดจากการพัฒนาอุตสาหกรรมที่เรียกว่า Externality ซึ่งสิ่งเหล่านี้สะท้อนถึงปัญหาในสังคม แต่กลับช่วยทำให้ตัวเลข GDP สูงขึ้น นอกจากนี้ เร กวอน ชุง (Rae Kwon Chung) อนเนตา สลาโกวา นิโคโลวา (Aneta Slaverykova Nikolova) และไซมอน ฮอยเบิร์ก ออลเซน (Simon Hoiberg Olsen) แห่ง Environment Sustainable Development Division หรือ ESDD ได้ร่วมกันเขียนบทความซึ่งชี้ให้เห็นถึงข้อจำกัดของทรัพยากรโลกว่าเป็นไม่ได้อย่างยิ่งที่จะมีการเติบโตทางเศรษฐกิจแบบไม่สิ้นสุด พวกเขาเห็นว่าผลพวงของการพัฒนาที่เน้นการเติบโตทางเศรษฐกิจนั้นเป็นที่น่าเคลือบแคลง ไม่สอดคล้องกันกับความสุขและความสมบูรณ์ทางจิตวิญญาณไม่ว่าระดับจุลภาคหรือมหภาค ซึ่งพวกเขาเสนอว่าควรให้ความสำคัญของกระบวนการที่เลือกให้ความสำคัญกับความสุขและการกินดีอยู่ดีของสังคมด้วยควบคู่กันไป อันจะนำมาซึ่งความยั่งยืนของการเติบโตและการพัฒนา ซึ่งทั้งสามเรียกแนวคิดนี้ว่า Green Growth

คำถามที่มักได้ยินบ่อยคือ ทำไม ยิ่งพัฒนามากขึ้น ยิ่งมีความไม่เท่าเทียมของการพัฒนามากขึ้น (**Unequal Development**) การให้โอกาสแก่คนส่วนน้อยที่ได้เปรียบ ร่ำรวยให้สามารถพัฒนาอุตสาหกรรมและการส่งออก แล้วผลพวงของการพัฒนาจะช่วยคนด้านล่างหรือคนจนเอง หรือเป็นปรากฏการณ์การพัฒนาที่เรียกว่า Trickle - Down Effect คำถามที่มองมุมกลับบ้าง คือทำไมจึงไม่ให้ออกสาคนจนในการพัฒนาตนเอง ฟังตนเอง สร้างความสุขแก่ตนเองโดยไม่ต้องรอผลพวงการพัฒนาที่มาจากกลุ่มคนที่ได้เปรียบหรือคนรวย

โคฟี อันนัน (Kofi Anan) เลขาธิการ องค์การ สหประชาชาติในขณะนั้น (คส.1999) เน้นย้ำในหนังสือของอมาตยา เซน (Amartya Sen) เรื่อง Development as Freedom ว่าคุณภาพของการดำรงชีวิตของคนในโลกมิได้วัดด้วยความมั่งคั่งเท่านั้น แต่ยังคงคำนึงเสรีภาพในด้านต่างๆ ของประชาชนซึ่งอมาตยา เซนอธิบายในหนังสือว่าประชาชนจะไม่ถูกทำให้อยู่ในสถานะที่ไม่มีเสรีภาพ กล่าวคือสามารถจะลุกขึ้นมาทำอะไรที่ฟังตนเองหรือได้รับการสนับสนุนจากรัฐให้ฟังตนเองได้ ได้รับโอกาสในการรักษาพยาบาล ในการศึกษา ในการทำงาน ในสวัสดิการทางสังคมและมีโอกาสทางเศรษฐกิจ (Sen, 1999 : 15)

ดังนั้นการพัฒนาที่เป็นอยู่ซึ่งมุ่งสนใจการพัฒนาเศรษฐกิจเป็นหลัก สร้างปัญหาทั้งเชิงทฤษฎีและการปฏิบัติอยู่หลายประการดังที่กล่าว รวมทั้งไม่ละเลยสิทธิ (Right) ของความเป็นมนุษย์ที่จะถูกพัฒนาอีกด้วย และด้วยการพัฒนาที่ก่อให้เกิดปัญหามากมายนี้เอง จึงทำให้เกิดกระแสความคิดทางเลือกอีกแนวทางที่เรียกว่าการพัฒนาความสุข (Catherine M. Fisher, 2007)

ก่อนหน้านี้ที่นักวิชาการข้างต้นจะนำเสนอแนวคิดความสุข ได้มีการนำเสนอบทความที่เกี่ยวข้องกับความสุขที่ค่อนข้างแพร่หลาย เช่น ผลงานวิจัยในเรื่องวิทยาศาสตร์ของความสุข (Science of Happiness) ของ ริชาร์ด เลยาร์ด (Richard Layard) แห่งสำนักเศรษฐศาสตร์ลอนดอนที่ชี้ให้เห็นว่า เงินไม่สามารถซื้อความสุขได้ในทุกๆ กรณี งานวิจัยชี้ว่าช่วง 50 ปีที่ผ่านมา GDP ของอังกฤษเพิ่มขึ้นจาก \$ 34 พันล้าน เป็น \$ 2 หมื่นล้าน แต่ความสุขความพอใจในชีวิตของคนอังกฤษกลับอยู่ในระดับของปี พ.ศ.2513 เท่านั้นเช่นเดียวกับสหรัฐอเมริกา (แผนภาพที่ 1) ผลงานวิจัยพบว่า ประเทศที่มีความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ เช่น ญี่ปุ่น แม้ในอดีต 50 ปีที่ผ่านมาก้าวหน้าไปมากมาย GDP เพิ่มขึ้นเป็นเส้นกราฟที่สูงชัน แต่เส้นกราฟวัดความอยู่ดีมีสุขไม่ได้เพิ่มสูงตามขึ้นเลย กลับเป็นเส้นแบนราบ คงที่ หรือในยุโรปก็เช่นกัน



Income and Happiness in the United States

แผนภาพที่ 1 ที่มา: Layard, Richard 2005. London School of Economics

จากแผนภาพจะเห็นได้อย่างชัดเจนว่าในขณะที่ GDP เพิ่มขึ้นแต่ความสุขของผู้คนกลับคงที่และลดต่ำลง การมีรายได้ที่สูงขึ้นไม่ได้บ่งบอกว่าชีวิตมีความสุขมากขึ้นด้วยเสมอไป นอกจากนี้แล้วความสุขในช่วงเวลาห้าสิบปีที่ผ่านมายังคงอยู่ระดับเดียวกันเท่านั้น จากประเทศที่พัฒนาแล้วทั้งสามประเทศคือญี่ปุ่น อังกฤษและสหรัฐอเมริกา (Layard, 2005 : 29-30)

นอกจากนี้ แม้เงินที่เพิ่มขึ้นจะไม่สามารถเพิ่มความสุขได้มากขึ้นก็จริง แต่ถ้าไม่มีเงิน ความอยู่ดีมีสุขก็เกิดขึ้นไม่ได้ งานวิจัยนี้อธิบายว่า คนที่อยู่ในประเทศที่ยากจนซึ่งมีรายได้เฉลี่ยต่อหัวต่ำกว่า \$ 100,000 ต่อปีปราศจากความสุขในชีวิต แต่ในประเทศที่รายได้เฉลี่ยต่อหัวเกินกว่า \$100,000 ต่อปี ความสุขกับเงินจะไม่ค่อยเกี่ยวข้องกันอีกแล้ว คนมีเงินมิใช่หลักประกันความสุขจากความพอใจในชีวิตได้เสมอไป กลับยังมีความรอนรน เป็นทุกข์ ซึ่งอธิบายได้จากปัจจัยที่นักสังคมศาสตร์ที่เรียกว่า เกิดความวิตกกังวลใจจากการเปรียบเทียบอ้างอิงรายได้กับคนอื่น (reference anxiety) ในประเทศที่มีช่องว่างของรายได้มากๆ คนรวยมีรายได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว คนจนกว่ามีรายได้เพิ่มขึ้นที่น้อยรายจะเพิ่มขึ้นและตามไม่ทันคนรวย ทำให้พวกเขาคิดความสุขจากการเปรียบเทียบ

งานวิจัย บทความและข้อคิดเห็นของนักเศรษฐศาสตร์ความสุขดังกล่าวจึงทำให้แนวความคิดความสุขและความอยู่ดีมีสุข เป็นประเด็นที่คนทั่วไปที่ไม่ใช่ นักวิชาการเริ่มตั้งคำถามว่าอะไรทำให้เกิดความสุข ทำไมเราไม่มีความสุขเพิ่มขึ้นจากช่วงเวลาห้าสิบปีที่ผ่านมา เกิดอะไรขึ้น เรามีเงินเพิ่มขึ้นทำไมถึงไม่มีความสุขเพิ่มขึ้น และเรามีความสุขที่แท้จริงหรือไม่ ดังนั้นแนวความคิดความสุขจึงได้รับความสนใจมากขึ้นเรื่อยๆ ทั้งจากผู้กำหนดนโยบายเอง ข้าราชการ บุคคลทั่วไปและในที่สุดกลายเป็นวาระของชาติในการพัฒนา ประเทศต่างๆ มากขึ้น ข้อมูลเกี่ยวกับความสุขเหล่านี้ จะเป็นประโยชน์ในการกำหนดนโยบายสาธารณะที่มุ่งเน้นคนเป็นศูนย์กลางและ มีความสุขเป็นเป้าหมาย ซึ่งหากมีการพัฒนาแล้วผู้คนไม่ได้มีความสุขเพิ่มขึ้น จะบรรลุการพัฒนาที่มีความสุขหรือประโยชน์สุขของประชาชนได้อย่างไร

ยิ่งไปกว่านั้น ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของ พระบาท สมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ที่พระราชทานแก่ประชาชนคนไทยเมื่อปี พ.ศ. 2533 นั้น เป็นปรัชญาการดำรงชีวิตที่มุ่งพัฒนามนุษย์ สร้างความสุขที่สมดุลและความพอเพียงของปัจเจกบุคคล ครอบครัว ชุมชนและชาติ ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางที่มีความสุขเป็นเป้าหมายของการพัฒนา นอกจากนี้ ถ้อยแถลงการพัฒนาแบบความสุขมวลรวมประชาชาติหรือ GNH (Gross National Happiness) ที่ประกาศโดยสมเด็จพระราชาธิบดีจิกมี ชิงเย วังชุก แห่งราชอาณาจักรภูฏาน (Thinley, Jigmi Y.: 1972) ที่มุ่งเน้นความสุขที่เกิดจากสมดุล 4 ด้านได้แก่ เศรษฐกิจ ธรรมาภิบาล การรักษาวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมโดยพุทธศาสนามีบทบาทสำคัญในการกำหนดความคิดและทัศนคติของผู้คน การพัฒนาแบบ GNH จึงขึ้นมาแข่งขันกับ GDP อย่างช่วยไม่ได้

ด้วยการพัฒนากระแสใหม่ตามที่กล่าวมาทำให้ประชาคมการพัฒนาในระดับโลกต้องหันมาสนใจกระแสทางเลือกการพัฒนาอื่นๆมากขึ้นนอกจากการพัฒนาที่มุ่งเศรษฐกิจเป็นหลัก

นิยามความสุข

หากถามว่าความสุขคืออะไร และจะวัดความสุขได้อย่างไร ผู้คนหลายคนได้ตั้งคำถามนี้ไว้ เราารู้จักความสุขในมุมมองต่างๆ เช่น

ความสุขว่าเป็นความรู้สึกดี ความสบาย ความพอใจ ซึ่งเกิดขึ้นชั่วครู่ ชั่วยาม เป็น Fleeting Happiness หรือ Euphoria

ความสุขที่อาจหมายถึงความรู้สึกที่สมดุล การที่ได้พิจารณาอะไรที่เป็นช่วงเวลายาวๆ และเชื่อว่าเรามีความสุขมากกว่าความทุกข์ เป็น Happiness of Balance

หรืออาจให้ความหมายว่าความสุขเป็นการที่ได้ทำอะไรที่ถูกจรรยาบรรณ มีจริยธรรม เป็นความดี ความถูกต้อง Eudemonia หรือ Moral Quality of Life หรือกล่าวอย่างอริสโตเติลคือความสุขที่เกิดจากการแสวงหาความดีนั่นเอง (Arthur C. Brooks, 2008, p.4-5)

รัทท์ วินโฮเฟิน (Rutt Veenhoven) ให้ความหมายว่าความสุขเป็นระดับของคุณภาพ ชีวิตในองค์รวม ตามการประเมินของแต่ละบุคคล (World Data Base of Happiness, 1990) ส่วนซัลเลน คอลเนลลี่ (Sullen Dolnelly) มองว่าความสุขเป็นภาวะอารมณ์ทางด้านบวกที่มนุษย์กำหนดรู้ เมื่อความต้องการได้รับการตอบสนองในระดับต่างๆ หรือบางครั้งอาจพบการใช้ว่า ความพึงพอใจในชีวิตแทนความสุข

ในขณะที่ทฤษฎีธัมมมัตถาเห็นว่าความสุขคือความยินดี เป็นทัศนคติทางจิต เป็นความสุขของปัจเจกบุคคล แต่รัฐบาลและประเทศชาติต้องสร้างโครงสร้างที่เปิดโอกาสให้ความสุขของปัจเจกเบ่งบาน และยิ่งกว่านั้นกรรมะ กาเลย์ ผู้ช่วยผู้อำนวยการศูนย์ฐานศึกษาเห็นว่าความสุขเป็นเรื่องจิตใจของแต่ละคน ขึ้นอยู่กับว่าคนนั้นสามารถรับสถานการณ์ และทำตัวให้มีความสุขในบริบทของสถานการณ์นั้นได้มากน้อยเพียงใด (www.thaibhikkhunis.org/2006)

จะเห็นได้ว่าตัวอย่างนิยามความสุขข้างต้นค่อนข้าง เป็นนามธรรม แตกต่างตามปัจเจกบุคคลซึ่งขึ้นกับประสบการณ์ของตนตามบริบทของแต่ละสังคม แต่ละประเทศ ความไม่ชัดเจนและจับต้องไม่ได้ของนิยามเหล่านี้ ได้ถูกโจมตีว่ากระทบความหมายของความสุขของแต่ละคนก็ให้ความหมายไม่เหมือนกัน แล้วจะวัดความสุขได้อย่างไร แนวคิดความสุขในการพัฒนาในช่วงแรกจึงไม่ได้รับการยอมรับ เพราะไม่สามารถวัดได้เป็นรูปธรรม และมักจะใช้ในวงการจิตวิทยาเท่านั้น ในเวลาต่อมาเมื่อกระแส GNH เป็นที่ยอมรับมากขึ้น ความสุขจึงถูก นิยาม และเป็นเป้าหมายของการพัฒนา การนำแนวคิดความสุขมาใช้ในแต่ละประเทศจึงจำเป็นต้องศึกษาและกำหนดนิยามความสุขของประเทศของตน เพื่อให้นิยามความสุขสะท้อนความสุขที่แท้จริงของประชาชนในแต่ละประเทศ

ภายหลังการค้นหานิยามความสุขที่เหมาะสมกับสังคมของตนแล้ว คำถามต่อไปก็คือ จะวัดความสุขได้อย่างไร ริชาร์ด เลยาร์ด (Richard Layard) เสนอว่าความสุขเป็นประสบการณ์ที่เป็นรูปธรรมที่สามารถวัดได้ด้วยวิธีการต่างๆ เช่น การสอบถาม การวัดกระแสคลื่นไฟฟ้าในสมอง ซึ่งความสุขเป็นสิ่งที่ผูกพันโดยตรงกับความทุกข์ เมื่อความสุขมากขึ้น ความทุกข์จะเบาบางลงหรือลดลง (Layard, 2005 : 12-20)

สำหรับ อาเธอร์ ซี บรูคส์ (Arthur C. Brooks) ศาสตราจารย์ที่มหาวิทยาลัยชิคาโกส์ สหรัฐอเมริกา ได้เขียนหนังสือ Gross National Happiness เขาเห็นว่าการวัดความสุขสามารถกระทำได้โดยการทำรายงานตนเองหรือ Self Report ที่มีการให้ค่าคะแนนตั้งแต่ 1-7 โดยเขาได้วัดความสุขของสังคมอเมริกาในประเด็นต่างๆ ทั้งรายได้ การจ้างงาน ครอบครัว ศาสนา พรรคการเมือง อุดมการณ์ทางการเมือง อีสราภาพหรือเสรีภาพ การให้ผู้อื่น ฯลฯ เป็นต้น ผลการศึกษาของอาเธอร์ พบว่าการนำผลการศึกษาที่เปรียบเทียบกับคนที่สอบถามคนอื่นก็เห็นว่าเขามีความสุข (Intersubjective with others) หรือการวัดคลื่นสมองไฟฟ้าสมองพบว่าค่อนข้างตรงกัน ดังนั้นการหาความสุขมวลรวมประชาชาติหรือ Gross National Happiness นั้นเขาเชื่อว่าความสุขวัดได้โดยวิธีต่างๆดังที่กล่าวมาข้างต้น (Brooks, 2008 : 7-12) นอกจากนี้ยังมีวิธีการวัดความสุขที่เหมาะสมซึ่งสำนักนโยบายสาธารณะได้รวบรวมไว้ว่า การวัดความสุขอาจใช้การวัดในสองแนวทาง คือการวัดความสุขและการวัดความอยู่ดีมีสุข (สเก็คดาเว วัฒนลี, 2550 : 3-5) ซึ่งทั้งสองมีความแตกต่างกัน โดยพื้นฐาน กล่าวคือ

การวัดความสุข เป็นการวัดความสุขของบุคคลเชิงอัตวิสัย หรือ Subjective well- being ซึ่งสามารถได้ข้อมูลความสุขโดยรวมจากการสำรวจขนาดใหญ่ที่มาจากคำถามที่บุคคล ตอบโดยตรงถึงระดับความสุขโดยรวมในชีวิต (ที่ไม่ใช่ความสุขระยะสั้นที่เปลี่ยนแปลงบ่อย) โดยจะถามถึงระดับความพึงพอใจในชีวิต (Life Satisfaction) ในภาพรวม การที่บุคคลสามารถตอบได้ว่ามีความสุขในระดับเท่าใด ต้องมีดุลยพินิจในการประเมินคุณภาพชีวิตโดยเฉลี่ยจากประสบการณ์ที่ผ่านมาและที่คาดการณ์ในอนาคต โดยเป็นการสะท้อนถึงความพึงพอใจในชีวิตของตนโดยภาพรวม ไม่ใช่ด้านใดด้านหนึ่ง อย่างไรก็ตาม การวัดปัจจัยภายในที่สะท้อนถึงความรู้สึกที่มีความสุขโดยรวมของประชาชนในแต่ละประเทศ อาจแตกต่างกันไปตามสภาพและวัฒนธรรมของสังคม ซึ่งเวลาตอบคำถามคนจะให้ค่าความพึงพอใจในชีวิตโดยรวมของเขาอยู่ในช่วง 0-10

ส่วนการวัดความอยู่ดีมีสุข (well - being) รวมถึงการวัดเงื่อนไขที่ทำให้เกิดความสุข หรือการวัดความสุขเชิงภาวะวิสัย (Objective Well - being) ด้วย เช่น สุขภาพ ความรู้หรือการศึกษา การมีสิ่งที่เป็นปัจจัยพื้นฐาน เช่น ที่อยู่อาศัย น้ำสะอาด อาหารพอเพียง สภาพแวดล้อมที่ดี มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน การมีธรรมาภิบาล เป็นต้น ซึ่งการวัดความอยู่ดีมีสุขนี้มีวิธีการวัดได้หลายแบบ ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบ (Component) ที่มาคำนวณและการให้น้ำหนัก (Weight) ของแต่ละตัวแปรหรือดัชนี

สุดท้าย รัทท์ วินโฮเฟิน (Rutt Veenhoven) เสนอว่าความสุขพิจารณาได้จากระดับบุคคลและระดับสังคมโดยรวม การวัดความสุขของสังคมโดยรวมในระดับประเทศ (Gross National Happiness) นั้น มีวิธีวัดได้หลายแบบโดยดังนี้

1. การวัดความสุขรวม (Aggregate Happiness) แล้วมาหาค่าเฉลี่ยหรือมักเรียกว่า ดัชนีความสุข มวลรวมประชาชาติ (Index of Gross National Happiness)
2. การวัดการกระจายหรือความแตกต่างในความสุขของกลุ่มต่างๆ ในสังคม (Inequality of Happiness)
3. การวัดช่วงชีวิตที่มีความสุข (Happy Life Years)

4. การผสมผสานระหว่างการวัดความสุขรวมและการวัดความไม่เท่าเทียมของความสุขของคนกลุ่มต่างๆ

World Database of Happiness ได้ทำการสำรวจความสุขขนาดใหญ่จากนานาประเทศโดย ซึ่งได้คำนวณด้วยวิธีการวัดความสุขทั้ง 4 แบบข้างต้น แสดงผลได้ในตารางต่อไปนี้

ความสุขในประเทศระหว่างปี 2000

ประเทศ	ความสุขเฉลี่ย ¹	จำนวนปีของชีวิตที่มีความสุข ²	ความไม่เท่าเทียมกันของความสุข ³	ความสุขที่ถูกปรับด้วยความไม่เท่าเทียมกัน ⁴
สวีเดน	8.3	62.9	1.9	79
สวีเดน	7.9	58.9	2	69
สหรัฐอเมริกา	7.4	56.9	2.1	67
อาร์เจนตินา	7	49.6	2.5	60
เยอรมันตะวันตก	6.9	54.8	2.2	64
ฝรั่งเศส	6.7	51.5	2.2	58
ฟิลิปปินส์	6.3	43.7	2.7	57
ญี่ปุ่น	6.1	49.6	2.1	55
อิหร่าน	5.9	41.5	2.7	51
โปแลนด์	5.8	42.5	2.8	50
อินเดีย	4.6	42.8	2.8	48
รัสเซีย	4.1	35.7	2.7	35
ซิมบับเว	3.3	12.5	3.1	23
ไทย(2003)	6.42	Na.	1.39	Na.

ที่มา: World Database of Happiness 2007 (อ้างอิงใน Rutt Veenhoven)

ผลการสำรวจชี้ให้เห็นว่าแนวโน้มความสุขในระยะยาวจากข้อมูลการสำรวจจากประเทศต่างๆ ทั่วโลกใน World Database of Happiness ตั้งแต่ 1945–2005 พบว่าความสุขโดยรวมเฉลี่ยของประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น ในกลุ่ม EU และประเทศสหรัฐอเมริกา เพิ่มขึ้นไม่มาก ส่วนญี่ปุ่นกลับลดลง ทั้งๆ ที่ประเทศเหล่านี้มีรายได้ต่อหัวเพิ่มสูงขึ้นมากในช่วงเวลาดังกล่าว ส่วนความไม่เท่าเทียมในความสุขในประเทศเหล่านี้มีแนวโน้มลดลงเล็กน้อย (ยกเว้นญี่ปุ่น) ทำให้ค่าความสุขที่ปรับค่าความไม่เท่าเทียมแล้วเพิ่มสูงขึ้นเล็กน้อย

ดังนั้นจะเห็นได้ว่ารายได้ที่เพิ่มขึ้นไม่ได้ทำให้เรามีความสุขเพิ่มขึ้นอย่างเป็นสัดส่วนกันเสมอไป ผู้คนอาจจะรวยขึ้นแต่เชื่อว่าพวกเขาจะมีความสุขเพิ่มขึ้น ประเทศต่างๆ ดังกล่าวอาจจะขัดตัวเชิงเศรษฐกิจสูงขึ้น แต่ความสุขไม่ได้เพิ่มตาม หรือกล่าวได้ว่าความสุขขึ้นอยู่กับรายได้สัมพัทธ์ เท่านั้นมิใช่รายได้สัมบูรณ์

ฉะนั้นผู้เขียนจึงเห็นว่าผลการสำรวจของ World Database of Happiness ค่อนข้างสอดคล้องกับข้อเสนอของริชาร์ด เลยาร์ด ที่ศึกษาไว้ก่อนหน้านี้ว่าความสุขของประเทศที่พัฒนาแล้วแทบจะไม่เปลี่ยนแปลงเลย หรือกล่าวอย่างง่ายคือความสุขไม่ได้เพิ่มขึ้นเมื่อรายได้หรือเงินเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญแต่ประการใด แม้ว่าจะมีวิธีการวัดความสุขที่แตกต่างกันก็ตาม ในปัจจุบันแนวคิดดังกล่าวได้ถูกนำไปปรับใช้ในการวัดความสุขของประเทศต่างๆ เช่น สหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา นิวซีแลนด์ แคนาดา เป็นต้น

นอกจากการวัดดังกล่าวแล้วยังมีการวัดที่เรียกว่า HPI หรือ Happiness Planet Index ซึ่งหาจาก $HPI = \text{Life Satisfaction} + \text{Life Expectancy} \div \text{Ecological Footprint}$ โดยการนำผลรวมความพึงพอใจในชีวิตกับความคาดหวังในชีวิต เป็นตัวตั้งแล้วหารด้วยความสูญเสียของภาวะนิเวศน์หรือสภาพแวดล้อม ซึ่งหากวัดโดยวิธีนี้ประเทศที่มีความสุขมากที่สุดในโลก คือประเทศวานูอาตู ส่วนประเทศที่พัฒนาแล้วหรือประเทศโลกตะวันตกติดอันดับที่มากกว่าลำดับที่ 100 ขึ้นไป ซึ่งการนำสภาพแวดล้อมเข้ามาคิดด้วยทำให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจแบบสีเขียวหรือ Green Growth ที่มุ่งการเติบโตทางเศรษฐกิจที่อยู่บนพื้นฐานของความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมด้วยนั่นเอง

การพัฒนาแนวคิดความสุขในประเทศไทย

ในประเทศไทยกล่าวได้ว่า พระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวที่ได้ พระราชทานในพิธีราชาภิเษกเมื่อหกสิบกว่าปีที่แล้วว่า “เราจะครองแผ่นดินโดยธรรม เพื่อประโยชน์สุขแก่มหาชนชาวสยาม” ซึ่งเราชาวไทยทุกคนภาคภูมิใจในหลักคิดที่พระราชทาน เป็นการริเริ่มแนวความคิดความสุขในประเทศไทย

อย่างไรก็ดี การพัฒนาประเทศไทยที่ผ่านมาเป็นผลผลิตของยุคสมัย กระแสการพัฒนาแบบตะวันตกที่เทคโนโลยีของไทยในสมัยนั้นเชื่อว่าการเพิ่มรายได้โดยการเพิ่มการผลิต เพิ่มการบริโภค เพิ่มการจ้างงาน การมีโครงสร้างพื้นฐานที่ดีนำมาซึ่งเศรษฐกิจเติบโต (Growth) และมีภาวะทันสมัย (Modernization) ก่อให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจแบบตะวันตกและมีวิถีชีวิตแบบตะวันตก (Western Life Style) **ดังนั้นคือการพัฒนา** ซึ่งตั้งแต่การพัฒนาจากแผนที่ 1 ถึงแผนที่ 7 ประเทศไทยได้มีการปรับเปลี่ยนกระบวนการทัศน์ในการพัฒนาประเทศแนวทางดังกล่าวมาตลอดซึ่งส่งผลให้ประเทศไทยวิ่งไปตามกระแสโลกความสุขในช่วงเวลานี้จึงถูกนิยามเป็นความสุขเชิงวัตถุเท่านั้น

หากต่อมาพบว่าการพัฒนาเศรษฐกิจตามกระแสหลักนั้นไม่อาจเรียกว่าเป็นการพัฒนาคนส่วนใหญ่และยั่งยืนได้ เป็นเพียงการสร้างเศรษฐกิจเติบโตให้กลุ่มคนที่ได้เปรียบทางเศรษฐกิจอยู่แล้วให้เติบโตมากยิ่งขึ้น เกิดการกระจายรายได้ที่มีความแตกต่างมากยิ่งขึ้น ปัญหาความยากจนยังเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง สร้างปัญหาการลดลงของทรัพยากรทุกชนิด ทุกประเภทจากการพัฒนาเศรษฐกิจ รวมทั้งปัญหาของการเพิ่มขึ้นของประชากร เมื่อมีการเพิ่มขึ้นของการบริโภค ในแต่ละประเทศและของโลก โดยภาพรวมนั้น ในขณะเดียวกันกลับจะเพิ่มความเสี่ยงโศกนาฏกรรมและเป็นพิษให้กับสังคมโลกและประเทศไทยมากขึ้น

ประเทศไทยได้นำเอาประสบการณ์ผลพวงแห่งปัญหาที่เกิดจากการพัฒนาที่มุ่งการเติบโตทางเศรษฐกิจและภาวะทันสมัยเพียงอย่างเดียว มาปรับเปลี่ยนกระบวนการทัศน์การพัฒนา การรับแนวคิดการพัฒนากระแสทางเลือกที่มุ่งเน้นความสุขมวลรวมประชาชาติหรือ GNH (Gross National Happiness) ที่ประกาศโดยสมเด็จพระราชาธิบดีจิกมี ซิงเย วังชุกแห่งราชอาณาจักรภูฏาน เมื่อปี พ.ศ. 2515 นั้น (อ้างใน Thinley, Jigmi Y : 2005) และได้ให้นิยามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงของสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ซึ่งพระราชทานแก่ประชาชนคนไทยเมื่อปี พ.ศ. 2533 มากำหนดการวางแผนการพัฒนา ทำให้เกิดการเชื่อมโยงการพัฒนาความสุขเข้ากับการวางแผนพัฒนาประเทศไทย ซึ่งปรากฏอยู่ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 และฉบับที่ 9 ที่เน้นคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาควบคู่กับการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) และเศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Development) ซึ่งจากการศึกษาวิจัยของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ร่วมกับมหาวิทยาลัย เชียงใหม่ เสนอ ความสัมพันธ์ระหว่าง **ทุนที่เป็นเงิน** กับ **ทุนที่เป็นความสุข** พบว่าคนรวยจะมีความสุขสูงสุดจากเงินจำนวนมหาศาลที่มีอยู่ แม้จะมีเงินมากขึ้น ก็ไม่สามารถเพิ่มความสุข /ความสุขได้อีก แต่พบว่าถ้าหากคนรวยบริจจาคเงินบางส่วนในการทำบุญ จะทำให้มีความสุขมากขึ้น ขณะเดียวกัน คนจนเมื่อได้รับความเกื้อกูล ก็จะมีสุขเพิ่มขึ้นเช่นกัน นอกจากนี้ยังชี้ให้เห็นว่า เศรษฐกิจพอเพียงเป็นหลักคิดพื้นฐานให้มนุษย์มีความสุขอย่างยั่งยืน (คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2550) สอดคล้องกับงานวิจัยของเลয়ারด์ที่ว่า ในระดับบุคคล การกระทำที่ถูกต้องตามจริยธรรม การทำความดีเป็นสิ่งที่สร้างความสุขมากที่สุดด้วยเช่นกัน (Layard, 2005 : 111-112)

แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 ในปัจจุบัน ที่มุ่งความอยู่เย็นเป็นสุขของประชาชน เน้นความสุขอันเป็นเป้าหมายของการพัฒนา ซึ่งสอดคล้องกับเจเรมี เบนธัม (Jeremy Bentham) เคยเสนอเมื่อศตวรรษที่ 18 ว่า The Greatest Happiness Principle ว่าสังคมที่ดีที่สุดคือสังคมที่ประชาชนมีความสุขที่สุด หากตีความแบบเบนธัมแล้วนโยบายที่ดีที่สุดคือนโยบายที่สร้างให้คนมีความสุขมากที่สุด ดังนั้นในแผนพัฒนาฯ 10 ซึ่งกำหนดยุทธศาสตร์อยู่ดีมีสุข โดยยึด คน เป็นศูนย์กลางของการพัฒนา และพัฒนาองค์ประกอบและตัวชี้วัดได้แก่ การมีสุขภาวะ ครอบครัวยุคใหม่ ชุมชนเข้มแข็ง เศรษฐกิจเข้มแข็งและเป็นธรรม สภาพแวดล้อมและระบบนิเวศสมดุล สังคมประชาธิปไตยที่มีธรรมาภิบาล จึงเป็นทิศทางของการพัฒนาที่เน้นความสุขมากที่สุดตั้งแต่เคยมีแผนพัฒนาและนโยบายสาธารณะมา

อย่างไรก็ดีแผนยุทธศาสตร์อยู่ดีมีสุขในสมัยรัฐบาลนายสมัคร สุนทรเวชเป็นนายกรัฐมนตรี ได้ถูกยกเลิกการดำเนินการและงบประมาณทั้งหมด โดยการนำนโยบายและโครงการประชานิยมมาให้ประชาชนแทน

นอกจากนี้พัฒนาการของการพัฒนาประเทศที่กำหนดโดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) แล้ว ยังมีการวัดความสุขที่กระทำโดยหน่วยงานซึ่งดำเนินการวัดความสุขในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของสุขภาพทางจิตใจของแต่ละบุคคล ได้ดำเนินการมานานแล้วคือกรม

สุขภาพจิต ซึ่งมีการพัฒนาตัวชี้วัดมาโดยตลอด ซึ่งรัฐบาลและประชาชนคนไทยส่วนใหญ่ เข้าใจว่าการวัดความสุขเป็นเรื่องของการวัดความปกติทางจิตใจที่ไม่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา **ตรงนี้จะต้องทำความเข้าใจกันเสียใหม่**

ปัจจุบันสถาบันการศึกษาเช่นสถาบันวิจัยเอแบคโพลล์ก็ได้ดำเนินการวัดความสุขของคนไทย เช่นกันทั้งในกรุงเทพฯ และในประเทศ เป็นระยะๆ อาจได้กล่าวได้ว่าการวัดความสุขดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของการนำข้อเท็จจริงของความรู้สึก ทศนคติ ความเชื่อบางส่วนที่สะท้อนความสุขของผู้คนในสังคมในช่วงระยะเวลาหนึ่งๆ อย่างไรก็ดี ข้อมูลของกรมสุขภาพจิต การวิจัยความสุขในลักษณะโพลล์ดังกล่าว ไม่ค่อยได้ถูกนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจของรัฐบาลและผู้ที่เกี่ยวข้องในการวางนโยบายและยุทธศาสตร์ของชาติเท่าที่ควร

อุปสรรคการพัฒนาแนวคิดความสุขในประเทศไทย

การกำหนดแนวทางในการพัฒนา อาศัยปรากฏการณ์ หรือข้อมูลเชิงประจักษ์ที่เคลื่อนไหว (Dynamic) ของกระแสปัญหา กระแสนโยบาย กระแสการเมือง (Stream & Window Policy) ผสมผสานกับการนำแนวคิดทฤษฎีที่เห็นว่าจำเป็นในบริบทนั้นมาใช้ในการกำหนดการวางแผนพัฒนาประเทศ ดังนั้น จึงเป็นเรื่องการให้คุณค่าและค่านิยมของแต่ละคน แต่ละกลุ่ม แต่ละสังคมอาจให้น้ำหนักและคุณค่าแตกต่างกัน ทั้งนี้การพัฒนาจึงเป็นผลผลิตของการกล่อมเกลและการเรียนรู้ การมีรับรู้ (Perception) การมีทัศนคติที่แตกต่าง อันเกิดจากการมองเห็น (Seeing) ที่มาจากประสบการณ์และความรู้ที่แตกต่าง ทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องหรือมีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ตระหนักถึง คุณค่าเรื่อง การพัฒนา เรื่องเดียวกัน อาจแตกต่างกันได้ โดยเฉพาะเรื่องที่จับต้องได้และนับได้ กับเรื่องที่เป็นนามธรรมและวัดได้น้อยหรือไม่ได้เลย หรือเรื่องที่เป็นตัวเงินกับเรื่องที่เป็นคุณค่าหรือค่านิยมบางอย่าง เป็น Big Tradeoff ที่ต้องเลือกอย่างใดอย่างหนึ่ง (Okun: 1903) ดังนั้นการมองเห็นที่ตรงกัน จึงไม่ใช่จะเกิดขึ้นได้ง่ายๆ (W.T. Stace อ้างใน E.D.Kleme and others, 1998: p. 352-353) การทำให้ผู้คนในสังคมทั้งในระดับบุคคลและระดับชาติเห็นถึงความสำคัญ ตระหนักและร่วมมือเป็นภาคีการพัฒนาในทิศทางเดียวกันได้นั้นต้องใช้เวลาพอสมควร ดอกผลที่เกิดจากการพัฒนาที่สำเร็จจึงต้องใช้เวลาที่ต้องผลักดันและสร้างกระบวนการเรียนรู้ สร้างพลังปัญญาให้กับคนในสังคมเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่แท้จริง

นอกจากนี้ผู้เขียนขอเสนอเพิ่มเติมว่าเงื่อนไขทางการเมืองก็เป็นประเด็นที่ทำให้การสร้างสังคมที่ดีที่ตั้งใจ ไม่ได้เกิดขึ้นง่ายๆ แม้ว่าจะมีแนวคิด ทฤษฎี ข้อเท็จจริงที่สนับสนุนมากก็ตาม แต่การโน้มน้าวฝ่ายการเมืองให้เห็นกับข้อเสนอของหน่วยงานวางแผนพัฒนาเช่นสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาตินั้นก็ไม่ใช่ว่าจะเห็นพ้องต้องกันหมด ตรงข้ามบางครั้ง ฝ่ายการเมืองเป็นผู้กำหนด และภูมิทิศทางการพัฒนาประเทศมากกว่าฝ่ายข้าราชการเสียด้วยซ้ำ อนึ่งการวางแผนพัฒนา การกำหนด นโยบาย สาธารณะ และยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ เป็นเครื่องมือในการบริหารประเทศและมีความสำคัญต่อนักการเมืองในฐานะที่สนองตอบต่อความต้องการของประชาชน ต่อผู้เลือกตั้งหรือ Voter นั่นเองเป็น

ผลประโยชน์ที่ทั้งนักการเมืองและผู้ลงคะแนนได้ประโยชน์หรือที่ แอนโทนี ดาวส์ (Antony Downs) เรียกว่า Pocket Book Voter (ใน Parsons: 1995) ด้วยจุดอ่อนของ ระบบประชาธิปไตยแบบตัวแทน (Representative Democracy) ที่ทำให้นักการเมืองต้องสร้างพลังอำนาจทั้งทางการเมืองและไม่ใช่ทางการเมืองต่อระบบราชการที่ตนควบคุมอยู่ เพื่อสร้างฐานเสียงทางการเมือง ขายนโยบายที่ถูกใจ (นโยบายประชานิยม) ซึ่งจะถูกต้องหรือไม่ ไม่ใช่ประเด็นที่มีความสำคัญเท่าผลประโยชน์ทางการเมือง ซึ่งการเมืองประชานิยมไม่ได้หมายความว่านโยบายที่ประชาชนไม่มีความสุข อาจเป็นนโยบายที่สร้างความสุขในระยะสั้นได้ดีมากกว่านโยบายอื่นๆ เสียด้วยซ้ำ แต่ในระยะยาวอาจสร้างความสุขน้อยหรือไม่สร้างความสุขเลยก็ได้ ซึ่งต้องมีการติดตามและศึกษาต่อไปอีกว่า การเปลี่ยนรัฐบาลแล้วนโยบายประชานิยมช่วยสร้างความสุขได้เพิ่มขึ้นจากยุทธศาสตร์อยู่ดีมีสุขของรัฐบาลพลเอกสุรยุทธ์ จุลานนท์หรือไม่

อย่างไรก็ดี ผู้เขียนเห็นว่ารัฐบาลปัจจุบัน (รัฐบาลที่มีนายสมัคร สุนทรเวชเป็นนายกรัฐมนตรี) กำลังนำประเทศกลับไปเป็นเช่นดังแผนพัฒนาที่ 1- 7 ที่เน้นการสร้างเศรษฐกิจที่เข้มแข็ง จิตความสามารถในการแข่งขันมากกว่าการสร้างสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมที่สมดุลในเจตนารมณ์ของแผนพัฒนาฯ 10 การพัฒนาที่เน้นการเติบโตทางเศรษฐกิจสูงสุดในเวลานั้นนั้น ไม่ได้นำประสิทธิผลของผลของการพัฒนาจากแผนพัฒนาฯ 1- 4 ที่ชี้ให้เห็นว่าวิธีการดังกล่าวไม่ได้นำไปสู่ผลลัพธ์ที่เป็นเป้าหมายเสมอไป (Means does not justify the Ends) แม้ว่าผู้คนจะมีรายได้ที่สูงขึ้นจากเมื่อก่อนก็ตาม แต่ผู้คนก็มีความสุขไม่ เช่นดังปลายเดือนสิงหาคม 2551 เอแบคโพล ทำการวัดความสุขของคนไทยพบว่าลดลงจนได้คะแนนเฉลี่ย 4 จาก 10 คะแนน นอกจากนี้แล้วการสั่งสมของปัญหาการกระจายรายได้ของคนรวย คนจนกลับมากขึ้น ปัญหายากจนที่ไม่มีที่ท่าจะหมดไป ปัญหาการสูญสิ้นของทรัพยากรที่หมดเร็วขึ้นจากการบริโภคที่ยั่งยืนในยุคนิยมแบ่งบานเช่นนี้

ผู้เขียนขออวยว่รัฐบาลกำลังทำลายฐานรากที่ดีในการสร้างสังคมที่เข้มแข็ง ของการพัฒนาแบบบูรณาการเป็นองค์รวมที่มีคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา ซึ่งใช้หลักภูมิสังคมที่มี กระบวนการพัฒนาจากล่างขึ้นบนและการพึ่งพาตนเอง ระเบิดจากข้างในเป็นพลังปัญญาเพื่อการพัฒนาประเทศตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงและการสร้างความสุขที่แท้จริงจึงจะเป็นเป้าหมายในการพัฒนา และแน่นอน ผู้เขียนย่อมไม่ได้หมายถึงว่าจะไม่เอาการเติบโตทางเศรษฐกิจ หรือตัวชี้วัดการพัฒนาทางเศรษฐกิจ แต่อยากที่จะกระตุ้นให้คำนึงถึงการพัฒนาที่รอบด้านต้องมีดัชนีการพัฒนาด้าน ดัชนีคุณภาพชีวิต ดัชนีความสุขมวลรวม ควบคู่กัน อย่างเท่าเทียมกับตัวชี้วัดการพัฒนาเศรษฐกิจด้วย เราจะพัฒนาประเทศที่เศรษฐกิจเติบโต พัฒนาสังคมที่เหลื่อมอยู่ ท่ามกลางความเสื่อมโทรมของภาวะแวดล้อม และจิตใจที่ไม่มีมีความสุขของผู้คนทั้งวันนี้และวันหน้าได้อย่างไร

โดยเฉพาะการยื้อยืงทิศทางการพัฒนาที่ควรจะเป็น โลกทุกวันนี้มุ่งการพัฒนาที่ยั่งยืนมากขึ้นและให้ความสำคัญมวลรวมประชาชาติหรือ GNH (Gross National Happiness) มากขึ้น ควบคู่กับ GDP (Gross Domestic Product) หรือ GNP (Gross National Product) การพัฒนาที่อยู่เย็นเป็นสุขไม่ได้หมายความว่าไม่มีทุกข์เลย แต่หมายถึงมีสุข มีทุกข์อย่างสมดุลแห่งชีวิต เข้มแข็งของจิตใจ เข้มแข็งของกาย ของชุมชน ของ

เครือข่าย ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และเข้มแข็งของชาติ เป็นดุลยภาพแห่งชีวิต (เสรี พงศ์พิศ, 2549) การพัฒนาที่ไม่สามารถสร้างให้ผู้คนมีความสุขอย่างยั่งยืนได้ จะเรียกว่าการพัฒนาได้อย่างไร

ดังนั้นการใช้แนวคิดความสุข มาเป็นกระบวนทัศน์ (Paradigm) ร่วมในการพัฒนาประเทศ ผู้เขียนเห็นว่าเป็นสิ่งจำเป็น สำคัญและต้องคอยติดตาม ประเมินผลเป็นระยะไม่แตกต่างจากการติดตาม ตัวเลขการเติบโตทางเศรษฐกิจของ GDP

สรุปส่งท้าย

บทความนี้นำเสนอแนวคิดกระแสการพัฒนาที่เน้นความสุขเป็นเป้าหมายของการพัฒนา ซึ่งแนวคิดการพัฒนาที่เน้นความสุขไม่ใช่การพัฒนาที่จัดการพัฒนาเศรษฐกิจที่เน้น GDP ออกไปแต่เป็นการให้ความสำคัญของการพัฒนาที่มองว่าการพัฒนาเศรษฐกิจเป็นเพียงวิธีการหนึ่งในหลายวิธีการที่จะนำพาความสุขมาสู่ผู้คน การพัฒนาที่มีความหมายที่กว้างและลึกซึ้งกว่าการเพิ่มขึ้นของตัวเลขเชิงปริมาณเท่านั้น จำเป็นต้องหามิตรความสุขของแต่ละสังคมและสร้างสังคมที่มีความสุขให้เกิดขึ้น ทั้งนี้เศรษฐกิจพอเพียง การพัฒนาที่ยั่งยืน เศรษฐศาสตร์เชิงพุทธ การพัฒนาที่เน้นเสรีภาพ ฯลฯ ต่างก็สัมพันธ์และผลักดันให้เกิดสังคมที่เป็นสุขได้

การที่จะสร้างความสุข ไม่ใช่เพียงการทำให้ชีวิตเป็นอยู่ของผู้คนดีขึ้น หรือรายได้ดีขึ้นเท่านั้น แต่อยู่ที่เร่งทำความเข้าใจว่า อะไรคือความสุข และอะไรคือปัจจัยที่ทำให้เกิดความสุข ซึ่งบางครั้งปัจจัยเช่นนี้ไม่ใช่เพียงรายได้เท่านั้น การพัฒนาจึงไม่ใช่เรื่องของสิ่งที่ทำให้ทำอะไรให้เกิดขึ้นเท่านั้น หากอยู่ที่การคิด ทบทวน แนวทางในการพัฒนาด้วย

สังคมไทยจำเป็นต้องเร่งสร้างความเข้าใจ แนวคิดความสุขกับการพัฒนาและมีการพัฒนานโยบาย และโครงการต่อเนื่องเพื่อให้เกิดพลังปัญญาที่จะสร้างสังคมที่เป็นสุข สมดุลทั้งกาย (วัตถุ)และจิตใจ การบริโภคที่สมดุลกับธรรมชาติ ความยั่งยืนในการพัฒนาที่บ่งชี้ถึงการพัฒนาที่แท้จริง (Real Development)

บรรณานุกรม

- คณะเศรษฐศาสตร์, วารสารมหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 2550.
- สเก็คดาว วัฒนลี. (2550). **เศรษฐกิจพอเพียง ความสุขและการพัฒนาที่ยั่งยืน**. กรุงเทพฯ : สำนักพัฒนา
นโยบายสาธารณะ สำนักนายกรัฐมนตรี.
- เสรี พงศ์พิศ. (2550). **เศรษฐกิจพอเพียง เกิดได้ ถ้าใจปรารถนา**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์พลังปัญญา.
- Brooks, Arthur C. (2008). **Gross National Happiness**. New York : Basic Books Group.
- Chung Rae Kwon. Nikolova, Aneta Slaveykova and Olsen, Simon Hoiberg. (2007). **Happiness and
Economic Growth : Green Growth as Regional Strategy For the Well-being of All
Environment Sustainable Development Division (ESDD), UNESCAP.**
- Donnelly, Suellen. **How Bhutan can Measure and develop GNH. Gross National Happiness**. The
center for Bhutan Studies, Thimphu.
- Dwivedi , O.P. (1994). **From Underdevelopment to Sustainable Development**. London :Macmillan
Press.
- Fisher, M. Catherine. (2007). **Msc Neo-Happiness Approach: Lessons from Past Paradigms to
Promote the Inclusion of Happiness in International Development**.
- Klemke, E.D. and others. (1998). **Introductory Readings in Philosophy of Science**. New York :
Prometheus Books.
- Layard , Richard. (2005). **Happiness Lesson from a New Science**. London :The Penguin Press.
- Matinussen, John. (1997). **Society, State and Market**. New York : Zed Books.
- Okun, Arthur M. (1903). **Equality and Efficiency the Big Tradeoff**. Washington, D.C.: The
Brookings Institution.
- Parsons, Wayne. (1995). **An introduction to the theory and practice of policy analysis**. UK :
Edward Elgar Publishing Limited.
- Sen, Amartya. (1984). **Resources, Values and Development**. Oxford : Basil Blackwell.
- _____. (1999). **Development as Freedom**. New York : Random House.Inc.
- Stiglitz, Joseph. (2006). **Making Globalization Work**. New York : Penguin Books.
- Thinley, Jigmi Y. (2005) **‘What Does Gross National Happiness Mean?’**, **Second International
Conferences on Gross National Happiness: Rethinking Development Local Pathways to
Well-being**. Nova Scotia, Canada : St. Francis Xavier University.
- Veenhoven, Rutt. (2007). **Happiness in Nations. World Data Base of Happiness 1990**. [Online]
Available: <http://world.databaseofhappiness.eur.nl>.

การประยุกต์หลักพุทธธรรมกับวิถีชีวิตชุมชน

อาจารย์สุทธิพงศ์ ปานเพ็ชร

อาจารย์ประจำหมวดวิชาศึกษาทั่วไป คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

บทคัดย่อ

บทความการวิจัยชิ้นนี้สนองตอบวัตถุประสงค์เรื่องการเสนอแนะวิธีการประยุกต์หลักพุทธธรรมมาใช้ในชุมชน โดยผ่านกระบวนการวิจัยเรื่อง “การศึกษาการก่อตัวของชุมชนด้วยหลักพุทธธรรมในเขตกรุงเทพมหานคร ” โดย นายสุทธิพงศ์ ปานเพ็ชร มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต เมื่อปี 2007 เป็นการประยุกต์มาจากผลการพิสูจน์เกี่ยวกับการปฏิบัติของคนในชุมชน โดยพิจารณาวิธีการใช้ คือ หลักเบญจศีล สังคหวัตถุ หลักทฤษฎีธรรมมีกัตถประโยชน์ และหลักมรณวาสธรรม เป็นหลักปฏิบัติทั่วไปสำหรับคนในทุกๆ ชุมชน

Abstract

The researcher has studied the effectiveness of the application of Buddhaddhamma principle for community's livelihood, which is a further step from studying a research work entitled “The Study of the Formation of Community in Bangkok with Buddhaddhamma Principles” by Sutthipong Parnpechra, published at Dhurakij Pundit University in 2007. The studied Bhuddhadhamma principles within this research area are: The Five Precepts, Bases of Sympathy, Virtues Conducive to Benefits in the Present, and Virtues for Lay People.

บทนำ

ตั้งแต่ปีพุทธศักราช ๒๐๐ เศษ ดินแดนประเทศไทยอยู่กันอย่างเป็นอิสระ ไม่ได้รวมตัวกัน อย่างเช่นปัจจุบัน พระพุทธศาสนาได้ค่อยๆ เข้ามาอย่างแผ่วเบา ซึมซับและหยั่งรากแก้วลงไป ในวิถีชีวิต ของประชาชนในดินแดนแห่งนี้ ทำให้ประชาชนได้เปิดโลกทัศน์ในเรื่องชีวิตและเข้าใจหลักธรรมอย่าง น่าฟัง เพราะหลักธรรมคำสอนซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญได้เข้ามาอยู่ในสายเลือดอันบริสุทธิ์อย่างไม่มีข้อผูกมัด เพิ่มความเป็นอิสระให้แก่ความเป็นมนุษย์ในพื้นที่บริเวณนี้ได้อย่างสมบูรณ์แบบ

กระทั่ง ดินแดนประเทศไทยได้ถูกผนวกเข้าด้วยกัน โดยมีสุโขทัยเป็นราชธานี ความเชื่อที่ได้รับ จากอิทธิพลของพระพุทธศาสนาเป็นทั้งความเชื่อในระดับพื้นฐานของบุคคล สังคม และการบริหาร ประเทศ ผู้นำประเทศมีบทบาทสำคัญต่อการขยายผลความเชื่อให้เข้าไปแทรกซึมอยู่ในความคิดและวิถีชีวิต ของประชาชนในประเทศจวบจนถึงปัจจุบัน

บทความชิ้นนี้เขียนขึ้นเพื่อสนองวัตถุประสงค์ของงานวิจัยที่ผู้เขียนได้ศึกษาวิจัยและได้เห็นวิถีชีวิตชุมชนและของคนตั้งแต่มีอายุน้อยไปถึงระดับอาวุโสซึ่งได้นำหลักพุทธธรรมมาเกี่ยวโยงเข้ากับชีวิตได้อย่างกลมกลืน ในที่นี้จะกล่าวถึงเฉพาะเนื้อหาวิชาการที่เกี่ยวกับการนำผลการศึกษามาประยุกต์ในแบบวิธีง่าย ๆ ตามความมุ่งหมายของหลักธรรมเพื่อนำเสนอถึงวิธีการนำหลักพุทธธรรมมาประยุกต์ใช้ในชุมชน

การนำหลักพุทธธรรมมาหล่อหลอมชุมชนเป็นหนทางหนึ่งที่สามารถช่วยแก้ปัญหาให้กับชุมชนได้ในระดับหนึ่ง ทำให้เกิดการตระหนักถึงความสำคัญและเข้าใจบทบาทของตนในชุมชนได้ดีขึ้น โดยไม่ต้องอาศัยกลไกของรัฐเข้ามารับผิดชอบมากนักต่อการนำหลักพุทธธรรมมาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต

การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายคือชุมชนเขตกรุงเทพมหานคร เพราะชุมชนเหล่านี้เดิมเป็นชุมชนพิเศษที่ห่างไกลความเจริญ มีอาชีพทำไร่ทำนาเหมือนกับชุมชนชนบทในภูมิภาคอื่นๆ ของประเทศไทย ชุมชนเขตกรุงเทพมหานครมีการเคลื่อนไหวของชุมชนตลอดเวลา ไม่เหมือนกับชุมชนในชนบทซึ่งมีความคงที่ ไม่ได้มีความหลากหลายในการพัฒนา ส่วนใหญ่ก็อยู่ในวงจำกัด ชุมชนได้รวบรวมและหล่อหลอมความเป็นคนไทยตามสภาพที่แท้จริง สร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนใหม่ เน้นการให้ประชาชนในชุมชนเป็นศูนย์กลางและเป็นหัวใจของการพัฒนา ในอดีตหลักพุทธธรรมเป็นส่วนหนึ่งของการก่อร่างสร้างตัวที่ชุมชนไทยได้นำมาเป็นกรอบในการสร้างสรรค์ชุมชน

วัฒนธรรมพื้นบ้านมีความสำคัญมากทั้งในแง่จิตใจ เอกัตถย และความภาคภูมิใจของคนไทย อีกทั้งทำให้เกิดพลังผลักดันที่จะพัฒนาท้องถิ่น ชุมชน และประเทศชาติ เพราะถ้าหากวัฒนธรรมชุมชนหรือวัฒนธรรมพื้นบ้านมีอยู่ รูปแบบขององค์กรต่าง ๆ ก็สามารถถือพื้นให้กลับมามีชีวิตได้ แต่ทั้งนี้การเปลี่ยนฐานระบบเศรษฐกิจดั้งเดิมมาเป็นทุนนิยมทำให้หมู่บ้านไม่มีกำลังในการพัฒนา เพราะวัยทำงานจะออกจากหมู่บ้านเพื่อหาเลี้ยงชีพ และกลับภูมิลำเนาเมื่อจำเป็นเท่านั้น แม้กลับมาก็นำวัฒนธรรมของสังคมอีกรูปแบบหนึ่งเข้ามาซึมซับเข้าไปในชุมชนของตนโดยไม่รู้ตัว

หลายชุมชนได้สร้างกรอบในการดำเนินชีวิตที่หลากหลายวิธี อันเป็นแบบเฉพาะของ แต่ละชุมชน ดังจะเห็นได้จากรูปแบบการรวมตัว การทำกิจกรรมตามหลักความเชื่อของตน การรวมตัวกันในวัด วาอารามต่างๆ ศูนย์ สภา หรือศาลาประจำชุมชนเพื่อทำบุญ การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อแก้ปัญหาชีวิต การช่วยกันดูแลเยาวชนของตนให้มีทักษะในการดำเนินชีวิตโดยอาศัยหลักพุทธธรรมเป็นสื่อกลางในการประสาน ชุมชนให้เกิดความเข้มแข็ง โดยเฉพาะในชุมชนชาวพุทธ ซึ่งจะใช้เวลาส่วนใหญ่ปฏิบัติตนตั้งแต่ตื่นนอนถึงเข้านอนตามหลักพุทธธรรม ถือได้ว่าเป็นวิถีชีวิตของชุมชนโดยมีวัดเป็นศูนย์กลางจิตใจได้เป็นอย่างดี

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อเสนอแนะวิธีการนำหลักพุทธธรรมมาประยุกต์ใช้ในชุมชน

กรอบแนวคิด

การกำหนดกรอบแนวคิดเป็นไปตามรูปแบบพื้นฐานของงานวิจัย โดยยกภาพรวมของกรอบงานวิจัยก่อนที่จะเข้าสู่การประยุกต์หลักพุทธธรรมในวิถีชีวิตชุมชน เป็นการกำหนดกรอบแนวคิดที่มุ่งประเด็นที่วิธีการประยุกต์หลักพุทธธรรมจากข้อมูลทั่วไปสู่หลักพุทธธรรมที่เป็นจุดร่วมของชุมชนซึ่งเป็นผลต่อการก่อตัวร่วมกันในชุมชน และทำให้ชุมชนมีความเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น

สมมติฐาน

ผู้วิจัยมุ่งเน้นการนำสมมติฐานด้านการประยุกต์หลักพุทธธรรมอันเป็นหลักพื้นฐานในพระพุทธศาสนาที่จะให้บุคคลดำรงตนอยู่ในครรลองครองธรรมที่แท้จริงมาใช้ โดยตั้งสมมติฐานว่าการประยุกต์หลักพุทธธรรมมีผลต่อการใช้ในชีวิตประจำวันของคนในชุมชน

ขอบเขตของการวิจัย

เป็นการนำหลักพุทธธรรมเฉพาะส่วนที่เป็นหลักพื้นฐานมาเป็นแนวทางในการประยุกต์หลังจากนำผลการวิจัยมาวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีขอบเขตของการศึกษาดังนี้

- 1 ศึกษาเฉพาะชุมชนในเขตหลักสี่และเขตบางขุนเทียน
- 2 สัมภาษณ์ผู้นำชุมชน ผู้รู้ และพระสงฆ์ที่อาศัยอยู่หรือเคยอยู่ในชุมชนเขตหลักสี่และเขตบางขุนเทียนไม่ต่ำกว่า 10 ปี ขึ้นไป

นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

ชุมชน หมายถึง องค์กรทางสังคมที่มีบริเวณ สมาชิกตอบสนองความต้องการพื้นฐาน แก้ปัญหาส่วนใหญ่ของตนเองภายใต้กฎหมายหรือข้อบังคับอันเดียวกัน มีความร่วมมือ รู้สึกเป็นเจ้าของ มีการเผชิญหน้ากันอย่างสันติสนม มีภาษาพูด จารีตประเพณี มีพฤติกรรมไปตามเจตคติ ซึ่งเป็นไปในทำนองเดียวกัน รวมทั้งการเอื้ออาทรต่อกัน มีความพยายามทำอะไรร่วมกัน มีการเรียนรู้ร่วมกันในการกระทำซึ่งรวมทั้งการติดต่อสื่อสารต่อกันอย่างตรงไปตรงมา

แนวคิดชุมชน หมายถึง คุณลักษณะพิเศษของสังคมไทย คือ จิตวิญญาณและอุดมการณ์ของชุมชน อันทำให้เกิดประเพณี พิธีกรรมเพื่อผสมผสานให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมได้อย่างสมดุล

หลักพุทธธรรม หมายถึง หลักธรรมคำสอนของพระพุทธเจ้าอันเป็นพื้นฐานแห่งการดำเนินชีวิต และกระบวนการความจริงทางธรรมชาติและสังคม

การประยุกต์หลักพุทธธรรม หมายถึง การนำหลักพุทธธรรมทางพระพุทธศาสนาไปปรับใช้ในชีวิตและชุมชนให้เข้ากับสภาพการณ์ที่แท้จริงที่สามารถพิสูจน์ได้ เช่น หลักเบญจศีล สังคหวัตถุ หลักทฤษฎีธรรมมีกัตถประโยชน์ และหลักฆราวาสธรรม

แนวคิดหลักพุทธธรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กิจกรรมทางพระพุทธศาสนาเป็นแนวร่วมที่หล่อหลอมให้ประชาชนหรือชาวบ้านที่มีความเชื่อและความผูกพันต้องปฏิบัติโดยมีกรอบศีลธรรมเป็นหลัก การรวมตัวกันของคนในอดีตจนถึงปัจจุบันถ้าหากมองให้ลึกซึ้งก็จะเห็นว่าศูนย์กลางของชุมชนในประเทศไทยส่วนใหญ่คือวัดทางพระพุทธศาสนาซึ่งเป็นที่พึ่งทางใจและเป็นที่ยอมรับของคนไทยและชุมชนไทย ทำให้การปฏิบัติของชาวพุทธก็รู้สึกคิดถึงคนอื่น เพราะชาวพุทธต้องมีเมตตาและเห็นแก่ประโยชน์เกื้อกูลมหาชน ศีลธรรมจึงเป็นการมองถึงประโยชน์ของส่วนรวมเป็นที่ตั้ง

หลักฐานทางประวัติศาสตร์ที่บ่งบอกถึงชนเผ่าไทยในยุคโบราณก่อนพุทธกาลนั้นแสดงให้เห็นว่า พวกเราชาวไทยมีวัฒนธรรมดั้งเดิม มีภูมิธรรมและจิตใจสูงส่งเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว ครั้นเมื่อมาได้รับวัฒนธรรมจากพุทธศาสนาเป็นหลักจริยศาสตร์สังคม ที่เกี่ยวกับข้อปฏิบัติชีวิตประจำวันพวกเราชาวไทยจึงยึดมั่นปรัชญาคำสอนของพุทธศาสนายิ่งกว่าชนชาติอื่นๆ การพบของใหม่ที่ดีกว่า ละเอียดยิ่ง และประณีตกว่าของเดิมที่ตนมีอยู่ จึงทำให้รีบรับความคตินั้นทันทีและพากันถือปฏิบัติโดยเคร่งครัดตลอดมาจนถึงปัจจุบัน หลักการของพุทธศาสนานั้นเน้นความอยู่รอดของสังคมและสังคมจะยึดกฎทางศีลธรรมเป็นหลัก กฎของสังคมจะต้องอ่อนแออย่างที่สุด นอกเสียจากจะมีศาสนาเป็นพื้นฐาน ศาสนาที่เข้าใจกันเป็นกฎทางศีลธรรมนั้นจะต้องใช้หลักการปกครองของสังคมทุกสังคมที่จำเป็น (ชะลอ อุทกภาชน, 2514 : 22)

แนวคิดเรื่องหลักพุทธธรรมเป็นหลักที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตทุกด้านทั้งเรื่องสิทธิส่วนบุคคล สิทธิครอบครัว สิทธิทางสังคม และการบริหารการปกครอง มีวิธีคิดที่ชัดเจนเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการทำหน้าที่และการรวมกลุ่มคนเข้าด้วยกัน ดังนั้น การนำหลักพุทธธรรมมาใช้กับมนุษย์ซึ่งถือว่าเป็นสัตว์พิเศษแตกต่างกับสัตว์อื่น สิ่งที่มีมนุษย์เป็นสัตว์พิเศษคือเรื่องสิกขาหรือ การศึกษา คือ การเรียนรู้ฝึกฝนพัฒนามนุษย์ที่ฝึก ศึกษา หรือพัฒนาแล้ว เชื่อว่าเป็นสัตว์ประเสริฐฉะนั้น มนุษย์จึงมีศีลธรรมหรือมีมนุษยธรรม เรียกได้ว่าเป็น อารยธรรม มีธรรมคือคุณสมบัติ ดังนี้ (พระธรรมปิฎก (ป.ปยุตฺโต), 2541 : 23)

1. เว้นจากปาณาติบาต ละเว้นการฆ่า การสังหาร ไม่ประทุษร้ายต่อชีวิตและร่างกาย
2. เว้นจากอทินนาทาน ละเว้นจากการลักขโมย เบียดบัง แย่งชิง ไม่ประทุษร้ายต่อทรัพย์สิน
3. เว้นจากกาเมสุมิฉฉาจาร ละเว้นการประพฤติดิฉินในกาม ไม่ประทุษร้ายต่อของรักของหวงแหน อันเป็นการทำลายเกียรติภูมิและจิตใจ ตลอดจนทำวงศ์ตระกูลของเขาให้สับสน
4. เว้นจากมุสาวาท ละเว้นการพูดเท็จโกหกหลอกลวง ไม่ประทุษร้ายเขาหรือประโยชน์สุขของเขาด้วยวาจา

5. เว้นจากสุรามริย์ ไม่เสพเครื่องทอง ของมีเงินมา สิ่งเสพติดอันเป็นเหตุให้เกิดความประมาทัวเมาก่อความเสียหายผิดพลาดเพราะขาดสติ เช่น ทำให้เกิดอุบัติเหตุ แม้อย่างน้อยก็เป็นผู้คุกคามต่อความรู้ที่มั่นคงปลอดภัยของผู้ร่วมสังคม

คุณธรรมที่ยึดเหนี่ยวจิตใจคนและประสานหมู่คนไว้ในสามัคคีที่เรียกว่า สังคหัตถ์ ประกอบด้วย

1. ทาน ให้อภัย คือ เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เสียสละ แบ่งปัน ช่วยเหลือ สงเคราะห์ ด้วยปัจจัย 4 ทาน หรือทรัพย์สินสิ่งของ ตลอดจนให้ความรู้ความเข้าใจ และศิลปวิทยา

2. ปิยวาจา พูดอย่างรักกัน คือ กล่าวคำสุภาพ ไพเราะน่าฟัง ชี้แจงแนะนำสิ่งที่เป็นประโยชน์มีเหตุผล เป็นหลักฐาน ชักจูงในทางที่ดีงาม หรือคำแสดงความเห็นอกเห็นใจ ให้กำลังใจ รู้จักพูดให้เกิดความเข้าใจดี สมานสามัคคี เกิดไมตรี ทำให้รักใคร่นับถือและช่วยเหลือเกื้อกูลกัน

3. อุตถจริยา ทำประโยชน์แก่เขา คือ ช่วยเหลือด้วยแรงกาย และชวนช่วยช่วยเหลือกิจการต่างๆ บำเพ็ญสาธารณประโยชน์ รวมทั้งช่วยแก้ปัญหาและช่วยปรับปรุงส่งเสริมในด้านจริยธรรม

4. สมานัตตตา เอาตัวเข้าสมาน คือ ทำตัวให้เข้ากับเขาได้ วางตนเสมอต้นเสมอปลายให้ความเสมอภาค ปฏิบัติสม่ำเสมอกับต่อคนทั้งหลาย ไม่เอาเปรียบ และเสมอในสุขทุกข์ คือ ร่วมสุข ร่วมทุกข์ ร่วมรับรู้ ร่วมแก้ไขปัญหา เพื่อให้เกิดประโยชน์สุขร่วมกัน

คนที่เรียกว่ารู้จักหา รู้จักใช้ทรัพย์ หรือหาเงินเป็น ใช้เงินเป็น เป็นคนทำมาหากินที่ดี ตั้งตัวสร้างหลักฐานได้ และใช้ทรัพย์สมบัติให้เป็นประโยชน์ เป็นผู้ปฏิบัติหน้าที่ทางเศรษฐกิจอย่างถูกต้อง ก็เพราะปฏิบัติตามหลักพุทธธรรมที่เป็นไปเพื่อประโยชน์ปัจจุบัน หรือหลักพุทธธรรมอันอำนวยการประโยชน์สุขขั้นต้น ที่เรียกว่า ทิฐฐัมมิกัตถประโยชน์ 4 ประการ คือ

1. อุฏฐานสัมปทา ถึงพร้อมด้วยความหมั่น คือ ขยันหมั่นเพียร ในการปฏิบัติหน้าที่การงาน และการประกอบอาชีพที่สุจริต ฝึกฝนให้มีความชำนาญชำนาญและจริงจัง รู้จักใช้ปัญญาสอดส่องตรวจตราหาวิธีการที่เหมาะสมที่ดีจัดการและดำเนินการให้ได้ผลดี

2. อารักขสัมปทา ถึงพร้อมด้วยการรักษา คือ รู้จักคุ้มครอง เก็บ รักษา โภคทรัพย์และผลงานที่ตนได้ทำไว้ด้วยความขยันหมั่นเพียรโดยชอบธรรมด้วยกำลังของตน ไม่ให้เป็นอันตรายหรือเสื่อมเสีย

3. กัลยาณมิตตา คบหาคนดีเป็นมิตร คือ รู้จักเสวนาคบหาคน ไม่คบไม่เอาอย่างผู้ที่ชักจูงไปในทางเสื่อมเสีย เลือกลูกเสวนาศึกษาเยี่ยงอย่างท่านผู้ทรงคุณ ผู้มีความสามารถ ผู้นำเคารพนับถือ และมีคุณสมบัติเกื้อกูลแก่อาชีพการงาน

4. สมชีวิตา เลี้ยงชีวิตแต่พอดี คือ รู้จักกำหนดรายได้และรายจ่าย เป็นอยู่พอดีสมรายได้ มิให้ฝืดเคืองหรือฟุ่มเฟือย ให้รายได้เหนือรายจ่ายมีประหยัดเก็บไว้

ส่วนคนที่เรียกว่าประสบความสำเร็จในการครองเรือน เป็นภุคส์หรือชาวบ้านที่ดีน่าเคารพนับถือเป็นแบบฉบับ ควรถือเป็นตัวอย่างจะต้องวัดด้วยหลักเกณฑ์การปฏิบัติหลักพุทธธรรมที่เรียกว่า ฆราวาสธรรม 4 ประการ คือ

1. **สัจจะ** ความจริง คือ ดำรงมั่นในสัจจะ ซื่อตรง ซื่อสัตย์ จริงใจ พุคจริง ทำจริง จะทำอะไรก็ให้เป็นที่ยึดถือไว้วางใจได้
 2. **ทมะ** ฝึกตน คือ บังคับควบคุมตนเองได้ รู้จักปรับตัว และแก้ไขปรับปรุงตนให้ก้าวหน้าดีงามยิ่งขึ้นอยู่เสมอ
 3. **ขันติ** อดทน คือ มุ่งหน้าทำหน้าที่การงานด้วยความขยันหมั่นเพียร เข้มแข็งอดทน ไม่หวั่นไหว มั่นในจุดหมาย ไม่ท้อถอย
 4. **จาคะ** เสียสละ คือ มีน้ำใจ เอื้อเฟื้อ ชอบช่วยเหลือเกื้อกูลบำเพ็ญประโยชน์ สละโลก ละทิฐิมานะได้ ร่วมงานกับคนอื่นได้ ไม่ใจแคบเห็นแก่ตัวหรือเอาแต่ใจตน
- หลักพุทธธรรมเป็นสาระของหลักการที่จะทำให้ชุมชนอิสระชอนอยู่ในสังคมใหญ่เพื่อเป็นแรงคูลทางธรรม หล่อเลี้ยงธรรมแก่สังคม และเป็นแหล่งอำนวยความสะดวกพ้นจากปัจจัยครอบงำของสังคมในเวลานั้นๆ ซึ่งมีทั้งชุมชนรูปแบบและชุมชนนามธรรม ชุมชนอิสระโดยรูปแบบ ได้แก่ ภิภุสงฆ์อันแทรกซ้อนและลอยตัวอยู่ท่ามกลางสังคมใหญ่ของคฤหัสถ์ ชุมชนอิสระโดยนามธรรมน่าจะเป็นอริยชนที่แทรกซ้อนและลอยตัวอยู่ท่ามกลางใหญ่ของมวลปุถุชน เป็นทั้งสังคมอุดมคติ เป็นสังคมที่มนุษย์ผู้มีพัฒนาการทางจิตปัญญาแม้จะแตกต่างกันแต่ก็กำลังก้าวหน้าไปสู่จุดหมายเดียวกัน และแม้แตกต่างกันแต่ก็อยู่อย่างกลมกลืน และเป็นทั้งสังคมที่มนุษย์มีทางเลือกออกไปอย่างดีงามในเมื่อไม่ต้องการอยู่ในสังคมใหญ่

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาการก่อตัวของชุมชนด้วยหลักพุทธธรรมในเขตกรุงเทพมหานครเป็นการศึกษาถึงวิถีชีวิตที่มีความผูกพันกับพระพุทธศาสนาโดยอาศัยหลักพุทธธรรม อันนำเข้าสู่บทบาทของชนในชุมชนและพระสงฆ์ที่ได้นำหลักพุทธธรรมมาใช้ โดยมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสอดคล้องกับการศึกษาดังนี้

สุภาพรรณ ณ บางช้าง (2525 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยด้านการประยุกต์หลักพุทธธรรมมาใช้ในการพัฒนาชนบทพบว่า ศีล ชาวบ้านลดการดื่มสุราลงและเพิ่มความมั่นใจที่จะจัดงานประเพณีในพุทธศาสนาโดยไม่มีสุรา การจัดกิจกรรมที่วัดจะตอบายมุขทุกประเภทได้ทั้งหมด ทุกหมู่บ้านเข้าใจเป้าหมายการฝึกสมาธิถูกต้องในด้านปัญญาที่ความเข้าใจในหลักธรรมมากขึ้น มีการประหยัดเงินในการจัดงานประเพณีมากขึ้น ชาวบ้านยอมรับกิจกรรมปรับปรุงศาสนา และศีลธรรมในท้องถิ่น

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาการก่อตัวของชุมชนด้วยหลักพุทธธรรมในเขตกรุงเทพมหานคร ” ผู้ศึกษาได้กำหนดการวิจัยตามรูปแบบการวิจัยดังนี้

พื้นที่ทำการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดพื้นฐานการก่อตัวของชุมชนในเขตกรุงเทพมหานคร 2 เขตพื้นที่ในจำนวนพื้นที่ทั้งหมด 50 เขต คือ เขตบางขุนเทียน ซึ่งเป็นเขตที่มีประชากรมากเป็นลำดับที่ 6 และมีความหลากหลายทางชาติพันธุ์และมีวัดเป็นศูนย์กลางของชุมชนเป็นจำนวน 14 วัด และเขตหลักสี่ซึ่งมีประวัติศาสตร์การก่อตัวของชุมชนมายาวนานและเป็นเขตพื้นที่ที่มีการเปลี่ยนผ่านของวัฒนธรรมชุมชนจากชุมชนเกษตรกรรมเป็นชุมชนเมือง การศึกษาครั้งนี้ใช้ประวัติศาสตร์การก่อตัวของชุมชนมาพัฒนาวิธีการทาง การดำเนินชีวิตของชุมชนในสภาพปัจจุบัน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายโดยวิธีการ สัมภาษณ์ ทำแบบสอบถาม โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

1. ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาจากภาครัฐประกอบด้วย
 - 1.1 ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาจากภาครัฐ จำนวน 4 คน
 - 1.2 ผู้ที่ส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาที่อยู่ภายในชุมชน จำนวน 8 คน
 - 1.3 ประชากรในการตอบแบบสอบถามทั่วไป จำนวน 384 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. สัมภาษณ์ (Interview) ใช้วิธี

การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth - Interview) อย่างไม่เป็นทางการ (Informal Interview) โดย สัมภาษณ์เปิดกว้างไม่จำกัดคำตอบเพื่อจับประเด็น และนำมาตีความหมาย เหตุผลหลักในการใช้วิธี สัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ

2. การสังเกต (Observation)

การวิจัยครั้งนี้ใช้รูปแบบในการสังเกตชุมชนไปสู่ร่องรอยในอดีตโดยใช้ทั้ง 2 รูปแบบคือ ทั้งมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม

3. แบบสำรวจ (Survey research) ผู้วิจัยทำแบบสำรวจเพื่อสอบถามกลุ่มเป้าหมายในชุมชนต่างๆ เพื่อยืนยันข้อมูลบางส่วนในแบบสัมภาษณ์และเสนอแนะหลักพุทธธรรมที่ชุมชนเคยได้ปฏิบัติกันมาเพื่อให้เกิดความเข้มแข็งและการร่วมมือร่วมแรงร่วมใจกันของชุมชน

กล่าวโดยสรุปก็คือเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย

- 1) แบบสัมภาษณ์ สอบถามผู้บริหารเขตหลักสี่และเขตบางขุนเทียน นักพัฒนาชุมชน ประธานชุมชน ผู้รู้ในชุมชน และพระสงฆ์ที่จำพรรษาอยู่ในเขตหลักสี่และเขตบางขุนเทียน จำนวน 12 คน
- 2) แบบสอบถาม สอบถามประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนในเขตหลักสี่และเขตบางขุนเทียน จำนวน 384 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ สังเกต และสำรวจ นำมาจัดบันทึกและแปลผลเปรียบเทียบความแตกต่างของสองชุมชนในด้านการก่อตัวด้วยหลักพุทธธรรม แล้วนำมาประยุกต์ให้เข้ากับวิถีชีวิตชุมชนตามสมมติฐานที่ 4 การประยุกต์หลักพุทธธรรมน่าจะมีผลต่อการใช้ในชีวิตประจำวันของคนในชุมชน ใช้วิธีการประยุกต์ข้อมูลโดยการพรรณนา

การประยุกต์หลักพุทธธรรมนำมาใช้ในชีวิตประจำวัน

การนำหลักพุทธธรรมมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันของชุมชน ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการวิจัยแล้วมาประยุกต์ให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตชุมชนได้ในทุกๆ ชุมชน เพราะชุมชนเป็นศูนย์รวมของกลุ่มคนที่อยู่อาศัยในละแวกเดียวกันหรือกลุ่มบ้านเดียวกัน โดยมีความตระหนักต่อการอยู่ร่วมกันอย่างมีเหตุมีผล มีวัตถุประสงค์เดียวกัน เป็นความเข้าใจที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและมีกิจกรรมร่วมกันอย่างต่อเนื่อง จนทำให้เกิดการจัดระเบียบชีวิตและความสัมพันธ์ในสังคมให้เป็นพื้นฐานที่มั่นคง หลักพุทธธรรมมุ่งเน้นทั้งเรื่อง การบรรลุจุดมุ่งหมายที่สูง แต่พระพุทธศาสนาเป็นคำสอนสายกลางหรือการสอนความพอดี การดำเนินชีวิตทั้งกิจการต่างๆ ในชุมชนโดยยึดหลักศีลธรรม ความเอื้อเฟื้อเห็นอกเห็นใจกัน การมีศีลธรรมหรือมนุษยธรรม การจัดระเบียบทางสังคมที่เรียกว่าเป็นอารยชน การมีอารยธรรมครบถ้วนจึงทำให้เกิดความเจริญพร้อมทั้งกาย วาจา และใจ ซึ่งสามารถพิจารณาการประยุกต์หลักพุทธธรรมเพื่อประโยชน์สูงสุดของชุมชนได้ ดังนี้

(1) การประยุกต์หลักพุทธธรรมด้านศีลเพื่อประโยชน์ในชุมชน

การปฏิบัติตนในชุมชนนั้นนอกจากจะต้องมีระเบียบกฎเกณฑ์ที่ลึกซึ้งไปกว่ากฎหมาย คือ เรื่องศีลธรรมในการใช้ชีวิตประจำวันซึ่งเป็นพื้นฐานการดำรงตนในชุมชนได้อย่างกลมกลืนไม่เป็นปัญหาหรือภาระต่อสังคม ศีล 5 เป็นศีลธรรมขั้นพื้นฐานของมนุษย์ที่จะอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่มเป็นก้อนและกระจายไปทั่วพื้นที่ ทำให้เกิดมาตรฐานแห่งความไว้วางใจต่อกัน การแสวงหาความต้องการเรื่องสิทธิเสรีภาพส่วนตัวเป็นสิทธิเสรีภาพของคนในชุมชน ศีล 5 จึงเป็นหลักที่จะทำให้บุคคลเข้าใจเรื่องสิทธิส่วนบุคคลได้เป็นอย่างดี อีกทั้งทำให้ทุกคนเคารพสิทธิของบุคคลอื่นได้อย่างสมบูรณ์ซึ่งเป็นพื้นฐานของการปฏิบัติต่อกัน โดยมีวิธีการดังนี้

1. การละเว้นการเบียดเบียน ประทุษร้าย ฆ่า หรือทำร้ายกัน โดยผู้อยู่ร่วมชุมชนเดียวกัน ทำความเข้าใจ มีสติเป็นตัวกำหนดอย่างสม่ำเสมอ เห็นอกเห็นใจต่อกัน ให้อภัยกันเมื่อผิดพลาด การอยู่ร่วมกันอาจมีความผิดพลาดบ้าง ไม่ใช่อารมณ์ “โทสะ” เป็นตัวตัดสินใจปัญหา
2. การเว้นจากการเบียดเบียนทรัพย์สิน (ลักขโมย) เป็นการระมัดระวังไม่ให้เกิดความเสียหายด้านชื่อเสียงและความไว้วางใจต่อกัน ปฏิบัติตนอย่างซื่อสัตย์สุจริต ไม่คดโกงแม้เล็กน้อย มีความพากเพียรพยายามมุ่งมั่นในการทำงานแสวงหาทรัพย์สินสมบัติในทางที่ชอบ ไม่ผิดต่อหลักศีลธรรมและกฎหมาย

3. การเว้นจากการละเมิดหรือประพฤติดีกในกาม เป็นความพยายามที่จะรักษาคบครองให้ดำรงอยู่ได้ เป็นการปฏิบัติตนที่มุ่งความซื่อสัตย์ต่อครอบครัว มีความหนักแน่นไม่หวั่นไหวต่อสิ่งแวดล้อมภายนอกที่เข้ามาช่วย

4. การเว้นจากการพูดปด พูดส่อเสียด พูดคำหยาบ และพูดเพื่อเจ้อ เป็นการรักษาวาจาสัตย์ พูดอย่างตรงไปตรงมา สุภาพอ่อนน้อมถ่อมตน ไม่พูดเพราะเห็นแก่ความต้องการของตนแต่จะยึดประโยชน์ส่วนรวมเป็นหลักทำให้เกิดความเชื่อมั่นต่อเพื่อนร่วมชุมชน อีกทั้งต้องรู้จักกาลเทศะในการพูดแต่ละครั้ง

5. การเว้นจากการดื่มสุราเมรัย (เหล้าหรือสิ่งเสพติด) ด้วยการรักษาสติ สัมปชัญญะ เป็นการส่งเสริมให้สุขภาพดำรงอยู่ได้ไม่ก่อให้เกิดความเสียหายทั้งต่อตนและสังคม เพราะการไม่ดื่มสุราหรือสิ่งเสพติดจะรักษาสติให้มั่นคงได้มากกว่าหลักด้านอื่นๆ จะทำ จะพูด สิ่งใดก็จะไม่ผิดพลาด ไม่พลั้งเผลอ ไม่เผลอเรอ และไม่เผลอตัว

ฉะนั้นการรักษาศีล 5 จึงเป็นการสร้างความมั่นคงให้กับบุคคล ชุมชน และสังคม ทำให้ชุมชนเพียบพร้อมไปด้วยความสุข ไม่เบียดเบียนกัน เป็นไปเพื่อความปรองดองเกิดความสามัคคี ซึ่งเป็นเหตุให้ชุมชนมีความเข้มแข็งขึ้นโดยตัวของชุมชนเอง

(2) การประยุกต์หลักพุทธธรรมด้านหลักความเอื้อเฟื้อเพื่อประโยชน์ในชุมชน

พื้นฐานของชุมชนเมื่อรวมตัวกันย่อมมีความขัดแย้ง หากความขัดแย้งไม่มีกรอบ ไม่มีกฎเกณฑ์ ไม่มีข้อจำกัดใดๆ ก็จะทำให้ความร่วมมือในการพัฒนาชุมชนนั้นลดลง ทั้งนี้หลักพุทธธรรมด้านความเอื้อเฟื้อเพื่อเป็นการประสานความขัดแย้งของชุมชนได้ในชีวิตประจำวันซึ่งคนในชุมชนนำมาปฏิบัติให้เกิดเป็นหลักของบุคคลและชุมชน โดยปฏิบัติตามวิธีการ ดังนี้

1. ทาน คือ การให้ เป็นการแสดงน้ำใจต่อกัน เป็นการเฉลี่ยแบ่งปันซึ่งกันและกัน ทั้งด้านวัตถุและการแลกเปลี่ยนความรู้โดยไม่ปิดบังอำพรางเพื่อเป็นการสืบทอดความรู้ที่เป็นภูมิปัญญาของท้องถิ่นดำรงอยู่ได้ตลอดไป

2. ปิยวาจา คือการพูดจาไพเราะ รักษาใจของกันและกันรวมทั้งเป็นการพูดจาให้เกิดความสามัคคีภายในครอบครัว ชุมชน และบุคคลรอบข้าง มีการติดต่อสื่อสารอย่างมีเหตุมีผลที่เกื้อกูลต่อกัน

3. อตถจริยา คือการบำเพ็ญประโยชน์ เป็นการไม่นิ่งดูดากับประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นกับชุมชน โดยเฉพาะเรื่องสิ่งแวดล้อมภายในชุมชน เช่น ถนน ลำคลอง ที่สำหรับทิ้งขยะมูลฝอย ช่วยกันดูแล รักษา และไม่ทำลาย รวมทั้งการดูแลความปลอดภัยภายในชุมชน

4. สมานัตตตา คือ การวางตนเสมอ หมายถึง การวางตนอย่างเหมาะสมมีความเสมอภาคกันในด้านวิถีชีวิต วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี ให้เกียรติต่อกัน ให้ความสำคัญเคารพในความเป็นมนุษย์ โดยไม่คำนึงถึงเชื้อชาติ ภาษา ศาสนา ฐานะทางสังคม หรือวิถีชีวิตความเป็นอยู่ จะเห็นได้ว่าการนำหลักพุทธธรรมด้านความเอื้อเฟื้อมาปฏิบัติต่อกัน ครอบครัว และเพื่อนร่วมชุมชน เป็นการให้ความสำคัญแก่ชุมชนได้อย่างเหมาะสม เป็นการประสานและอยู่ร่วมกันของคนในชุมชนอย่างมีความสุข เหมือนครอบครัวเดียวกัน และเป็นแนวทางแห่งการสร้างเชื่อมโยงให้ชุมชนมีความเข้มแข็ง

(3) การประยุกต์หลักพุทธธรรมด้านประโยชน์ในปัจจุบัน (ทิฐฐัมมิกัตถประโยชน์) เพื่อประโยชน์ในชุมชน

การรวมตัวกันของชุมชนจะเข้มแข็งยิ่งขึ้นเมื่อคนในชุมชนมีความเป็นอยู่ที่มั่นคง มีสภาพแวดล้อมที่มีคุณภาพ หลักพุทธธรรมด้านประโยชน์ในปัจจุบัน (ทิฐฐัมมิกัตถประโยชน์) เป็นหลักที่จะทำให้คนในชุมชนได้มีวิถีชีวิตที่มั่นคงโดยจะต้องนำไปปฏิบัติให้เหมาะสมกับชีวิต ดังนี้

1. อุฏฐานสัมปทา คือ การถึงพร้อมด้วยความขยันหมั่นเพียร การทำหน้าที่ทั้งแก่ตนเอง ครอบครัว และชุมชนต้องมีความขยัน ลูกขึ้นแต่เช้า หรือเหมาะแก่อาชีพของตน ไม่เกียจคร้านการทำงาน ไม่เห็นแก่ร้อน แ่หนาว

2. อารักขสัมปทา คือ การถึงพร้อมด้วยการรักษา เป็นการดูแล ใช้จ่ายทรัพย์สินที่แสวงหามาได้ ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ไม่เล่นการพนัน ไม่นำไปดื่มเหล้า ไม่เที่ยวกลางคืน หรือในแหล่งอบายมุขที่เป็น การสุมเสี่ยงต่อความเสียหาย เป็นการปลูกฝังการปฏิบัติตนของคนในครอบครัว และชุมชนให้รู้จักรักษา ทรัพย์สินสมบัติทั้งของตนเอง ครอบครัว และสมบัติของชุมชนให้อยู่ในสภาพที่ใช้งานได้ ไม่ฟุ่มเฟือย ไม่ สรุ่ยสุร่าย ในทรัพย์สินที่หามาได้ ใช้จ่ายอย่างมีประโยชน์

3. กัลยาณมิตตตา คือ การคบหาคนดีเป็นมิตร เป็นการรู้จักสังเกตพฤติกรรมของคนรอบข้าง แสวงหากคนดี มีคุณธรรม จริยธรรม เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวม ไม่ประพฤติดื้อต่อหลักศีลธรรมและ กฎหมาย ไม่ประพฤติดินเป็นเยี่ยงอย่างในทางที่ผิดต่อหลักศีลธรรมและกฎหมาย

4. สมจิตตา คือ การเป็นอยู่อย่างสม่ำเสมอ ไม่ฟุ่มเฟือย ไม่ยุ่งเกี่ยวกับอบายมุข ดำรงตนตามฐานะ ที่เป็นอยู่ ไม่เป็นอยู่เกินฐานะ

จะเห็นว่าการใช้ชีวิตในชุมชนต้องอาศัยการสร้างประโยชน์ที่จะเกื้อกูลต่อตนเอง ครอบครัว ชุมชน และสังคม จะต้องปฏิบัติตนตามหลักเกณฑ์และสร้างระเบียบวินัยอันควรมีทั้งต่อตน ครอบครัว และชุมชน ซึ่งจะเป็นผลดีต่อการรวมตัวกัน และเข้าใจกันของชุมชนอย่างเข้มแข็ง

(4) การประยุกต์หลักพุทธธรรมด้านฆราวาสธรรมเพื่อประโยชน์ในชุมชน

การอยู่ร่วมกันของคนในชุมชนมีความจำเป็นที่จะต้องอาศัยหลักพุทธธรรมด้านฆราวาสธรรม ปฏิบัติตนในครอบครัวให้เหมาะสมโดยอาศัยหลักการสำคัญอันเป็นการขยายผลจากครอบครัว หากทุกคน ทุกครอบครัวได้ปฏิบัติตนตามหลักฆราวาสธรรมก็จะส่งผลให้เกิดความสงบสุข โดยการนำมาใช้ดังนี้

1. สัจจะ มีความซื่อสัตย์ต่อกันหรือความตั้งใจจริงต่อกันทั้งในครอบครัวและสมาชิกในชุมชน

2. ทมะ มีความข่มใจตนเอง เมื่อเกิดปัญหาหรืออารมณ์ขุ่นมัวไม่พอใจเรื่องใดจากสมาชิกใน ครอบครัวหรือสมาชิกในชุมชน ไม่ลุอำนาจแก่ความโกรธ

3. ขันติ มีความอดทนอดกลั้นต่อความยากลำบาก อดทนต่อการตรากตรำในหน้าที่การงานที่ รับผิดชอบ ตลอดจนอดทนต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมภายในชุมชน

4. จาคะ มีการเสียสละ ไม่เห็นแก่ประโยชน์ส่วนตัว สละความสุขส่วนตนเพื่อความสุขของ ครอบครัวและชุมชน เป็นการอุทิศตนแก่สังคมโดยรวม

จะเห็นได้ว่าการที่ผู้อาศัยอยู่ในชุมชนจะมีคุณภาพต้องเริ่มที่ตัวของผู้อยู่ในชุมชน มีคุณธรรมหรือการนำหลักพุทธธรรมมาประยุกต์ใช้อันเป็นผลให้สุขภาพกายและสุขภาพจิตของบุคคลภายในชุมชนและแต่ละครอบครัวปฏิบัติตนเพื่อวัตถุประสงค์ประสงค์แห่งการอยู่กันอย่างสมานสามัคคี หรือกล่าวโดยสรุปคือเกิดชุมชนเข้มแข็ง ตามหลักพุทธธรรม

อย่างไรก็ตามงานวิจัยชิ้นนี้ถือว่าเป็นงานวิจัยที่นำแนวคิดและหลักพุทธธรรมมาวิเคราะห์จึงใช้วิธีการสัมภาษณ์และใช้แบบสอบถาม งานวิจัยชิ้นนี้เป็นชิ้นแรก que พัฒนาขึ้นเพื่ออธิบายประวัติศาสตร์ การก่อตัวของชุมชน ด้วยหลักพุทธธรรมที่เป็นหลักในการนำมาใช้ในวิถีชีวิตชุมชน ซึ่งวิเคราะห์เพื่อหาคำตอบที่มีลักษณะการก่อตัวของชุมชนด้วยวิธีการทางหลักพุทธธรรมโดยกำหนดหลักทั่วไป คือ หลักเบญจศีล หลักสังคหวัตถุ หลักทฤษฎีธรรมมิกัตถะประโยชน์ และหลักมรณธรรม ซึ่งเป็นหลักทั่วไปของหลักพุทธธรรม ไม่ใช่ส่วนที่เป็นแก่นของหลักพุทธธรรมที่เป็นหลักใหญ่ตามความเหมาะสม

บรรณานุกรม

- ชลอ อุทกภาชน. (2514). พุทธศาสนากับสังคมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : แพรววิทยา.
- พระธรรมปิฎก. (2541). ธรรมานุชีวิตพุทธจริยธรรมเพื่อชีวิตที่ดีงาม. กรุงเทพมหานคร : มูลนิธิพุทธธรรม.
- สุภาพรรณ ณ บางช้าง. (2525). การประยุกต์หลักพุทธธรรมมาใช้ในการพัฒนาชนบท. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุทธิพงศ์ ปานเพ็ชร. (2550). การศึกษาการก่อตัวของชุมชนด้วยหลักพุทธธรรมในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

การพัฒนาที่ยั่งยืนในทัศนะพระธรรมปิฎก

อาจารย์เอกวิณ ขุนบุญจันทร์

อาจารย์ประจำกลุ่มวิชาปรัชญาและศาสนา หมวดศึกษาศาสตร์ทั่วไป คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

บทคัดย่อ

บทความนี้จะวิเคราะห์และประเมินคำอธิบายโน้ตสน์ “การพัฒนาที่ยั่งยืนในหนังสือ *การพัฒนาที่ยั่งยืน* ของพระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตฺโต) โดยจะวิเคราะห์ให้เห็นว่าการอธิบายความหมายของการพัฒนาของพระธรรมปิฎกนั้นแตกต่างไปจากแนวทางกระแสหลักเพราะการมองธรรมชาติของมนุษย์นั้นมีความแตกต่างกัน กล่าวคือ พระธรรมปิฎกมองมนุษย์ว่ามีธรรมชาติในทางศีลธรรมและปัญญาที่ฝึกฝนอบรมได้อย่างไรก็ตาม จากข้อจำกัดในทางญาณวิทยาของมนุษย์ การนำตัวแบบการพัฒนาที่ยั่งยืนของพระธรรมปิฎกมาปรับใช้ในบริบทที่เป็นจริงน่าจะมีข้อจำกัดอยู่

Abstract

This article aims to analyze and critically evaluate Phra Dhammapitaka (P.A. Payutto)'s interpretation of the concept of “sustainable development” in one of his books that is titled *Sustainable Development*. First, it analyzes his use of the concept in this specific book in comparison with the use of other authors in the mainstream traditional view. There are some key differences about human nature and relation about human and nature. Second, it traces the very distinctive interpretation of the concept of “sustainable development” by Phra Dhammapitaka to its root, which is his view about human nature as capable of moral and intellectual virtues when subjected to continued moral and intellectual education and praxis. Finally, it argues that this view is inadequate in that it does not take into account human's epistemological limitations, thus making the model that is built upon it an inadequate one which cannot be applicable in real life contexts too.

ความนำ

นับเป็นเวลาากว่าสองทศวรรษแล้วที่คำว่า “การพัฒนาที่ยั่งยืน” ถูกนำมาใช้อย่างกว้างขวาง แต่ดูเหมือนจะยังไม่เป็นที่กระจ่างชัดนักว่าความหมายของคำว่า “การพัฒนาที่ยั่งยืน” นั้นคืออะไร และจะสามารถนำไปสู่การปฏิบัติที่เป็นรูปธรรมได้อย่างไร¹ ถึงแม้ว่าจะมีความพยายามผลักดันแนวคิดดังกล่าวไปสู่การปฏิบัติให้ได้ผลโดยกำหนดตัวชี้วัดการพัฒนาที่ยั่งยืนให้ชัดเจนมากขึ้น² อย่างไรก็ตาม ความหมายและความคิดที่อยู่เบื้องหลังของมโนทัศน์ “การพัฒนาที่ยั่งยืน” นั้นเป็นเช่นไรคงยังไม่เป็นที่กระจ่างชัดนัก³.

บทความนี้จะวิเคราะห์และประเมินคำอธิบายมโนทัศน์ “การพัฒนาที่ยั่งยืน” ในหนังสือ *การพัฒนาที่ยั่งยืน*⁴ ของพระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตฺโต)⁵ โดยจะวิเคราะห์ให้เห็นว่าการอธิบายความหมายของการพัฒนาของพระธรรมปิฎกนั้นแตกต่างไปจากแนวทางกระแสหลักเพราะการมองธรรมชาติของมนุษย์นั้นมีความแตกต่างกัน กล่าวคือ พระธรรมปิฎกมองมนุษย์ว่ามีธรรมชาติในทางศีลธรรมและปัญญาที่ฝึกฝนอบรมได้ อย่างไรก็ตาม จากข้อจำกัดในทางญาณวิทยาของมนุษย์ การนำตัวแบบการพัฒนาที่ยั่งยืนของพระธรรมปิฎกมาปรับใช้ในบริบทที่เป็นจริงน่าจะยังมีข้อจำกัดอยู่

การพัฒนาที่ยั่งยืนกระแสหลักและข้อจำกัดในทัศนะของพระธรรมปิฎก

โดยทั่วไป ความหมายที่เป็นที่รู้จักกันมากที่สุดและถือเป็นนิยามกระแสหลักของแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืนคือ นิยามการพัฒนาที่ยั่งยืนของ WCED ใน Our Common Future มักจะเป็นที่รู้จักกันในชื่อ “รายงานของบรันท์แลนด์” (Brundtland Report)⁶ ที่ว่า

“การพัฒนาที่ยั่งยืน คือ การพัฒนาที่ตอบสนองความต้องการของคนในรุ่นปัจจุบัน โดยไม่ทำให้คนรุ่นต่อไปในอนาคตต้องประนีประนอมลดทอนความสามารถในการที่จะตอบสนองความต้องการของตนเอง” (Sustainable Development is that meets the needs of present without compromising the ability of future generations to meet their own needs)⁷

¹ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, *การพัฒนาที่ยั่งยืนในบริบทไทย*, (กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2546), หน้า 9.

² Cesar Cuello and Paul T. Durbin, “Sustainable Development and Philosophy of Technology,” *Phil & Tech*, 1:1&2 Fall, 1995, p. 3.

³ Cuello และ Durbin ได้สำรวจแนวทางการอธิบายความหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืนที่มีการอธิบายกันอยู่ในปัจจุบัน พบว่าคำอธิบายสามารถแบ่งได้น้อยถึง 5 รูปแบบที่แตกต่างกันไปซึ่งแต่ละแนวทางก็มีความคิดเบื้องหลังของคำอธิบายที่ต่างกัน โปรดดู Cesar Cuello and Paul T. Durbin, Ibid. โปรดดูเทียบกับ Karl H. Segschneider, *Debating Limits to Sustainable Development?*, Chiang Mai: Heinrich-Böll Foundation, 2002.

⁴ พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตฺโต), *การพัฒนาที่ยั่งยืน*, กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มูลนิธิโกมลคีมทอง, 2538.

⁵ ปัจจุบัน (2551) ท่านดำรงสมณศักดิ์เป็นพระพรหมคุณาภรณ์ ในที่นี้ใช้ตามที่ปรากฏในฐานะผู้แต่งหนังสือเรื่อง *การพัฒนาที่ยั่งยืน*

⁶ World Commission on Environment and Development, *Our Common Future*, Oxford: Oxford University Press, 1987.

⁷ Ibid., p. 43.

ซึ่งนิยามนี้ได้มีผู้ให้คำอธิบายไว้หลายลักษณะ⁸ คำอธิบายที่สนใจคำอธิบายหนึ่งคือคำอธิบายของนักคิดที่มีอิทธิพลสูงยิ่งของไทย นั่นคือ พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตฺโต) ที่ว่า

“ถ้าเราในปัจจุบันทำลายสิ่งแวดล้อมให้เสื่อมโทรมเสียหาย ทำให้ทรัพยากรธรรมชาติลดน้อยถอยลงไป คนรุ่นหลังในอนาคตซึ่งมีความต้องการของเขาอยู่ ก็ไม่สามารถสนองความต้องการของเขาได้เต็มที่ เขาก็ต้องประนีประนอมความต้องการของเขา คือ ลดความต้องการของเขา ที่นี้เราทำอย่างไรจะช่วยเขาได้ เราก็ต้องคำนึงถึงประโยชน์ของคนในอนาคต โดยไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ไม่ทำให้ทรัพยากรธรรมชาติร่อยหรอ แต่รักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อมนั้นให้อยู่ในสภาพดี เมื่อถึงอนาคตคนรุ่นหลังจะสนองความต้องการของเขาอย่างไร เขาทำของเขาไปได้เต็มที่อย่างนั้น อย่างนี้เรียกว่าไม่ต้องประนีประนอม แต่ปัญหาปัจจุบันก็คือ การพัฒนาที่เราทำอยู่ขณะนี้ จะทำให้อนุชนรุ่นต่อไปในอนาคต (future generations) ต้องลำบากแน่แท้ และเขาจะต้องประนีประนอมคือจำใจลดความต้องการของเขาแน่นอน”⁹

ประเด็นที่น่าสนใจคือ ท่านเจ้าคุณพระธรรมปิฎกมองว่าการพัฒนาที่ยั่งยืนตามความหมายนี้มีข้อจำกัดเพราะไปติดอยู่ที่ “การประนีประนอม” ซึ่งการประนีประนอมนี้คือข้อจำกัดที่ทำให้การพัฒนาอย่างยั่งยืนเป็นไปได้

“จริยธรรมของตะวันตกเป็นไปได้แค่ประนีประนอมความต้องการ เพราะถือว่ามนุษย์มีความต้องการที่แก้ไขไม่ได้ เมื่อจำเป็นจุดยุติจึงอยู่ที่ว่าจะทำอย่างไรให้คนประนีประนอมลดความต้องการ (compromise needs) ได้ แต่จริยธรรมแบบนี้ไปไม่รอด เพราะการประนีประนอมนั้นนำไปสู่ปัญหาหลักที่ไม่เข้าค่ายไม่ออก หรือ คิดค้นไปไม่ได้ทั้งสองทางคือ 1. ถ้าไม่สามารถประนีประนอมลดความต้องการของตนเอง ก็ต้องเบียดเบียนกันหรือทำลายสภาพแวดล้อมกันต่อไป แล้วก็ทำให้คนอื่น ศัตรูอื่นหรือมนุษย์ในอนาคตต้องประนีประนอมลดความต้องการของเขา 2. ถ้าสามารถประนีประนอมลดความต้องการของตัวเองได้ ตัวเองก็ไม่สุขสมหวัง เพราะต้องอยู่ด้วยความจำใจฝืนใจทนทุกข์ และยังมีผลตามต่อมาอีกว่า เมื่อมนุษย์ต้องจำใจฝืนใจทนทุกข์ จริยธรรมก็ไม่ยั่งยืน เพราะมนุษย์ไม่ยอมทนอยู่ได้อย่างนั้นทั่วไปตลอดไปได้ อาจจะยอมทนอยู่ได้ระยะหนึ่ง แต่ในที่สุดการพัฒนาแบบนี้ก็ไม่ยั่งยืน จึงไม่ใช่ทางออกสมบูรณ์”¹⁰

การพัฒนาที่ยั่งยืนในทัศนะพระธรรมปิฎก

พระธรรมปิฎกมองว่าแนวความคิดในการพัฒนาที่ยั่งยืนที่องค์การสหประชาชาติประกาศไว้มีองค์ประกอบ 2 อย่าง คือ เศรษฐกิจ กับ นิเวศวิทยา (economy กับ ecology) ซึ่งจะต้องเข้าคู่ประสานเกื้อกูลกันและให้บูรณาการ (integrate) เข้าเป็นองค์รวมที่สมดุล อย่างไรก็ตาม ในทัศนะของท่านแล้วองค์ประกอบทั้งสองประการนี้ยังไม่เพียงพอ จะต้องมียุทธศาสตร์ประกอบที่สามเข้ามาปรับให้องค์ประกอบทั้งสองอย่างนี้ประสานกลมกลืนกันได้จริง โดยไม่ต้องใช้วิธีประนีประนอมเพื่อให้องค์ประกอบเศรษฐกิจและนิเวศวิทยาไม่ขัดแย้ง

⁸ คำอธิบายหนึ่งที่ที่น่าสนใจคือ คำอธิบายของปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์ โดยปรีชาจะเน้นว่าการพัฒนาที่ยั่งยืนนั้นมีรากฐานอยู่ที่ “ความยุติธรรมระหว่างรุ่น” ซึ่งต่างไปจากพระธรรมปิฎก โปรดดู ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์, *สิ่งแวดล้อมและการพัฒนา*, กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.

⁹ การพัฒนาที่ยั่งยืน, หน้า 66. โปรดดูเทียบกับคำอธิบายของปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์ ใน ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์, *อ้างแล้ว*, หน้า 81

¹⁰ การพัฒนาที่ยั่งยืน, หน้า 104-105

กัน องค์ประกอบที่สามนี้ท่านเจ้าคุณเรียกว่า “ความสามารถที่จะวิวัฒน์” (evolvability) ซึ่งเป็นองค์ประกอบฝ่ายมนุษย์ เป็นคุณลักษณะของมนุษย์ในด้านศักยภาพที่จะพัฒนาตนเอง¹¹

อย่างไรก็ตาม สิ่งสำคัญที่ทำให้การแก้ไขปัญหारेื่องสิ่งแวดล้อมและกีดกันไม่ให้เกิดการพัฒนาเป็นไปอย่างยั่งยืนคือ **ความต้องการของมนุษย์** หรือที่พระธรรมปิฎกเรียกว่า **กิเลส**

“ปัญหาที่ปรากฏตอนนี้ที่ขัดขวางการแก้ปัญหามลพิษสิ่งแวดล้อม ทำให้การแก้ปัญหามลพิษสิ่งแวดล้อมไม่สำเร็จ ทำให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนไม่ได้ ก็เพราะปัญหาภิเลส 3 อย่างที่เป็นตัวขัดขวางจริยธรรม คือ ตัณหา มานะ ทิฐิ

1. ตัณหาคือ ความอยากได้ อยากบำรุงบำเรอตนเอง ให้มีความสุขสะดวกสบาย พรั่งพร้อมด้วยวัตถุมากมายสมบูรณ์ พุดง่าย ๆ ว่าความอยากได้ผลประโยชน์ 2. มานะ คือ ความต้องการยิ่งใหญ่ อยากมีอำนาจครอบครองผู้อื่น ตั้งแต่ระดับบุคคลถึงระดับสังคมประเทศชาติ พุดง่าย ๆ ว่า ความไม่อำนาจ 3. ทิฐิ ความยึดมั่นถือมั่นจนคลั่งไคล้ในค่านิยม แนวความคิด ลัทธิ ศาสนา อุดมการณ์ต่างๆ ซ่อนนี้เป็นตัวร้ายสุดที่รองรับสำหรับปัญหาไว้ให้เหนียวแน่นยึดถือและแก้ไต่ยาก เหมือนกับตัณหาและมานะที่ลงไปนอนกันแล้ว”¹²

สิ่งที่น่าสนใจคือ พระธรรมปิฎกมองว่า ความคิดของทางตะวันตกและพุทธศาสนาในเรื่องธรรมชาติของมนุษย์นั้นมีความแตกต่างกัน

“ฝรั่งมองกิเลสของคน เช่น โลภะ โทสะ ตัณหา มานะ ว่าเป็นธรรมชาติของมนุษย์ แก้ไขไม่ได้ จริยธรรมจึงเป็นเรื่องของความจำใจต้องหักห้ามยับยั้งไปตามใจตัว ก็เลยเป็นเรื่องฝืนใจ เพราะเป็นทางเลือกในการปฏิบัติที่จะต้องตัดสินใจยอมทำเพื่อผลดีบางอย่างโดยฝืนความปรารถนาของตน (ในขณะที่) พุทธ-ศาสนา ก็มองว่ากิเลสเป็นธรรมชาติของมนุษย์ แต่เป็นธรรมชาติที่แก้ไขได้ เพราะธรรมชาติของคนเป็นสัตว์ที่ฝึกฝนพัฒนาได้ แก้ไขปรับปรุงได้ เมื่อพัฒนาคนขึ้นไป ก็เปลี่ยนจากกิเลสไปเป็นคุณธรรมและปัญญาได้ จริยธรรมจึงไม่จำเป็นต้องเป็นเรื่องจำใจฝืนใจ แต่จริยธรรมที่แท้ต้องเป็นจริยธรรมแห่งความพอใจและความสุข ถ้าฝึกฝนพัฒนาถูกต้อง มนุษย์จะเอาชนะธรรมชาติภายในตัวเองได้คือและเป็นจริงยิ่งกว่าการเอาชนะธรรมชาติภายนอก”¹³

พระธรรมปิฎกอธิบายว่าการพัฒนาแบบเก่าเป็นการพัฒนาที่ความต้องการทางเศรษฐกิจ (economic demands) มีความต้องการที่ไม่สมดุลกับนิเวศวิทยา กล่าวคือ ความต้องการทางเศรษฐกิจมีอยู่อย่างมากมายเกินจนนิเวศวิทยาไม่สามารถป้อนทรัพยากรให้ได้อย่างเพียงพอ พระธรรม-ปิฎกชี้ว่าสาเหตุหลักในเรื่องนี้มาจากความเชื่อเบื้องหลัง (assumption) ของเศรษฐศาสตร์ตามแนวคิดสมัยใหม่มองมนุษย์ว่ามีความต้องการไม่มีขีดจำกัด ไม่รู้จักพอ¹⁴ ซึ่งต่างจากมุมมองของทางพุทธศาสนาที่มีความแตกต่างที่สำคัญอยู่ 2 ประการ คือ ประการแรก เศรษฐศาสตร์มองว่าความต้องการของมนุษย์นั้นล้นเหลือไม่ได้ แต่พุทธศาสนามองว่าความต้องการนั้นสามารถแก้ไขตลอดจนละได้ มนุษย์สามารถพัฒนาจากการเป็นอยู่ด้วยตัณหาไปสู่การเป็นอยู่ด้วยปัญญา¹⁵

ประการที่สอง เศรษฐศาสตร์มองว่าความต้องการของมนุษย์มีเพียงลักษณะเดียว แต่พุทธ-ศาสนามองความต้องการของมนุษย์ต่างออกไป

¹¹ การพัฒนาที่ยั่งยืน, หน้า 174

¹² การพัฒนาที่ยั่งยืน, หน้า 73-74

¹³ การพัฒนาที่ยั่งยืน, หน้า 96

¹⁴ การพัฒนาที่ยั่งยืน, หน้า 175 ดูเทียบกับ Rees (1998) และ ปรีชา (2538) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบทที่ 10 อย่างไรก็ดีตาม นักเศรษฐศาสตร์บางกลุ่มก็ไม่เห็นด้วยกับเรื่องนี้ นัก โปรดดู Goodland and Ledec (1998)

¹⁵ การพัฒนาที่ยั่งยืน, หน้า 176

“เศรษฐศาสตร์รู้จักความต้องการแบบเดียว แม้เขาจะพูดถึงความต้องการ (want) และอุปสงค์ (demand) ว่าแตกต่างกันอย่างไร ตลอดจนอาจจะโยงถึงความต้องการที่จำเป็น (need) และความอยาก (desire) ก็ตามแต่ก็เป็นความแตกต่างโดยเงื่อนไขหรือโดยจิตระดับ ไม่ใช่ความแตกต่างโดยประเภท และแนวความคิดนั้นก็เป็นแบบชำนาญพิเศษ แยกส่วน มองด้านเดียว มุ่งไปสู่วัตถุและการสนองความต้องการ ส่วนพุทธศาสนาแยกชัดว่าความต้องการมี 2 แบบ ความต้องการอย่างหนึ่งเรียกว่า *ตัณหา* ความต้องการอีกอย่างหนึ่งเรียกว่า *ฉันทะ* และให้ความสำคัญแก่การแก้ปัญหาของมนุษย์ด้วยการปรับเปลี่ยนลดละความต้องการแบบตัณหาและส่งเสริมความต้องการแบบฉันทะขึ้นไป และฉันทะนี้แหละทำให้พัฒนามนุษย์ได้ เมื่อพัฒนามนุษย์ให้มีความต้องการแบบฉันทะแล้ว มนุษย์กลับเป็นองค์ประกอบในการกลับมาปรับอัตราความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการทางเศรษฐกิจกับการอำนวยความสะดวกธรรมชาติของระบบนิเวศได้”¹⁶

เมื่อพิจารณาถึงความหมายของคำว่า “ฉันทะ” แม้ว่าท่านเจ้าคุณพระธรรมปิฎกจะไม่ได้ขยายความต่อหรือยกตัวอย่างว่าฉันทะในที่นี้หมายความว่าอย่างไร ความต้องการเช่นไรจึงเรียกว่าฉันทะ แต่ถ้าจากบริบทแล้วท่านเจ้าคุณน่าจะใช้ในความหมายที่เป็นที่เข้าใจกันทั่วไปคือ *ฉันทะ* คือ “ความต้องการที่จะทำ” หรือ “ความอยากทำให้ดี” ซึ่งตรงกันข้ามกับ *ตัณหา* ที่พระธรรมปิฎกอธิบายว่าคือ “ความอยากได้ อยากบำรุงบำเรอตนเองให้มีความสุขสะดวกสบาย พร้อมพร้อมด้วยวัตถุที่มากมายสมบูรณ์พุด่างๆ ว่าความอยากได้ผลประโยชน์”¹⁷

นอกจากนี้ พระธรรมปิฎกยังมองอีกว่าการพัฒนาในแบบเดิมนั้น การพัฒนามีความหมายเพียงแค่พัฒนาเศรษฐกิจ ซึ่งอาศัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเป็นเครื่องมือของการพัฒนา สิ่งที่น่าสนใจคือ พระธรรมปิฎกมองว่า วิทยาศาสตร์มีฐานความคิดเพื่อการพิชิตธรรมชาติ มุ่งหาความรู้เกี่ยวกับธรรมชาติเพื่อจัดการธรรมชาติ เอาธรรมชาติมารับใช้ตอบสนองความต้องการทางเศรษฐกิจของมนุษย์ ในขณะที่เทคโนโลยีที่ผลิตขึ้นมาและใช้งานก็กันไปเพื่อเป็นเครื่องมือที่จะจัดการกับธรรมชาติโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อตอบสนองความต้องการทางเศรษฐกิจ (ตอบสนอง*ตัณหา*?) ดังนั้น สิ่งที่เพิ่มเติมเข้ามาในการพัฒนา คือ “การพัฒนาคน” ที่พระคุณเจ้าเรียกสิ่งนี้ว่า *ภาวนา*¹⁸

พระธรรมปิฎกเชื่อว่าเมื่อมีการเพิ่มเติมมิติด้านการพัฒนาคน (ภาวนา) เข้ามาในการพัฒนาที่เป็นไปเพื่อประโยชน์ทางเศรษฐกิจแต่เพียงอย่างเดียว วิทยาศาสตร์จะเปลี่ยนแนวทางความสัมพันธ์ให้มนุษย์อยู่ร่วมกับธรรมชาติได้อย่างดี โดยเกื้อกูลซึ่งกันและกัน เทคโนโลยีที่ผลิตขึ้นบนฐานคิดนี้จะมีแรงจูงใจที่ต่างออกไป กล่าวคือ ตอบสนองการเป็นเครื่องมือการพัฒนาเศรษฐกิจ แต่ในขณะเดียวกันก็มีเป้าหมายครอบคลุมการพัฒนามนุษย์¹⁹ พระธรรมปิฎกขยายความการพัฒนาคน (ภาวนา) ว่าจะต้องมีการพัฒนาให้ครบ 3 ด้าน²⁰ คือ 1) ด้านพฤติกรรมและวิถีการใช้ชีวิต ตลอดจนการทำมาหาเลี้ยงชีพ 2) ด้านจิตใจ เช่น การพัฒนาคุณธรรม ความเข้มแข็งมั่นคงของจิตใจ สภาพจิตใจที่ดีงาม มีความสุข 3) ด้านปัญญา หรือปรีชาญาณ

¹⁶ การพัฒนาที่ยั่งยืน, หน้า 176

¹⁷ การพัฒนาที่ยั่งยืน, หน้า 93

¹⁸ การพัฒนาที่ยั่งยืน, หน้า 177

¹⁹ การพัฒนาที่ยั่งยืน, หน้า 178

²⁰ การพัฒนาที่ยั่งยืน, หน้า 188

คือ ความรู้ ความเข้าใจ รวมทั้งแนวคิด ทักษะ และค่านิยม เมื่อมีการพัฒนาอย่างถูกต้อง คนก็พร้อมที่จะ **ปฏิบัติอย่างถูกต้อง** ต่อทุกสิ่งที่คุณเข้าไปเกี่ยวข้อง ก่อประโยชน์ให้แก่ตนเองและผู้อื่น มีพฤติกรรมไม่ เบียดเบียน มีความรู้สึกนึกคิดและทัศนคติที่ดีงามต่อธรรมชาติแวดล้อม มองและปฏิบัติต่อธรรมชาติในทาง ที่เกื้อกูลซึ่งกันและกัน ²¹ ดังที่พระธรรมปิฎกได้สรุปลักษณะของความสัมพันธ์ที่จะก่อให้เกิดการพัฒนาที่ ยั่งยืนไว้ว่า

ระบบความสัมพันธ์ที่ถูกต้องของมนุษย์ที่พัฒนาแล้วคือ การยอมรับความจริงว่ามนุษย์เป็นส่วนร่วมที่อยู่ในระบบการดำรงอยู่และ ความสัมพันธ์ของธรรมชาติ มนุษย์พึงพัฒนาคนให้มีความสามารถมากยิ่งขึ้นไป ในการที่จะช่วยให้มนุษย์และสัตว์อื่นทั้งหลายเป็น ส่วนร่วมในธรรมชาตินั้นเอื้ออำนวยประโยชน์เกื้อกูลแก่กัน มีการเบียดเบียนกันน้อยลงๆ ภายในโลกที่มีสภาพอุดมสมบูรณ์เหมาะแก่ การเป็นอยู่อย่างผาสุกยิ่งขึ้น พุทธศาสนิกชนเห็นว่า พัฒนาให้มนุษย์สามารถได้รับประโยชน์จากธรรมชาติ โดยธรรมชาติแวดล้อมที่ดี ขึ้นด้วย อย่างน้อยก็ให้มนุษย์ได้ประโยชน์โดยไม่ทำให้ธรรมชาติแวดล้อมเสียหาย ²²

จากที่ได้กล่าวมาทั้งหมด จะเห็นได้ว่าพระธรรมปิฎกมองว่าการพัฒนาที่ยั่งยืนกระแสหลักที่เป็นการ พัฒนาที่สนองความต้องการของคนรุ่นปัจจุบัน โดยไม่ทำให้คนรุ่นต่อไปในอนาคตต้องประนีประนอมลด ความสามารถของเขาในการที่จะสนองความต้องการของเขาเป็นเพียงการนำเอาประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อมมา ให้ความสนใจควบคู่ไปกับการพัฒนาเศรษฐกิจ ซึ่งทัศนะของพระธรรม-ปิฎก การปฏิบัติเพื่อก่อให้เกิดความ ยั่งยืน (เช่น การแก้ไขประชากรที่หมายรวมไปถึงปัญหาอื่นที่เกี่ยวข้องกัน เช่น ปัญหาสิ่งแวดล้อมซึ่ง เกี่ยวโยงกับปัญหาด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติ ปัญหาความยากจนซึ่งโยงกับปัญหาด้านการสาธารณสุขและ การแพทย์) นั้นเป็นสิ่งที่ปฏิบัติได้ยาก เพราะแกนกลางของปัญหาเหล่านี้คือ ปัญหาเรื่องคน พระธรรมปิฎก มองว่าสิ่งเหล่านี้เป็นเรื่อง “สิ่งฝืนธรรมชาติ” ของคนในสังคมบริโศกนิยมที่ต้องการจะตอบสนองการพัฒนา เศรษฐกิจของตนเองโดยไม่คำนึงถึงปัญหาสภาพแวดล้อมหรือบางทีรู้แต่ก็มองข้ามไป ซึ่งการแก้ไขจะต้อง มาจากการพัฒนาคนให้มีจริยธรรม ซึ่งพระธรรมปิฎกมองว่ารากฐานทางจริยธรรมของตะวันตกนั้นมี ข้อจำกัดในเรื่องนี้ กล่าวคือ ตะวันตกมองว่า**ความต้องการของมนุษย์เป็นธรรมชาติที่แก้ไขไม่ได้ของมนุษย์** การทำตามกฎศีลธรรมจึงต้องเป็นการยับยั้งใจ ฝืนใจเลือกกระทำเพื่อผลดีบางอย่างโดยฝืนความปรารถนา ของตน จึงทำให้ศีลธรรมแบบนี้อยู่ได้ไม่ยั่งยืน แต่ในทางกลับกัน พุทธศาสนามองว่า **ความต้องการของ มนุษย์ (กิเลส) เป็นธรรมชาติที่แก้ไขได้ของมนุษย์** เมื่อพัฒนาคน กิเลสของคนจะเปลี่ยนไปเป็นคุณธรรมและ ปัญญา จริยธรรมจึงไม่จำเป็นต้องฝืนใจ เป็นจริยธรรมที่คนทำพอใจและมีความสุข ศีลธรรมจึงอยู่ได้ยั่งยืน

²¹ การพัฒนาที่ยั่งยืน, หน้า 180

²² การพัฒนาที่ยั่งยืน, หน้า 184

กระบวนการพัฒนาคนหรือที่เรียกว่า *ภาวนา* คือการฝึกฝนคนเพื่อเปลี่ยนจากกิเลสให้ไปเป็นฉันทะ เปลี่ยนความต้องการประโยชน์ส่วนตนหรือประโยชน์ทางเศรษฐกิจแต่เพียงอย่างเดียวให้ไปเป็นการเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวม มนุษย์มีความสัมพันธ์อยู่ร่วมกับธรรมชาติได้อย่างดี เกื้อกูลซึ่งกันและกัน และเห็นความสำคัญของการพัฒนามนุษย์ ดังนั้น การพัฒนาที่ยั่งยืนก็คือ การพัฒนาที่มีคุณภาพ เป็นองค์รวม (holistic) พัฒนาเศรษฐกิจแต่ไม่ทำให้สิ่งแวดล้อมเสียไป และทำให้งิจกรรมของมนุษย์สอดคล้องกับกฎธรรมชาติโดยมีกระบวนการพัฒนาคน (ภาวนา) เป็นรากฐาน²³

ข้อสังเกตส่งท้าย

ทัศนะของพระธรรมปิฎกมีข้อนำสังเกตอยู่ว่า การพัฒนาให้คนมีคุณธรรม มีปัญญาจะต้องเป็นแกนกลางจึงจะแก้ไขปัญหาและก่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน ไม่ใช่การพัฒนาความรู้ทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี²⁴ พระธรรมปิฎกมองว่าเมื่อพัฒนาคนดีแล้ว คนนั้นก็รักษาธรรมชาติแวดล้อมได้ แสวงความรู้ทางวิทยาศาสตร์ด้วยแรงจูงใจที่ถูกต้อง ใช้เทคโนโลยีในทางสร้างสรรค์ พัฒนาเศรษฐกิจในทางที่ไม่มีผลลบ เฉพาะอย่างยิ่ง จะต้องพัฒนาคนให้มีฐานความคิดในการสัมพันธ์กับธรรมชาติอย่างถูกต้องในขณะที่ **ความรู้ทางวิทยาศาสตร์เป็นความรู้ที่ยังมีข้อจำกัด**

“เมื่อพัฒนาคนอย่างถูกต้อง (นั่นคือตามแนวทางพุทธศาสนา: ผู้เขียน) คนก็พร้อมที่จะปฏิบัติอย่างถูกต้องต่อทุกสิ่งที่คุณเข้าไปเกี่ยวข้องกับให้เป็นประโยชน์ทั้งแก่ตนเองและแก่ผู้อื่น มีพฤติกรรมที่ไม่เบียดเบียน ... พูดให้เด่นชัดขึ้นอีกว่า เมื่อคนมีการพัฒนาถูกต้อง เขาก็มีความนึกคิดและทัศนคติที่ดีงามต่อธรรมชาติแวดล้อม จะมองและเกี่ยวข้องกับปฏิบัติต่อธรรมชาติแวดล้อมในทางเกื้อกูลซึ่งกันและกัน”²⁵

“เทคโนโลยีนั้นต้องอาศัยความรู้จากวิทยาศาสตร์ และวิทยาศาสตร์นั้นก็ยังมีความรู้ที่ไม่สมบูรณ์ ไม่ทั่วตลอด ไม่ครอบคลุม ไม่เพียงพอ ทำให้เกิดปัญหามากมาย ยกตัวอย่างเรื่อง CFC²⁶ ที่ว่าเมื่อปี 1930 ขอมรับกันว่าปลอดภัยที่สุด ไม่มีปัญหา แต่พอถึงปี 1976 กลับประกาศใหม่ว่าแย่แล้ว มันทำลายสิ่งแวดล้อมจะทำให้โลกพินาศ เพราะฉะนั้นในเรื่องเทคโนโลยีจะประมาทไม่ได้ตลอดเวลา”²⁷

²³ ความคิดในเรื่องนี้สอดคล้องกับแนวคิดนิเวศวิทยาระดับลึกอย่างน่าสนใจยิ่ง กล่าวคือ นิเวศวิทยาระดับลึกมองว่าทุกสรรพสิ่งในโลกชีวะ (biosphere) มีสิทธิในตัวเองที่จะดำรงอยู่และเจริญงอกงามในแบบของตัวเอง ธรรมชาติล้วนมีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกัน เผ่าพันธุ์มนุษย์มิได้มีสถานะเหนือกว่าสิ่งอื่นภายในโลก ดังนั้น เป้าหมายและผลประโยชน์ของมนุษย์มิได้เป็นสิ่งที่สามารถหยิบยกให้เหนือไปกว่าประโยชน์ของสภาวะแวดล้อมโดยรวม โปรดดู เนืองน้อย (2537) เทียบกับ เอกวิน (2550) และ Rees (1998)

²⁴ การพัฒนาที่ยั่งยืน, หน้า 75-76

²⁵ การพัฒนาที่ยั่งยืน, หน้า 180

²⁶ CFC คือ สาร คลอโรฟลูโอคาร์บอน (Chlorofluorocarbon) เป็นสารประกอบที่เกิดจาก คลอรีน (Cl) ฟลูออรีน (F) และ คาร์บอน (C) มักใช้ในอุตสาหกรรมหลายอย่าง เช่น ตู้เย็น ถังดับไฟ โดยสาร CFC นี้ มีความเป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม เพราะเป็นสารที่ทำลายชั้นโอโซนของโลก เมื่อชั้นโอโซนเกิดช่องโหว่ ทำให้รังสีอัลตราไวโอเล็ต (UV) สามารถแผ่เข้ามาสู่ผิวโลกได้มากขึ้นทำให้โลกร้อนและมีผลทำให้เกิดมะเร็งผิวหนังได้

²⁷ การพัฒนาที่ยั่งยืน, หน้า 179

สิ่งที่น่าสนใจคือ คนที่พัฒนาแล้วตามทัศนะของพระธรรมปิฎกที่ว่านี้สามารถรู้เท่าทัน ครอบคลุม
 แสงทะลุผลกระทบที่ตามมาของเทคโนโลยีต่างๆ ได้จริงหรือไม่ ในทัศนะของผู้เขียนคิดว่า **ไม่น่าจะได้**
 เพราะข้อจำกัดทางด้านญาณวิทยาของมนุษย์ กล่าวคือ ผู้เขียนมองว่าอนาคตเป็นสิ่งที่เราไม่สามารถคาดเดาว่า
 จะเกิดขึ้นได้จริง เพราะข้อจำกัดของมนุษย์เองในความรู้เกี่ยวกับธรรมชาติทั้งหมด²⁸ ในทำนองเดียวกัน การ
 เกิดขึ้นของเทคโนโลยีและผลกระทบที่เกิดขึ้นนั้นเป็นสิ่งที่ไม่สามารถทำนายได้ ดังเราจะเห็นได้จากการที่
 นักวิทยาศาสตร์ที่มีชื่อเสียงในอดีตคาดเดาผิดอยู่เสมอ เช่น ลอร์ด เคลวิน (Lord Kelvin) กล่าวเมื่อปลาย
 ศตวรรษที่ 19 ว่า วิทยุไม่มีอนาคต เครื่องจักรซึ่งหนักกว่าอากาศแต่บินได้เป็นสิ่งที่เป็นไปได้ รังสีเอกซ์
 เป็นเรื่องล้อเล่น จอห์น ฟอน นอยมันน์ (John Von Neumann) กล่าวในปี ค.ศ. 1956 ว่าในสองสามทศวรรษ
 ข้างหน้าพลังงานจะเป็นของฟรีเหมือนอากาศ นอกจากนี้ การค้นพบสิ่งใหม่บางครั้งก็เป็นเรื่องบังเอิญ เช่น
 ทรานซิสเตอร์²⁹ บางครั้ง เทคโนโลยีที่ดูเหมือนมีประโยชน์มากกลับส่งผลร้ายในอนาคตที่ไกลออกไปและ
 ไม่สามารถคาดเดาผลได้ง่ายๆ เช่น ในสมัยก่อน มาเลเรียเป็นโรคที่คร่าชีวิตมนุษย์เป็นอันมาก จึงมีการนำ
 DDT ซึ่งเป็นยาฆ่าแมลงที่ใช้ในการป้องกันมาเลเรียที่มีประสิทธิภาพมาใช้ในช่วง 60 ปีก่อน จนกระทั่งเลิก
 ใช้ไปเมื่อเราทราบผลกระทบของมันในเวลาต่อมา³⁰

จึงเป็นเรื่องน่าสงสัยว่าการเป็นคนดีมีศีลธรรมหรือมีปัญญาเท่าใดถึงจะเพียงพอในการคาดเดาการ
 เกิดขึ้นของเทคโนโลยีและผลกระทบที่จะเกิดขึ้นในอนาคต การนำตัวแบบการพัฒนาที่ยั่งยืนของพระ
 ธรรมปิฎกมาปรับใช้ในบริบทที่เป็นจริงจึงน่าจะยังมีข้อจำกัดอยู่.

²⁸ สิริเพ็ญ พิริยะจิตกรกิจ. “เทคโนโลยีอาหารกับคุณค่าในบริบทสังคมไทย.” **วารสารสมาคมปรัชญาและศาสนาแห่งประเทศไทย**, ปีที่ 1 ฉบับที่ 1, 2549, หน้า 32

²⁹ Charles Hard Townes. “Unpredictability in Science and Technology.” in Martin Moskovits (eds.), **Science and Society: The John C. Polanyi Nobel Laureates Lecture**, Ontario: House of Anansi Press Limited, 1955, pp. 29-42.

³⁰ Rachel Carson. **Silent Spring**, Boston: Houghton Mifflin, 1962.

บรรณานุกรม

- เนื่องน้อย บุญเนตร. (2537). **จริยศาสตร์สภาวะแวดล้อม: โลกทัศน์ในพุทธปรัชญาและปรัชญาตะวันตก**.
กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์. (2538). **สิ่งแวดล้อมและการพัฒนา**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
- พระธรรมปิฎก (ป.อ.ปยุตโต). (2538). **การพัฒนาที่ยั่งยืน**, กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มูลนิธิโกมลคีมทอง.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2546). **การพัฒนาที่ยั่งยืนในบริบทไทย**.
กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สิริเพ็ญ พิริยะจิตกรกิจ. (2549). “เทคโนโลยีอาหารกับคุณค่าในบริบทสังคมไทย.” **วารสารสมาคม
ปรัชญาและศาสนาแห่งประเทศไทย**, 1, 1. หน้า 22-39.
- เอกวิน ขุนบุญจันทร์. (2550). “นิเวศวิทยาระดับลึกและการตระหนักรู้ในตนเอง.” **วารสารปรัชญาและ
ศาสนา คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ**, 1, 2. หน้า 21-39.
- Carson, Rachel. (1962). **Silent Spring**. Boston : Houghton Mifflin.
- Cuello, Cesar and Paul T. Durbin. (1995). “Sustainable Development and Philosophy of Technology.”
Phil & Tech, 1, 1&2 Fall,
- Goodland, Robert and George Ledec. (1998). “Neoclassical Economics and Principles of Sustainable
Development.” In Louis P. Pojman (ed.) **Environmental Ethics: Readings in Theory and
Application**. (pp. 515-521). Belmont : Wadsworth.
- Rees, William E. (1998). “Sustainable Development: Economic Myths and Ecological Realities.” in
Louis P. Pojman (ed.) **Environmental Ethics: Readings in Theory and Application**, (pp. 494-
499). Belmont : Wadsworth.
- Segsneider, Karl H. (2545). **Debating Limits to Sustainable Development?**, Chiang Mai : Heinrich-
Böll Foundation.
- Townes, Charles Hard. (1955). “Unpredictability in Science and Technology.” in Martin Moskovits
(eds.), **Science and Society: The John C. Polanyi Nobel Laureates Lecture**. (pp. 29-42.)
Ontario : House of Anansi Press Limited.
- World Commission on Environment and Development. (1987). **Our Common Future**. Oxford : Oxford
University Press.

วาทกรรมเรื่องประโยชน์ระหว่างพระพุทธศาสนาและเสรีนิยมใหม่

สมบูรณ์ เอี่ยมอารีวงศ์

นิสิตปริญญาเอก สาขาพระพุทธศาสนา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

บทคัดย่อ

บทความเรื่องนี้ ศึกษาคำที่ใช้ทั่วไป คือ คำว่า “ประโยชน์” ในมุมมองของเสรีนิยมใหม่ (ซึ่งมีรากฐานจากเศรษฐศาสตร์กระแสหลัก และอรรถประโยชน์นิยม) และในมุมมองพระพุทธศาสนา โดยตั้งคำถามไปยังข้อสมมุติพื้นฐาน (Assumption) ของวาทกรรมดังกล่าวว่ามีที่มาจากพื้นฐานทางความคิดอย่างไร เป็นวาทกรรมเพื่อประโยชน์ของใคร และวาทกรรมนี้มีเป้าหมายสูงสุดอย่างไร การค้นหาคำตอบเหล่านี้จะสามารถทำให้เราเข้าใจถึง สิ่งที่วาทกรรมนี้ได้สร้างต่อเนื่องเป็น โครงสร้างทางอำนาจต่างๆ ในสังคมปัจจุบัน และก่อให้เกิดความพยายามที่จะเปลี่ยนแปลงสู่กระบวนทัศน์ใหม่ได้ในลำดับต่อไป

บทความนี้ชี้ให้เห็นว่า วาทกรรมเรื่องประโยชน์ในเสรีนิยมใหม่และในพระพุทธศาสนา มาจากชุดทางความคิดที่แตกต่างกัน คือ เรื่องที่หนึ่ง **พื้นฐานความคิด** เสรีนิยมใหม่สืบทอดความคิดมาจากเศรษฐศาสตร์กระแสหลัก และปรัชญาอรรถประโยชน์นิยม โดยมีพื้นฐานในแบบ **คติที่เน้นผลที่ตามมา** (Consequentialism) คือ มีเป้าหมายและผลเป็นตัวตั้ง ไม่สนใจแรงจูงใจและวิธีการที่จะไปสู่เป้าหมายนั้น ในขณะที่พระพุทธศาสนาให้ความสำคัญกับแรงจูงใจ วิธีการ และเป้าหมาย อีกทั้งจะเป็นประโยชน์ได้ก่อต่อเมื่อทั้งสามองค์ประกอบนี้ชอบธรรมหรือเป็นสายกุศลเท่านั้น คือ เป็นจริยศาสตร์แบบ **สัมบูรณ์นิยม** (absolutism) เมื่อมองในมุมการให้ความสำคัญกับเจตนาและวิธีการ แต่พระพุทธศาสนาก็มี **คติที่เน้นผลที่ตามมาด้วยเช่นกัน** (ซึ่งอาจนอกเหนือความคิดของสำนักสัมบูรณ์นิยมที่เคร่งครัด) จากพื้นฐานความคิดนี้ ทำให้เสรีนิยมใหม่ และพระพุทธศาสนา มีความคิดในสิ่งที่ถูกต้องแตกต่างกัน ประโยชน์ในเสรีนิยมใหม่เป็นอัตวิสัยตามที่ผู้มีอำนาจเป็นคนกำหนดและจัดลำดับความสำคัญ ในขณะที่ประโยชน์ในพระพุทธศาสนามีความเป็นวัตถุวิสัย

เรื่องที่สอง **ผู้รับประโยชน์** ในเสรีนิยมใหม่ นั้นประกาศวาทกรรมผู้รับประโยชน์ คือ ปัจเจกบุคคล และสังคม ผ่านมือที่มองไม่เห็น แต่ผู้รับประโยชน์ที่แท้จริง คือ ผู้ควบคุมกติกาสถาปนา ในขณะที่พระพุทธศาสนา เสนอการกระทำและรับประโยชน์โดยตรงของปัจเจกบุคคล เมื่อปัจเจกบุคคลได้รับประโยชน์จากการลดละกิเลสแล้ว จึงจะมีปัญญาและปราศจากอคติในการสร้างประโยชน์ให้แก่ส่วนร่วม นอกจากนี้ พระพุทธศาสนายังยกย่องผู้ที่ทำประโยชน์ทั้งต่อตนเองและผู้อื่นพร้อม ๆ กัน

เรื่องที่สาม **ประโยชน์สูงสุด** เสรีนิยมใหม่มีเป้าหมายสูงสุด คือ การเพิ่มการบริโภค เพื่อรักษาความเติบโตไว้ให้นานที่สุด ในขณะที่พระพุทธศาสนาเสนอประโยชน์สูงสุด จากการบริโภคปัจจัย ๔ ที่พอเหมาะ แต่เข้าหาความสุขจากมิติอื่น ๆ โดยเฉพาะทางจิตและการแสวงหาปัญญา เพื่อความสงบเย็นภายในจิตและสันติสุขในสังคมภายนอก

Abstract

This article is intended to study a basic idea of ‘Benefit’ (or ‘Utility’ in Economics term) both in Neoliberalism (which also derived from mainstream economics and Utilitarianism) and Buddhism. The purpose is to question the assumption of the discourse of benefit which includes the question of the basic philosophy from which it comes, the question of persons whom it is for and the ultimate purpose of benefit. To find out these answers will result in understanding what this discourse leads to various power structures in present society and also leads to the attempt to shift to a new paradigm.

This article indicates that the discourse of benefit both from Neoliberalism and Buddhism are different. First, the basic philosophy of Neoliberalism, mainstream Economics and Utilitarianism are from Consequentialism. It is emphasized on goal and result and less interested in which intentions and means they are, while Buddhism is interested in intention, mean or action and goal. What will be benefit will be composed of these three and might be only Kusala or righteous. In this aspect of concerning intention and mean or action, it may be called as Absolutism ethics (opposite to Consequentialism). However Buddhism is also Consequentialism as it is also concerned with goal (this may be debatable to strictly Absolutism school). For those who are not familiar with Buddhism, Buddhism is briefly speaking as an umbrella view that relates to many others and leads people to detach to those views. From these different basic philosophies, both lead to different idea of righteousness. The benefit from Neoliberalism idea is more subjective according to the authority to define and set priority whereas the benefit from Buddhism is more objective.

Second, the persons who get benefit in Neoliberalism are declared as individual and society through the invisible hands mechanism ; nevertheless, the one who really accumulates the benefit is the mechanism controller. Buddhism proposes the principle of action and benefit first directly to each individual and once this individual benefits from reducing Kilesa or defilements then he will have wisdom and no Agati or prejudices to create benefit for the society. Moreover, Buddhism admires those who do both at the same time.

Third, the ultimate goal in Neoliberalism is to increase consumption to maintain economic growth. On the contrary, Buddhism suggests consuming appropriately and approaching happiness in other dimensions especially in mind and in searching wisdom. These will internally cool down the mind and externally create peace in the society.

1. บทนำ

จากการที่ผู้เขียนได้เข้าร่วมสัมมนาทางเศรษฐศาสตร์หลายครั้งในระยะเวลาที่ผ่านมา เนื้อหาสัมมนาล้วนเกี่ยวข้องกับประเด็นปัญหาเรื่องแนวความคิดเสรีนิยมใหม่ (Neoliberalism)¹ และโลกาภิวัตน์ (Globalization) ซึ่งมีอุดมการณ์เสรีนิยมใหม่อยู่เบื้องหลัง มีคำๆ หนึ่งกลับมาปรากฏและใช้เป็นแนวความคิดหลักในข้อสมมุติพื้นฐานของ ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์กระแสหลัก หรือ เศรษฐศาสตร์นีโอคลาสสิก รวมทั้งเป็นพื้นฐานหลักของ อุดมการณ์ ที่กำหนด นโยบายเศรษฐกิจเสรีนิยมใหม่ หรือที่เรียกว่า “ฉันทามติแห่งวอชิงตัน” (Washington Consensus) ซึ่งมีมติต้องการให้รัฐบาลมีบทบาทลดลง และให้ระบบตลาดเสรีมีบทบาทมากขึ้น คำที่กล่าวถึงนี้ก็คือคำว่า “ประโยชน์”

คำว่า “ประโยชน์” นี้ใช้ในบริบทของทฤษฎีเศรษฐศาสตร์กระแสหลัก ในแง่ที่ว่า “ปัจเจกบุคคลตัดสินใจเลือก โดยคำนึงถึง ประโยชน์ สูงสุดส่วนตนเป็นสภาวะ ภายใต้ข้อจำกัดที่ตนเผชิญ (Optimization under Constraints)” และ “หากแต่ละคนมีพฤติกรรมในทางที่ทำให้ตนได้ประโยชน์สูงสุด สังคมส่วนรวมซึ่งหมายถึงปัจเจกบุคคลแต่ละคนบวกรวมกัน ก็จะได้ประโยชน์สูงสุดตามไปด้วย...”²

ความจริงคำว่า “ประโยชน์” เป็นคำพื้นฐานที่ใช้อย่างแพร่หลายในวงการต่างๆ ทั้งวงการวิทยาศาสตร์ รัฐศาสตร์ บริหารธุรกิจ ไปจนถึงศาสนาและปรัชญา ดังจะพบการใช้ในวลีต่างๆ อาทิ “ใช้ประโยชน์” (Function), “เป็นประโยชน์” (Usefulness), “ได้(เพื่อ)ประโยชน์” (Benefit (for)), “ผลประโยชน์” (Interest) และ “อรรถประโยชน์” (Utility) เป็นต้น³

คำที่ใช้อย่างพื้นฐานและแพร่หลายเช่นนี้ อาจดูเหมือนไม่น่ามีปัญหาอะไรในเรื่องความหมาย และไม่มีอะไรน่าสนใจ อย่างไรก็ตามเมื่อทดลองตั้งคำถามกับคำๆ นี้ กลับเกิดคำถามขึ้นมาว่า ประโยชน์ ที่กล่าวกันอย่างที่เข้าใจกันนั้น เป็นเรื่อง อัศจรรย์ ที่ผู้ใดกำหนดหรือผู้มีอำนาจกำหนดขึ้น หรือเป็น วัตถุวิสัย ที่มีข้อเท็จจริงหรือประสบการณ์ยืนยันได้เหมือนกัน ประโยชน์ในมุมมองของเสรีนิยมใหม่ในประเด็น “ประโยชน์สูงสุดส่วนตนเป็นสภาวะ” นั้นหมายความว่าอย่างไร ประโยชน์ส่วนตัวและประโยชน์ส่วนรวมทำ

¹ เสรีนิยมใหม่ คือ แนวคิดสนับสนุนตลาดเสรี การค้าเสรี และการกระจายการตัดสินใจ เชื่อว่าเสรีภาพทางเศรษฐกิจที่สูงจะสัมพันธ์กับมาตรฐานการครองชีพที่สูง, ความสุขของแต่ละคน และสันติภาพ ทั้งนี้ เสรีนิยมใหม่นี้ กลับมามีบทบาทตั้งแต่ทศวรรษ 1970 รายละเอียดดูได้จาก Wikipedia, “Neoliberalism”, <http://en.wikipedia.org/wiki/Neoliberalism#cite_note-fraser-0>, October 2008. และ Anup Shah, “A Primer on Neoliberalism”, <<http://www.globalissues.org/article/39/a-primer-on-neoliberalism#GoingGlobo>>, October 2008.

² ปกป้อง จันวิทย์, “นโยบายเศรษฐกิจทางเลือกภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์และอุดมการณ์เสรีนิยมใหม่ กรณีศึกษาว่าด้วยมาตรการกำกับและจัดการทุนเคลื่อนย้ายระหว่างประเทศ (Capital Controls)”, ใน โครงการวิจัยเรื่อง “นโยบายเศรษฐกิจทางเลือกภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์และอุดมการณ์เสรีนิยมใหม่: บทสำรวจองค์ความรู้และประสบการณ์”, เอกสารประกอบการเสวนาวิชาการเรื่อง “นโยบายเศรษฐกิจทางเลือกภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์และอุดมการณ์เสรีนิยมใหม่: บทสำรวจองค์ความรู้และประสบการณ์”, (กรุงเทพฯ: คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2551) หน้า 11-12.

³ ที่ยกมานี้เป็นเพียงตัวอย่างของการเทียบเคียงกันเท่านั้น ยังมีคำที่มีความหมายเดียวกันนี้อีกมาก อาทิ Benefit มีอภิมานศัพท์ (Thesaurus) ที่ใช้ในบริบทแตกต่างกัน เช่น advantage, benefaction, benefice, beneficence, benevolence, blessing, bonus, dividend, fringe benefit, perk, perquisite, privilege ดูรายละเอียดใน Thesaurus.com, “Benefit”, <<http://thesaurus.reference.com/browse/benefit>>, June 2008.

อย่างใดก่อนและหลัง และประโยชน์ของทุกคนรวมกันจะเป็นประโยชน์ของสังคม ความคิดนี้เชื่อถือได้จริงหรือไม่ อย่างไร

นอกจากนี้หากนำกรอบคิดจากสาขาวิชาการอื่นๆ อาทิ จาก พระพุทธศาสนาเข้ามาเปรียบเทียบกับ ความคิดของเสรีนิยมใหม่แล้ว⁴ จะเกิดคำถามขึ้นอีกว่า แนวความคิดเรื่อง ประโยชน์ ในพระพุทธศาสนาและ ในเสรีนิยมใหม่นี้ ให้ ความหมายเหมือนกันหรือแตกต่างกันอย่างไร ทั้งสองความคิมองประโยชน์ จาก พื้นฐานความคิดใด ผู้รับประโยชน์ควรเป็นของกลุ่มใดก่อน กลุ่มใดหลัง รวมทั้ง ประโยชน์สูงสุดของทั้งสองความคิดเพื่อเป้าหมายอะไรและเหมือนกันหรือแตกต่างกันอย่างไร

บทความนี้จะแสดงให้เห็นถึงความเหมือนและแตกต่างกันระหว่างระบบความคิดทั้งสองระบบ ใน มุมมองผ่านวาทกรรมของคำว่า “ประโยชน์” การตระหนักถึงแนวความคิดดังกล่าวอย่างชัดเจน ย่อมจะเป็น สิ่งสำคัญขั้นต้นในการสร้างองค์ความรู้ และความรู้ดังกล่าวย่อมนำไปสู่ความเข้าใจถึงการเกิดอำนาจ ดังที่ มิเชล ฟูโก (Michel Foucault) ได้ให้ความหมายของคำว่า วาทกรรม (Discourse) ว่า คือ “ระบบความคิด (system of thoughts) ที่ประกอบด้วยความคิด (ideas), ทศนคติ (attitudes), วิถีแห่งการกระทำ (courses of action), ความเชื่อ (beliefs) และการปฏิบัติ (practices) ซึ่งจะสร้างเรื่องราว (subjects) และโลก ขึ้นมาอย่างเป็นระบบจากการกล่าววาทะนั้น”⁵

นอกจากนี้วาทกรรมยังเป็นเรื่องของ การวิเคราะห์ปริบท อาทิ บรรทัดฐาน และข้อสมมุติพื้นฐาน (Assumption) ที่อยู่เบื้องหลังการเกิดวาทกรรมนั้น ๆ ด้วย⁶

4 การนำกรอบแนวคิดทางพระพุทธศาสนา มาเปรียบเทียบกับ กรอบแนวคิดเศรษฐศาสตร์เสรีนิยมใหม่นั้น ทางหนึ่งดูเหมือนเป็นการเปรียบเทียบของ สองแนวทางที่มีสถานะ ขอบเขตความสนใจ และมีธรรมชาติที่แตกต่างกันมาก หรือ เป็นการเปรียบเทียบมวสาคลกับมวยไทยต่างรุ่นกัน ในลักษณะ ที่เศรษฐศาสตร์มุ่งสนใจเฉพาะส่วน ขณะที่พระพุทธศาสนาสนใจในกรอบที่กว้างขวางกว่า แต่เมื่อพิจารณาในภาพกว้างแล้ว ทั้งสองแนวทางเป็นเรื่อง ของระบบความคิด และองค์ความรู้ ที่ต่างนำวาทกรรมของตน (ซึ่งเกิดจากบรรทัดฐาน และข้อสมมุติพื้นฐานหนึ่ง ๆ) ไปก่อให้เกิดโครงสร้างอำนาจ ทางวัฒนธรรมความเชื่อ ทางสังคม ทางการเมือง และทางเศรษฐกิจที่ตั้งบนพื้นฐานของตนเอง (ดูนิยามวาทกรรม ในเนื้อหาต่อไปและเชิงอรรถที่ ๖ และ ๗) ขณะเดียวกันเมื่อพิจารณาในภาพเฉพาะแล้ว การเปรียบเทียบกรอบแนวคิดทั้งสองในเรื่องเดียวกัน คือ เรื่องประโยชน์” ซึ่งเป็นแนวความคิด พื้นฐาน อาจถือว่ามีน้ำหนักในระดับเดียวกันได้ แม้ว่ากรอบความคิดของสังคมโลกในปัจจุบันจะให้น้ำหนักกับวาทกรรมจากทางเศรษฐศาสตร์มากกว่า การเปรียบเทียบนี้เพื่อตั้งข้อสงสัยต่อพื้นฐานของวาทกรรมดังกล่าว อันอาจช่วยให้เราได้ความรู้ เพื่อนำไปสร้างกระบวนทัศน์ใหม่ (ดังปรากฏเป็นยุค หลังนยุค (Post Modern) ในปัจจุบัน) และโครงสร้างอำนาจในด้านต่าง ๆ ที่แตกต่างจากปัจจุบัน ตัวอย่างของวิธีการนี้ ได้แก่ การตั้งคำถามกับ ข้ออ้างข้อที่ ๕ ในเรขาคณิตของยูคลิด(Euclidean geometry) ที่กำหนดว่า ถ้าเส้นตรงเส้นหนึ่งตัดเส้นตรงคู่หนึ่ง ขนาดของมุมภายในที่อยู่ข้าง เดียวกันของเส้นตัดรวมกันได้น้อยกว่าสองมุมฉาก ดังนั้น เส้นตรงทั้งสองนั้น เมื่อต่อออกไป จะพบกันบนข้างที่มุมรวมกันน้อยกว่า สองมุมฉาก ข้ออ้างข้อนี้ หรือ เรียกว่า ข้ออ้างเส้นขนาน เมื่อรวมกับข้ออ้างอื่นนำไปสู่ทฤษฎีบทต่าง ๆ แต่เมื่อมีคนตั้งคำถามกับข้ออ้างข้อนี้ ว่า เส้นตรงสองเส้นที่มุม ภายในเท่ากับสองมุมฉากนี้ตัดกันได้ นำไปสู่ขอบฟ้าของเรขาคณิตอีกแนวทางที่รู้จักในชื่อของNon-Euclidean geometry ดูรายละเอียดเรื่องนี้ เพิ่มเติมได้ที่ Wikipedia, "Non euclidian geometry", < http://en.wikipedia.org/wiki/Non_euclidian_geometry>, October, 2008.

5 Wikipedia, "Discourse", <<http://en.wikipedia.org/wiki/Discourse>>, June 2008. ปรากฏคำนิยามที่กล่าวถึงว่า“systems of thoughts composed of ideas, attitudes, courses of action, beliefs and practices that systematically construct the subjects and the worlds of which they speak”

6 ไชยรัตน์ เจริญสินโอสถ,รัฐศาสตร์แนววิพากษ์,(กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์2544, หน้า (23) พูดถึงความคิดฟูโกว่า“วาท กรรม เป็นคำกำหนดทุกอย่างและเราไม่มีวันที่จะฉีกออกไปจากสิ่งที่เรียกว่าวาทกรรม ตรงเท่าที่วิธีการหาความรู้ของเราจะเป็นการเข้าไปจัดระบบ ระเบียบ ลำดับชั้นของสิ่งที่เราอ้างว่ารู้ ในรูปของวาทกรรม” ส่วนในNick Crossley, **Key Concepts in Critical Social Theory**,

การที่แนวความคิดเรื่อง “ประโยชน์” ตามความคิดเสรีนิยมใหม่สามารถเติบโตและครอบคลุมไปทั่วโลก⁷ โดยการสร้าง วาทกรรม ขึ้นมาเพื่อใช้อธิบายทฤษฎีอุดมการณ์ และนโยบายทางเศรษฐกิจ ตลอดจนกิจกรรมที่ตามมาภายใต้ระบบความคิดและเหตุผลชุดเดียวกัน จนทำให้ประเทศพัฒนาแล้วสามารถนำประเทศอื่นๆ ไปสู่เป้าหมายตามที่ประเทศพัฒนาแล้วต้องการได้⁸ ในทางกลับกันเป็นไปได้หรือไม่ที่

(Great Britain: Sage Publications Ltd., 2006), pp.60-63. ได้อธิบาย วาทกรรม หรือ Discourse ว่าความหมายอย่างง่าย คือ คำพูด หรือ การสื่อสารในวิธีการต่าง ๆ โดยที่การวิเคราะห์วาทกรรมในเรื่องใด ๆ คือ การระบุถึง คำศัพท์เฉพาะกลุ่มของบรรทัดฐาน(norm) หรือ กฎเกณฑ์ เพื่อกำหนด และให้ความหมายกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ด้วยแบบแผน และเทคนิคโวหารต่าง ๆ จะมีจุดเน้นพิเศษ คือ การให้ความสำคัญกับบริบท (Context) และการวิเคราะห์บริบทนี้มีข้อสมมุติพื้นฐาน(Assumption) คือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการใช้จะไม่รู้สึกถึงระบบแบบแผนที่อาศัยอยู่ หรือ ไม่รู้สึกถึงผลที่ตามมาจากการใช้ที่พูดไป การวิเคราะห์แบบนี้จึงต้อง ขุด และ รื้อสร้าง สิ่งที่อยู่ข้างใต้ขึ้นมา โดย ฟูโก จะให้ความสำคัญกับ ประวัติการเปลี่ยนแปลงกฎเกณฑ์ภายในของการเกิดวาทกรรม เช่นเดียวกับเงื่อนไขเชิงสถาบัน และปัญหาทางสังคม ที่เอื้อต่อการเกิด การก่อตัว และการอยู่รอดของวาทกรรมนั้น ๆ ด้วย ขณะที่เจอเกน ฮาเบอร์มัส(Jürgen Habermas) ใช้คำว่า วาทกรรม เพื่อแสดงถึงการตั้งคำถามกับ บรรทัดฐาน และ ข้อสมมุติฐานพื้นฐาน ที่มักเชื่อโดยไม่สงสัย

⁷ เหตุผลและข้ออ้างในที่นี้ เริ่มตั้งแต่ หลักศุตรวิชาเศรษฐศาสตร์ในประเทศต่าง ๆ ล้วนศึกษานบนพื้นฐานของความคิดอรรถประโยชน์ตาม เศรษฐศาสตร์ตะวันตก จนถึงการค้าเสรีนโยบายทางเศรษฐกิจโดยเฉพาะช่วงวิกฤติ ซึ่งโดยส่วนใหญ่ดำเนินตามองค์การทางการเงินระหว่างประเทศที่ ไปพึ่งพิง รวมถึง การริเริ่มแนวความคิดของประเทศพัฒนาแล้ว อาทิ ธรรมเนียม(Good Government) (ดูเพิ่มเติมในเชิงอรรถถัดไป) , ถิ่นตามดิ วอชิงตัน ที่ให้ลดกฎเกณฑ์, แปรรูปรัฐวิสาหกิจ, เปิดเสรีทางการค้า เป็นต้น

⁸ ตัวอย่างการสร้างวาทกรรมและนำไปสู่กิจกรรมต่าง ๆ ปรากฏในบทความWolfgang H. Reinicke, “Global Public Policy”, Foreign Affairs, Vol.76 No.6 : 127-138. บทความนี้ (ภายหลังได้พิมพ์ขยายเป็นหนังสือ เรื่องGlobal Public Policy: Governing Without Government?) เริ่มจากการกลับมาพิจารณาของโลกาภิวัตน์ และการพึ่งพาทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ เพื่อ นำไปสู่การขับเคลื่อนบทบาทของนโยบายสาธารณะระดับโลก (Global Public Policy) ให้ความสำคัญกับรัฐในประเทศอื่นๆ น้อยลง โดยมอง การพึ่งพาทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ เป็นเรื่องเศรษฐศาสตร์มหภาคที่ทำให้รัฐต่าง ๆ เข้าใกล้กัน แต่โลกาภิวัตน์เป็นเศรษฐศาสตร์จุลภาค เป็นเรื่อง ของบริษัทที่ข้ามพรมแดนรัฐ ทั้งในเรื่องการเงิน เทคโนโลยี และสารสนเทศ เพื่อดำรงความสามารถในการแข่งขันไว้ ทั้งนี้ อธิปไตยภายนอกของรัฐที่ เข้าไปนั้นเริ่มลดลงจากการลดลงทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ ขณะที่อธิปไตยภายในลดลงเช่นกัน จากบริษัทข้ามชาติที่เข้าไปยังประเทศนั้นๆ โดย การเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชน (เช่นการลดระเบียบกฎเกณฑ์(Deregulation)) และจะทำให้สถาบันประชาธิปไตยใน ประเทศนั้นอ่อนแอลงด้วย รัฐที่เริ่มสูญเสียอธิปไตยภายในอาจตอบโต้กลับ โดยการเข้าแทรกแซง ไม่ว่าจะเป็นแบบดั้งรับ เช่น ภาษีศุลกากร หรือ แบบ รุก เช่นการอุดหนุน หรือ ลดกฎเกณฑ์สำหรับธุรกิจของประเทศตน ดังนั้น ทางเลือก คือ ต้องไม่แคร์ต้องในเรื่อง ดินแดน โดยยุทธศาสตร์ที่เหมาะสม คือ แยกแนวคิด ธรรมภิบาล (governance) กับ รัฐบาล (government) ออกจากกัน โดยที่ธรรมภิบาล คือ หน้าที่ทางสังคมที่จำเป็นสำหรับการ ดำเนินงานของระบบเศรษฐกิจแบบตลาด และไม่ต้องเท่ากับรัฐบาล ดังนั้นนโยบายสาธารณะระดับโลก คือ แยก ธรรมภิบาล ออกจากรัฐชาติ และ รัฐบาล และเพื่อนำสู่การปฏิบัติ ผู้กำหนดนโยบาย ต้องมอบหมายให้หน่วยงานและสถาบันอื่น ที่อยู่ในฐานะที่ดีกว่า มาดำเนินนโยบายสาธารณะ ระดับโลก ไม่เพียงหน่วยงานภาคสาธารณะอย่างธนาคารโลก หรือ ไอเอ็มเอฟ แต่รวมถึง ภาคธุรกิจ ภาคแรงงาน องค์กรพัฒนาเอกชน(Non-Government organizations) โดยที่กลุ่มเหล่านี้ ไม่เพียงรับผลได้ และมีสารสนเทศที่ดีกว่าเท่านั้น แต่ยังมีขอบข่ายที่ไม่จำกัด เช่น โครงการ หุ้นส่วนภาครัฐและเอกชน (public-private Partnerships) จะเพิ่มความชอบธรรมในนโยบายสาธารณะระดับโลกและทำให้กระบวนการ กำหนดนโยบายเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง กฎระเบียบทางการเงิน สิ่งแวดล้อม การบังคับกฎหมายข้ามประเทศ เป็นต้น โครงการหุ้นส่วนภาครัฐและเอกชนนี้ จะเป็นพื้นฐานของนโยบายสาธารณะระดับโลก และเพื่อไม่ให้สาบสูญลงง่ายๆ ในระยะแรกให้นำเสนอกฎเกณฑ์นโยบาย ที่ผสมผสานระหว่างภาคสาธารณะและภาคเอกชนในระดับชาติ โดยละเอียดในระดับโลกก่อน อันดับแรกที่ทำ คือ ให้เกิด ความโปร่งใสขึ้น เพื่อให้เปิดเผยข้อมูลและแต่ละฝ่ายสามารถเข้าถึงได้ และประการที่สอง บริษัทต้องสนับสนุนโครงการหุ้นส่วนภาครัฐและเอกชน ด้วยการปรับปรุงระบบตรวจสอบภายใน และโครงสร้างการจัดการ ยิ่งการควบคุมภายในดีเท่าใด ยิ่งลดความเสี่ยงต่อความผิดพลาดทางการตลาด และ ยิ่งมีความจำเป็นที่ต้องมีกฎเกณฑ์ภายนอกน้อยลงเท่านั้น

สำหรับ Foreign Affairs เป็นวารสารที่ทรงอิทธิพลของสหรัฐอเมริกาทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ โดยเจ้าของคือ Council on Foreign Relations (CFR) ซึ่งเป็นองค์กรภาคเอกชนที่จัดตั้งขึ้นตั้งแต่ ค.ศ.1921 มีบทบาทต่อนโยบายต่างประเทศและ บทบาทของประเทศสหรัฐอเมริกาต่อประเทศต่าง ๆ ในโลก

วาทกรรมเรื่อง **ประโยชน์** ประกอบกับชุดความคิดอื่นๆ หากนำมา**รื้อสร้าง** (Deconstruction) และอธิบายใหม่ ด้วยระบบความคิดของ**พระพุทธศาสนา** จะนำไปสู่การเกิดระบบ**เศรษฐกิจที่เป็นอื่น** ในลักษณะที่แตกต่าง กับระบบ เสรีนิยมใหม่ ประเด็นนี้จะเป็นประเด็นที่ศึกษาในโอกาสต่อไป

2. ความหมาย “ประโยชน์จาก...”

2.1 นิยาม หัวข้อนี้จะแสดงนิยาม และ ความหมาย ของ**ประโยชน์** จากมุมมองต่าง ๆ พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ได้ให้คำแปลของคำนี้ไว้ว่า

ประโยชน์ [ประ โหฺยคฺ] น. สิ่งที่มีผลใช้ได้ดีสมกับที่คิดมุ่งหมายไว้, ผลที่ได้ตามต้องการ, สิ่งที่เป็น ผลดีหรือเป็นคุณ, เช่น ประโยชน์ของการศึกษา ประโยชน์ของโรงเรียน. (ส. ประโยชน; ป. ปโยชน).⁹

คำแปลนี้สะท้อนถึง 2 นัย คือ นัยแรก เกี่ยวข้องกับ **ผล** และ **สิ่งที่คิดมุ่งหมาย** หรือ **ผล** กับ **ความต้องการ** นัยที่สอง คือ **ผล** นั้น **ดี** หรือ **เป็นคุณ** (จะกล่าวถึงในส่วนท้ายของตอนนี้)

ในทางเศรษฐศาสตร์นั้นแนวความคิดเรื่อง **ประโยชน์** มีที่มาตั้งแต่คริสต์ศตวรรษที่ 19 เมื่อ เจเรมี เบนแธม (Jeremy Bentham) ได้เสนอเรื่อง **อรรถประโยชน์นิยม (Utilitarianism)** ซึ่งให้ความหมายไว้ว่า “ความสุขที่มากที่สุดสำหรับคนจำนวนมากที่สุด” (The greatest happiness of the greatest number)¹⁰ หรือ **หลักการความสุข**

ส่วนจอห์น สจ๊วต มิลล์ (John Stuart Mill) มีทัศนะว่า เป้าหมายของมนุษย์ คือ **ความสุข** และสิ่งที่ เป็น **ประโยชน์** หรือ เป็นการกระทำที่ถูกต้อง คือ **ส่งผล**ให้เกิดความสุขที่มากที่สุด สำหรับคนจำนวนมาก ที่สุด¹¹ โดย มิลล์ มีความเห็นที่ขัดแย้งกับ อิมมานูเอล คานต์ (Immanuel Kant) ที่มองเป้าหมายของชีวิตอยู่ที่ **การกระทำดีหรือตามหน้าที่ทางศีลธรรม (Moral Duty)** แม้ว่าความคิดของคานต์จะได้รับความนิยมอย่างมาก แต่อิทธิพลของมิลล์กลับปรากฏเป็นพื้นฐานฝังรากลึกในสาขาเศรษฐศาสตร์ที่พัฒนาการวัดอรรถ **ประโยชน์** ต่อหน่วย (Utility) ไปเป็นอรรถประโยชน์หน่วยสุดท้ายและการวัดความพอใจ (Satisfaction) รวมทั้งเป็น รากฐานของวิชาเศรษฐศาสตร์จุลภาค ดังที่นักเศรษฐศาสตร์ได้วางข้อสมมุติพื้นฐานข้อหนึ่งของแนวคิดเรื่อง **ครัวเรือน (Household)** ว่า “ทุกครัวเรือนจะพยายามอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้บรรลุความพอใจ หรือความอยู่ดีมี สุข (Well-being) หรือ **อรรถประโยชน์ที่สูงสุด** ภายใต้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด”¹²

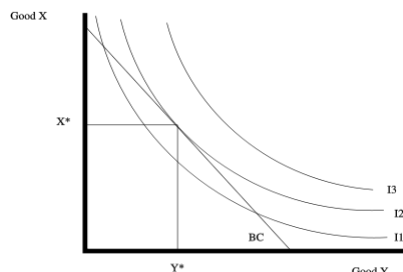
⁹ พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 “ประโยชน์”, <<http://rirs3.royin.go.th/>>, มิถุนายน 2551

¹⁰ Kwame Anthony Appiah, **Thinking It Through : an Introduction to Contemporary Philosophy**, (New York : Oxford University Press Inc., 2003) p.206.

¹¹ **The Philosophy Quest : A Cross-Cultural Reader**, ed. by Gail M. Presbey, Karsten J. Struhl, Richard E. Olsen, 2nd ed. (USA : McGraw-Hill Companies, Inc., 2000) p.418.

¹² Richard G. Lipsey, Peter O. Steiner, Douglas D. Purvis, **Economic**, 9th ed. (Singapore : Harper & Row Publisher, Asia, Pte Ltd., 1990) p.43-44. นักเศรษฐศาสตร์ ได้ตั้งข้อสมมุติฐานพื้นฐานเกี่ยวกับแนวคิดเรื่อง ครัวเรือน คือ ประการที่หนึ่ง ทุกครัวเรือน ต้องมีการตัดสินใจที่คงเส้นคงวาเสมือนประกอบด้วยคน ๑ คน (First, economists assume that each household makes consistent decisions, as though it were composed of a single individual.) ประการที่สอง ทุกครัวเรือนจะพยายามอย่าง

ความคิดนี้นำไปสู่ทฤษฎีที่ใช้กันมาจนปัจจุบัน คือ เส้นความพอใจเท่ากัน (Indifference Curve) และ จุดดุลยภาพของครัวเรือน หากเส้นความพอใจเท่ากันสัมผัสกับเส้นงบประมาณก็จะแสดงถึงการใช้ทรัพยากรที่มีเพื่อให้ได้ความพอใจหรืออรรถประโยชน์สูงสุดของการบริโภคสินค้า 2 ชนิด (ดูแผนภาพที่ 1) แผนภาพที่ 1



ในภาษาบาลีคำว่า ประโยชน์ ใช้ว่า อุตฺต ในคัมภีร์อภิธานวรรณนา ของพระมหาสมปอง มุทิโต แปลดังนี้

อตุตศัพทที่มีอรรถ 9 อย่าง คือ (1) ปโยชนะ ผลประโยชน์หรือความต้องการ (2) สัททาภิเชยยะ เนื้อความที่ศัพท์กล่าวถึง (3) วุฑฒิ ความเจริญ (4) ธนะ ทรัพย์ (5) วัตถุ วัสดุ (6) การณะ เหตุ (7) นาสะ ความพินาศ (8) หิตะ ประโยชน์เกื้อกูล (9) ปัจฉิมปัพพตตะ ภูเขาด้านทิศตะวันตก¹³

ส่วนพระธรรมกิตติวงศ์ ให้คำแปล อุตฺต ในหนังสือศัพท์วิเคราะห์ไว้ 7 ความหมาย คือ (1) ทรัพย์, สมบัติ (2) ประโยชน์, ความเกื้อกูล (3) เหตุ, สาเหตุ, คติความ (4) ผล (5) ความหมาย, ความมุ่งหมาย, เนื้อความ (6) การร้องขอ, ความต้องการ (7) ความพินาศ, ความดำรงอยู่ไม่ได้¹⁴

พิจารณาจากคำแปลในภาษาบาลีพบว่า คำว่า อุตฺต มีนัย 4 นัย คือ นัยแรก เป็นเหตุ เช่น เหตุ, สาเหตุ, คติความ, ประโยชน์เกื้อกูล นัยที่สอง เป็นเป้าหมาย เช่น ทรัพย์, สมบัติ, วัสดุ, ผล, ผลประโยชน์, การร้องขอ, ความต้องการ, ความเจริญ, ความพินาศ, ความดำรงอยู่ไม่ได้ นัยที่สาม เป็นเนื้อหาภาษา เช่น เนื้อความที่ศัพท์กล่าวถึง, ความหมาย, ความมุ่งหมาย, เนื้อความ และนัยที่สี่ เป็นเรื่องอื่นๆ เช่น ภูเขาด้านทิศตะวันตก

สำหรับพระพุทธศาสนานั้นพระสัมมาสัมพุทธเจ้าได้ทรงใช้ คำว่า ประโยชน์ ทั้งใน นัยที่ เป็นเหตุ และนัยที่เป็นเป้าหมาย ดังตัวอย่าง การใช้ ประโยชน์ ในนัยที่เป็นเหตุ เช่น

สมมติเสมอเพื่อให้บรรลุความพอใจ หรือความเป็นอยู่ หรือ อรรถประโยชน์ ที่สูงสุดภายใต้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด (Second, economists assume that each household is consistently attempting to achieve maximum *satisfaction* or *well-being* or *utility*, as the concept is variously called. The household tries to do this within the limitations of its available resources.) ประการที่สาม ครัวเรือนทั้งหลาย เป็นเจ้าของหลักของปัจจัยในการผลิต (Third, economists assume that households are the principal owners of factors of production.)

¹³ คัมภีร์อภิธานวรรณนา, แปลและเรียบเรียงโดย พระมหาสมปอง มุทิโต, พิมพ์ครั้งที่ 2, (กรุงเทพฯ: บริษัทประยูรวงศ์พรินต์ติ้ง จำกัด, 2547), หน้า 965.

¹⁴ พระธรรมกิตติวงศ์ (ทองดี สุรเตโช ป.ธ.9 ราชบัณฑิต), ศัพท์วิเคราะห์, (กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์เลื่องเชียว, 2550), หน้า 21.

ธรรมที่เป็นประโยชน์อะไรบ้าง คือ 1. สัมมาทิฐิ (เห็นชอบ) 2. สัมมาสังกัปปะ (คำริชอบ) 3. สัมมาวาจา (เจรจาชอบ) 4. สัมมากัมมันตะ (กระทำชอบ) 5. สัมมาอาชีวะ (เลี้ยงชีพชอบ) 6. สัมมาวายามะ (พยายามชอบ) 7. สัมมาสติ (ระลึกชอบ) 8. สัมมาสมาธิ (ตั้งจิตมั่นชอบ) 9. สัมมาญาณะ (รู้ชอบ) 10. สัมมาวิมุตติ (หลุดพ้นชอบ)

ภิกษุทั้งหลาย นี้เรียกว่า ธรรมที่เป็น ประโยชน์¹⁵

นอกจาก สัมมัตตธรรม 10 ข้างต้นแล้ว พระสัมมาสัมพุทธเจ้าได้ทรงแสดง สิ่งที่เป็นธรรมและเป็น ประโยชน์ ในประเภทอื่น ๆ เช่น กุศลกรรมบถ 10¹⁶ อินทรีย์ 5¹⁷ เป็นต้น รวมทั้งทรงแสดงธรรมที่ไม่เป็น ประโยชน์ประกอบด้วย เช่น อกุศลมูล 3¹⁸ และ นิเวศ 5¹⁹ เป็นต้น

ธรรมเหล่านี้ล้วนแสดงถึงการใช้ความหมายของ ประโยชน์ ในนัยของการเป็นเหตุ หรือ แนวปฏิบัติ เพื่อหาผล ส่วนที่ปรากฏในรูปของการใช้ ประโยชน์ ในนัยของการ เป็นเป้าหมาย เช่น “ภิกษุในธรรมวินัยนี้ มิได้มุ่งหวังลาภ เล่าเรียนพระสูตร เล่าเรียนพระวินัย เล่าเรียนพระอภิธรรมเพื่อ ประโยชน์ ในการฝึกตน เพื่อ ประโยชน์ แก่ความสงบของตน เพื่อ ประโยชน์ ในการทำตนให้ดับเย็น (ปรินิพพาน) ”²⁰ และอีกตัวอย่างที่ แสดงถึงอุดมการณ์ทางสังคมของพระพุทธศาสนา คือ “ภิกษุทั้งหลายพวกเธอจงจาริกไป เพื่อ ประโยชน์สุข แก่ชนจำนวนมาก เพื่ออนุเคราะห์ชาวโลก เพื่อประโยชน์เกื้อกูลและความสุขแก่ทวยเทพและมนุษย์”²¹

๒.๒ วิเคราะห์ความหมายและพื้นฐานความคิด

การใช้ความหมายของ ประโยชน์ ในเสรีนิยมใหม่และเศรษฐศาสตร์กระแสหลัก สืบทอดมาจาก แนวความคิดอรรถประโยชน์นิยม ซึ่งตั้งอยู่บนพื้นฐานทางจริยศาสตร์อีกชั้นหนึ่งของแนวคิด คติที่เน้นผลที่ ตามมา (consequentialism)²² คือ การกระทำนั้นถือว่าถูกหรือผิด ตัดสินด้วยผลที่ตามมาของการกระทำนั้น ²³ เช่นเดียวกับพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน ที่ให้ความหมายของ ประโยชน์ ตามที่ได้อ้างถึงในตอนต้น โดยมีนัยของผลเทียบกับความต้องการ และให้ความสนใจเป้าหมายว่าตรงกับความต้องการหรือไม่ และผล นั้นดีหรือเป็นคุณ ตามความเชื่อหรือไม่ ในความคิดเสรีนิยมใหม่และเศรษฐศาสตร์กระแสหลัก แม้ว่าจะ

15 อ.ทศก. (ไทย) 24/137/286 ฉบับ มจร.

16 อ.ทศก. (ไทย) 24/171/308 ฉบับ มจร.

17 ส.ม. (ไทย) 19/476/285 ฉบับ มจร.

18 ส.ศ. (ไทย) 15/113/130 ฉบับ มจร.

19 อ.ปญจก. (ไทย) 22/51/89-91 ฉบับ มจร.

20 ข.ม. (ไทย) 29/89/277 ฉบับ มจร.

21 วิ.ม. (ไทย) 4/32/40 ฉบับ มจร.

22 Kwame Anthony Appiah, *Ibid.*, p. 206

23 **Op. cit.** และ วิทยากร เขียวกุล และพรภิรมณ์ เอี่ยมธรรม, *อธิบายศัพท์ปรัชญา การเมือง และสังคม*, (กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์สายธาร, ๒๕๔๓) หน้า 32.

เริ่มต้นจากการเชื่อตามหลักมહุขของอรรถประโยชน์นิยมว่าเป้าหมายคือความสุข (Happiness or Pleasure)²⁴ แต่ความสุขนี้ไม่สามารถวัดได้โดยง่าย นักอรรถประโยชน์นิยมจึงเสนอหน่วย **อรรถประโยชน์** (Utility) ซึ่งถือเป็นแนวคิดสำคัญเบื้องต้นของเศรษฐศาสตร์กระแสหลักที่มีข้อสมมุติพื้นฐานว่า แต่ละคนจะต้องการอรรถประโยชน์มากที่สุด นักเศรษฐศาสตร์ได้พัฒนาความคิดเรื่องอรรถประโยชน์ต่อไปอีกเป็น **การวัดความพอใจของความต้องการ** (Satisfaction of Desire) โดยแสดงว่า ยิ่งต้องการมากเท่าใด จะยิ่งได้อรรถประโยชน์จากความพอใจ (Satisfaction) มากยิ่งขึ้นเท่านั้น²⁵ จากเป้าหมายที่เน้นการวัดความพอใจซึ่งเป็นอนุพันธ์ของความสุขนั้น ทำให้นักเศรษฐศาสตร์จะใช้วิธีการต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพที่สุดเพื่อให้บรรลุเป้าหมายนั้น โดยการกระทำเช่นนี้ถือเป็นสิ่งถูกต้อง ประเด็นนี้ตรงข้ามกับที่อิมมานูเอล คานต์ สนใจว่า เป้าหมายคือ **การทำดีจากคำสั่งเด็ดขาด** (categorical imperative) คือ กฎทางศีลธรรมอันเป็นคำสั่งที่บุคคลต้องปฏิบัติตาม โดยไม่มีเงื่อนไขและไม่ต้องคำนึงถึงผลที่จะเกิดขึ้น²⁶ กล่าวได้ว่าคานต์เน้นที่การกระทำตามหน้าที่ทางศีลธรรม อย่างไรก็ตามการใช้คำว่า **ประโยชน์** ในภาษาบาลี และในพระพุทธศาสนามีทั้งความเหมือนและความแตกต่างกับเสรีนิยมใหม่และคานต์ กล่าวคือพระพุทธศาสนาให้ความสำคัญกับ **การกระทำที่เป็นเหตุ** (กรรม) และ**ผลของการกระทำ** (วิบาก) ในลักษณะที่สัมพันธ์กัน โดยที่การกระทำนั้น ต้องเป็นการกระทำที่เป็นกุศลหรืออกุศลมูล จึงจะเรียกว่าเป็น **ประโยชน์** ความคิดนี้ใกล้เคียงกับของคานต์ และจัดเข้าอยู่ในจริยศาสตร์แบบ **สัมบูรณ์นิยม** (absolutism) คือความคิดเป็นสิ่งที่มียุ่ด้วยตัวของตัวเองไม่ขึ้นกับความเห็นหรือการกำหนดของผู้ใด หรือกลุ่มชนใด ๆ ²⁷ ประเด็นนี้**ประโยชน์**ในทางพระพุทธศาสนาจึงตรงข้ามกับเสรีนิยมใหม่และอรรถประโยชน์นิยม ทั้งนี้ในทางพระพุทธศาสนาไม่สามารถใช้ทุกวิถีทางเพื่อไปสู่เป้าหมายได้ มีเพียงทางที่ดีหรือทางที่ชอบเท่านั้นที่จะพาไปสู่เป้าหมายที่ดีได้ ในขณะที่เสรีนิยมใหม่เป้าหมายสามารถจะกำหนดวิธีการได้ (End Justifies Means) ดังจะเห็นถึงการทำลายสิ่งแวดล้อม²⁸ วิถีชีวิตวัฒนธรรม²⁹ และอื่นๆ เพื่อประโยชน์ทางเศรษฐกิจ

24 Wikipedia, "Utilitarianism", < <http://en.wikipedia.org/wiki/Utilitarianism> >, October, 2008.

25 Kwame Anthony Appiah, Thinking It Through : an Introduction to Contemporary Philosophy, p.207.

26 ราชบัณฑิตยสถาน. **พจนานุกรมศัพท์ปรัชญา อังกฤษ-ไทย ฉบับราชบัณฑิตยสถาน** พิมพ์ครั้งที่ 3, (กรุงเทพฯ: ราชบัณฑิตยสถาน, 2543) หน้า 14.

27 **เรื่องเดียวกัน**. หน้า 1. เหตุที่พระพุทธศาสนาจัดเข้าเป็นสัมบูรณ์นิยม เนื่องจากพระพุทธศาสนามีหลักธรรม ที่กำหนดว่าการกระทำใด ถือว่า ผิด (ชั่ว) หรือ ถูก (ดี) โดยไม่ขึ้นกับว่าใครเป็นผู้ทำ อาทิ อกุศลกรรมบถ10 ถือว่าเป็นกรรมชั่ว ได้แก่ การฆ่า(ปาณาติบาต), การลักขโมย (อทินนาทาน), ประพฤติผิดในกาม (กาเมสุมิฉฉาจาร), การพูดเท็จ (มุสาวาท), การพูดส่อเสียด (ปิสุณวาจา) การพูดคำหยาบ (ผรุสวาจา), การพูดเพ้อเจ้อ (สัมผัปปลาปะ), การเพ่งเล็งอยากได้ของของคนอื่น (อภิชฌา), การคิดร้าย (พยาบาท) และการเห็นผิด (มิจฉาทิฎฐิ) ขณะที่ สัมมัตต-ธรรม ๑๐ ดังที่ได้อธิบายมาก่อนหน้านี้ ถือเป็นการกระทำที่ดี หรือ กรรมดี

28 Well sharp, "A shock to the ecosystem: Neoliberalism and the environment", < <http://wellsharp.wordpress.com/2008/07/01/a-shock-to-the-ecosystem-neoliberalism-and-the-environment/> >, October 2008. เป็นตัวอย่างหนึ่งที่กล่าวถึง ประเทศนิวซีแลนด์ที่ดำเนินตามแนวทางเสรีนิยมใหม่ อาทิ การลดระเบียบกฎเกณฑ์ ข้อตกลงเสรีทางการค้า ฯลฯ โดยอาศัย 'corporate social responsibility' มาทำหน้าที่แทนรัฐ นำไปสู่ผลเสียที่เกิดต่อสิ่งแวดล้อม รวมทั้งอ้างถึงตัวอย่างจากประเทศอื่น เช่น เม็กซิโก ผู้เขียนยังตั้งข้อโต้แย้งต่อความสำเร็จของการใช้ระบบการตลาดแก้ปัญหาโลกร้อน เช่น Carbon market ซึ่งข้อเสนอเดิมที่เกี่ยววโดเมื่อปี 1997 ได้เสนอปรับเงินประเทศพัฒนาแล้วที่ก่อให้เกิดก๊าซเรือนกระจกเกินกำหนด แล้วนำค่าปรับนั้นมาเป็นกองทุนพัฒนาพลังงาน

อย่างไรก็ตามอีกด้านหนึ่งประโยชน์ในทางพระพุทธศาสนาให้ความสำคัญกับ ผลหรือเป้าหมาย ในส่วนนี้แตกต่างกับค่านิยมที่ไม่สนใจผลที่ตามมาจากการกระทำ โดยที่เป้าหมายของพระพุทธศาสนา แม้ว่าจะเรียกว่าความสุข แต่มีรายละเอียดแตกต่างกับเป้าหมายของเสรีนิยมใหม่ กล่าวคือ เสรีนิยมใหม่ มีแรงจูงใจจากความต้องการบริโภคที่มากขึ้น มีการพัฒนาจากการแก้ไขปัญหาการผลิตเพื่อสนองตอบการบริโภค (The production of wealth)³⁰ โดยผลิตให้เพียงพอต่อความต้องการบริโภค ซึ่งเมื่อได้รับการตอบสนองแล้วย่อมนำไปสู่ความพอใจ และความสุขในลักษณะของความเป็นอยู่ที่ดี หรือ Well-being แต่ปัจจุบันปัญหาได้เปลี่ยนแปลงไปเป็นปัญหาการบริโภค นักเศรษฐศาสตร์จำเป็นต้องหาทางสร้างการบริโภคเพื่อตอบสนองการผลิต (The production of consumption)³¹ ระบบการผลิตจึงจะยังคงเติบโตต่อไปได้ การแก้ไขทำได้โดยกระตุ้นให้มีการบริโภคเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และการบริโภคได้เปลี่ยนจากการใช้ประโยชน์ (Function) ของสินค้าที่จับต้องได้และมีขอบเขตการบริโภคที่จำกัด มาเป็นการบริโภคความหมายและคุณค่าซึ่งไม่มีขีดจำกัดในการบริโภค³²

เอ.ที.อริยรัตน์ (A.T. Ariyaratne) ได้เรียกเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไปนี้ว่าเป็นการเปลี่ยนจากเศรษฐกิจตามความจำเป็น (Need-Based Economy) มาเป็น เศรษฐกิจตามความต้องการ (Wanted-Base Economy) และมาสู่เศรษฐกิจตามความโลภ (Greed-Based Economy)³³

ส่วนพระพุทธศาสนานั้น แรงจูงใจในการกระทำสิ่งต่าง ๆ ซึ่งรวมถึงกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ไม่ได้เริ่มที่การตอบสนองความต้องการหรือค้นหา โดยเฉพาะอย่างยิ่งความต้องการที่ไม่จำกัด อย่างที่เศรษฐศาสตร์วางข้อสมมุติพื้นฐานไว้ แต่จะกระทำสิ่งต่างๆ โดยอาศัยแรงจูงใจจากเหตุผลและปัญญา³⁴ แรงจูงใจดังกล่าวจะก่อให้เกิดการเลือกกระทำในแนวปฏิบัติที่เป็นประโยชน์ในลักษณะถูกต้องชอบธรรม ภายใต้หลักการใหญ่ของการอิงอาศัยกันของเหตุปัจจัยต่างๆ หรือปฏิจจสมุปบาท ไม่ว่าจะเป็น คน สังคม หรือสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ ทั้งนี้โดยมีเป้าหมายคือความสุขที่เป็นองค์รวม นั่นคือความสุขทางวัตถุ หรือ กามคุณ ๕ ไม่ใช่เพียงไม่มากขึ้นแต่ให้ต้องการน้อยลง และนำไปสู่ความเป็นอิสระทางจิตใจ ทางสังคม และทางวัฒนธรรม หรือก็คือเป็นอิสระจากการครอบงำของ อวิชชา ตัณหา และ อุปาทาน ซึ่งจะทำให้คนกลายเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์

กล่าวโดยสรุปก็คือพระพุทธศาสนาเสนอความหมายของประโยชน์แตกต่างกับเสรีนิยมใหม่ ทั้ง แรงจูงใจ วิธีการ และเป้าหมาย โดยที่เสรีนิยมใหม่ต้องการบริโภคมากขึ้น ใช้วิธีการตอบสนองได้ทุกวิธี เพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายคือความพอใจสูงสุดจากการบริโภค ในขณะที่พระพุทธศาสนา แรงจูงใจคือ เหตุผลและปัญญานำมาสู่วิธีการที่ชอบธรรมเพื่อเป้าหมายที่เป็นประโยชน์ คือความสุขที่เป็นอิสระจากภายใน และความสงบในสังคม

สะดวกในประเทศกำลังพัฒนา แต่ข้อเสนอนี้ ถูกคัดค้านจากค่าปรับมาเป็นราคา และจากกระบวนการยุติธรรม มาเป็น ระบบตลาด แทน เพื่อให้สหรัฐอเมริกาเข้าร่วม แต่สุดท้ายสหรัฐอเมริกาไม่ได้เข้าร่วมในพิธีสารเกียวโตนี้

29 ผาสุก พงษ์ไพจิตร, “เศรษฐศาสตร์กับความอยู่ดีมีสุข”, มติชน, 21 ธันวาคม พ.ศ. 2548 ปีที่ 28 ฉบับที่ 10147 หน้า 6 ใน <

<http://www.nidambe11.net/ekonomiz/2005q4/article2005dec21p1.htm>>, ตุลาคม พ.ศ. 2551 ผู้เขียนเขียนถึงหนังสือ Happiness: Lessons from a New Science ของ Richard Layard กล่าวถึง สิ่งตลาดได้ทำลายหรือสร้างความทุกข์ให้คน3 เรื่อง คือ เรื่องการอพยพของแรงงานกับความอยู่ดีมีสุข ผลเสียคือ ครอบครัวแตกสลายแรงงานขาดความมั่นคง, เรื่องการโฆษณากับความอยู่ดีมีสุข ผลเสีย คือ เปลี่ยนระบบคุณค่าคน เกิดความต้องการในสิ่งที่ไม่เคยต้องการ โดยเฉพาะผลกับเด็ก, เรื่องความเหลื่อมล้ำที่เศรษฐศาสตร์เสรีนิยมใหม่ เห็นว่าเป็นสิ่งดี เพราะเป็นตัวกระตุ้นการเจริญเติบโต แต่พบว่า ความเท่าเทียม เป็นเป้าหมายสังคมที่ทำให้คนเกิดความสุข

30 George Reisman, “Production versus Consumption”, <<http://mises.org/story/2079>>, June 2008.

31 Op.cit.

32 อานันท์ กาญจนพันธุ์, วัฒนธรรมทางเศรษฐกิจในเศรษฐกิจไร้วัฒนธรรม, (กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๕) หน้า ๒๔-๒๘.

33 A.T. Ariyaratne, “A Buddhist Approach to Social and Economic Development: An experience from Sri Lanka” in **Socially Engaged Buddhism for the New Millennium**, (Bangkok: Sathirakoses-nagapradipa Foundation & Foundation For Children, 1999), p.22.

³⁴ พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต), พุทธธรรม : ฉบับปรับปรุงและขยายความ, พิมพ์ครั้งที่ 11, (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์บริษัทสหธรรมิก จำกัด, 2549), หน้า 251-253

๓. ผู้รับประโยชน์ “ประโยชน์ ของ...”

ผู้รับประโยชน์ ตามแนวความคิดเสรีนิยมใหม่เสนอการจัดลำดับการทำประโยชน์ให้กับปัจเจกบุคคลและตนเองก่อน ผ่านวาทกรรมของคำว่า ตลาดแข่งขันเสรี ประสิทธิภาพ ฯลฯ เพื่อให้แต่ละคนแข่งขันกันหาประโยชน์สูงสุด บนความเชื่อมั่นในการตัดสินใจเลือกอย่างเสรี หากแต่ละคนมีพฤติกรรมในการแสวงหาประโยชน์สูงสุดให้กับตน โดยปราศจากรูปของ **กำไรสูงสุด** สำหรับผู้ผลิต หรือ **การบริโภคที่ได้รับความพอใจสูงสุด** สำหรับผู้บริโภค กลไกตลาดแข่งขันสมบูรณ์ จะเป็นเหมือนมือที่มองไม่เห็น (Invisible hands) คอยกำกับให้สังคมได้รับประโยชน์สูงสุดไปด้วย แนวความคิดเสรีนิยมใหม่จึงเห็นว่ารัฐบาลไม่ควรมึบทบาทกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจมากนัก เพราะจะทำให้กลไกตลาดขาดประสิทธิภาพและสังคมโดยรวมไม่ได้รับประโยชน์สูงสุด เศรษฐกิจเสรีนิยมใหม่จึงมีนโยบายเรียกร้องให้รัฐบาลในประเทศที่มีบทบาทในการแทรกแซงเศรษฐกิจสูงต้องหันมา **เปิดเสรีทางเศรษฐกิจ (Economic Liberalization)** มากขึ้น อาทิ **เปิดเสรีทางการค้า** **ทางการเงิน** และ **การลงทุน** เป็นต้น รวมทั้งการลดและยกเลิกการกำกับและควบคุมโดยรัฐ (Deregulation), การแปรรูปรัฐวิสาหกิจ (Privatization) และการรักษาเสถียรภาพของระดับราคา ในระบบเศรษฐกิจ (Price Stabilization)³⁵ วาทกรรมเหล่านี้สร้างขึ้นเพื่อตอบสนองต่อ **ประโยชน์** ในการพัฒนาเศรษฐกิจตามแบบเสรีนิยมใหม่ และในปัจจุบันประโยชน์นี้ได้พัฒนามาเป็นการบริโภคเพื่อการผลิตของกลุ่มบริษัทข้ามชาติในประเทศผู้นำเศรษฐกิจระดับโลก ที่คอยผลิตความหมายใหม่ ๆ ให้กับผู้บริโภคทั่วโลก และเก็บเกี่ยวประโยชน์สูงสุดจากผู้อยู่ในระบบ ดังนั้นจากวาทกรรมตั้งต้นที่ว่า **ปัจเจกบุคคลและสังคม เป็นผู้รับประโยชน์ของการแข่งขันและตลาดเสรีนั้น** เป็นเพียงวาทกรรมที่ในความเป็นจริงแล้วผู้รับประโยชน์ที่แท้จริงคือ **ผู้กำหนดกลไกตลาด หรือ มือที่มองไม่เห็น**³⁶ อันได้แก่กลุ่มทุนและบริษัทข้ามชาติ³⁷ ที่เข้ามากำหนด

³⁵ ปกป้อง จันวิทย์, เรื่องเดียวกัน, หน้า 12-14 และ Wikipedia, “Neoliberalism”, <<http://en.wikipedia.org/wiki/Neoliberalism>>, June 2008.

³⁶ อุดม สมิธ เสนอเรื่อง **มือที่มองไม่เห็น** ว่า ในตลาดเสรี เมื่อปัจเจกบุคคลไขว่คว้าหาประโยชน์ของตนแล้ว ย่อมมีแนวโน้มที่จะช่วยส่งเสริมสิ่งใด ๆ ให้เกิดขึ้นสังคมโดยรวม ผ่านหลักการที่เขาเรียกว่า มือที่มองไม่เห็น อย่างไรก็ตาม มีผู้โต้แย้งถึงความเป็นจริงในเรื่องนี้ เช่น นักเศรษฐศาสตร์รางวัลโนเบลสาขาเศรษฐศาสตร์ปี 2001 Joseph E. Stiglitz กล่าวว่า “เหตุผลที่ มือที่มองไม่เห็น มักจะมองไม่เห็น ก็เพราะว่ามันมักจะ ‘ไม่อยู่ที่นั่น’” ดูเพิ่มเติมคำอธิบายใน Wikipedia, “Invisible hand”, <http://en.wikipedia.org/wiki/Invisible_hand>, October 2008. ในที่นี้ผู้เขียนใช้คำว่า **มือที่มองไม่เห็น** เพื่อแสดงถึง ปัญหาของตลาดเสรี และ ความเชื่อเรื่อง มือที่มองไม่เห็น ทำให้เราไม่ตั้งคำถามกับกลไกตลาด ว่าโดยแท้จริงแล้วมีผู้กำหนดกลไกหรือไม่ หรือ เราเลือกที่มองไม่เห็นผู้กำหนดนั่นเอง

³⁷ ดูเชิงอรรถที่ 9 ถึง บทบาทของบริษัทข้ามชาติในระบบตลาดเสรีนิยมใหม่ และ Anup Shah, “A Primer on Neoliberalism”, <<http://www.globalissues.org/article/39/a-primer-on-neoliberalism#GoingGlobal>>, October 2008. ได้อ้างถึงหลายเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ อาทิ John Gray ศาสตราจารย์ แห่ง London School of Economics ผู้มีบทบาทในสมัยรัฐบาลนายกรัฐมนตรีนางมาร์กาเรต แททเชอร์ ได้เขียนในหนังสือ John Gray, **False Dawn: The Delusions of Global Capitalism**, (The New Press, 1998), p.1-2 ว่า “การเกิดตลาดเสรี ในศตวรรษที่ 19 นั้น ไม่ได้เกิดตามธรรมชาติแต่เกิดจากการบังคับให้คนเปลี่ยนวิถีชีวิต เป็นการทำให้ชีวิตทางเศรษฐกิจแยกจากชีวิตทางสังคม” และ “การเปลี่ยนแปลงนี้ ได้เกิดขึ้นเช่นกันในปัจจุบัน โดย องค์กรข้ามชาติได้ผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับโลกเพื่อให้ยอมรับค่านิยมของสถาบันตะวันตก เป็นการทำให้เกิดอารยธรรมสากลขึ้นและทำให้ความหลากหลายทางวัฒนธรรมหมดไป. ส่วนในหนังสือของ J.W. Smith, **Cooperative Capitalism; A Blueprint for Global Peace and Prosperity**, (Quality Books, Inc, 2003), pp.4-5 ได้กล่าวถึง “การค้าเสรีที่ไม่เท่าเทียมของอดัม สมิธ เป็นการสืบทอดการผูกขาดกระบวนการผลิตความมั่งคั่ง โดยการแปรรูปให้เอกชนทั้งในระบบเศรษฐกิจภายใน และในระบบเศรษฐกิจของประเทศที่อ่อนแอในส่วนขอบของจักรวรรดิการค้า ซึ่งถือว่าการค้าเสรีของ อดัม สมิธ

กฎเกณฑ์และกติกาทางเศรษฐกิจ แทนสังคมและรัฐบาลของประเทศต่างๆ นั่นเอง ปัจจุบันบุคคลและสังคม เป็นเพียงผู้แพ้กับผู้แพ้ (Loss-Loss situation) ตามทฤษฎีเกม ในระบบเศรษฐกิจภายใต้ นโยบายและกติกาเสรีนิยมใหม่ ตัวอย่างที่ยืนยันได้คือตัวเลขสินทรัพย์และรายได้ของทุนข้ามชาติหลาย ๆ แห่ง มีขนาดใหญ่กว่า รายได้ประชากรในประเทศกำลังพัฒนาหลายประเทศ

สำหรับพระพุทธศาสนาแบ่งประเภทผู้ทำและรับประโยชน์ เป็น **ประโยชน์ตน (อัตตัตถะ) ประโยชน์ผู้อื่น (ปรัตถะ) และประโยชน์ทั้งสองฝ่าย (อุภยัตถะ)**³⁸ ทั้งนี้ในพระไตรปิฎกแยกลำดับพัฒนาการของการทำประโยชน์ว่า **ประเภทแรก** ไม่ทำประโยชน์ตนและประโยชน์ผู้อื่นเลย ถือว่าเสียประโยชน์ **ประเภทที่สอง** ไม่ทำประโยชน์ตนแต่ทำประโยชน์ผู้อื่น ถือว่าดีกว่าประเภทแรก **ประเภทที่สาม** ทำประโยชน์ตนแต่ไม่ทำประโยชน์ผู้อื่น ดีกว่าประเภทที่สอง และ **ประเภทที่สี่** คือทำประโยชน์ตนและประโยชน์ผู้อื่นด้วย ถือว่า “เป็นเลิศ ประเสริฐที่สุด เป็นประธาน สูงสุด ยิ่งใหญ่ที่สุด”³⁹ ลักษณะการทำประโยชน์ตนและผู้อื่นเช่นนี้ จัดเป็น **ผู้ชนะกับผู้ชนะ (Win-Win situation)** ในระบบที่สังคมมีความสงบ ลำดับการทำและรับประโยชน์นี้จัดลำดับคล้ายกับเสรีนิยมใหม่ คือ เริ่มจากประโยชน์ตนก่อน ดังที่พระสัมมาสัมพุทธเจ้าได้ตรัสคาถาแก่พระอัครตถาคตเถระ ไว้ว่า

บุคคลไม่ควรให้ประโยชน์ตนเสียไป
เพราะประโยชน์คนอื่นมีมาก
เมื่อรู้ประโยชน์ตนแล้ว
ก็ควรชวนชวายในประโยชน์ตน

40

ในที่นี้ **ประโยชน์ตน** ตามการอธิบายของอรรถกถาหมายถึง **อริยผล** ที่ปรากฏในกัมมัฏฐาน การที่พระพุทธศาสนาเสนอให้ทำประโยชน์ของตนไม่ใช่เป็นเรื่องของการเห็นแก่ตัวด้วยกิเลส เนื่องจากประโยชน์ในทางพระพุทธศาสนา คือ การแสวงหา **ปัญญาเพื่อความหลุดพ้นทางใจ** เป็นการ สละออกแตกต่างกับเสรีนิยมใหม่ที่ **สนองความต้องการ หรือตัณหา หรือการสะสม และยึดครอง** ดังนั้นเมื่อตนทำ

เป็นเพียงพาณิชย์นิยมใหม่ (neo-mercantilist) และเป็นพาณิชย์นิยมที่ซ่อนในเสื้อของการค้าเสรี’ นอกจากนี้ ระบบอาณานิคมและกำลังอำนาจยังถูกใช้เพื่อขยายและควบคุมการค้าและประโยชน์ที่ได้จากความไม่เท่าเทียมในการค้า ส่วน Susan George, **A Short History of Neoliberalism: Twenty Years of Elite Economics and Emerging Opportunities for Structural Change**, Conference on Economic Sovereignty in a Globalising World, Bangkok, 24-26 March 1999 ได้เสนอว่า “เสรีนิยมใหม่ได้กลายเป็นศาสนาของโลก...และศูนย์กลางของความคิดเสรีนิยมใหม่ คือการแข่งขัน แต่มีบางกลุ่มที่ไม่ได้ทำตาม นั่นคือบรรษัทข้ามชาติ ซึ่งไม่ได้ใช้หลักการการแข่งขัน แต่นิยมใช้แนวทางที่เรียกว่าทุนนิยมพันธมิตร (Alliance Capitalism) มากกว่า”

38 พระมหาวิโรจน์ วิโรจโน (ผาทำ), “การศึกษาวิเคราะห์แนวความคิดเรื่องประโยชน์ในพุทธปรัชญาเถรวาท”, วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย), ๒๕๔๑, หน้า ๖๖-๖๕.

39 อ.จตุกก (ไทย) 21/95/144 ฉบับ มจร.

40 พ.ร. (ไทย) 25/166/84 ฉบับ มจร.

ประโยชน์ให้ตนเองตามหลักพระพุทธศาสนาแล้ว ย่อมมีความพร้อมจากแรงจูงใจทางปัญญาในการทำประโยชน์ให้ผู้อื่น ดังปรากฏพุทธพจน์ที่ยืนยันความคิดดังกล่าวไว้ว่า

“ภิกษุทั้งหลาย เป็นไปได้ที่ภิกษุนั้น ละนิวรรณ์เครื่องกางกั้น ๕ ประการนี้ ที่ครอบงำจิต ทอนกำลังปัญญาได้แล้ว จักรู้ประโยชน์ตน รู้ประโยชน์ผู้อื่น รู้ประโยชน์ทั้งสอง หรือ จักทำให้แจ้งซึ่งญาณทัสสนะที่ประเสริฐอันสามารถ อันวิเศษยิ่งกว่าธรรมของมนุษย์ด้วยปัญญาที่มีกำลังได้”⁴¹

โดยสรุปแล้วผู้รับประโยชน์ที่แท้จริงของเสรีนิยมใหม่คือ **องค์กรขนาดใหญ่ที่มีอำนาจในควบคุม** กติกาและกลไกตลาดหรือเจ้าของมือที่มองไม่เห็น โดยที่ปัจเจกบุคคลและสังคมเป็นเพียงฟันเฟืองที่ทำให้ระบบเสรีนิยมใหม่สามารถบริโภคและผลิตได้อย่างต่อเนื่องต่อไป ในขณะที่พระพุทธศาสนาเสนอให้ปัจเจกบุคคลทำและรับประโยชน์ตนก่อน เมื่อตนพร้อมทางปัญญาแล้วจึงเอื้อประโยชน์ให้ผู้อื่น รวมทั้งทำและรับประโยชน์ร่วมกันทั้งสองฝ่าย

๔. ประโยชน์สูงสุด “ประโยชน์ เพื่อ...”

แม้ว่าแนวคิดเรื่องอรรถประโยชน์จะมีเป้าหมายสูงสุด เพื่อ “ความสุขที่มากที่สุด สำหรับคนจำนวนมากที่สุด ” หรือหลักการ **มહุซ** แต่ปัญหาเรื่องการวัดค่า **ความสุข** เป็นเรื่องนามธรรม อัตวิสัย สัมพัทธ์ และเกิดจากตัวแปรอื่นๆ ได้อีกมาก การนำเสนอ **อรรถประโยชน์** เป็นหน่วยในการวัดค่าจึงเข้ามาแทนที่ เพื่อให้มีค่าที่วัดได้ อิทธิพลนี้ทำให้แนวคิดเสรีนิยมใหม่ เชื่อมโยงอรรถประโยชน์เข้ากับ **เสรีภาพทางเศรษฐกิจ** (Economic Freedom) ดังที่มิลตัน ฟรีดแมน (Milton Friedman) นักเศรษฐศาสตร์เสรีนิยมใหม่ เจ้าของรางวัลโนเบล ปี ๑๙๗๖ ได้สนับสนุนความเสรีภาพทางเศรษฐกิจ โดยลดบทบาทของรัฐบาลในตลาดเสรีลง เพื่อเป็นวิถีทางในการสร้างเสรีภาพทางการเมืองและสังคม⁴² เสรีนิยมใหม่ส่งเสริมให้ปัจเจกบุคคลมีเสรีภาพทางเศรษฐกิจในการบริโภคอย่างไร้ขีดจำกัด เช่นเดียวกันระบบทุนข้ามชาติสามารถผลิตความหมายใหม่ๆ นามธรรม และภาพลักษณ์ ให้เป็นสินค้าวัฒนธรรมได้อย่างไม่จำกัด เมื่อนำมาผนวกเข้ากับการสื่อสารข้ามโลกของโลกาภิวัตน์ จะทำให้บรรลุเป้าหมายใหม่ หรือ ประโยชน์สูงสุด คือ การเจริญเติบโตของระบบเศรษฐกิจอย่างไม่สิ้นสุด โดยคนจะถูกลดทอนความเป็นมนุษย์ (dehumanization)⁴³ ให้เป็นส่วนหนึ่งของปัจจัยการผลิต และเป็นผู้บริโภคความหมายที่ตลาดสร้างให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันทั่วโลก ภายใต้การครอบงำเบ็ดเสร็จของวาทกรรมต่าง ๆ เช่น นาสัมย์ มีรสนิยม ฯลฯ

ส่วนพระพุทธศาสนาประโยชน์ที่เป็นเป้าหมาย มี ๓ ชั้น คือ (๑) **ทิฐฐัมมิกัตถะประโยชน์** หรือประโยชน์ปัจจุบัน เป็นประโยชน์ทางโลกิยะ (๒) **สัมปรายิกัตถะประโยชน์** หรือ ประโยชน์เบื้องหน้า หรือจุดหมายชีวิตในชาติหน้า (๓) **ปรมาตถะประโยชน์** หรือประโยชน์สูงสุดได้แก่ **พระนิพพาน**⁴⁴ โดยที่พระ

41 อด.จตุกก (ไทย) 22/51/90ฉบับ มจร.

42 Wikipedia, “Milton_friedman”, < http://en.wikipedia.org/wiki/Milton_friedman >, June 2008.

43 อานันท์ กาญจนพันธุ์, เรื่องเดียวกัน, หน้า 27.

44 พระมหาวิโรจน์ วิโรจโน (ผาตา), เรื่องเดียวกัน, 2543, หน้า 61-66

สัมมาสัมพุทธเจ้า ได้เชื่อมโยงประโยชน์ในปัจจุบันและประโยชน์ในภายหน้าด้วยหลักธรรมหนึ่ง ดังนี้ “ธรรมอย่างหนึ่งที่ยึดประโยชน์ในปัจจุบันและประโยชน์ในภายหน้าไว้ได้ คือ **ความไม่ประมาท**”⁴⁵

จะเห็นว่าประโยชน์สูงสุดของเสรีนิยมใหม่และของพระพุทธศาสนา แตกต่างในหลายประการด้วยกันคือ **ประการที่หนึ่ง** เสรีนิยมใหม่มุ่งเพื่อการบริโภค ไม่เพียงสินค้าที่มากขึ้นแต่ยังเพิ่มการบริโภคสินค้าประเภทความหมายและคุณค่าในสินค้าวัฒนธรรมขึ้นอีกด้วย และเป็นการบริโภคที่ไม่มีขอบเขตจำกัด ในขณะที่พระพุทธศาสนาสอนให้บริโภคปัจจัย ๔ ด้วยการพิจารณาตามหลักอปัสเสนธรรม ๔ คือ พิจารณาแล้วเสพ พิจารณาแล้วอดกลั้น พิจารณาแล้วเว้น และพิจารณาแล้วบรรเทา ⁴⁶ รวมทั้งให้จำกัดการบริโภคให้น้อยเท่าที่จำเป็นตามการใช้ประโยชน์ (Function) และคุณค่าแท้ ไม่ใช่คุณค่าเทียม ⁴⁷ การบริโภคปัจจัย ๔ เป็นไปเพื่อรักษาสภาพร่างกายให้เป็นปกติแต่ไม่ใช่การส่งเสริมกิเลส ตัณหา และเมื่อมองในระดับสังคมแล้วจะเห็นได้ว่าเป็นการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างเหมาะสม และทำให้มีใช้ได้กันอย่างทั่วหน้าและยั่งยืน **ประการที่สอง** พระพุทธศาสนาให้ความสำคัญกับประโยชน์ที่เป็นระดับ **อูตรภาพ (Transcendence)** ซึ่งเป็นคุณสมบัติประการหนึ่งของศาสนา ในขณะที่เสรีนิยมใหม่ ไม่ได้สนใจเรื่องนี้ แต่ยังคงสนใจระดับกลไกของการผลิตและการบริโภคซึ่งเป็นกระบวนการทัศน์ในยุคสมัยใหม่ (Modernism) **ประการที่สาม** การเชื่อมโยงและพัฒนาของประโยชน์ในขั้นต่างๆ นั้น พระพุทธศาสนาอาศัย **ความไม่ประมาท หรือ สติ** เป็นปัจจัยในการเข้าถึงประโยชน์ ขณะที่เสรีนิยมใหม่ พยายามใช้วิธีหามูลค่าส่วนเกินเพิ่มมากขึ้นจากที่ต่าง ๆ ซึ่งจะนำไปสู่การต่อสู้ในความสัมพันธ์เชิงอำนาจ ทั้งในระดับความรุนแรงเชิงกายภาพ เชิงโครงสร้าง และเชิงวัฒนธรรม และ**ประการที่สี่** เสรีนิยมใหม่ได้ทำให้ประโยชน์สูงสุดของเป้าหมายกลายเป็นประโยชน์สูงสุดของสถาบัน (Institutionalized) โดยมนุษย์เป็นหน่วยหนึ่ง (Social Agent) ของระบบดังกล่าว นำไปสู่ปัญหาในการกระจายประโยชน์ให้กับหน่วยทางสังคมอย่างยุติธรรม ขณะที่พระพุทธศาสนาเสนอการเข้าถึงประโยชน์สูงสุด ทั้งด้วยตนเองและด้วยความร่วมมือซึ่งกันและกัน แต่ยังคงอยู่บนความพยายามของแต่ละบุคคลเป็นสำคัญ

๕. บทสรุป

การศึกษาทบทวนเรื่องประโยชน์ระหว่างพระพุทธศาสนาและเสรีนิยมใหม่ครั้งนี้ พบว่าการให้ความหมายจากทั้งสองระบบคิดมีความแตกต่างกัน อรรถประโยชน์นิยมที่เป็นรากฐานความคิดของเสรีนิยมใหม่ สนใจ เป้าหมายและผล ที่ตามมา โดยไม่สนใจแรงจูงใจและวิธีการ ส่วนพระพุทธศาสนาให้ความสำคัญทั้งเรื่อง **แรงจูงใจ วิธีการ และเป้าหมาย** รวมทั้งจะเป็นประโยชน์ได้ก็ต่อเมื่อทั้งสามองค์ประกอบนั้นชอบธรรมหรือเป็นสายกุศล พื้นฐานความคิดดังกล่าวทำให้พระพุทธศาสนาและเสรีนิยม

45 ส.ส. (ไทย) 15/128/151 ฉบับ มจร.

46 ที.ป.า. (ไทย) 11/308/280 ฉบับ มจร.

47 พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต),เรื่องเดียวกัน, หน้า 694-695.

ใหม่มีความคิดในสิ่งที่ถูกต้องแตกต่างกัน⁴⁸ ในมุมมองนี้ประโยชน์ของเสรีนิยมใหม่เป็น **อัตวิสัย**ตามที่มีอำนาจเป็นคนที่กำหนดและจัดลำดับความสำคัญ ขณะที่ประโยชน์ของพระพุทธศาสนามีความเป็น **วัตถุวิสัย**ชัดเจน

ด้าน**ผู้รับประโยชน์**นั้น เสรีนิยมใหม่ได้ประกาศวาทกรรมที่แสดงถึงว่าผู้ได้รับประโยชน์ คือ **ปัจเจกบุคคล** และ**สังคม** แต่ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นพบว่า ผู้รับประโยชน์ที่แท้จริงคือ **ผู้ควบคุมกติกา** หรือ**กฎเกณฑ์**ในระบบตลาดเสรี บทบาทของรัฐถูกจำกัดลงทำให้การเข้ามาเป็นผู้ดูแล **ความเสมอภาค** หดหายไป ดังนั้นประโยชน์ของแต่ละคนรวมกันจึงไม่เท่ากับประโยชน์ของสังคม การรวบไหลนี้จะเป็นสิ่งสำคัญในการหล่อเลี้ยงระบบศูนย์กลาง ซึ่งก็คือประเทศพัฒนาแล้ว ในขณะที่พระพุทธศาสนาเสนอการทำและรับประโยชน์โดยตรง และเรื่อง**ประโยชน์สูงสุด**นั้น ระบบความคิดทั้งสองต่างกันอย่างเห็นได้ชัด แนวทางเสรีนิยมใหม่จะทำให้เกิดการทำลายและเสื่อมสูญของการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างรวดเร็ว เนื่องจากเป้าหมายคือ **การเพิ่มการบริโภค** เพื่อรักษาความเติบโตไว้ให้นานที่สุด แต่ขาดความยั่งยืนและเป็นธรรม ในขณะที่พระพุทธศาสนาเสนอประโยชน์สูงสุดจากการ **บริโภคปัจจัย ๔** ที่พอเหมาะ แต่เข้าหาความสุขจากมิติอื่นๆ โดยเฉพาะ**ทางจิต** และการแสวงหา**ปัญญา** ที่ทำให้เกิดความสงบเย็นได้จากภายใน เช่นเดียวกับความสงบสุขในสังคมภายนอก

⁴⁸ Wikipedia, “Philosophy of economics”, < http://en.wikipedia.org/wiki/Economic_Philosophy>, October 2008. พุทธถึงจริยศาสตร์ของระบบเศรษฐกิจว่า เป็นเรื่องของ อะไรเป็นสิ่งที่ถูกต้อง (ยุติธรรม หรือ เสมอภาค)ในการแจกจ่ายสินค้าทางเศรษฐกิจ

บรรณานุกรม

- ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร. (2544). รัฐศาสตร์แนววิพากษ์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปกป้อง จันวิทย์. (2551). “นโยบายเศรษฐกิจทางเลือกภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์และอุดมการณ์เสรีนิยมใหม่ : กรณีศึกษาว่าด้วยมาตรการกำกับและจัดการทุนเคลื่อนย้ายระหว่างประเทศ (Capital Controls)”. ในโครงการวิจัยเรื่อง “นโยบายเศรษฐกิจทางเลือกภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์และอุดมการณ์เสรีนิยมใหม่ : บทสำรวจองค์ความรู้และประสบการณ์”.เอกสารประกอบการเสวนาวิชาการเรื่อง “นโยบายเศรษฐกิจทางเลือกภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์และอุดมการณ์เสรีนิยมใหม่: บทสำรวจองค์ความรู้และประสบการณ์”. กรุงเทพฯ : คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ผาสุก พงษ์ไพจิตร. (2551). “เศรษฐศาสตร์กับความอยู่ดีมีสุข”. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.nidambe11.net/ekonomiz/2005q4/article2005dec21p1.htm>. สืบค้นเมื่อ: ตุลาคม 2551.
- พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. (2551). “ประโยชน์”. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://rirs3.royin.go.th/> สืบค้นเมื่อ มิถุนายน 2551.
- พระธรรมกิตติวงศ์ (ทองดี สุรเตโช ป.ธ.9 ราชบัณฑิต), (2550). ศัพท์วิเคราะห์. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์เลียงเชียง.
- พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตฺโต). (2546). พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม. พิมพ์ครั้งที่ 12. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต). (2549). พุทธธรรม : ฉบับปรับปรุงและขยายความ. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์บริษัทสหธรรมิก จำกัด.
- พระมหาวิโรจน์ วิโรจโน (ผาธา). (2543). การศึกษาวิเคราะห์แนวความคิดเรื่องประโยชน์ในพุทธปรัชญาเถรวาท. วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- พระมหาสมปอง มุกิโต. (ผู้แปล). (2547). คัมภีร์อภิธานวรรณนา. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: บริษัทประยูรวงศ์พรินติ้ง จำกัด.
- มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2539). พระไตรปิฎกภาษาไทย ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2543). พจนานุกรมศัพท์ปรัชญา อังกฤษ-ไทย ฉบับราชบัณฑิตยสถาน. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: ราชบัณฑิตยสถาน.
- วิทยากร เชียงกุล และพรภิรมณ์ เอี่ยมธรรม. (2543). อธิบายศัพท์ปรัชญา การเมือง และสังคม. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์สายธาร.
- อานันท์ กาญจนพันธุ์. (2549). วัฒนธรรมทางเศรษฐกิจในเศรษฐกิจไร้วัฒนธรรม. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- Appiah, Kwame Anthony. (2003). **Thinking It Through : an Introduction to Contemporary Philosophy**. New York : Oxford University Press Inc.
- Ariyaratne, A.T. (1999). “A Buddhist Approach to Social and Economic Development: An experience from Sri Lanka” in **Socially Engaged Buddhism for the New Millennium**. Bangkok: Sathirakoses-nagapradipa Foundation & Foundation For Children. 1999.
- Crossley, Nick. (2006). **Key Concepts in Critical Social Theory**. Great Britain: Sage Publications Ltd.
- Lipsey, Richard G. Steiner, Peter O. and Purvis, Douglas D. (1990). **Economic**. 9th ed. Singapore : Harper & Row Publisher, Asia, Pte Ltd.
- Presbey, Gail M. Struhl, Karsten J. and Olsen, Richard E. (Eds.). (2000). **The Philosophy Quest : A Cross-Cultural Reader**. 2nd ed. USA : McGraw-Hill Companies, Inc.
- Reinicke, Wolfgang H. “Global Public Policy”. **Foreign Affairs**, 76, 6. p.127-138.
- Reisman, George. (2008). “Production versus Consumption”. [Online]. Available: <http://mises.org/story/2079>. Retrieved June, 2008.
- Shah, Anup. (2008). “A Primer on Neoliberalism”. [Online]. Available: <http://www.globalissues.org/article/39/a-primer-on-neoliberalism#GoingGlobal>. Retrieved October, 2008.
- Well sharp. (2008). “A shock to the ecosystem: Neoliberalism and the environment”. [Online]. Available: <http://wellsharp.wordpress.com/2008/07/01/a-shock-to-the-ecosystem-neoliberalism-and-the-environment>. Retrieved October, 2008.
- Wikipedia. (2008). “Discourse” [Online]. Available: <http://en.wikipedia.org/wiki/Discourse>. Retrieved June, 2008.
- _____. (2008). “Invisible hand”. [Online]. Available: http://en.wikipedia.org/wiki/Invisible_hand. Retrieved October, 2008.
- _____. (2008). “Milton_friedman”. [Online]. Available: http://en.wikipedia.org/wiki/Milton_friedman. Retrieved June, 2008.
- _____. (2008). “Neoliberalism”. [Online]. Available: <http://en.wikipedia.org/wiki/Neoliberalism>. Retrieved June, 2008.
- _____. (2008). “Non euclidian geometry”. [Online]. Available: http://en.wikipedia.org/wiki/Non_euclidian_geometry. Retrieved October, 2008.
- _____. (2008). “Philosophy of economics”. [Online]. Available: http://en.wikipedia.org/wiki/Economic_Philosophy. Retrieved October, 2008.
- Wikipedia. (2008). “Utilitarianism”. [Online]. Available: <http://en.wikipedia.org/wiki/Utilitarianism>. Retrieved October, 2008.

ช้างเท้าหน้า - ช้างเท้าหลัง: ข้อเสนอจากหลักฐานเชิงประจักษ์

กิตติศักดิ์ เจริญสิทธิประเสริฐ

นิสิตปริญญาโท สาขารัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

บทคัดย่อ

การให้ความหมายของสำนวนช้างเท้าหน้า - ช้างเท้าหลัง ในปัจจุบัน ตั้งอยู่บนตรรกะที่ว่า ช้างก้าวเท้าหน้าก่อนเท้าหลังเสมอ นำมาซึ่งการตีความว่าช้างเท้าหน้า หรือผู้ชาย หมายถึงผู้นำ และช้างเท้าหลัง หรือผู้หญิง หมายถึงผู้ตาม

บทความชิ้นนี้ มุ่งเสนอข้อสังเกตบางประการจากหลักฐานเชิงประจักษ์ เพื่อเปิดประเด็นให้เกิดการถกเถียงในการศึกษา โดยการโต้แย้งตรรกะที่ใช้อธิบายความหมายของสำนวนช้างเท้าหน้า - ช้างเท้าหลัง ในปัจจุบัน และเสนอคำอธิบายและความหมายของสำนวนช้างเท้าหน้า - ช้างเท้าหลัง ที่ควรจะเป็น

ผลจากการศึกษาพบว่า ช้างมิได้ก้าวเท้าหน้าก่อนเท้าหลัง ตรงกันข้าม ในความเป็นจริง ช้างก้าวเท้าหลังก่อนเท้าหน้าเสมอ ฉะนั้น เท้าหน้า หรือผู้ชาย จึงมีอาจที่จะหมายถึงผู้ตาม และเท้าหลัง หรือผู้หญิง จึงมีใช้หมายถึงผู้นำ หากแต่เป็นการประนีประนอมระหว่างเท้าหน้าที่อยู่ข้างหน้า แต่ก้าวทีหลัง กับเท้าหลังที่อยู่ข้างหลัง แต่ก้าวก่อน

Abstract

The definition of “*Chāang táo nāa - Chāang táo lǎng*” at the present time has been interpreted as gender discrimination in that the fore legs of the elephant have taken a step first, whereas the hind legs have moved later. Metaphorically male is the fore legs, while female is the hind legs of the elephant. The former represents leaders, whereas the latter represents followers.

This article aims to approach and scrutinize the maxim’s interpretation and give a real meaning as an empirical evident proposal. Logically, the mentioned maxim “*Chāang táo nāa - Chāang táo lǎng*” has been argued by empirical evident approaches. There have been plenty of arguments to contradict the previous maxim’s interpretation in this article.

The study has revealed that, as an elephant takes its step, the hind legs firstly move and the fore legs move later. Thus, male represented by the fore legs may not be leaders; on the other hand, female represented by the hind legs may not be followers. It should be a compromise between male and female’s significance of roles to be interpreted as the fore and hind legs of the elephant.

บทนำ

คำพูดของคนเรานั้น หากแบ่งอย่างกว้างๆ ก็พอที่จะกล่าวได้ว่ามีอยู่ด้วยกัน 2 ลักษณะ คือ คำพูดตามธรรมดาทั่วไปซึ่งมีความหมายตรงๆ เมื่อกล่าวออกไปแล้วสามารถที่จะสื่อความหมายให้ผู้ฟังเข้าใจได้ทันที และคำพูดที่มีความหมายโดยอ้อม หรือมีนัยแฝงที่ลึกซึ้งเกินกว่าความหมายตามธรรมดาเช่นคำพูดในลักษณะแรก เมื่อกล่าวออกไปแล้วผู้ฟังจะต้องขบคิด พินิจพิจารณาจึงจะสามารถเข้าใจความหมายที่แฝงอยู่ได้ คำพูดในลักษณะหลังนี้เรียก กันว่า “สำนวน” (เอกรัตน์ อุดมพร และ สิทธิโรจน์ วงศ์วิทยาเจริญพัฒนา, 2550 : คำนำ)

ขุนวิจิตรมาตรา (2543 : 1) อธิบายถึงที่มาของสำนวนว่ามีมากมายแตกต่างหลากหลายกันไป ทั้ง จากธรรมชาติ การกระทำ สิ่งแวดล้อม แบบแผนประเพณี ภาษาศาสนา การละเล่น เรื่องแปลกๆ ที่ปรากฏขึ้น นิยาย นิทาน ตลอดจน ตำนาน พงสาวดาร หรือกระทั่ง ประวัติศาสตร์ เป็นต้น โดยสำนวนที่มีที่มาจากธรรมชาตินั้น ส่วนหนึ่งเกิด ขึ้นจากการนำลักษณะหรือพฤติกรรมของสัตว์โดยธรรมชาติมาใช้เพื่อเปรียบเทียบหรือเปรียบเปรยกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (สมชาย สำเนียงงาม, 2549 :61)

“ช้าง” ถือเป็นสัตว์ชนิดหนึ่งที่ถูกนำมาใช้กล่าวเพื่อเปรียบเทียบกับคนหรือพฤติกรรมของคนในรูปของสำนวนเป็นจำนวนมาก ซึ่ง สมชาย สำเนียงงาม (2549) ทำการรวบรวมสำนวนที่มีคำว่าช้างประกอบอยู่ด้วย จากหนังสือสำนวนไทย ของขุนวิจิตรมาตรา ฉบับพิมพ์ครั้งที่ 5 (2543) และหนังสือสำนวนไทย ของกรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการ (2545) ไว้ได้ถึง 20 สำนวน หนึ่งในจำนวนนั้นคือ “ช้างเท้าหน้า” หรือเรียกให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นว่า “ช้างเท้าหน้า - ช้างเท้าหลัง” ซึ่งข้อถกเถียงบางประการอันเกี่ยวเนื่องสัมพันธ์ และเป็นผลโดยตรงจากการตีความสำนวนดังกล่าว เป็นสิ่งที่ผู้เขียนให้ความสนใจ และนับเป็นจุดมุ่งหมายสำคัญในการศึกษา ณ ที่นี้

ช้างเท้าหน้า - ช้างเท้าหลัง: ที่มาและความหมายในปัจจุบัน

ช้างเท้าหน้า - ช้างเท้าหลัง เป็นสำนวนหนึ่งที่นำลักษณะบางประการของช้างมาเป็นอุปลักษณ์ (Metaphor) (สมชาย สำเนียงงาม, 2549:72) เพื่อเปรียบเปรย สะท้อนให้เห็นสถานะ หน้าที่ และบทบาทของเพศชายและเพศหญิงในบริบทของครอบครัว อันเป็นเอกลักษณ์สำคัญของสังคมไทย

การใช้อุปลักษณ์ที่นำเท้าหน้าและเท้าหลังของช้าง มาเปรียบเปรยกับความเป็นผู้ชายและผู้หญิงตามลำดับนั้น ผู้เขียน ยังไม่ทราบแน่ชัดว่าเริ่มมีใช้กันมาตั้งแต่เมื่อใดสมัยใด เท่าที่พอจะพบเจอนั้น เห็นมีปรากฏในวรรณกรรมชิ้นสำคัญของไทยสมัยอยุธยา ซึ่ง ได้รับการชำระเสียใหม่เมื่อปี พ.ศ.2374 คือ “โคลงโลกนิติ” อันเป็นวรรณกรรมประเภทคำสอน มีเนื้อหามุ่งแสดงให้เห็นถึงความจริงของโลกและสัจธรรมของชีวิต หรือก็คือบรรทัดฐานที่ผู้แต่งพึงปรารถนา โดยกล่าวไว้ว่า

๑ ขายแจกเท้าหน้าข เคียงความ เทียบแฮ

หญิงเล่ห์เชิงหลัง ยาม คลาดเคลื่อน

การกจกคิงตาม สุดแต่ ผัวนา

เมียมิ่งเหมือนด้ายร้อย สอดเกล้า ตามเข็ม ฯ

โคลงโลกนิติ

ความตามตัวอักษร โคลงบทนี้พยายามชี้ให้เห็นว่า “ผู้ชาย” นั้นเปรียบเสมือน “เท้าหน้าของช้าง” ส่วน “ผู้หญิง” นั้นเปรียบเสมือน “เท้าหลังของช้าง” ที่คอยจะทำตามผู้ชาย หรือสามี เสมือนหนึ่ง “ด้าย” ซึ่งสอดร้อยไปตาม “เข็ม”

แนวความคิดเรื่องความเป็นช้างเท้าหน้า - ช้างเท้าหลัง ของผู้ชายและผู้หญิง ได้ถูกถ่ายทอดมาอย่างยาวนานในสังคมไทย ด้วยวิถีของวัฒนธรรมแบบมุขปาฐะ หรือการถ่ายทอดจากปากต่อปาก ของคนรุ่นต่อรุ่น กระทั่งวัฒนธรรมการเขียน/การพิมพ์เริ่มเป็นที่แพร่หลาย และ เข้ามาเป็นที่นิยม แทนที่ ทำให้การอธิบายเรื่องราวต่างๆ รวมถึงสำนวน ช้างเท้าหน้า - ช้างเท้าหลัง ถูกถ่ายทอดออกมาในรูปตัวหนังสือที่จับต้องได้ หนังสือจำพวก “พจนานุกรม” หรือ “หนังสือสำนวนไทย” ทั้งหลาย จึงเข้ามามีอิทธิพลอย่างมากในการบัญญัติความหมายและให้อรรถาธิบายคำหรือสำนวนต่างๆ

อาทิเช่น หนังสือ “๒,๐๐๐ สำนวนไทย” ของ เอกรัตน์ อุดมพร และ สิทธิโรจน์ วงศ์วิทยาเจริญ พัฒนา (2550 : 57) อธิบายความหมายของสำนวน ช้างเท้าหน้า - ช้างเท้าหลัง ไว้ว่า ผู้ชายเป็นผู้นำ ผู้หญิงเป็นผู้ตาม เช่น ชีวิตครอบครัวมันต้องมีระเบียบ มีหัวมีหาง ให้ผู้ชายเป็นช้างเท้าหน้า แล้วผู้หญิงเป็นช้างเท้าหลัง อย่างนี้ครอบครัวจึงจะเรียบร้อย

นอกจากนี้ พจนานุกรม ไทย - อังกฤษ ออนไลน์ ซึ่งเปิดให้บริการค้นคว้าโดยไม่คิดค่าบริการที่ www.thai2english.com¹ ได้ให้ความหมายของสำนวน ช้างเท้าหน้า - ช้างเท้าหลัง ไว้ว่า

ช้างเท้าหน้า [*cháang táo nâa*] [N] leader; husband Syn. สามี, ผู้นำ lit., the fore legs of the elephant (Thai2english.com, 2008a)

ช้างเท้าหลัง [*cháang táo lǎng*] [N] follower; wife Syn. ภรรยา, ผู้ตาม lit., the hind legs of the elephant (Thai2english.com, 2008b)

¹ พจนานุกรมดังกล่าว พัฒนาโปรแกรมแปลภาษามาจากโปรแกรม “Lexitron” ที่พัฒนาขึ้น และเปิดให้ใช้บริการ โดยศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC)

อย่างไรก็ดี แม้ว่าทั้ง เอกรัตน์ และ สิทธิโรจน์ ตลอดจนเว็บไซต์ Thai2english.com จะ ได้ให้ความหมายและทำการยกตัวอย่างที่พอจะเข้าใจของสำนวน ช้างเท้าหน้า - ช้างเท้าหลัง ไว้แล้ว แต่ก็ยังมิได้มีการอธิบายถึงลักษณะ หรือจุดที่ทำให้หน้าเท้าหน้าและเท้าหลังของช้าง มาเป็นอุปโลกน์กับความเป็นผู้นำของผู้ชาย และความเป็นผู้ตามของผู้หญิง ตามลำดับ เลยแม้แต่เน้อย

ช่องโหว่ข้างต้น ถูกเติมเต็มโดยหนังสือ “สำนวนไทย” ของกรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการ (2545 : 98-99) ซึ่งอธิบายว่า ช้างเท้าหน้า หมายถึง มีความสำคัญเพราะเป็นผู้นำ โดยเปรียบเสมือนเท้าหน้าของช้างซึ่งออกก้าวเดินก่อนเท้าหลัง และ สมชาย สำเนียงงาม (2549 : 72) จึงขยายความต่อว่า สำนวนช้างเท้าหน้านี้ เป็นการนำเท้าหน้าของช้างมาเป็นอุปโลกน์ หมายถึงผู้นำ ทั้งนี้โดยนำคุณสมบัติที่เป็นที่รู้จักกันดีของเท้าหน้าของช้างที่ก้าวเดินก่อนเท้าหลังมาเชื่อมโยงกับคุณสมบัติของบุคคลที่เป็นผู้นำ

ช้างเท้าหน้า - ช้างเท้าหลัง: ประเด็นสิทธิสตรีไทย

สำนวนช้างเท้าหน้า - ช้างเท้าหลัง นี้ มักถูกนักสิทธิสตรีนำมาใช้เพื่ออธิบายลักษณะของความสัมพันธ์เชิงอำนาจหน้าที่ระหว่างผู้ชายและผู้หญิงในสังคมไทย โดยพยายามชี้ให้เห็นถึงความไม่เท่าเทียมกัน หรือการมีมาตรฐานซ้อน (Double standard) (กฤตยา อาชวนิจกุล และ กนกวรรณ ธรารรรณ , 2545 : 45) ในโครงสร้างของสังคม โดยกล่าวยืนยันว่าสังคมไทยเป็นสังคมบุรุษนิยม ² (Patriarchal) (Pongsapich, 1997 : 3) อันนำมาซึ่งการเกิดขึ้นของขบวนการสิทธิสตรีโดยเฉพาะในช่วง พ .ศ.2475 เป็นต้นมา เพื่อเรียกร้องให้มีการแก้ไขกฎเกณฑ์ที่ไม่เป็นธรรมสำหรับผู้หญิง ในฐานะกลุ่มผู้หญิงที่ต้องการการพัฒนาและตื่นตัวต่อสิ่งใหม่ๆ (นุมนวล ยัพราช, 2549 : 103)

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ในฐานะสถาบันทางวิชาการ ระดับสูง ซึ่งให้ความสำคัญกับความเสมอภาคทางเพศ ได้จัดตั้งโครงการสตรีและเยาวชนศึกษา ขึ้น และนำสำนวน ช้างเท้าหน้า - ช้างเท้าหลัง มาใช้เป็นชื่อหนังสือเล่มหนึ่งของโครงการ เรื่อง “เท้าหลังอย่างก้าว” (2542) โดยได้กล่าวถึงที่มาของชื่อดังกล่าว ไว้ด้วยว่า (สินธิ์ สิทธิรักษ์, 2542 : (9))

“เท้าหลังอย่างก้าว มาจากวลี “ช้างเท้าหลัง ” ซึ่งเป็นรหัสทางวัฒนธรรมที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในสังคมไทยเราหยิบเอา “รหัสทางวัฒนธรรม ” นี้มาใช้ ไม่ใช่โดยการน้อมยอมตามความหมายดั้งเดิมที่กำหนดสถานภาพของผู้หญิงในฐานะ “ผู้ตาม ” แต่เพื่อสะท้อนถึง “กระบวนการยึดกุมและสร้างความหมายใหม่” ให้กับรหัสทางวัฒนธรรมดังกล่าว”

² สุรภีพรรณ ฉัตรภรณ์. (2550 : 245-246) อธิบายว่า สังคมบุรุษนิยม หรือ สังคมปิตาธิปไตยนั้น เป็นสังคมที่บุรุษครองความเป็นใหญ่ โดยยึดครองสิทธิเสรีภาพของสตรี ไม่ยอมรับศักยภาพของสตรี และปิดกั้นความสามารถในการสร้างสรรค์ของสตรี ซึ่งในสังคมเช่นนี้ บุรุษจะมีอำนาจเบ็ดเสร็จ ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง กฎหมาย แม้กระทั่งในครอบครัว บุรุษผู้เป็นหัวหน้าครอบครัวจะเป็นผู้ที่ออกไปทำงานนอกบ้านเพื่อหาเลี้ยงภรรยาและบุตร ส่วนสตรีมีหน้าที่อยู่เฝ้าเรือนคอยปรนนิบัติสามี อบรมเลี้ยงดูบุตร เป็นแม่บ้าน และเป็นแม่ครัว และเนื่องจากความเชื่อของสังคมประเภทนี้ สตรีจึงถูกกำหนดให้เป็นผู้ตาม รับคำสั่ง และปฏิบัติตามคำสั่ง ไร้อำนาจทั้งในครอบครัวและในชุมชน

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เป็นอีก สถาบันหนึ่งที่น่าสนใจ ในประเด็นดังกล่าว โดยทำการจัดตั้ง ศูนย์สตรีศึกษาขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2536 ซึ่งสำนวนข้างเท้าหน้า - ข้างเท้าหลัง ได้ถูกนำมาใช้เป็นสัญลักษณ์ เพื่อเปรียบเปรยกับความเป็นชายและความเป็นหญิง ตลอดจนแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงอำนาจหน้าที่อีกครั้ง ผ่านชื่อรายการวิทยุของศูนย์ รายการ **"ไม่ใช่ข้างเท้าหลัง"** ออกอากาศทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดเชียงใหม่ คลื่นความถี่ FM 93.25 MHz. ทุกวันศุกร์ เวลา 05.30 - 06.00 น. และทางเว็บไซต์ <http://www.soc.cmu.ac.th/~wsc/radiolist.html> (ศูนย์สตรีศึกษา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ , 2550) ซึ่งนัยหนึ่ง เป็นการสะท้อนให้เห็นถึงการยอมรับในความมีตัวตนของวัฒนธรรมบางประการ ในสังคมไทย ที่จัดวางให้ผู้หญิงเป็นข้างเท้าหลัง ผ่านการพยายามปฏิเสธความเป็นข้างเท้าหลังของชื่อรายการดังกล่าว

ในขณะที่ศูนย์สตรีศึกษา พยายามที่จะปฏิเสธการถูกประทับตราว่าเป็นข้างเท้าหลัง เยาวนิจ กิตติธรรกุล (2543) กลับนำเสนอผลงานวิจัยแสดงการยอมรับสถานะการเป็นข้างเท้าหลังเรื่อง **““ข้าง” ที่ยืนหยัดด้วย “เท้าหลัง”: ผู้หญิงชาวบ้านในวิถีชุมชนภาคใต้ ”** เสนอข้อสรุปสำคัญประการหนึ่งว่า ผู้หญิงชาวบ้านได้ทำหน้าที่เอื้อประโยชน์ต่อครอบครัวและชุมชนอย่างสำคัญยิ่ง จนกล่าวได้ว่า แท้จริงแล้วความปกติสุขของครอบครัวและชุมชนหมู่บ้านนั้นอิงอาศัยอยู่บน **“เท้าหลัง”** ของ **“ข้าง”** เป็นสำคัญ (เยาวนิจ กิตติธรรกุล , 2543 : 385)

ข้างเท้าหน้า ออกก้าวเดินนำก่อน: ปฐมเหตุความเข้าใจผิด

ผลจากการศึกษาการตีความหมายของสำนวนที่มีคำว่า **“ข้าง”** ประกอบอยู่ในสำนวน รวมถึงสำนวนข้างเท้าหน้าด้วย โดย สมชาย ลำเนียงงาม ซึ่งศึกษานักเรียนหญิงชั้นปีที่ 2 ระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศ เพชรบุรี จำนวน 30 คน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 30 คนตีความหมายของสำนวนข้างเท้าหน้า ว่าหมายถึง **“เป็นผู้นำ”** ทั้งสิ้น (สมชาย ลำเนียงงาม, 2549 : 80)

สมชาย อธิบายถึงเหตุที่ผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 30 คน ตีความตรงกันเช่นนี้ว่า เนื่องมาจากทั้งความหมายของข้าง และรู้จักสำนวน โดยสำนวนที่ใช้ **“อวัยวะของข้าง”** เป็นอุปลักษณณ์นั้น อาจใช้คุณสมบัติเด่นที่เป็นที่รู้จักกันดีมาเป็นความหมายอุปลักษณณ์ และคนรุ่นใหม่ก็ยังคงคิดถึงความหมายนี้อยู่ ซึ่งในกรณีสำนวน **“ข้างเท้าหน้า”** สมชาย กล่าวว่า ผู้ใช้สำนวนแต่เดิมเลือกใช้คุณสมบัติเด่นของ **“ข้างเท้าหน้า”** คือ **“ออกก้าวเดินนำก่อน”** มาเป็นความหมายอุปลักษณณ์ และคนรุ่นใหม่ทุกคนก็ยังคงคิดถึงคุณสมบัติเด่นดังกล่าวได้ตรงกับผู้ที่ใช้สำนวนนี้มาแต่เดิม จึงทำให้ตีความหมายสำนวนดังกล่าวได้ตรงกัน (สมชาย ลำเนียงงาม, 2549 : 80)

ทั้งนี้ ผู้เขียนได้มีโอกาสทราบจาก **ดร.โกวิท วงศ์สุรวัฒน์** ตั้งแต่ศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีว่า แท้จริงแล้ว **“ข้างมิได้ก้าวเท้าหน้าเดินก่อนเท้าหลัง”** ในทางกลับกัน **“ข้างก้าวเท้าหลังก่อนที่จะก้าวเท้าหน้าเสมอ”** ประกอบกับ หากย้อนกลับมาพิจารณาถึงลักษณะความสัมพันธ์เชิงอำนาจหน้าที่ โดยเฉพาะมิติ

ของบทบาทความเป็นผู้นำ - ผู้ตาม ระหว่างผู้ชายและผู้หญิงในครอบครัวของสังคมไทย ยิ่งนำมาซึ่งความสงสัย ตลอดจนข้อขัดแย้งที่ว่า จริงหรือที่ช้างเท้าหน้า (ผู้ชาย) หมายถึงการเป็นผู้นำ และช้างเท้าหลัง (ผู้หญิง) จะเป็นเพียงผู้ตาม ดังที่เข้าใจกันอยู่อย่างคาๆ เช่นในปัจจุบัน

ช้างเท้าหน้า - ช้างเท้าหลัง: ความจริงที่ไม่ได้รับความสนใจ

ความจริงประการหนึ่งอันเป็นหัวใจสำคัญของบทความชิ้นนี้คือ การพิสูจน์ด้วยหลักฐานเชิงประจักษ์เพื่อยืนยันว่า “ช้างก้าวเท้าหลังก่อน แล้วจึงก้าวเท้าหน้าเสมอ” ดังแสดงให้เห็นในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 การก้าวเท้าเดินของช้าง. (เรียงลำดับจากซ้ายไปขวาและจากบนลงล่าง)

ที่มา ผู้เขียน บันทึกภาพเมื่อ วันที่ 5 พฤษภาคม 2551 ณ สวนสัตว์ดุสิต (เขาดินวนา) กรุงเทพมหานคร.

จากภาพที่ 1 นั้น พบว่าโดยปกติ ช้างมักยืนในลักษณะขาหน้าและขาหลังด้านขวามือมักเหลื่อมไปข้างหน้าของขาหน้าและขาหลังด้านซ้ายมือเล็กน้อย ซึ่งเมื่อช้างเริ่มที่จะก้าวออกเดิน จะเริ่มจากการก้าวเท้าหลังด้านซ้ายมือไปข้างหน้า ตามด้วยการก้าวเท้าหน้าด้านเดียวกันออกไป แล้วจึงค่อยก้าวเท้าหลังและเท้าหน้าด้านขวามือ ตามลำดับ เป็นจังหวะเช่นนี้ สลับกันไป

ทั้งนี้ ดร.โกวิท วงศ์สุรวัฒน์ (2549 : 6) เคยเสนอบทความเรื่อง “ผู้ชายเป็นช้างเท้าหน้า ผู้หญิงเป็นช้างเท้าหลัง” ในหนังสือพิมพ์มติชน ฉบับวันพุธที่ 6 ธันวาคม พ.ศ.2549 เพื่อตีแผ่ข้อเท็จจริงทำนองนี้ แล้วว่าเวลาก้าวเดินนั้น ช้างจะก้าวเท้าหลังก่อนเท้าหน้าเสมอ และเสนอข้อสรุปว่าแท้จริงแล้ว “ผู้หญิงต่างหากที่เป็นผู้นำโดยผู้ชายเป็นผู้ตาม ” โดยอธิบายถึงนัยดังกล่าวของสำนวน ด้วยเหตุผลทางด้านกฎหมาย (มังราย

ศาสตร์) ตลอดจนระบบสังคมไพร่ในอดีตรับส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์และสถานะของผู้ชายและผู้หญิงในครอบครัวไทย

นอกเหนือจากการตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์มติชนแล้ว บทความเรื่อง “ผู้ชายเป็นช้างเท้าหน้า ผู้หญิงเป็นช้างเท้าหลัง” ยังได้ถูกอ่านเสนอผ่านทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 รายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ในเช้าวันเดียวกันนั้นอีกด้วย ซึ่งแม้จะมีผู้อ่านและผู้รับชมรับฟังเป็นจำนวนมาก แต่ผลในทางปฏิบัติกลับมิได้สร้างให้เกิดความเปลี่ยนแปลงต่อความเข้าใจที่ไม่ถูกต้อง หรือแม้แต่เพียงสร้างความสนใจในการจะพิสูจน์สิ่งที่ได้อ่านหรือรับชมรับฟังมา ว่ามีความเป็นจริง ถูกต้องหรือไม่เพียงไร อย่างเท่าที่ควรจะเป็น³

ต้นไม้มิใช่ ย่อมออกลูกมาเป็นพิษ

ดังที่กล่าวไว้ในตอนต้นว่า ตรรกะที่ใช้เพื่ออธิบายความหมายของสำนวน ช้างเท้าหน้า – ช้างเท้าหลัง ที่ได้รับการยอมรับกันอยู่ในปัจจุบัน คือการที่ช้างก้าวเท้าหน้าก่อนก้าวเท้าหลังเสมอ ฉะนั้นช้างเท้าหน้าหรือผู้ชาย จึงเปรียบเสมือนผู้นำที่ก้าวหน้า และช้างเท้าหลังหรือผู้หญิง จึงเปรียบเสมือนผู้ตามที่คอยก้าวตาม ซึ่งส่งผลให้เกิดคำอธิบายลักษณะของสังคมไทยว่าเป็นสังคมบุรุษนิยม

ทั้งนี้ จากภาพที่ 1 ย่อมแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนแล้วว่าตรรกะชุดดังกล่าว มีสาระสำคัญที่ผิดพลาดคลาดเคลื่อนไปจากความเป็นจริงอย่างหน้ามือ – หลังมือ ที่เดียว ซึ่งเมื่อตรรกะอันเป็นรากฐานของคำอธิบายชุดเดิมถูกกลับหัวกลับหางเสียใหม่ คำอธิบายอันเป็นผลสืบเนื่องมาจากตรรกะดังกล่าวย่อมได้รับผลกระทบกระเทือน และต้องการคำอธิบายชุดใหม่ที่ถูกต้องและเหมาะสมยิ่งกว่ามาเพื่อทดแทน

ทำไมต้องเป็นช้าง (เท้าหน้า - เท้าหลัง)

ผู้เขียนพยายามแสวงหาคำอธิบายสักชุด เพื่อเผยให้เห็นตรรกะและนัยที่ถูกอำพรางไว้ของความเป็นช้างเท้าหน้า และช้างเท้าหลัง โดยย้อนไปยังจุดเริ่มต้นของสำนวนและตั้งคำถามข้อแรกว่า “ทำไมต้องเป็นช้าง” ทั้งๆ ที่ยังมีสัตว์สี่เท้าอีกเป็นจำนวนมากที่ก้าวเท้าหลังก่อนเท้าหน้าเช่นเดียวกัน

³ ผู้เขียนมองว่าเหตุการณ์ทำนองนี้ อาจจะถือได้ว่าเป็นลักษณะสำคัญ (ที่ค่อนข้างไม่ปกติ) อีกประการหนึ่งของสังคมไทย ที่ปรากฏให้เห็นอยู่บ่อยครั้ง อาทิ เมื่อคราว ดร. นิธิ เอียวศรีวงศ์ ตีพิมพ์ผลงานชิ้นเอกเรื่อง “การเมืองไทยสมัยพระเจ้ากรุงธนบุรี” เมื่อปี พ.ศ.2529 ซึ่งประสบความสำเร็จขายหมดอย่างรวดเร็วจนต้องพิมพ์เพิ่มอีกในเวลาอันสั้น ในขณะที่เดียวกันก็ประสบกับความล้มเหลว และสร้างความเจ็บปวดให้ ดร. นิธิ ดังที่ท่านได้กล่าวไว้ในคำนำ ฉบับตีพิมพ์ครั้งที่ 2 ว่า (นิธิ เอียวศรีวงศ์ 2550: (๘)-(๙))

“หากทว่าหนังสือเล่มนี้ไม่มีผลกระทบอะไรแก่ใครเลย มีผู้เขียนบทความหรือหนังสือที่เกี่ยวข้องไปถึงเรื่องในสมัยพระเจ้าตากสินอีกมากหลังจากที่หนังสือเล่มนี้ได้พิมพ์ออกมาแล้ว แต่ไม่มีงานของผู้ใดอ้างถึงหนังสือเล่มนี้ ไม่ว่าจะเพื่อปฏิเสธหรือเพื่อยืนยันข้อมูลหรือการตีความ ของหนังสือเล่มนี้เลย

อะไรที่พูดกันมาในรอบ ๑๐๐ ปีที่ผ่านมาอย่างไร ทุกคนก็ยังพูดเหมือนเก่าทุกอย่าง ประหนึ่งว่าหนังสือเล่มนี้ไม่เคยปรากฏขึ้นในโลกนี้...

หนังสือเล่มนี้สร้างความเจ็บปวด อาจมีผู้ซื้อและอ่านอีกมาก แต่ก็ยังไม่ปรากฏในงานศึกษาของผู้อื่น มากไปกว่าอารมณ์ของบรรณานุกรม ที่สำคัญกว่านั้นก็คือ ไม่ซึมเข้าไปทำทนายสำนักของผู้คนที่ห่อหุ้มไว้ด้วยคางคกแห่งความทรงจำซึ่งรับสืบทอดมาในรอบ ๑๐๐ ปีนี้...”

สุทธิลักษณ์ อำพันวงศ์ (2537 : 229) อธิบายถึงสาเหตุที่มีการนำเอาช้างมากล่าวอ้างในสุภาษิตและคำพังเพยมากกว่าสัตว์อื่นใดทั้งสิ้นไว้ว่า เนื่องจากช้างมีความสำคัญต่อชีวิตของคนไทยมาตั้งแต่อดีต ซึ่งผลจากการศึกษา พบว่าแต่เดิม ป่าในประเทศไทยนั้นอุดมสมบูรณ์ไปด้วยช้าง โดยช้างป่าจะมีอยู่ทั่วไปในแถบทุกจังหวัดที่มีป่าสูง ดังที่เยเรเมียส ฟาน ฟลิต หรือที่คนไทยรู้จักในนาม วัน วลิต ได้บันทึกไว้เมื่อปี พ.ศ.2179 ว่าในประเทศสยามนั้นมีช้างกว่า 3,000 เชือกที่เป็นของพระเจ้าแผ่นดิน และพื้นที่รอบๆ กรุงศรีอยุธยาก็มีช้างที่ฝึกแล้วอยู่ทั่วไปราว 400 ถึง 500 เชือก (กรมศิลปากร , 2547 : 43) จนกล่าวได้ว่าช้างคือสัญลักษณ์หนึ่งของประเทศไทย ดังจะเห็นได้จากการที่ชาวต่างประเทศเรียกประเทศไทยว่าเป็นดินแดนแห่งช้าง (เผือก) เช่น หนังสือเรื่อง *The land of the white elephant* (1837) แต่งโดย Frank Vincent หรือหนังสือเรื่อง *Siam, the land of the white elephant as it was and is* (1873) ซึ่งแต่งโดย George B. Bacon (สุทธิลักษณ์ อำพันวงศ์, 2537:2,7)

นอกจากนี้ ลาลูแบร์ (2548 : 130,142) ได้บันทึกไว้ว่า พ.ศ.2231 ว่าช้างถือเป็นสัตว์พาหนะชนิดหนึ่งของชาวสยามที่ได้รับอนุญาตให้ใช้กันได้ทั่วไป โดยการล่าช้างนั้นถือเป็นเสรีภาพที่เปิดให้แก่คนทุกคน ซึ่งช้างจะเป็นกรรมสิทธิ์ของผู้ที่สามารถล่ามันได้ หรือไม่ก็หาซื้อมา อันแสดงให้เห็นถึงความอุดมสมบูรณ์ของช้างในประเทศไทย ว่ามีอยู่มากมายจนสามารถปล่อยเสรีให้คนทุกคนสามารถจับมาไว้ใช้ส่วนตัว รวมถึงนำไปซื้อ-ขายกันได้ ทั้งนี้ ยังแสดงถึงความสัมพันธ์อันใกล้ชิดกันระหว่างช้างกับคนในสังคม จนทำให้ชาวสยามพูดถึงช้างราวกับว่าช้างนั้นเป็นมนุษย์ โดยเชื่อว่าช้างมีความรู้สึกนึกคิดก่อปรด้วยเหตุผลอันสมบูรณ์อย่างยิ่ง ยังขาดอยู่แต่เพียงที่มันพูดไม่ได้เท่านั้น (ลาลูแบร์, 2548:149)

ช้างทำหน้าที่ – ช้างทำหน้าที่: ตรรกะและนัยแฝง

ผู้เขียนชี้แจงในเบื้องต้นแล้วว่า มิเห็นด้วยกับการให้ความหมายสำนวน ช้างทำหน้าที่ - ช้างทำหน้าที่ ดังที่เข้าใจกันโดยทั่วไปในปัจจุบันว่า ผู้ชายเป็นผู้นำ และผู้หญิงเป็นผู้ตาม แม้กระนั้น การสรุปว่า ผู้หญิงต่างหากที่เป็นผู้นำโดยผู้ชายเป็นผู้ตาม ก็มีข้อกังขาที่ผู้เขียนกำลังจะเสนอ เนื่องจากผู้เขียนเชื่อว่าสำนวนนี้ น่าจะมีความหมายอะไรที่ลึกซึ้ง และอำพรางนัยบางประการไว้ คล้ายคลึงกันกับที่ ไมเคิล ไรท์ (2532 : 89) ได้เคยตั้งข้อสังเกตว่า ในสังคมที่อวดศักดิ์ศรีบุรุษมาก (อย่างเช่นสังคมไทย - ผู้เขียน) บุรุษมักจะบูชาแม่และกลัวเมียมากกว่าในสังคมเสรีนิยม ในสังคมเหล่านี้สตรีน่าจะมีอำนาจมากกว่าที่ปรากฏ

เริ่มจากการที่ ดร. โกวิท วงศ์สุรวัฒน์ (2549 : 6) ได้ตั้งข้อสังเกตไว้ว่า ปัญหาในครอบครัวไทยจริงๆ นั้น ส่วนใหญ่จะเป็นปัญหาระหว่างแม่ยายกับลูกเขยแทบทั้งสิ้น เนื่องจาก รูปแบบของครอบครัวไทยในอดีตเป็นครอบครัวขยาย (Extended Family) (เนื่องน้อย บุญยเนตร, 2535 : 143) โดยสืบเชื้อสกุลทางผู้หญิงเพราะผู้หญิงเป็นผู้ผลิตแรงงานซ้ำ (Reproduction) โดยการมีลูกทดแทนแรงงานเดิม ภายหลังการแต่งงาน ฝ่ายชายจึงต้องมาย้ายออกจากบ้านของตนเองไปอยู่กับครอบครัวของฝ่ายหญิง (ฉัตรทิพย์ นาถสุภา, 2551 : 35)

ซึ่งเมื่อพิจารณาโครงสร้างสังคมไทยในอดีต พบว่าบทบาทฐานะทางสังคมของผู้หญิง โดยเฉพาะหญิงชาวบ้าน นั้น มีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับบทบาททางการผลิตและการมีส่วนร่วมทางเศรษฐกิจ

ผู้หญิงเป็นผู้หาเลี้ยงครอบครัวและเป็นผู้ผลิตของสังคมอย่างแท้จริง เนื่องจากผู้ชายมีภาระที่จะต้องรับใช้บ้านเมืองในฐานะไพร่ ขามปรกติต้องถูกเกณฑ์แรงงานไปรับใช้มูลนาย หรือที่เรียกว่าการเข้าเดือนออกเดือน โดยมิได้รับค่าจ้างแต่อย่างใด ทั้งยังต้องเตรียมอาหารเพื่อไปกินเอง กระทั่งอาจถูกเกณฑ์ไปทัพ เป็นเวลาแรมเดือนแรมปี ขามเมื่อเกิดศึกสงคราม ทำให้ผู้ชายไม่มีความสามารถที่จะทำงานเป็นจีนเป็นอันเพื่อหาเลี้ยงครอบครัวได้ ผู้หญิงจึงมีหน้าที่หลักในการทำมาหากินเพื่อเลี้ยงดูครอบครัว และเป็นแรงงานหลักในไร่นา และการค้า ต่อสู้ดิ้นรนเพื่อความอยู่รอดของลูกๆ (ยศ สันตสมบัติ, 2535: 155)

ประกอบกับการที่สังคมไทยมีการจัดที่อยู่อาศัยแบบมาตุพงศ์⁴ (Matrilocal residence หรือ Uxorilocal residence) กล่าวคือ นิยมให้ผู้ชายย้ายเข้ามาอยู่ในบ้านของฝ่ายหญิงภายหลังการแต่งงาน การอยู่อาศัยท่ามกลางญาติมิตรพี่น้อง ทำให้ผู้หญิงมีปราการป้องกันการทำตามอำเภอใจของสามี มีสมรรถพรคพวกคอยสนับสนุนเป็นกำลังใจ และให้ความช่วยเหลือยามต้องการ บทบาทหน้าที่หลักของผู้หญิงชาวบ้านจึงเน้นไปที่ภาระของการเป็นแม่ มากกว่าการปรนนิบัติเอาอกเอาใจสามี ดังเช่นผู้หญิงชั้นสูง โครงสร้างของระบบครอบครัวเครือญาติ ตลอดจนการที่ผู้หญิงมีบทบาทสำคัญทางเศรษฐกิจ จึงส่งผลให้ฐานะทางสังคมของผู้หญิงนั้นนับได้ว่ามีความทัดเทียมกับผู้ชาย (ยศ สันตสมบัติ, 2535 : 155)

ทั้งนี้ ตรีกระและนัยของสำนวน รวมถึงความเป็นข้างเท่าหน้า - ข้างเท่าหลัง ที่ผู้เขียนต้องการเสนอในที่นี้ ตั้งอยู่บนฐานคิดของการแบ่งงานกันทำระหว่างผู้ชายและผู้หญิง ซึ่ง Whitehead (1981) และ Kabeer (1994) (อ้างใน เขาวนิจ กิตติธรรกุล 2543:397) อธิบายว่าการแบ่งงานกันทำนี้มีใช่เป็นเพียงการระบุหน้าที่ซึ่งผู้ชายและผู้หญิงกระทำตามกรอบวัฒนธรรมที่สังคมกำหนดไว้เท่านั้น หากยังเป็นการกำหนดเงื่อนไขให้แก่ฝ่ายยืนย่นความชอบธรรมในการถือครองทรัพยากรของครัวเรือน และการบริโภคผลผลิตด้วย

ซึ่งในกรณีของสังคมไทย การแบ่งงานกันทำนับตั้งแต่ในอดีตจนกระทั่งปัจจุบันระหว่างผู้ชายและผู้หญิง ถือเป็นการแบ่งพื้นที่ของอำนาจและความชอบธรรมของความเป็นข้างเท่าหน้าของผู้ชาย และความ เป็นข้างเท่าหลังของผู้หญิงรูปแบบหนึ่ง โดยพื้นที่ของผู้ชายมักเป็นพื้นที่ภายนอกบ้าน /หน้าบ้าน หรือพื้นที่สาธารณะ (Public space) และพื้นที่ของผู้หญิงมักเป็นพื้นที่ภายในบ้าน /หลังบ้าน หรือพื้นที่ส่วนตัว (Private space) ซึ่งหากอธิบายตามแนวคิดสตรีนิยม (Feminism) ตามยุโรปอย่างตื้อๆ ก็อาจกล่าวได้ว่า ผู้หญิงไทยถูกกดขี่ข่มเหง มิได้รับโอกาสให้ก้าวเข้าสู่อำนาจในพื้นที่สาธารณะ ถูกทำให้เป็นต้องพึ่งพิงผู้ชาย โดนกักให้อยู่แต่เพียงภายในพื้นที่ส่วนตัวเท่านั้น

ทั้งนี้ แม้จะมีการแบ่งพื้นที่ออกเป็นพื้นที่สาธารณะ และพื้นที่ส่วนตัว แต่การแบ่งดังกล่าวก็มิได้ขาดจากกันอย่างชัดเจน อำนาจของผู้หญิงยังคงทับซ้อนและส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ชายในพื้นที่สาธารณะเสมอ ดังที่ปรากฏในผลจากการเสวนากลุ่มย่อย เรื่อง “บทบาทและอิทธิพลของภริยานายกรัฐมนตรีไทยต่อการเมืองและสังคมในรอบ 70 ปี (พ.ศ.2475-2545)” ณ โรงแรมโฟร์ซีซั่น กรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้เข้าร่วมเสวนาได้ตั้งข้อสังเกตร่วมกันไว้ประการหนึ่ง ความว่า (พรรณประภา อินทรวินัยนันท์, 2550 : 218)

⁴ การจัดที่อยู่อาศัยแบบมาตุพศนี้ยังมีอยู่เพียงร้อยละ 15 ของสังคมวัฒนธรรมทั่วโลกเท่านั้น (ยศ สันตสมบัติ, 2544 : 112)

ต้องมีผู้หญิงคนหนึ่งที่มีความหมายและมีความสำคัญในฐานะเป็นคู่คิด ผู้ชายคนหนึ่ง
ถึงจะเปล่งศักยภาพยิ่งใหญ่ออกมาได้ ผู้หญิงสามารถทำให้ผู้ชายเชื่อหรือมีแรงใจได้ ถ้าผู้หญิง
คนนั้นรู้ว่าควรจะหนักเบา ควรจะถ่อมตัวเมื่อไร ฉลาดกว่าเมื่อไร...

ซึ่งเมื่อพิจารณาข้อเท็จจริงในสังคมไทยอันเป็นที่ยอมรับกันทั่วไปว่า เวลาอยู่นอกบ้าน ผู้ชายไม่ว่าจะมีตำแหน่งหน้าที่การงานใหญ่โตเพียงใด อาจจะกร่าง หรือทำตัวดุดันอย่างเสีย แต่เมื่อกลับเข้าบ้าน ก็คงจะเป็นได้เพียงลูกแมวเชื่องๆ ทั้งนี้ เนื่องจากเป็นที่รับรู้กันว่าผู้ชายไทยส่วนมากนั้น “กลัวเมีย” (ไรท์ 2532 : 89; โกวิท วงศ์สุรวัฒน์, 2549 : 6) ดังมีคำกล่าวที่ว่า “ผู้ชายที่กลัวเมียนั้นเจริญทุกคน” ซึ่งก็มักจะแก้ตัวล้าๆ กันว่า “ไม่ได้กลัว แต่เกรงใจ” แสดงให้เห็นว่าพื้นที่แห่งอำนาจของผู้หญิงนั้นสามารถทำงานได้จริงในทางปฏิบัติ ส่งผลให้ความเป็นช้างเท้าหลังมีความเกี่ยวพันถึงอำนาจซึ่งครอบคลุมทั้งพื้นที่ส่วนตัวของผู้หญิง และในหลายๆ ครั้งที่สามารถส่งผลกระทบต่อการทำงานของฝ่ายชาย แม้ในขณะที่ผู้ชายอยู่ในพื้นที่สาธารณะก็ตาม ผู้เขียนเชื่อว่า เหตุที่เป็นเช่นนี้ ส่วนหนึ่งอาจจะมีพื้นฐานมาจากการที่สังคมไทยมีธรรมเนียมปฏิบัติที่มักจะให้ผู้หญิงเป็นผู้จัดการเรื่องเงินๆ ทองๆ ของบ้านมาตั้งแต่ไหนแต่ไร ส่งผลให้อำนาจการตัดสินใจใดๆ จึงตกมาอยู่ในมือผู้หญิงทั้งสิ้น ดังที่ปรากฏในจดหมายเหตุนองของชาวจีนที่พรรณนาเกี่ยวกับกรุงสยาม ตอนหนึ่งว่า (พระเจนจินอักษร, 2476 : 10 อ้างใน บุญยงค์ เกศเทศ, 2532 : 22)

“...การใช้จ่ายเงินทองสุดแล้วแต่ผู้หญิง ด้วยผู้หญิงมีสติปัญญา ผู้ชายที่เป็นสามีก็ต้องเชื่อฟัง”

คำกล่าวข้างต้นมิได้ล่องลอย หรือเป็นเพียงคำพูดขำขันที่กล่าวกันเล่นสนุกๆ หากแต่สามารถยกตัวอย่างให้เห็นได้จริง อาทิ นายกรัฐมนตรีคนปัจจุบันของไทย ท่านสมชาย วงศ์สวัสดิ์ ที่ได้รับการยกย่องจากมติชนสุดสัปดาห์ ฉบับที่ 1467 (2551ก : 10) ให้ควมตำแหน่ง “นายกสมาคมเกรงใจเมีย” ไปพร้อมกันด้วย โดยอ้างถึงคำพูดของท่านสมชาย ที่ว่า

“แรกๆ เขาว่าผมเสียดัง ว่าผมดู ก็ผมมันนิสัยคนได้ พูดอะไรชอบพูดดั่งๆ แต่เดี๋ยวนี้
คุณสิ ถูกคู่ประจำเลย”

ทั้งนี้ อำนาจในทางปฏิบัติของ “หลังบ้าน” อย่าง คุณเยาวภา วงศ์สวัสดิ์ ปรากฏให้เห็นเด่นชัด แม้ว่าเธอประกาศตัวตั้งแต่แรกว่าจะขอเป็นเพียง “แม่บ้าน” เท่านั้น แต่ดูเหมือนว่าเธอไม่สามารถที่จะทำหน้าที่เพียงเตรียมกับข้าว หรือดูแลบ้านเฉยๆ ได้ เพราะถนนทุกสายที่มุ่งหน้าสู่บ้านใหญ่ในหมู่บ้านเบเวอร์ลีฮิลล์ ถนนแจ้งวัฒนะ ไม่ได้หยุดอยู่ที่ตัวท่านสมชาย แต่ทุกคนทะลุผ่านไปหา คุณเยาวภา เพราะรู้ว่าใครเป็น “ตัวจริง-เสียงจริง” (มติชนสุดสัปดาห์, 2551ก : 9)

ซึ่งภาพของท่านสมชาย ที่ปรากฏต่อสาธารณะชนอยู่บ่อยครั้ง คือ ภาพชายร่างเล็กกำลังหัวเราะกว้าง ผลไม้ ไข่ ฯลฯ เดินต๊อกๆ ตาม “เจ้าแม่วังบัวบาน” ไปยังงานเลี้ยงของชนชั้นนำ ในขณะที่ภาพซึ่งพบเห็นเฉพาะคนในครอบครัว คือ ภาพ “ปลัด (กระทรวงยุติธรรม) ปัดกวาดบ้าน” (มติชนสุดสัปดาห์, 2551 ข : 10)

นอกจากผู้ขายผู้ดำรงตำแหน่งผู้นำประเทศคนปัจจุบันแล้ว ความสัมพันธ์ในครอบครัวของผู้ขายอดีตผู้นำอย่าง พ.ต.ท. ดร.ทักษิณ ชินวัตร นั้น ก็มีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน คุณหญิงพจมาน ชินวัตร ในฐานะผู้หญิง หรือช่างเท้าหลัง ก็ได้รับสมญาว่า “แม่ทัพหลังม่าน” เนื่องจากคุณหญิงพจมาน สามารถบริหารกลุ่มผลประโยชน์ในพรรคไทยรักไทยได้อย่างลงตัว ทั้งๆ ที่ตามคำอธิบายของนักสตรีนิยมฝรั่ง พื้นที่แห่งอำนาจของคุณหญิงพจมาน (รวมถึงผู้หญิงทุกๆ ไป) น่าจะอยู่เฉพาะในพื้นที่ส่วนตัวหรือในบ้านเท่านั้น แต่ ในความเป็นจริงของสังคมไทย ผู้หญิงกลับสามารถมีอำนาจหรืออิทธิพลส่งผลกระทบต่อสิ่งที่เกิดขึ้น หรือกิจกรรมในพื้นที่สาธารณะได้ ซึ่งสิ่งเหล่านี้คงพอที่จะอธิบายได้ชัดเจนจากคำกล่าวของ พ.ต.ท. ดร.ทักษิณ ที่กล่าวถึงคุณหญิงพจมาน ไว้ว่า (พรณประภา อินทวิทย์นันท์, 2550 : 190-192)

คุณอ้อทำหน้าที่กระจกเงาขึ้นเยี่ยมมาให้ผมเกือบ 30 ปีแล้ว โดยรู้จักใช้นางนั้นให้เกิดคุณ เติมความแกร่งถมความพร่องให้ผมได้ และรู้ดีว่าควรปฏิบัติเช่นไรจึงจะ “พอดี” ไม่โอเวอร์ ไม่เคยก้าวก่ายจนเลยขอบเขตของการเป็นผู้สนับสนุน...

ผมยอมรับเลยว่า ผมทำอะไรต้องได้รับการสนับสนุนจากภรรยา ทำการค้าภรรยาก็ช่วยสร้าง ทำการเมืองภรรยาก็ต้องเสริม ... ใครจะว่าผมกลัวเมีย พกเมียไปทุกแห่ง ฯลฯ ผมไม่เคยสนใจ เพราะเราเคยยืนหยัดร่วมฝ่ามรสุมสร้างครอบครัวมาด้วยกัน ... ผมยกย่องภรรยาเสมอว่า ถ้าไม่มีผู้หญิงชื่อพจมานคนนี้มีมาเคียงข้าง ความเจริญก้าวหน้าใดๆ ในทุกด้านของผมคงมาไม่ถึงครึ่งทางของวันนี้ หรืออาจไม่ถึง 1 ใน 4 ด้วยซ้ำไป...

จากข้อความข้างต้น พ.ต.ท. ดร.ทักษิณ ยอมรับว่า คุณหญิงพจมาน มีส่วนสำคัญในการสนับสนุน และผลักดันให้ตนประสบความสำเร็จอยู่ไม่น้อย โดยคอยช่วยเหลือ และควบคุม โดย ที่ตนไม่เคยรู้สึกว่าคุณหญิงพจมานเข้ามาก้าวก่ายจนเกินขอบเขตของการสนับสนุน

เมื่อเปรียบ ท่านสมชาย และ พ.ต.ท. ดร.ทักษิณ ในฐานะผู้ขาย ให้เป็นช่างเท้าหน้า และเปรียบ คุณเยาวภา และ คุณหญิงพจมาน ในฐานะผู้หญิง ให้เป็นช่างเท้าหลัง ก็พอที่จะอธิบายถึงตรรกะและนัยที่ถูกอำพรางไว้ในสำนวนช่างเท้าหน้า - ช่างเท้าหลัง ว่าเป็นความพยายามในการซ่อนเร้นความจริงที่ว่า สังคม โดยเฉพาะสถาบันครอบครัวของไทย ถูกขับเคลื่อนและผลักดันโดยผู้หญิง หรือเท้าหลังของช่างเป็นหลัก ซึ่งเท้าหลังของช่างที่ก้าวก่อนนี้ เป็นไปเพื่อผลักดันให้เท้าหน้าของช่างเดินไปข้างหน้า มิได้หมายถึงการที่จะรุกคืบแซงหน้า หรือท้าทายเท้าหน้าที่ก้าวทีหลัง อันมีนัยถึงความพยายามประนีประนอมของผู้ที่ก้าวก่อนแต่อยู่ข้างหลัง กับผู้ที่ก้าวทีหลังแต่อยู่ข้างหน้า เพื่อสร้างความสงบสุขของสังคม และครอบครัว เพราะทั้งเท้าหน้า

และเท้าหลังต่างมีความสำคัญ ในฐานะที่เป็นเท้าหน้าและเท้าหลังของตน เมื่อใดที่ขัดแย้งไม่ประสานกัน หรือขาดส่วนใดส่วนหนึ่ง ช้างก็มิอาจเดินไปข้างหน้าได้

สรุป

นับเนื่องจากหลักฐานเชิงประจักษ์ดังกล่าว คงสามารถยืนยันถึงอุปลักษณะที่ถูกต้องของสำนวนช้างเท้าหน้า - ช้างเท้าหลัง ได้อย่างชัดเจน ผิดกับเหตุผลดังที่ผู้เขียน ได้พยายามเสนอและอธิบายไว้แล้วนั้น น่าจะพอแสดงให้เห็นถึงการประนีประนอม หรือการไว้หน้ากันระหว่างผู้ขายและผู้หญิงในครอบครัวของสังคมไทย ด้วยสาเหตุและเพื่อจุดประสงค์น่านับการซึ่งมีอาจจะสามารถอธิบายโดยละเอียดในพื้นที่อันจำกัดของบทความขนาดสั้นชิ้นนี้ได้เพียงพอ

เหนือสิ่งอื่นใด บทความชิ้นนี้ คงเป็นได้เพียงข้อเสนอเล็กๆ ซึ่งอาจจะมิใช่ข้อสรุปที่ถูกต้องสมบูรณ์ หรือควรยึดถือเกี่ยวกับสำนวนไทยสำนวนนี้ หากแต่เป็นเพียงการพยายามเปิดพื้นที่ให้เห็นว่าอย่างน้อยที่สุด ความรู้ที่เราๆ ท่านๆ ถูกสั่งสอนให้คิดว่าถูกต้องจริงแท้โดยไม่ควรจะไปเสียเวลาพิสูจน์อีกแต่อย่างใด อาจจะเป็นเพียงข้อความที่หาความจริงมิได้เอาเสียเลย หากแต่ยังกลายมาเป็นพื้นฐานของการอธิบายด้วยทฤษฎีอันสวดยหรูบนฐานความเข้าใจที่ผิดๆ อยู่บ่อยครั้งอย่างน่าเสียดาย

กิตติกรรมประกาศ

ผู้เขียนขอขอบพระคุณ ดร.โกวิท วงศ์สุรวัฒน์ อาจารย์ผู้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ และพรำสอนให้ลูกศิษย์ทุกคนรู้จักสังเกต และสงสัยต่อความรู้และสิ่งรอบตัวอยู่เสมอ แม้กระทั่งการก้าวเท้าเดินของช้าง ซึ่งผู้อื่นคงเห็นเป็นเรื่องขำขันหาความสลักสำคัญมิได้ แต่กระนั้นท่านก็สามารถนำมาชี้แจงเพื่อแสดงให้เห็นถึงความบกพร่องผิดพลาดของความรู้ที่ถูกเชื่อว่าถูกต้องดีแล้วในสังคมปัจจุบัน

บรรณานุกรม

- กรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการ. (2545). **สำนวนไทย**. กรุงเทพมหานคร : ศุภสภาลาดพร้าว.
- กรมศิลปากร. (2547). **รวมบันทึกประวัติศาสตร์อยุธยาของฟาน ฟลิต (วัน วลิค)**. กรุงเทพมหานคร : โชติวงศ์ ปริ้นติ้ง.
- กฤตยา อาชวนิจกุล และ กนกวรรณ ฐราวรรณ. (2545). “ขบวนการทางสังคม บนมติการเมืองเรื่องเพศ และร่างกายผู้หญิง.” ใน ผาสุก พงษ์ไพจิตร และคณะ. **วิถีชีวิต วิถีผู้: ขบวนการประชาชนร่วมสมัย**. กรุงเทพมหานคร : ตรีสวิน.
- โกวิท วงศ์สุรวัฒน์. (2549). “ผู้ชายเป็นช้างเท้าหน้า ผู้หญิงเป็นช้างเท้าหลัง.” **มติชน**. (6 ธ.ค.) หน้า 6.
- ฉัตรทิพย์ นาถสุภา. (2551). **ประวัติศาสตร์เศรษฐกิจไทย**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิธิ เอียวศรีวงศ์. (2550). **การเมืองไทยสมัยพระเจ้ากรุงธนบุรี**. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพมหานคร : มติชน.
- นิยพรรณ (ผลวัฒน์) วรรณศิริ (2550). **มานุษยวิทยาสังคมและวัฒนธรรม : แนวคิด ทฤษฎี ความเป็นมา และสาระสำคัญ ด้านมานุษยวิทยาสังคมและวัฒนธรรม ฉบับสมบูรณ์**. กรุงเทพมหานคร: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- นุมนวล ยัพราช. (2549). “พัฒนาการทางการเมืองของขบวนการสิทธิสตรีไทย ใน ใจ อึ๊งภากรณ์ และคณะ **ขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมในไทย**. กรุงเทพมหานคร : ประชาธิปไตยแรงงาน.
- เนื่องน้อย บุญยเนตร. (2535). “ครอบครัว.” ใน สุวรรณา สถาอานันท์ และ เนื่องน้อย บุญยเนตร (บรรณาธิการ). **คำ: ร่องรอยความคิด ความเชื่อไทย**. กรุงเทพมหานคร: โครงการเผยแพร่ผลงานวิจัย ฝ่ายวิจัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญยงค์ เกศเทศ. (2532). **สถานภาพสตรีไทย**. กรุงเทพมหานคร : โอเดียนสโตร์.
- พรรณประภา อินทรวินันท์. (2550). **บทบาทและอิทธิพลภริยานายกรัฐมนตรีไทย ต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและการเมืองไทยในรอบ 70 ปี (2475-2550)**. กรุงเทพมหานคร: บ้านพิทักษ์อักษร.
- มติชนสุดสัปดาห์. (2551ก, 26 กันยายน-2 ตุลาคม). “จะถูก จะแพง ขอ ‘แดง’ ไว้ก่อน.” **มติชนสุดสัปดาห์**, 28, 1467. หน้า 9.
- _____. (2551ข, 26 กันยายน-2 ตุลาคม). “นายกสมาคม ‘เกรงใจเมีย’ สมชาย วงศ์สวัสดิ์ ชีวิตนี้พลีเพื่อ ‘น้องแดง’.” **มติชนสุดสัปดาห์**, 28, 1467. หน้า 10.
- ยศ สันตสมบัติ. (2535). “แม่.” ใน สุวรรณา สถาอานันท์ และ เนื่องน้อย บุญยเนตร (บรรณาธิการ). **คำ: ร่องรอยความคิด ความเชื่อไทย**. กรุงเทพมหานคร: โครงการเผยแพร่ผลงานวิจัย ฝ่ายวิจัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- _____. (2544). **มนุษย์กับวัฒนธรรม**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- เขาวนิจ กิตติธรรณกุล. (2543). ““ซ้าง” ที่หยัดขึ้นด้วย “เท้าหลัง”: ผู้หญิงชาวบ้านในวิถีชุมชนภาคใต้.” ใน คณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติ สาขาสังคมวิทยา. รายงานการประชุมทางวิชาการระดับชาติ สาขา สังคมวิทยา ครั้งที่ 1: สถานภาพผลงานวิจัยเกี่ยวกับพลวัตการปรับตัวของสังคมไทย , 15-16 ธันวาคม 2543.
- ไรท์, ไมเคิล. (2532). “สตรีนิยม หรือพลีเจ้าแม่.” ศิลปวัฒนธรรม, 10, 12. หน้า 88-91.
- ลาตูแบร์, มงซิเออร์ เดอ. (2548). จดหมายเหตุ ลา ลูแบร์ ราชอาณาจักรสยาม. พิมพ์ครั้งที่ 2. แปลโดย สันต์ ท. โกมลบุตร. นนทบุรี : ศรีปัญญา.
- วิจิตรมาตรา, ขุน. (2543). ล้านวนไทย. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร : ภาษาและวัฒนธรรม.
- ศูนย์สตรีศึกษา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. (2550). รายการวิทยุ “ไม่ใช่ซ้างเท้าหลัง”. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.soc.cmu.ac.th/~wsc/radiolist.html> สืบค้นเมื่อ 17 สิงหาคม 2551.
- สมชาย ลำเนียงงาม. (2549). ““ซ้าง” ในล้านวนไทย: การศึกษาความหมาย.” ใน บำหยัน อิ่มสำราญ. (บรรณาธิการ). ภาษาและวรรณกรรมสาร ฉบับภาษาและวรรณกรรมกับสังคม. นครปฐม : คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สินธิ์ สัทธีรักษ์, (บรรณาธิการ). (2542). เท้าหลังอย่างก้าว. กรุงเทพมหานคร: โครงการสตรีและเยาวชน ศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุทธิลักษณ์ อำพันวงศ์. (2537). ซ้างไทย. กรุงเทพมหานคร : มติชน.
- สุรเกียรติ์ รัตนาภรณ์. (2550). อาหาร อารมณ์ และอำนาจของสตรี ในวรรณกรรมร้อยแก้วตะวันตกร่วมสมัย. กรุงเทพมหานคร : โครงการเผยแพร่ผลงานวิชาการ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เอกรัตน์ อุดมพร และ สิทธิโรจน์ วงศ์วิทยาเจริญพัฒนา. (2550). ๒,๐๐๐ ล้านวนไทย. กรุงเทพมหานคร : พัฒนาศึกษา.
- Pongsapich, Amara. (1997). “Feminism Theories and Praxis: Women’s Social Movement in Thailand.” In Somsasdi, Virada and Theobald, Sally (Eds.). **Women, Gender Relations and Development in Thai Society**. Chiang Mai : Women’s Studies Center, Faculty of Social Sciences, Chiang Mai University.
- Thai2english.com. (2008a). “ซ้างเท้าหน้า”. [Online]. Available: <http://www.thai2english.com/dictionary/20828.html>. Retrieved August 17, 2008.
- _____. (2008b). “ซ้างเท้าหลัง”. [Online]. Available: <http://www.thai2english.com/dictionary/20954.html>. Retrieved August 17, 2008.

การพัฒนาพฤติกรรมการเรียนภาษาฝรั่งเศสของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สิริจิตต์ เดชมรรชัย และ อาจารย์ชนยา ด้านสวัสดิ์

ภาควิชาภาษาฝรั่งเศส คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลของการฝึกฝนพฤติกรรมการเรียนภาษาฝรั่งเศสของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาที่เรียนรายวิชาภาษาฝรั่งเศสระดับกลาง 2 ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2550 จำนวน 24 คน ซึ่งได้จากการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คณะผู้วิจัยได้ให้นักศึกษาทำแบบวัดเจตคติที่มีต่อการเรียนภาษาฝรั่งเศสและแบบสำรวจพฤติกรรมการเรียนภาษาฝรั่งเศสก่อนเรียน (Pretest) จากนั้นได้ทดลองสอนตามแผนการจัดการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้นจนครบ 16 สัปดาห์ และได้ประเมินผลโดยการให้นักศึกษาทำแบบวัดเจตคติที่มีต่อการเรียนภาษาฝรั่งเศสและแบบสำรวจพฤติกรรมการเรียนภาษาฝรั่งเศสหลังเรียน (Posttest) รวมทั้งการวัดผลสัมฤทธิ์ในการเรียน ประกอบกับการประเมินทักษะสังคม และการประเมินการเรียนรู้ด้วยตนเองของผู้เรียน ผลการวิจัยพบว่าหลังการทดลองใช้แผนการจัดการเรียนรู้ นักศึกษาส่วนใหญ่มีกาเฉลี่ยรวมของพฤติกรรมการเรียนภาษาฝรั่งเศสสูงขึ้น มีการใช้พฤติกรรมการเรียนอยู่ในระดับสูง สามารถใช้พฤติกรรมการเรียนได้หลากหลายมากขึ้น นักศึกษาทุกคนมีคะแนนผลสัมฤทธิ์ถึงเกณฑ์ร้อยละ 60 ที่ตั้งไว้ มีเจตคติต่อการเรียนภาษาฝรั่งเศสสูงขึ้น และมีความเห็นว่าการจัดการเรียนการสอนได้ช่วยให้ตนพัฒนาพฤติกรรมการเรียนภาษาฝรั่งเศสได้เป็นอย่างดี

Abstract

The purpose of this research was to study the results of the French language learning strategies of Thammasat University undergraduate students. The samples used in this research were twenty-four subjects purposely selected from students taking the French Intermediate II course in the second semester of the academic year 2007. The attitudes survey and the strategy inventory of French language learning were administered to the sample groups before the course units began. After sixteen weeks of training, the researchers assigned the attitudes survey and the strategy inventory of the French language learning posttest to the sample groups. The application of various evaluation forms was used in this research : achievement test, students' writing journals, social skill evaluation form and self-evaluation. The results revealed that the French language learning strategies of the sample groups were improved. The samples could use diverse strategies and had higher mean scores in learning strategies and in the attitudes test. Students were all able to attain at least 60 percent of criteria listed beforehand. The training also helped to develop their learning strategies.

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การศึกษาปัญหาการเรียนการสอนภาษาต่างประเทศในช่วงแรกๆ มักมุ่งเน้นที่การวิเคราะห์หาสาเหตุจากกลวิธีการสอนของครูผู้สอนเป็นส่วนใหญ่ แต่ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมานงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเรียนการสอนภาษาต่างประเทศได้ให้ความสำคัญกับกระบวนการเรียนรู้ของผู้เรียนเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในยุคสมัยที่ต้องนำพาผู้เรียนให้เป็นผู้ที่รู้จักการเรียนรู้ด้วยตนเอง (learner autonomy) และเป็นผู้เรียนที่มีความตื่นตัว (active learner) ในการเรียนรู้ (O'Malley et al., 1985; O'Malley & Chamot, 1990) โดยมีความเชื่อและแนวคิดที่ไม่มีเทคนิคหรือวิธีการสอนใดที่จะดีที่สุดสำหรับผู้เรียนทุกคน และในการเรียนรู้ก็ไม่สามารถเรียนรู้แทนกันได้ การเรียนรู้ที่ยั่งยืนคือการที่ผู้เรียนสามารถเข้าใจกระบวนการเรียนรู้ของตนเอง และตระหนักถึงข้อบกพร่องของตน รวมถึงเรียนรู้กลวิธีที่จะทำให้ตนเองประสบความสำเร็จในการเรียนได้ (Cyr, 1996) ดังนั้น จึงได้มีนักการศึกษาเป็นจำนวนมากให้ความสนใจเกี่ยวกับกลวิธีต่างๆ ที่ใช้ในการเรียนภาษาที่สองของผู้เรียน

ผลการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้แสดงให้เห็นว่าผู้เรียนทั้งในระดับมัธยมศึกษาและระดับอุดมศึกษามีการใช้กลวิธีการเรียนหลายด้าน เช่น กลวิธีเชิงพุทธิปัญญา ที่เน้นด้านความรู้ ความเข้าใจ (cognitives strategies) หรือกลวิธีด้านการจัดการดูแลการเรียนรู้ของตนเอง (metacognitives strategies) รวมทั้งกลวิธีด้านอารมณ์และความรู้สึก (socio-affectives strategies) และพบว่ากลวิธีด้านการจัดการการเรียนรู้ของตนเองเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการประสบความสำเร็จของผู้เรียน (Carrell, 1989; Cyr, 1996)

นอกจากนี้ผลการวิจัยพบว่าการศึกษาให้ผู้เรียนรู้จักเลือกใช้กลวิธีการเรียนที่เหมาะสมจะทำให้ผู้เรียนมีผลสัมฤทธิ์ในการเรียนสูงขึ้น มีวิธีการเรียนอย่างเป็นระบบ และสามารถวางแผนการเรียนรู้ของตนเองได้ ซึ่งผู้เรียนจะสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการเรียนวิชาอื่นๆ ด้วย ผลการวิจัยเหล่านี้ยังช่วยให้ทราบถึงคุณลักษณะของผู้เรียนภาษาที่ดี (O'Malley et al., 1985; Wenden, 1991; Cohen, 1998) รวมทั้งตัวแปรต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการเรียนรู้ของผู้เรียน ด้วย เช่น การฝึกการเชื่อมโยงข้อมูลใหม่ การเปิดโอกาสให้มีการอภิปรายปัญหาต่างๆ ให้มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และส่งเสริมการเรียนรู้แบบร่วมมือกัน การสร้างบรรยากาศที่เป็นมิตร รวมทั้งการฝึกให้ผู้เรียนเข้าใจและยอมรับบทบาทของตนเอง มีความมั่นใจ และรับผิดชอบดูแลการเรียนรู้ของตน (Tardif, 1992)

สำหรับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเทศไทยนั้น พชรพรรณ ม.รัตนพล (2541) ได้ทำการสำรวจลักษณะการเรียนรู้และกลวิธีการเรียนรู้ภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 5 โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษา พบว่าโดยรวมเป็นผู้เรียนที่ชอบเรียนรู้ตามขั้นตอน มีความละเอียดรอบคอบในการริเริ่มภาระงาน ชอบสังเกต ถนัดใช้ตา ชอบคาดเดาความหมาย และมีการนำกลวิธีอภิปรายมาใช้อย่างน้อยถึงบ่อยมาก ทั้งนี้ผู้วิจัยมิได้ศึกษาว่าครูผู้สอนจะจัดการเรียนการสอนเพื่อฝึกผู้เรียนให้รู้จักนำวิธีการเรียนและกลวิธีในการเรียนรู้ไปใช้ได้อย่างไร อาภาภรณ์ จินดาประเสริฐ (2540) ได้ทำการศึกษาเพื่อหาประสิทธิภาพของแบบฝึกกลวิธีการเรียนภาษาอังกฤษของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะเทคนิคการแพทย์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ผลการวิจัยพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับการฝึกมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้น และเกิดทัศนคติที่ดีต่อการเรียนภาษาอังกฤษ แต่อย่างไรก็ตามในงานวิจัยดังกล่าวจะมีกลุ่มตัวอย่างและบริบทโดยเฉพาะ คือเป็นนักศึกษาเทคนิคการแพทย์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น จึงเป็นที่น่าสนใจถ้าจะศึกษาและพัฒนากลวิธีการเรียนภาษาต่างประเทศของกลุ่มตัวอย่างในบริบทอื่นๆ ด้วย ซึ่งอาจจะทำให้ได้ผลวิจัยและข้อวิเคราะห์ที่แตกต่างกันออกไป นอกจากนี้ สมศักดิ์ สิทธิธิดกุล (2541) ได้ทำการวิจัยเพื่อวิเคราะห์ความตระหนักในกลวิธีอภิปัญญาเพื่อความเข้าใจของ นักศึกษาวิชาเอกภาษาอังกฤษ ชั้นปีที่ 3 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ในรายวิชา Analytical Reading จำนวน 11 คน โดยการใช้แบบสอบถามและให้กลุ่มตัวอย่างกล่าวถึงกลวิธีที่ตนใช้ในการทำความเข้าใจสิ่งที่อ่านด้วยการ “คิดดัง” (Think-aloud Protocols) ซึ่งพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้กลวิธีจับประเด็นสำคัญของบทอ่าน การสรุปความหลังการอ่าน การแปลจากภาษาอังกฤษเป็นภาษาแม่ และการอ่านซ้ำเมื่อไม่เข้าใจเนื้อหา งานวิจัยดังกล่าวเป็นการศึกษาเฉพาะกลวิธีด้านการอ่านเพื่อความเข้าใจภาษาอังกฤษ

ส่วนงานวิจัยทางการเรียนการสอนภาษาฝรั่งเศสนั้น ส่วนใหญ่เป็นการศึกษาเกี่ยวกับกลวิธีการสอนทักษะทางภาษา ดังเช่น Boonyaratapan (2000) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับการใช้กลวิธีชี้นำความคิด (DRTA) ในการสอนอ่านภาษาฝรั่งเศสระดับมัธยมศึกษา และ รัชฎ สุ่มอิม (2549) ได้ศึกษาเกี่ยวกับกลวิธีการสอนกระบวนการเขียน ภาษาฝรั่งเศส ในระดับมัธยมศึกษา ทั้งนี้จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องทางการเรียนการสอน ภาษาฝรั่งเศสในประเทศทั้งในระดับ มัธยมศึกษาและระดับอุดมศึกษา ยังไม่ปรากฏว่ามีงานวิจัยเกี่ยวกับกลวิธีการเรียนรู้ของผู้ที่เรียนภาษาฝรั่งเศสเป็นภาษาต่างประเทศมาก่อนโดยเฉพาะอย่างยิ่งในระดับอุดมศึกษา

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าจะมีผู้สนใจศึกษาเกี่ยวกับกลวิธีการเรียนภาษาต่างประเทศมาบ้างแล้ว แต่จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังที่กล่าวมาข้างต้น ยังพบว่ายังมีข้อจำกัดบางประการ ดังที่ ได้มีนักวิจัย (Oxford & Crookall, 1989; Cornaire, 2001) ได้ให้ข้อเสนอแนะ ในการวิจัยครั้งต่อไป กล่าวคือ ควรใช้ระเบียบวิธีวิจัยทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เพื่อให้การเก็บรวบรวมข้อมูลมีความตรงมากขึ้น เช่น ให้มีการสำรวจควบคู่กับการสัมภาษณ์ หรือการให้ผู้เรียนถ่ายทอดกระบวนการการใช้กลวิธีการเรียนด้วยวาจา (verbal report) เป็นต้น รวมทั้งการใช้เครื่องมือวิจัย ที่จะสามารถวัดปัจจัยหรือตัวแปร ทางด้านจิตวิทยา ประกอบด้วย (psychometric instrument) (Oxford & Crookall, 1989) สำหรับการกำหนดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ควรมีการควบคุมตัวแปรเกินที่อาจเกิดขึ้นใน ระหว่าง การทดลองและในการเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างด้วย และควรมีการศึกษาถึงตัวแปรแทรกสอดต่างๆ ที่อาจมีอิทธิพลและเป็นตัวทำนากกลวิธีการเรียนของผู้เรียนได้ เช่น ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับ อายุ เพศ แรงจูงใจ ทัศนคติ วิธีการสอน วิธีการทดสอบ เป็นต้น นอกจากนี้ในการนำผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องไปปรับใช้นั้น ควรคำนึงถึงข้อแตกต่างในการจัดประเภทของกลวิธีการเรียนของงานวิจัยนั้นๆ ด้วย เป็นต้น

ด้วยเหตุนี้ คณะผู้วิจัยซึ่งตระหนักดีถึง บทบาทและความสำคัญของผู้เรียน จึงสนใจที่จะตอบคำถามว่าจะพัฒนาผู้เรียนให้ประสบผลสำเร็จในการเรียนได้อย่างไร จะมีแนวทางใดที่จะฝึกฝนให้ผู้เรียนสามารถนำกลวิธีการเรียนไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการเรียนภาษาฝรั่งเศส และการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ของตนเอง โดยให้ผู้เรียนสามารถตระหนักถึงปัญหาและข้อบกพร่องของตนได้ รวมทั้งสามารถเรียนรู้การแก้ปัญหาได้ด้วยตนเอง มองเห็นเทคนิคหรือวิธีการที่จะพัฒนาตนเอง และสามารถวางแผนการเรียนรู้ของตนเองเพื่อให้ประสบความสำเร็จในการเรียน รวมทั้งสามารถเรียนรู้ร่วมกับผู้อื่นได้ด้วย

ทั้งนี้ในการวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้คำนึงถึงข้อจำกัดต่างๆ ของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวข้างต้น เพื่อนำมาปรับใช้ในการออกแบบงานวิจัยครั้งนี้ โดยได้ทำการศึกษาแบบเจาะลึกทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ รวมทั้งคำนึงถึงตัวแปรอื่นๆ ด้วย เช่น ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการเรียนรู้ ด้านจิตวิทยา และด้านสังคม เช่น เจตคติของผู้เรียน และพฤติกรรมในการทำงานร่วมกับผู้อื่น นอกจากนี้คณะผู้วิจัยได้จัดทำแผนการเรียนรู้ภาษาฝรั่งเศส ที่มุ่งเน้นการฝึกฝนและพัฒนาวิธีการเรียน ภาษาต่างประเทศโดยผ่านทางกิจกรรมและชิ้นงานต่างๆ และการใช้เครื่องมือเชิงคุณภาพ (Carrell, 1989; Oxford & Crookall, 1989) เพื่อให้ได้ข้อมูลครอบคลุมมากขึ้น เช่น การจัดสนทนากลุ่ม (Focus group) การใช้แบบสังเกต และแบบประเมินตนเอง เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อเป็นแนวทางในการฝึกฝนกลวิธีการเรียนภาษาฝรั่งเศสของนักศึกษา และมุ่งส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ด้วยตัวเอง รวมทั้งเป็นตัวอย่างโครงการนำร่องที่อาจนำไปปรับใช้ในการฝึกฝนกลวิธีการเรียนภาษาฝรั่งเศสของผู้เรียนในบริบทอื่นๆ อันจะเป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพและสร้างความพร้อมในการพัฒนาผู้เรียน อีกทั้งจะเป็นประโยชน์ต่อแวดวงการเรียนรู้การสอนภาษาฝรั่งเศสในประเทศไทยต่อไปด้วย

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาผลของการฝึกฝนกลวิธีการเรียนภาษาฝรั่งเศสของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

3. ทฤษฎีและหลักการ

3.1 ความหมายของกลวิธี

คำว่า “กลวิธี” (stratégie) มีรากศัพท์มาจากภาษากรีก และเป็นคำศัพท์ทางทหาร ในระยะแรกมีความหมายถึง ศิลปะในการนำกองทัพ “*L’art de conduire les armées*” และต่อมาได้มีการขยายความว่า หมายถึง ศิลปะในการผสมใช้ทรัพยากรและวิธีการต่างๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ (Cornaire, 2001) อย่างไรก็ตามนักการศึกษาในปัจจุบันได้ให้คำจำกัดความที่สอดคล้องกันว่า กลวิธีการเรียน หมายถึงวิธีการหรือกระบวนการ หรือ เทคนิคที่ผู้เรียนใช้ในการจัดการการเรียนรู้ของตน หรือหมายถึงวิธีการทั้งหลายที่ได้มีการจัดการอย่างมีเหตุผลและมีการนำไปใช้อย่างรู้ตัว นอกจากนี้ยังมีผู้ให้คำนิยามว่าหมายถึง ขั้นตอนที่ผู้เรียนใช้อย่างรู้ตัวเพื่อช่วยให้การเรียนรู้ของตนง่ายขึ้น เพื่อช่วยการเก็บข้อมูลไว้ในความทรงจำ เพื่อเรียก

ข้อมูลจากความจำ หรือเพื่อการสร้างข้อมูลขึ้นมาใหม่ (Puren et al., 1998) ทั้งนี้ เป็นที่น่าสังเกตว่า ในการเรียนการสอนภาษานั้น อาจพบว่ามีการใช้คำเรียก กลวิธีที่แตกต่างกันออกไป เช่น กลวิธีการเรียน เทคนิคการเรียน ขั้นตอนวิธีการเรียน การวางแผนแก้ปัญหา หรือความสามารถ ความชำนาญที่ผู้เรียนใช้อย่างรู้ตัว กล่าวโดยสรุป กลวิธีการเรียนหมายถึงวิธีการหรือเทคนิคที่ผู้เรียนใช้อย่างรู้ตัว เพื่อให้การเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ นั้นง่ายขึ้น หรือใช้ในการแก้ปัญหา การวางแผน และการประเมินการจัดการการเรียนรู้ของตน

3.2 การจัดประเภทกลวิธีการเรียน

O'Malley & Chamot (1990) จัดประเภทกลวิธีการเรียนไว้ดังนี้

1. กลวิธีทางด้านการจัดการดูแลการเรียนรู้ด้วยตนเอง (Metacognitive Strategies) เกี่ยวข้องกับการคิดในเรื่องกระบวนการเรียน การวางแผน การตรวจสอบควบคุมสิ่งที่ทำในการเรียน และการประเมินผลว่าได้เรียนรู้อะไรไปมากน้อยเท่าไร ซึ่งประกอบด้วยกลวิธีการเรียนชนิดย่อยๆ 7 ชนิด ได้แก่ การวางแผน (planning) การมุ่งประเด็นความสนใจ (directed attention) การเลือกประเด็นความสนใจ (selective attention) การจัดการตนเอง (self-management) การตรวจสอบและดูแลตนเอง (self-monitoring) การระบุปัญหา (problem identification) และการประเมินผลด้วยตนเอง (self-evaluation)

2. กลวิธีทางด้านความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Strategies) เกี่ยวข้องกับการที่ผู้เรียนเข้าไปมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งที่เรียน การใช้กระบวนการคิดจัดการกับสิ่งที่เรียน หรือการใช้เทคนิคเฉพาะในการทำงานหรือกิจกรรมทางภาษา ประกอบด้วยกลวิธีย่อยๆ ได้แก่ การทำซ้ำ (repetition) การแสวงหาแหล่งข้อมูล (resourcing) การจัดกลุ่ม (grouping) การจดบันทึกข้อความ (note taking) การใช้กฎเกณฑ์ทางภาษาทั้งแบบที่ได้เรียนมาและแบบที่เข้าใจด้วยตนเอง ในการทำความเข้าใจหรือ ในการใช้ภาษา (deduction /induction) การแทนที่ (substitution) การสัมพันธ์เชื่อมโยงข้อมูล (elaboration) การสรุปความ (summarization) การแปล (translation) การถ่ายโอน (transfer) และ การอนุมานข้อความ (inferencing)

3. กลวิธีทางด้านสังคมและความรู้สึก (Social and Affective Strategies) เกี่ยวข้องกับการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นเพื่อช่วยในการเรียนรู้ หรือการควบคุมอารมณ์ความรู้สึกเพื่อช่วยในการทำงานหรือกิจกรรมทางภาษา ประกอบด้วย การถามคำถามเพื่อความชัดเจน (questioning for clarification) การร่วมมือ (cooperation) การพูดกับตนเอง (self-talk) และการเสริมแรงให้ตนเอง (self-reinforcement)

Oxford (1990) ได้เสนอการจัดกลวิธีการเรียนภาษาต่างประเทศไว้เช่นเดียวกัน โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภทหลัก คือ กลวิธีที่มีผลต่อการเรียนโดยตรง ได้แก่ การจำ การเกิดความรู้ความเข้าใจ การเดา หรือการทดแทนสิ่งที่ไม่รู้ และกลวิธีที่มีผลต่อการเรียนโดยอ้อม ได้แก่ การจัดการดูแลการเรียนรู้และ ประเมินผลด้วยตนเอง การควบคุมอารมณ์ความรู้สึก การมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

3.3 การวัดและสำรวจกลวิธีการเรียน

Oxford & Crookall (1989) ได้เสนอแนวคิดในการวัดและสำรวจกลวิธีการเรียน ได้แก่ การสังเกต พฤติกรรมการเรียน การสัมภาษณ์และใช้กระบวนการ “Think-aloud Protocols” การรวบรวมข้อมูลจากการจดบันทึกของผู้เรียนเกี่ยวกับกลวิธีที่ใช้ การใช้แบบสำรวจ และการรวบรวมข้อมูลจากการฝึกฝนการใช้กลวิธีการเรียนของผู้เรียน

นอกจากนี้ Cornaire (2001) ได้เสนอแนะให้มีการสำรวจเชิงคุณภาพ ได้แก่ การสัมภาษณ์ การสังเกต การให้ผู้เรียนพูดออกเสียงในขณะที่ทำกิจกรรม รวมทั้งการประเมินตนเองของผู้เรียน เพราะเครื่องมือเชิงคุณภาพเหล่านี้ จะช่วยให้ผู้วิจัยสามารถเก็บข้อมูลการใช้กลวิธีการเรียนของผู้เรียนได้อย่างครบถ้วนและครอบคลุมมากขึ้น

3.4 การฝึกฝนกลวิธีการเรียน

Besnard (1998) ได้เสนอแนะวิธีการฝึกฝนกลวิธีการเรียน ว่าต้องพยายาม ใช้โอกาสในการเรียนรู้ให้มากที่สุดทั้งในและนอกห้องเรียน และ ให้อำนาจผู้เรียนเองมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ด้วยความกระตือรือร้น สนใจในกระบวนการของภาษาและพยายามใช้เทคนิคส่วนตัวเพื่อให้ตนเองเกิดการเรียนรู้ และอย่ายึดติดกับภาษาแม่ ให้พยายามใช้ ภาษาต่างประเทศที่กำลังเรียนอยู่ นอกจากนี้ ผู้เรียนต้องเข้าใจว่า การเรียนรู้ ภาษาต่างประเทศที่ได้ผลจะต้องเกิดขึ้นในบริบทของการใช้ภาษา วัฒนธรรม สังคม และ ขึ้นอยู่กับเจตคติของผู้เรียน

นอกจากนี้ Wenden (1991) ได้เสนอแนวทางในการฝึกฝนกลวิธีการเรียนโดยให้คำนึงถึงประเด็นต่างๆ ได้แก่ การให้ผู้เรียนทราบถึงจุดประสงค์และประโยชน์ของการฝึก การฝึกให้ผู้เรียนรู้จักดูแล จัดการการเรียนของตนเอง การสอดแทรกการฝึกให้เหมาะสมกับเนื้อหาและทักษะทางภาษาที่จะเรียน การฝึกในลักษณะที่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สอนและผู้เรียน และการฝึกบนพื้นฐานความสามารถทางภาษาของผู้เรียน

4. ระเบียบวิธีวิจัย

4.1 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาผลการใช้แผนการจัดการเรียนรู้เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ลงทะเบียนรายวิชา ฝ.202 ภาษาฝรั่งเศสระดับกลาง 2 ภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2550 จำนวน 1 กลุ่มรวม 24 คน (One-Group Pretest-Posttest Design) ซึ่งได้จากการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง ประกอบด้วย นักศึกษาคณะศิลปศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์ คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา และคณะเศรษฐศาสตร์

4.2 เครื่องมือ วิธีการเก็บรวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูล

ก่อนทดลองสอน

1. วัดเจตคติที่มีต่อการเรียนภาษาฝรั่งเศสของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อเปรียบเทียบผลกับคะแนนเจตคติหลังทดลองสอน โดยใช้แบบวัดที่คณะผู้วิจัยสร้างขึ้น ซึ่งได้ ผ่านการทดลองใช้ (try-out) แล้ว โดยแบบวัดมีค่าความเที่ยง 0.78
2. สํารวจกลวิธีการเรียนภาษาฝรั่งเศสของกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้ข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนากลวิธีการเรียนและเพื่อเปรียบเทียบผลหลังทดลองสอน โดยใช้แบบสำรวจที่ ปรับมาจาก *Strategy Inventory for Language Learning* (SILL) Version for Speakers of other Languages Learning English ของ Oxford (1990) ซึ่งเป็นแบบวัดที่พัฒนาขึ้นสำหรับผู้เรียนภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่สองหรือภาษาต่างประเทศ ทั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ทดลองใช้ พบว่ามีค่าความเที่ยง 0.94

ระหว่างทดลองสอน

1. คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการสอนด้วยตนเองตามแผนการจัดการเรียนรู้ที่ใช้กลวิธีการเรียนและทักษะที่คาดหวังเป็นฐานในการออกแบบหน่วยการเรียนรู้ โดยแยกสอนคนละ 1 กลุ่ม รวมเวลาการทดลองใช้แผนการจัดการเรียนรู้ทั้งสิ้น 16 สัปดาห์ (6 ชั่วโมง/สัปดาห์) หรือหนึ่งภาคการศึกษา
2. ในระหว่างการสอนตามแผนการจัดการเรียนรู้ คณะผู้วิจัยได้ทำการประเมินพฤติกรรมการแสดงบทบาทของผู้เรียนในการทำกิจกรรมกลุ่มและการนำเสนอผลงาน รวมทั้งได้จัดบันทึกหลังสอน และได้มีการประชุมกันเพื่อปรึกษาหารือเกี่ยวกับแผนการจัดการเรียนรู้อยู่ตลอดเวลา
3. คณะผู้วิจัยได้ให้นักศึกษากลุ่มทดลองจดบันทึกการเรียนรู้ของตนเองหลังจบการเรียนรู้ในแต่ละหน่วยการเรียนรู้ (unité) รวมทั้งให้ทำบันทึกแผนการจัดการเรียนรู้ของตนเอง และทำแบบประเมินตนเองด้วย

หลังทดลองสอน

1. วัดเจตคติที่มีต่อการเรียนภาษาฝรั่งเศสของกลุ่มตัวอย่างอีกครั้ง โดยใช้แบบวัดชุดเดียวกับ แบบวัดก่อนเรียน แล้ววิเคราะห์เพื่อตรวจสอบความก้าวหน้า โดยใช้ค่าสถิติ t-test
2. สํารวจกลวิธีการเรียนภาษาฝรั่งเศสของกลุ่มตัวอย่างหลังสอน โดยใช้แบบวัดชุดเดียวกับก่อนสอน แล้ววิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ คำนวณค่าเฉลี่ย และค่าร้อยละ
3. ให้กลุ่มตัวอย่างประเมินการเรียนรู้ของตนเองและจัดทำแฟ้มสะสมผลงาน (Portfolio) และจัดสัมภาษณ์กลุ่มเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพเพิ่มเติม
4. วัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนภาษาฝรั่งเศสของกลุ่มตัวอย่างในรายวิชา ฝ. 202 แล้ววิเคราะห์ผลโดยการหาค่าเฉลี่ยและค่าร้อยละ เพื่อตรวจสอบว่าคะแนนถึงเกณฑ์ร้อยละ 60 ที่ตั้งไว้หรือไม่

5. ผลการวิจัยและอภิปรายผล

5.1 ผลการเปรียบเทียบกลวิธีการเรียนภาษาฝรั่งเศสที่ใช้มากที่สุดก่อนและหลังสอน

ผลจากการศึกษาเปรียบเทียบกลวิธีการเรียนภาษาฝรั่งเศสที่ใช้มากที่สุดก่อนและหลังสอน ดังแสดงในตารางที่ 1 พบว่าก่อนสอนนักศึกษาในกลุ่มทดลองจำนวนครึ่งหนึ่งใช้กลวิธีการจัดการและประเมินผลการเรียนรู้ด้วยตนเองมากที่สุด (ร้อยละ 50) และจะไม่ใช้กลวิธีการเรียนรู้ร่วมกับผู้อื่นเลย และเมื่อพิจารณาจากกลวิธีการเรียนที่ใช้มากที่สุดหลังการสอน พบว่าจะใช้กลวิธีการจัดการและประเมินผลการเรียนรู้ด้วยตนเองมากที่สุด (ร้อยละ 37.50) รองลงมาคือกลวิธีการเรียนรู้ร่วมกับผู้อื่น (ร้อยละ 29.16)

ตารางที่ 1 ผลการเปรียบเทียบกลวิธีการเรียนภาษาฝรั่งเศสที่ใช้มากที่สุดก่อนและหลังสอน

การวัด	กลวิธีการเรียนที่ใช้มากที่สุด					
	1	2	3	4	5	6
ก่อนสอน	2 (8.33%)	2 (8.33%)	8 (33.33%)	12 (50.00%)	1 (4.16%)	0 (0.00%)
หลังสอน	1 (4.16%)	1 (4.16%)	4 (16.66%)	9 (37.50%)	4 (16.66%)	7 (29.16%)

หมายเหตุ: 1. กลวิธีที่ใช้ความจำ 2. กลวิธีที่ใช้ความรู้ ความเข้าใจ 3. กลวิธีในการเสริมหรือหาวิธีทดแทนสิ่งที่ไม่รู้ 4. กลวิธีในการจัดการและประเมินผลการเรียนรู้ด้วยตนเอง 5. กลวิธีในการควบคุมอารมณ์ความรู้สึก 6. กลวิธีในการเรียนรู้ร่วมกับผู้อื่น

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่าหลังจากนักศึกษาได้รับการฝึกฝนกลวิธีการเรียนแล้ว มีการเปลี่ยนแปลงกลวิธีการเรียนหลากหลาย และลดการใช้กลวิธีแบบเดิม คือ กลวิธีที่ใช้ความจำ กลวิธีที่ใช้ความรู้ความเข้าใจ กลวิธีในการเสริมหรือหาวิธีทดแทนสิ่งที่ไม่รู้ กลวิธีในการจัดการและประเมินผลการเรียนรู้ด้วยตนเอง ปรับไปใช้กลวิธีในการควบคุมอารมณ์ความรู้สึก และกลวิธีในการเรียนรู้ร่วมกับผู้อื่นมากขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากได้ฝึกฝนการทำงานร่วมกับผู้อื่นในการทำกิจกรรมต่างๆ ซึ่งขณะผู้วิจัยได้มีการออกแบบกิจกรรมให้หลากหลาย ทั้งกิจกรรมเดี่ยว กิจกรรมคู่ กิจกรรมกลุ่ม เพื่อจะเอื้ออำนวยต่อการเรียนรู้ซึ่งกันและกัน อีกทั้งได้มีการประเมินการแบ่งบทบาทหน้าที่ในกลุ่มอย่างชัดเจน และมีเกณฑ์การนำเสนอผลงานของกลุ่มด้วย ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยที่พบว่าผู้เรียนที่ประสบผลสำเร็จในการเรียนรู้มักจะนำกลวิธีการเรียนรู้ร่วมกับผู้อื่นมาช่วยในการเรียนรู้ของตนเมื่อต้องการร่วมมือกับผู้อื่นและเมื่อต้องการขอคำอธิบายหรือขอความช่วยเหลือจากผู้อื่น เป็นต้น (Danscreau, 1985; McComb, 1988 อ้างถึงใน Oxford, 1990)

5.2 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยรวมของกลวิธีการเรียนภาษาฝรั่งเศสหลังสอน

ผลการ วิเคราะห์ ค่าเฉลี่ยรวมของ กลวิธีการเรียนภาษาฝรั่งเศสหลังสอน พบว่ามีนักศึกษาในกลุ่มทดลองร้อยละ 79.16 มีค่าเฉลี่ยรวมของกลวิธีการเรียนภาษาฝรั่งเศสหลังการสอนสูงกว่าก่อนสอน และร้อยละ 16.66 มีค่าเฉลี่ยรวมของกลวิธีการเรียนภาษาฝรั่งเศสลดลง และร้อยละ 4.16 มีค่าเฉลี่ยรวมของ กลวิธีการเรียนภาษาฝรั่งเศสคงเดิม (ดูรายละเอียดจากตารางในภาคผนวก)

ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าการใช้แผนการจัดการเรียนการสอนในการวิจัยครั้งนี้สามารถทำให้ผู้เรียนมีการพัฒนาทวิวิธีในการเรียนภาษาฝรั่งเศสได้ ทั้งนี้อาจเนื่องจากผู้เรียนได้มีการฝึกทวิวิธีในการเรียนตามขั้นตอนของแผนการจัดการเรียนรู้ จึงทำให้สามารถเข้าใจและเรียนรู้ภาษาฝรั่งเศสได้ดีขึ้น มีเป้าหมายในการเรียนและ การทำกิจกรรมอย่างชัดเจน มีการฝึกฝนทวิวิธีในการเรียนระดับสูง เช่น ให้มีการวางแผนล่วงหน้า จัดการเรียนรู้ของตนเองอย่างต่อเนื่อง และมีการประเมินผลการเรียนรู้ด้วยตนเองอย่างสม่ำเสมอ โดยมีเกณฑ์การประเมินที่ชัดเจน ทั้งนี้ ผลจากการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่แสดงให้เห็นว่า ทวิวิธีในการเรียนรู้เป็นสิ่งที่ผู้เรียนสามารถพัฒนาได้หากได้รับการฝึกฝน (Chamot & O'Malley, 1987; Oxford, 1990) อนึ่ง การที่มีนักศึกษาบางคนมีคะแนนเฉลี่ยรวมของทวิวิธีในการเรียนภาษาฝรั่งเศสหลังสอนลดลง และคงที่นั้น อาจเนื่องมาจากบุคลิกภาพของนักศึกษาเหล่านั้น ความยากของชิ้นงาน (Oxford, 1990) หรือระยะเวลาในการฝึกฝนอาจไม่เพียงพอสำหรับนักศึกษากลุ่มดังกล่าว ซึ่งเป็นเรื่องยากที่จะทราบระยะเวลาที่เหมาะสม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในงานวิจัยเกี่ยวกับกระบวนการทางความคิดและทางสมอง (mental processes/cognitive processes) (O'Malley et al., 1985; Tardif, 1992) ดังนั้นหากจะมีการวิจัยในครั้งต่อไปควรศึกษาติดตามผลต่อในระยะยาว (longitudinal study) หรืออาจเพิ่มวิธีการ ให้ผู้เรียนถ่ายทอดกระบวนการใช้ทวิวิธีในการเรียนด้วยวาจา (verbal report) เพื่อจะได้ข้อมูลแน่ชัดยิ่งขึ้นว่านักศึกษาคิดอะไร และใช้ทวิวิธีในการเรียนอย่างไรในขณะทำกิจกรรมนั้นๆ

5.3 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทวิวิธีในการเรียนภาษาฝรั่งเศสก่อนและหลังสอน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าหลังการจัดการเรียนการสอนมีนักศึกษาร้อยละ 20.83 มีระดับการใช้ทวิวิธีในการเรียนในระดับสูงเพิ่มมากขึ้น ดังปรากฏในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2 ผลเปรียบเทียบระดับค่าเฉลี่ยทวิวิธีในการเรียนภาษาฝรั่งเศสก่อนและหลังการสอน

ค่าเฉลี่ยทวิวิธีในการเรียน	การวัด	จำนวน นักเรียน	ร้อยละ	ช่วงคะแนนเฉลี่ยการใช้ ทวิวิธีในการเรียน
สูง	ก่อนสอน	9	37.50	3.52-4.16
	หลังสอน	14	58.33	3.55-4.42
ปานกลาง	ก่อนสอน	14	58.33	3.03-3.38
	หลังสอน	9	37.50	3.09-3.38
ต่ำ	ก่อนสอน	1	4.16	2.27
	หลังสอน	1	4.16	2.39

หมายเหตุ เกณฑ์การคำนวณของ Oxford (1990): คะแนนเฉลี่ยการใช้ทวิวิธีในการเรียนช่วงระหว่าง 1.0 - 2.4 จัดอยู่ในระดับต่ำ; คะแนนเฉลี่ยช่วงระหว่าง 2.5 - 3.4 เป็นระดับปานกลาง; คะแนนเฉลี่ยช่วงระหว่าง 3.5 -5.0 เป็นระดับสูง

โดยสรุปหลังการสอนนักศึกษาที่มีระดับการใช้ทวิวิธีในการเรียนในระดับสูงมีจำนวนเกินกว่าครึ่ง (ร้อยละ 58.33) ทั้งนี้อาจเนื่องจากผู้เรียนได้มีการฝึกทวิวิธีในการเรียน ภาษาฝรั่งเศสอย่างเป็นระบบและเป็นขั้นตอนมากขึ้น ได้ฝึกฝนการวางแผนการเรียนรู้ของตนเอง รวมทั้งได้รู้ข้อบกพร่องของตนจากการประเมินด้วย



ตนเองและจากการได้ทำงานร่วมกับเพื่อน ดังที่ นักวิชาการหลายท่าน (O'Malley et al., 1985; Cohen, 1990) ได้เน้นถึงความสำคัญของการฝึกฝนกลวิธีการเรียนรู้ของผู้เรียน บทบาทและความสำคัญของกลวิธีอภิปัญญาที่มีต่อการเรียนรู้ และผลของการเรียนรู้แบบร่วมมือ แต่อย่างไรก็ตาม พบว่ามีนักศึกษา 1 คน ที่มีค่าเฉลี่ยรวมของกลวิธีการเรียนภาษาฝรั่งเศสอยู่ในระดับต่ำทั้งก่อนและหลังการทดลองสอน ทั้งนี้หากมีการศึกษาติดตามแบบเฉพาะกรณี (case study) ก็อาจจะทำให้ได้ข้อมูลในการวิเคราะห์และการสรุปที่แน่ชัดยิ่งขึ้น

5.4 คะแนนผลสัมฤทธิ์ของกลุ่มทดลองหลังการจัดการเรียนการสอน

จากการวิจัยครั้งนี้พบว่า นักศึกษากลุ่มทดลองทุกคนได้คะแนนผลสัมฤทธิ์จากการเรียนรายวิชา ฝ. 202 ถึงเกณฑ์ร้อยละ 60 ที่ตั้งไว้ ดังนั้นแสดงว่าแผนการจัดการเรียนรู้สามารถนำไปใช้ให้เกิดผลได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้เนื่องจากนักศึกษาได้มีการฝึกฝนกลวิธีการเรียนตามขั้นตอน รู้จักเลือกใช้กลวิธีที่เหมาะสมกับชิ้นงาน รู้จักระบบการเรียนของตน มากขึ้น ดังที่ Oxford (1990) และ Cornaire (2001) ได้สรุปไว้ว่าผู้เรียนที่ประสบความสำเร็จในการเรียนรู้ภาษามักสามารถเลือกกลวิธีการเรียนรู้ภาษาได้อย่างเหมาะสมกับบทเรียนและงานที่ได้รับมอบหมาย แต่ผู้เรียนที่ไม่ประสบความสำเร็จในการเรียนรู้ภาษามักจะไม่สามารถจัดระบบในการเรียนรู้ของตนเองได้ แต่จะนำทุกกลวิธีมาใช้ร่วมกันอย่างไม่เป็นระบบ และไม่มีเหตุผล ขาดความต่อเนื่องและเกี่ยวข้องกับสิ่งที่กำลังเรียนอยู่ ประกอบกับผลการวิจัยครั้งนี้พบว่านักศึกษาในกลุ่มทดลองมีเจตคติต่อการเรียนภาษาฝรั่งเศส สูงขึ้นกว่าก่อนสอน ($t = 2.96; p < .05$) และจากการสังเคราะห์ข้อมูลจากแบบบันทึกการเรียนรู้ พบว่านักศึกษามีความประทับใจและพึงพอใจในการทำกิจกรรมกลุ่มและบรรยากาศในการเรียนเป็นอย่างมาก และมีความเห็นว่าการจัดการเรียนการสอนได้ช่วยให้ตนพัฒนากลวิธีการเรียนภาษาฝรั่งเศสได้เป็นอย่างดี สิ่งต่างๆ เหล่านี้ อาจเป็นปัจจัยสำคัญที่ ส่งผลต่อการเรียนรู้ของผู้เรียน ทั้งนี้ผลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัย ก่อนหน้านี้ที่มีผู้ พบว่าการได้ฝึกฝนกลวิธีการเรียนจะทำให้ผู้เรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้ที่สูงขึ้น (อาภาภรณ์, 2540; Oxford, 1990; Cornaire, 2001)

6. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลของการฝึกฝนกลวิธีการเรียนภาษาฝรั่งเศสของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ โดยมีกลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชา ฝ. 202 ในภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2550 ที่ได้มาจากการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 24 คน หลังการทดลองสอนตามแผนการจัดการเรียนรู้เป็นเวลา 16 สัปดาห์ หรือ 1 ภาคการศึกษา คณะผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ สรุป ผลการทดลองใช้แผนการจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนากลวิธีการเรียนภาษาฝรั่งเศสในครั้งนี้ ได้ดังต่อไปนี้

1. หลังการทดลองใช้แผนการจัดการเรียนรู้ นักศึกษากลุ่มตัวอย่างมีเจตคติต่อการเรียนภาษาฝรั่งเศสสูงขึ้น
2. หลังการทดลองใช้แผนการจัดการเรียนรู้ พบว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 79.16) มีค่าเฉลี่ยรวมของกลวิธีการเรียนภาษาฝรั่งเศสสูงขึ้น และจำนวนเกินครึ่งมีการใช้กลวิธีการเรียนอยู่ในระดับสูง (ร้อยละ 58.33)
3. หลังการใช้แผนการจัดการเรียนรู้ นักศึกษากลุ่มตัวอย่างมีการใช้กลวิธีการเรียนภาษาฝรั่งเศสที่พัฒนาขึ้น โดยสามารถใช้กลวิธีการเรียนได้หลากหลายมากขึ้น และ เป็นระบบ และ ส่วนใหญ่มีการปรับเปลี่ยนกลวิธีการเรียนที่ตนใช้มากที่สุดด้วย
4. หลังการทดลองใช้แผนการจัดการเรียนรู้ พบว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างทุกคนมีคะแนนผลสัมฤทธิ์ถึงเกณฑ์ร้อยละ 60 ที่ตั้งไว้
5. จากการประมวลผลข้อมูลเชิงพรรณนา พบว่านักศึกษากลุ่มตัวอย่างมีความ ประทับใจและ พึงพอใจต่อกิจกรรมและบรรยากาศในการเรียน โดยมีความเห็นว่าการจัดการเรียนการสอนได้ช่วยให้ตนพัฒนา กลวิธีการเรียนภาษาฝรั่งเศสได้เป็นอย่างดี

ข้อเสนอแนะในการนำไปปฏิบัติ

1. ในการออกแบบแผนการจัดการเรียนรู้ ควรมีการกำหนดองค์ประกอบต่างๆ ให้ชัดเจนและให้มีความสอดคล้องกัน เช่น วัตถุประสงค์ กิจกรรม สื่อ/อุปกรณ์ การวัดและประเมินผล และควรมีการประชุม ปรึกษาหารือ เพื่อปรับเปลี่ยนแผนให้มีความเหมาะสม โดย อาจเป็นลักษณะของการวิจัยเชิงพัฒนา (Research and development)
2. การออกแบบกิจกรรมการเรียนการสอน ควรให้มีกิจกรรมที่หลากหลาย ทั้งกิจกรรมเดี่ยว กิจกรรมคู่ และกิจกรรมกลุ่ม เพื่อให้ผู้เรียนได้มีส่วนร่วมในการเรียนทุกคน เป็นการเรียนรู้แบบร่วมมือ (Cooperative learning) และยังสามารถพัฒนาทักษะสังคม (Social skill) และกลวิธีในการควบคุมอารมณ์ ความรู้สึกของตนเองด้วย ทั้งนี้ผู้สอนควรจัดทำเกณฑ์การประเมินพฤติกรรมของผู้เรียนในการทำกิจกรรมอย่างชัดเจนด้วย
3. การออกแบบชิ้นงานต่างๆ ไม่ควรจะยากเกินกว่าความสามารถของผู้เรียน โดยอาจให้ผู้เรียนได้มีโอกาสเตรียมตัวล่วงหน้าในการค้นคว้า สืบค้นข้อมูลจากแหล่งการเรียนรู้ต่างๆ เพื่อจะช่วยให้ผู้เรียนมีความมั่นใจและรู้สึกมีความพร้อมมากขึ้น และยังเป็นการบูรณาการทักษะทางภาษาและทักษะการเรียนรู้ (study skill) ไปพร้อมๆ กันด้วย
4. การสร้างบรรยากาศในการเรียนเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง ควรเปิดโอกาสให้ผู้เรียนมีอิสระทางความคิดและการแสดงออก เพราะจะทำให้ผู้เรียนมีความกระตือรือร้นและมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมมากขึ้น อันจะส่งผลให้เกิดความสนใจในสิ่งที่เรียนรู้ได้มากขึ้นเช่นกัน ดังนั้นผู้สอนควรต้องคำนึงถึงเทคนิคการควบคุมชั้นเรียน และการสร้างบรรยากาศในการเรียนด้วย

5. กิจกรรมการวัดและประเมินผลควรให้มีความหลากหลาย เช่น การประเมินจาก ผู้สอน จากเพื่อน (peer group) รวมทั้งการประเมินผลด้วยตนเอง (self-assessment) ซึ่งควรจัดให้ได้อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เพราะจะทำให้ผู้เรียนได้ฝึกฝนกลวิธีอภิปัญญา (métacognition) ได้ในที่สุด ซึ่งถือเป็นกลวิธีการเรียนรู้และการคิดขั้นสูง (Oxford, 1989) ทั้งนี้ควรมีการกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนที่ชัดเจน และแจ้งให้ผู้เรียนทราบล่วงหน้าเพื่อผู้เรียนจะได้เตรียมพร้อมในการทำชิ้นงานต่างๆ ซึ่งจะทำให้เกิดการยอมรับผลการประเมินชิ้นงานของตนด้วย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการทำวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาวิธีการเรียนภาษาฝรั่งเศสในชั้นปีอื่นๆ โดยอาจ ออกแบบงานวิจัยให้มีการทดลองสอนในกลุ่มทดลอง แล้วเปรียบเทียบกับกลุ่มควบคุม และเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากขึ้น ควรมีการวิเคราะห์ข้อมูลกลวิธีการเรียนโดยแยกตามระดับผลการเรียนของนักศึกษาด้วย หรืออาจเพิ่มวิธีการให้ผู้เรียนถ่ายทอดกระบวนการใช้กลวิธีการเรียนด้วยวาจา (verbal report) เป็นต้น

2. ควรมีการทำวิจัยเพื่อศึกษาดูตามผลการพัฒนาวิธีการเรียนภาษาฝรั่งเศสของนักศึกษากลุ่มทดลองครั้งนี้เพื่อติดตามดูความคงทน (retention) ในการใช้กลวิธีการเรียนภาษาฝรั่งเศสหลังจากได้รับการฝึกฝนไปแล้ว

3. ควรมีการทำวิจัยเพื่อศึกษาว่ากลวิธีการเรียนและวิธีการเรียนแบบใดที่จะสามารถช่วยส่งเสริมซึ่งกันและกัน อันจะมีผลต่อการพัฒนาความสามารถในการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศของผู้เรียน เช่น ผลของการใช้กลวิธีอภิปัญญาในการควบคุมจัดการการเรียนรู้

4. ควรมีการทำวิจัยในเชิงบูรณาการเพื่อศึกษาการพัฒนาวิธีการเรียนของนักศึกษาที่เรียนภาษาฝรั่งเศสในรายวิชาอื่นที่เป็นวิชาเนื้อหา (content -subject) ซึ่งผลจากการวิจัยอาจทำให้ได้ข้อมูลที่น่าสนใจว่า นักศึกษาที่มีกลวิธีการเรียนภาษาฝรั่งเศสสูงจะมีผลสัมฤทธิ์ในการเรียนรายวิชาเนื้อหาต่างๆ สูงด้วยหรือไม่ หรืออาจศึกษาว่ากลวิธีการเรียนของนักศึกษาจะสามารถถ่ายโอนไปยังรายวิชาอื่นๆ ได้หรือไม่ เป็นต้น

5. ควรมีการทำวิจัยเพื่อศึกษาความสัมพันธ์หรืออำนาจการทำนายของตัวแปรอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับพัฒนาการวิธีการเรียนภาษาต่างประเทศ เช่น กิจกรรมในการฝึกฝนภาษาฝรั่งเศส หรือ ตัวแปรที่เกี่ยวกับความแตกต่างระหว่างบุคคล (individual differences) เช่น เพศ รูปแบบการเรียนรู้ของผู้เรียน (learning style) เป็นต้น

บรรณานุกรม

- พัชรพรรณ ม. รัตนพล. (2540). การศึกษาลักษณะการเรียนรู้และกลวิธีการเรียนรู้ภาษาอังกฤษของนักเรียน
ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษา กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- รชฏ สุ่มอิม. (2549). กลวิธีการสอนกระบวนการเขียนภาษาฝรั่งเศสเพื่อการสื่อสารสำหรับนักเรียน
ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัย
เกษตรศาสตร์.
- สมศักดิ์ สิทธิธิดกุล. (2541). การวิเคราะห์ความตระหนักในกลวิธีอุปญญาเพื่อความเข้าใจของนักศึกษา
วิชาเอกภาษาอังกฤษ ชั้นปีที่ 3 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- อาภากรณ จินดาประเสริฐ. (2540). การพัฒนาวิธีการเรียนภาษาต่างประเทศ. (รายงานการวิจัย).
ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- Besnard, C. (1998). "Stratégies d'apprentissage et enseignement des langues." **Le Français dans le
monde**. pp.294.
- Boonyaratapan, M. (2000). **Impact de l'entraînement de la stratégie de lecture dirigée par la pensée
chez les élèves thaïlandais du secondaire**. Thèse de doctorat inédite, Université Laval, Québec.
- Carrell, P.L. (1989). "Metacognitive awareness and second language reading." **The Modern Language
Journal**, 73, 2. pp.121-134.
- Cohen, D. (1998). **Strategies in learning and using a second language**. New York : Addison Wesley.
- Cornaire, C. (2001). "Mémoire et stratégies d'apprentissage". In C. Cornaire & P.M. Raymond (Eds.),
Regards sur la didactique des langues secondes (pp.71-101). Outremont : Les Editions
LOGIQUES.
- Cyr, P. (1996). **Le point sur les stratégies d'apprentissage d'une langue seconde**. Anjou : Les Editions
CEC.
- O'Malley, J.M., & Chamot, A.U. (1990). **Learning strategies in second language acquisition**.
Cambridge : Cambridge University Press.
- O'Malley, J.M., Chamot, A.U., Stewner-Manzanares, G., Russo, R., & Kopper, L. (1985). "Learning
strategies application with students of English as a second language." **TESOL Quarterly**, 19,
3. pp.557-584.
- Oxford, R. (1990). **Language Learning Strategies : What every teacher should know**. New York :
Newbury House Publishers.

- Oxford, R., & Crookall, D. (1989). Research on Language Learning Strategies : methods, Findings and Instructional Issues. **The Modern Language Journal**, 73, 4. pp.404-419.
- Puren, C., Bertocchini, P., & Costanzo, E. (1998). **Se former en didactique des langues**. Paris : Ellipses.
- Tardif, J. (1992). **Pour un enseignement stratégique : l'apport de la psychologie cognitive**. Montréal : Les Editions Logiques.
- Wenden, A.L. (1991). **Learners strategies for learner autonomy**. Englewood Cliffs, NJ : prentice-Hall.

ภาคผนวก

ตารางผนวก ผลการเปรียบเทียบกลวิธีการเรียนภาษาฝรั่งเศสของกลุ่มทดลองก่อนและหลังการจัดการสอน

คนที่	การวัด	ค่าเฉลี่ยของกลวิธีการเรียนภาษาฝรั่งเศส						กลวิธีที่ใช้มากที่สุด	ค่าเฉลี่ยรวม
		1	2	3	4	5	6		
1	ก่อนสอน	4.00	4.38	4.17	4.89	3.67	3.67	4	4.13
	หลังสอน	4.00	3.54	4.17	4.22	4.50	4.50	5, 6	4.15
2	ก่อนสอน	2.40	3.69	3.50	4.56	2.50	4.50	4	3.52
	หลังสอน	2.30	3.69	3.83	4.44	3.50	4.67	6	3.73
3	ก่อนสอน	3.20	2.92	4.00	3.67	3.17	3.21	3	3.36
	หลังสอน	3.00	3.15	4.17	3.67	3.50	4.67	6	3.69
4	ก่อนสอน	2.90	2.69	3.17	3.00	3.50	3.33	5	3.09
	หลังสอน	2.60	3.23	3.33	3.50	3.00	3.83	6	3.41
5	ก่อนสอน	4.40	2.92	3.67	3.89	3.83	4.17	1	3.81
	หลังสอน	4.10	3.85	3.67	4.33	4.00	4.17	4	4.02
6	ก่อนสอน	3.10	3.15	3.83	3.33	2.83	3.50	3	3.29
	หลังสอน	2.40	3.62	3.67	4.67	3.33	3.83	4	3.58
7	ก่อนสอน	3.00	2.85	3.67	3.67	2.5	2.33	3,4	3.00
	หลังสอน	2.90	2.85	3.67	3.44	2.33	2.83	3	3.00
8	ก่อนสอน	3.00	3.23	3.67	3.11	3.00	3.17	3	3.19
	หลังสอน	3.10	3.62	3.37	3.22	3.33	3.67	6	3.38
9	ก่อนสอน	4.50	3.62	3.50	5.00	4.17	4.17	4	3.49
	หลังสอน	4.50	4.15	4.17	4.67	4.00	4.33	4	4.30
10	ก่อนสอน	4.30	4.38	4.17	4.11	4.00	4.00	2	4.16
	หลังสอน	4.20	4.50	4.46	4.22	4.50	4.17	2,5	4.34
11	ก่อนสอน	2.10	2.62	2.50	2.78	1.33	2.33	4	2.27
	หลังสอน	2.20	2.46	1.83	3.22	1.33	3.33	6	2.39
12	ก่อนสอน	3.30	3.92	3.17	4.44	4.17	3.50	4	3.58
	หลังสอน	2.50	2.62	3.50	3.11	4.67	3.67	5	3.34
13	ก่อนสอน	3.20	3.00	3.00	3.78	3.17	3.33	4	3.24
	หลังสอน	3.40	3.46	2.67	4.00	3.83	3.83	4	3.53
14	ก่อนสอน	3.60	4.00	3.83	5.00	4.50	4.00	4	4.15
	หลังสอน	3.50	3.77	4.50	5.00	4.50	4.83	4	4.35
15	ก่อนสอน	3.50	3.00	4.00	3.78	3.33	3.17	3	3.46
	หลังสอน	3.50	3.31	4.33	4.44	3.33	3.67	4	3.76
16	ก่อนสอน	3.40	3.54	4.17	4.11	3.00	3.17	3	3.56
	หลังสอน	3.80	3.31	3.83	4.00	2.83	3.17	4	3.49
17	ก่อนสอน	3.40	3.23	4.17	4.56	3.83	3.50	4	3.78
	หลังสอน	3.90	3.77	4.17	4.44	4.14	4.00	4	4.07
18	ก่อนสอน	2.50	3.23	4.17	3.67	3.67	1.83	3	3.17
	หลังสอน	2.00	3.38	3.83	3.44	3.17	2.67	3	3.08
19	ก่อนสอน	3.90	3.85	3.67	5.00	3.67	4.50	4	4.09

คนที่	การวัด	ค่าเฉลี่ยของกลวิธีการเรียนภาษาฝรั่งเศส						กลวิธีที่ใช้มากที่สุด	ค่าเฉลี่ยรวม
		1	2	3	4	5	6		
	หลังสอน	4.20	4.31	4.50	4.89	4.00	4.67	4	4.42
20	ก่อนสอน	2.80	2.77	2.67	4.44	4.33	3.17	4	3.36
	หลังสอน	3.40	3.46	3.67	4.11	4.67	3.67	5	3.83
21	ก่อนสอน	3.90	3.54	2.67	3.89	2.83	3.50	1	3.38
	หลังสอน	3.90	3.54	3.00	3.67	3.50	3.83	1	3.57
22	ก่อนสอน	3.20	2.69	4.17	3.44	2.50	2.17	3	3.02
	หลังสอน	3.20	2.62	3.83	3.78	2.33	2.83	3	3.09
23	ก่อนสอน	3.40	4.31	4.17	4.11	2.67	3.50	2	3.69
	หลังสอน	3.40	3.77	4.67	3.33	2.33	2.83	3	3.55
24	ก่อนสอน	2.80	3.38	3.33	3.67	2.17	2.83	4	3.03
	หลังสอน	2.90	3.08	3.33	3.44	2.50	3.83	6	3.18

หมายเหตุ: 1. กลวิธีที่ใช้ความจำ
 2. กลวิธีที่ใช้ความรู้ ความเข้าใจ
 3. กลวิธีในการเสริมหรือหาวิธีทดแทนสิ่งที่ไม่รู้
 4. กลวิธีในการจัดการและประเมินการเรียนรู้ด้วยตนเอง
 5. กลวิธีในการควบคุมอารมณ์ ความรู้สึก
 6. กลวิธีในการเรียนรู้ร่วมกับผู้อื่น

การใช้บุพบทโดยไม่จำเป็นในหนังสือพิมพ์ไทย

อาจารย์ลิลิลักษณ์ หุ่นศรีงาม

อาจารย์ประจำภาควิชาภาษาไทย คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

บทคัดย่อ

บทความนี้เขียนขึ้นจากงานวิจัยเรื่อง การใช้บุพบทโดยไม่จำเป็นในหนังสือพิมพ์ไทย ซึ่งได้สำรวจ รวบรวม แจกแจง จำแนกกลุ่ม และวิเคราะห์สาเหตุ การใช้บุพบทที่ใช้โดยไม่จำเป็นในหนังสือพิมพ์ ใน คลังข้อมูล ข่าวและบทความ จากหนังสือพิมพ์กลุ่มตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 20,434,100 คำ ระหว่างวันที่ 1 มกราคม-31 พฤษภาคม ปี 2550 ซึ่งรณรงค์ให้เป็นปีภาษาไทยเฉลิมพระเกียรติ ร่วมกับข้อมูลสัมภาษณ์แบบ เจาะลึกของผู้ให้สัมภาษณ์ 2 ฝ่าย ได้แก่ ฝ่ายราชบัณฑิตยสถาน และฝ่ายผู้ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตข้อเขียน ต่างๆ ในหนังสือพิมพ์ เพื่อสะท้อนให้เห็นการใช้บุพบททั้งในหนังสือพิมพ์ไทยและในภาษาไทยปัจจุบัน

จากแนวคิดเรื่องคำที่เกิดคู่กัน พบว่าสามารถจำแนก ประเภท การใช้ บุพบท โดย ไม่จำเป็นใน หนังสือพิมพ์ตามชนิดของคำที่เป็นเงื่อนไขให้ปรากฏรวมได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ ประเภทนามหรือนามวลี เป็นเงื่อนไข กริยาหรือกริยาวลีเป็นเงื่อนไข และบุพบทอื่นเป็นเงื่อนไข ผลการวิจัยพบว่า การใช้บุพบท โดย ไม่จำเป็นประเภทที่พบมากที่สุดคือประเภทนามหรือนามวลีเป็นเงื่อนไข บุพบทที่ใช้โดยไม่จำเป็นมากที่สุด คือ “ใน” และหัวข้อข่าวที่มีจำนวนบุพบทที่ใช้โดยไม่จำเป็นมากที่สุดคือ ข่าวเศรษฐกิจ และข่าวการเมือง ส่วนสาเหตุการใช้บุพบทโดยไม่จำเป็นมีทั้งที่เกิดจาก ความไม่ตั้งใจ คือเกิดจาก “การสัมผัสภาษา ” และ “ความเคยชิน ” และเกิดจาก ความตั้งใจ ของหนังสือพิมพ์เอง คือเกิดจาก “ความจงใจของผู้เขียน ” และ “กระบวนการผลิตหนังสือพิมพ์” ทั้งนี้อาจเป็นเพราะรูปแบบของบุพบทสามารถตอบสนองความต้องการใน การเขียนข่าวหรือบทความในหนังสือพิมพ์ซึ่งมีเงื่อนไขมากมายได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะเงื่อนไขเกี่ยวกับ “เนื้อที่” นอกจากนี้ ความสามารถในการเผยแพร่และเป็นแบบอย่างของหนังสือพิมพ์ก็ยิ่งทำให้ทั้งผู้เขียน และผู้อ่านเคยชินกับรูปแบบที่ไม่จำเป็นโดยไม่รู้ตัวในลักษณะจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ แล้ว “เลียน” ต่อๆ กัน ไป ดังนั้นบุพบทที่ไม่จำเป็นจึงมีแนวโน้มจะปรากฏในหนังสือพิมพ์และในภาษาไทยปัจจุบันมากขึ้น

Abstract

The article is from the research named “An Over-use of Preposition in Thai Newspapers” aiming to survey, collect, digest, categorize overused prepositions in Thai newspapers and analyze the causes of them. 20,434,100-word-corpus of news and articles were collected by simple random sampling from Thai newspapers between January 1st and May 31st, 2007. The analysis together with in-depth interviews of 2 parties, fellows of the Royal Institute and concerned personnel in producing written entries in newspapers were to reflect the use of prepositions both in Thai newspapers and current Thai.

According to the concept of collocation, the research categorizes overused prepositions in newspapers from the word or phrase that might be conditional or co-occur with them in a certain environment into 3 categories: conditional noun or noun phrase, conditional verb or verb phrase and conditional other preposition. The result indicates that the conditional noun or noun phrase category was found in highest frequency and the preposition “**nai**” was most frequently overused. The highest occurrences of overused prepositions were found in economic and political news. The causes of over use are **unintentional causes**: language contact and accustomed use or habit; and **intentional causes**: writers’ intention and newspaper’s production processes. In addition, it might be that the prepositional variants can always meet different requirements of news and newspaper article writing which is full of working conditions, especially the allocation of printing space. Moreover, with the intrinsic capability to lead and publicize of this printing media, many Thais-both readers and writers alike-are getting increasingly and unconsciously accustomed to these overused idioms and naturally ‘**imitate**’ them over and over. Owing to this, the over use of preposition tends to appear more and more in newspapers and everyday Thai usage.

ความเป็นมาของปัญหา

พุทธศักราช 2550 ที่ผ่านมา

โดยเฉพาะสื่อมวลชน วรรณคดีให้เป็นปึกษาไทยเฉลิมพระเกียรติ เนื่องในปี่มหามงคเฉลิมพระชนมพรรษา 80 พรรษา ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

- ก. นี่เป็นเรื่องของการกระจายอำนาจในการเมืองในยุคนี้แก่ประชาชน
- ข. ชาวจีนสนใจในกีฬาเกือบทุกชนิด
- ค. เด็กๆ ไม่พอใจกับผลสอบของตัวเอง

ประเด็นที่น่าสนใจคือพบว่าปัญหาการใช้บุพบทลักษณะนี้เกิดขึ้นในหนังสือพิมพ์ จึงขัดแย้งอย่างยิ่งกับปัจจัยซึ่งคนส่วนใหญ่เชื่อกันว่าเป็นเครื่องกำหนดลักษณะภาษาหนังสือพิมพ์ ได้แก่ พื้นที่อันจำกัดและวิธีสื่อสารที่ฉับไวและเข้าใจง่ายที่สุด เช่นคำให้สัมภาษณ์ของ ฐาตุร บุนปาน บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ข่าวสด (อรชา เพือกสุวรรณ, 2549 : 74) ที่ว่า “ภาษาหนังสือพิมพ์ไม่ว่าต่างประเทศหรือเมืองไทยเหมือนกัน คือต้องใช้พื้นที่อันจำกัดให้เป็นประโยชน์มากที่สุด สื่อความหมายออกมาได้มากที่สุด...” ซึ่งหมายความว่า “วงวิชาชีพ” เองก็ไม่ต้องการประโยคฟุ่มเฟือย เปลืองเนื้อที่โดยไม่จำเป็นดังกล่าว

หลักเกณฑ์การใช้บุพบทเท่าที่พบในตำราไวยากรณ์ที่ว่า “คำบุพบทไม่ควรใช้พร่ำเพรื่อ ถ้าเป็นที่รู้ความหมายกันอยู่โดยทั่วไปแล้ว ก็มักจะละบุพบทไว้ในฐานเข้าใจ ” (อุปทิศศิลปสาร, 2533 : 102-103 ; กำชัยทองหล่อ, 2533 : 280) ก็น่าจะตรงกับความต้องการพื้นฐานของหนังสือพิมพ์เป็นที่สุดแล้ว ดังนั้นจึงเกิดคำถามสำคัญของการวิจัยนี้ว่า ปัญหาการใช้บุพบทโดยไม่จำเป็นเป็นปัญหาวิกฤติแล้วจริงหรือไม่ บุพบทที่

ใช้โดยไม่จำเป็นจำแนกรูปแบบได้ก็แบบ และเพราะเหตุใดผู้เขียนข้อเขียนในหนังสือพิมพ์จึงใช้บุพบทเกินความจำเป็นในการสื่อสาร และเกินความต้องการพื้นฐานของตน ปัญหานี้เกิดจากความไม่ระมัดระวังเท่านั้นหรือ ถ้าไม่ใช่ เกิดจากสาเหตุใดบ้าง หรือวิธีการใช้บุพบทในปัจจุบันจะเปลี่ยนแปลงไปจากหลักเกณฑ์ข้างต้นแล้ว และถ้าเป็นเช่นนั้นจริง จะอธิบายด้วยทฤษฎีหรือแนวคิดทางภาษาศาสตร์ใดได้บ้างหรือไม่

1. แนวคิดในการจำแนกประเภทบุพบทที่ใช้โดยไม่จำเป็น : คำที่เกิดคู่กัน

แนวคิดที่ใช้จำแนกประเภท ตลอดจนอธิบายสาเหตุสำคัญของการใช้บุพบทโดยไม่จำเป็นในที่นี้คือแนวคิดเรื่อง คำที่เกิดคู่กัน (collocations)

คำที่เกิดคู่กันนี้ไม่ได้เป็นไปตามกฎไวยากรณ์ แต่เกิดจากอิทธิพลของบริบทหรือคำแวดล้อมที่มีต่อคำใดๆ เมื่อปรากฏคู่กันซ้ำๆ สมำเสมอ กล่าวคือ เมื่อคำ ก เกิดคู่กับคำ ข ซ้ำๆ จะเกิดสิ่งที่ จอห์น ไอ ซาเอด (John I. Saeed, 1997 : 60) เรียกว่า **collocation effect** หรือ “อิทธิพลของคำที่เกิดคู่กัน” ซึ่งจะสร้างเงื่อนไขในการเลือกใช้คำคู่ดังกล่าว กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้ภาษารู้สึกเคยชิน นานเข้าก็จะยิ่งเลือกใช้คำคู่นี้ด้วยกัน จนกลายเป็นเงื่อนไขหรือกฎที่ผู้ใช้ภาษาต้องเรียนรู้เพื่อใช้ได้อย่างเหมาะสม หรืออาจผ่านกระบวนการที่เรียกว่า “Fossilization” จนตายตัว กลายเป็นสำนวน (idioms) ในที่สุด ตัวอย่างเช่น สำนวน ในปัจจุบัน หรือ ในอดีต ซึ่งคำบุพบท “ใน” ปรากฏเสมอ จนเรียกได้ว่ากลายเป็นส่วนหนึ่งของสำนวนดังกล่าวไปแล้ว ทั้งที่ไม่จำเป็นต้องใช้

แนวคิดเรื่องคำที่เกิดคู่กันจึงอาจนำมาใช้อธิบายได้ว่า การใช้บุพบทโดยไม่จำเป็นอาจเกิดจากความเคยชินของผู้เขียนที่รู้สึกว่าจะต้องใช้บุพบทนั้นๆ คู่กันกับคำนาม กริยา หรือบุพบทอื่น โดยไม่ได้คำนึงว่าจำเป็นต้องใช้หรือไม่ ในที่นี้ ผู้วิจัยจึงจำแนกประเภทของบุพบทที่ใช้โดยไม่จำเป็นโดยพิจารณาจากคำที่เกิดคู่หรือเป็นเงื่อนไขให้ใช้บุพบทนั้นๆ ได้แก่ นามหรือนามวลี กริยาหรือกริยวลี และบุพบทอื่นๆ

2. สาเหตุของการใช้บุพบทโดยไม่จำเป็น

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับสาเหตุการใช้บุพบทโดยไม่จำเป็น พบว่า นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญทางภาษามักกล่าวถึงการ ใช้บุพบทโดยไม่จำเป็นว่าเป็นเพราะ “ติดมาจากสำนวนภาษาอังกฤษ” เช่น ศาสตราจารย์พิเศษจางค์ ทองประเสริฐ ราชบัณฑิต (2542) กล่าวถึงบุพบท “ของ” ที่ใช้โดยไม่จำเป็นไว้ว่า “สำนวนอย่างนี้ก็คงติดมาจากสำนวนภาษาอังกฤษที่ว่า “story of” หรือ “in the case of” นั่นเอง...” สาเหตุดังกล่าวตรงกับแนวคิดเรื่อง “การสัมผัสภาษา” ที่ว่าด้วยอิทธิพลของภาษาหนึ่งที่มีต่ออีกภาษาหนึ่ง จนอาจทำให้ภาษานั้นมีการเปลี่ยนแปลง

อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ (2548 : 93, 102) อธิบายการสัมผัสภาษาไว้ว่า ภาษาสองภาษาที่สัมผัสกันในตัวผู้รู้สองภาษาจะมีอิทธิพลซึ่งกันและกัน จนภาษาทั้งสองค่อยๆ เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมเพราะได้รับอิทธิพลจากอีกภาษาหนึ่ง การที่ภาษา ก มีอิทธิพลทำให้ภาษา ข เปลี่ยนแปลงนี้เรียกว่า ภาษา ก “แทรกแซง” ภาษา ข เช่น ภาษาอังกฤษแทรกแซงภาษาไทยจนมีรูปแบบที่ต่างไปจากภาษาไทยแท้ๆ ตัวอย่างรูปแบบของภาษาไทยซึ่งเกิดจากอิทธิพลของภาษาอังกฤษตามที่อมรากล่าวถึง ได้แก่ การใช้บุพบทหน้าคำนาม และการใช้จำนวนแบบอังกฤษ เช่น ในวันจันทร์ที่ 11 นี้, นักเรียนมีความสนใจในเรื่องการผสมเทียม หรือ เขาพอใจกับการเยือนสหภาพโซเวียตครั้งนี้ ลักษณะภาษาที่สังเกตได้ว่าไม่ใช่ภาษาไทยดั้งเดิมและเกิดขึ้นเพราะรับมาจากภาษาอื่นนี้มักเรียกกันว่า “**สำนวนต่างประเทศ**”

อมรายังกล่าวว่าสำนวนต่างประเทศนี้อาจผ่านกระบวนการที่เรียกว่า **“การปรับเปลี่ยนเป็นภาษาไทยสมัยใหม่”** หรือ modernization of Thai ซึ่งหมายถึงการเปลี่ยนแปลงจากภาษาไทยแบบดั้งเดิมมาเป็นภาษาไทยสมัยใหม่แล้ว ตัวอย่างหนึ่งของภาษาไทยสมัยใหม่ที่อมรายกมาแสดง ได้แก่ **การใช้บุพบทด้วยความดีสูง** โดยกล่าวถึงวิทยานิพนธ์ของนันทวัน ผลฉาย (2532) เรื่องลักษณะภาษาไทยในงานแปลวิชาการซึ่งพบว่างานแปลวิชาการจากภาษาอังกฤษเป็นภาษาไทยมีการใช้บุพบทในภาษาไทยที่แปลสูงกว่าในภาษาไทยที่เขียนเองเป็นเท่าตัว การใช้บุพบทมากขึ้นจึงเกิดจากการสัมผัสกับภาษาอังกฤษโดยมีการแปลเป็นปัจจัยสำคัญ

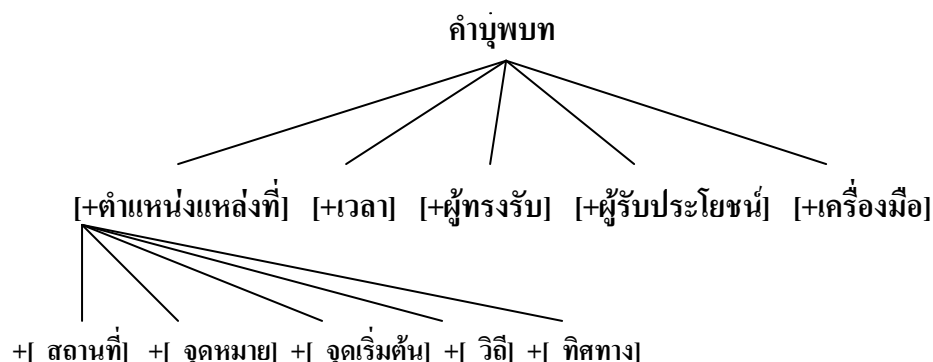
นอกจากสำนวนภาษาอังกฤษแล้ว บุพบทที่ใช้โดยไม่จำเป็นบางคำยังอาจมาจากสำนวนบาลีด้วย เช่นที่พระยาอุปกิตศิลปสาร (2533 : 155) กล่าวไว้ว่า “...ถึงกรรมกริยาที่เกี่ยวกับจิตใจทำนองนี้เช่น เขารักเมีย เขาหลงเมีย เขาเชื่อเมีย เขาโกรธเมีย ถ้าแปลงกริยาเหล่านี้มาเป็นอาการนาม แล้วบทกรรมข้างท้ายกริยานั้นๆ (เช่น เมีย) ก็มักกลายเป็นวิเศษณการบอกสถานที่ไป ใช้ ใน นำหน้า เช่น ความรัก ในเมีย ความหลงในเมีย ความเชื่อ ในเมีย ความโกรธ ในเมีย ทั้งนี้เนื่องมาจากแบบบาลี ถ้าจะใช้เป็นบทกรรมคงที่อยู่ เช่น ความรักเมีย ก็ได้...”

อย่างไรก็ตาม พบว่าการใช้บุพบทโดยไม่จำเป็นหลายกรณีไม่ได้มาจากการแปลโดยตรง เพราะในภาษาต้นทางไม่มีบุพบทดังกล่าวปรากฏ แต่เกิดจากการใช้ประโยคอื่นที่แปลมาแล้วเป็น **แนวเทียบ** (Analogy) อีกต่อหนึ่ง ประโยคที่มักจะนำมาเป็นแนวเทียบก็คือสำนวนที่เคยชินซึ่งเกิดจาก **“อิทธิพลของคำที่เกิดขึ้น”** นั่นเอง

จากที่กล่าวมาทั้งหมด อาจเห็นกระบวนการที่ทำให้เกิดการใช้บุพบทโดยไม่จำเป็นได้ว่า น่าจะเริ่มต้นเมื่อภาษาไทยสัมผัสกับภาษาอื่นๆ และถูกภาษาเหล่านั้นแทรกแซงดังที่ผู้เชี่ยวชาญทางภาษากล่าวไว้ โดยเฉพาะภาษาบาลีและภาษาอังกฤษซึ่งมีอิทธิพลอย่างมากต่อภาษาไทย จากนั้นจึงเกิดสำนวนต่างประเทศที่เคยชิน แล้วกลายเป็นแนวเทียบใช้ต่อไป แม้ว่าการใช้บุพบทโดยไม่จำเป็นในหนังสือพิมพ์ไทยจะเกิดขึ้นจากสาเหตุนี้ แต่ก็คงไม่ใช่เพียงสาเหตุเดียว จึงน่าสนใจที่จะวิเคราะห์สาเหตุของการใช้บุพบทโดยไม่จำเป็นในหนังสือพิมพ์เพิ่มเติมจากที่มีผู้เสนอไว้ทั้งหมดนี้

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการใช้บุพบท

1) งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องหน้าที่ของบุพบท



จรัสดาวอธิบายไว้ว่า อรรถลักษณะขั้นพื้นฐานดังกล่าวเป็นความหมายตามความ สัมพันธ์เชิง การก (case relation) ระหว่างคำกริยากับนามวลี โดยคำกริยาจะเป็นตัวเลือกกว่านามวลีที่ปรากฏร่วมด้วยจะมี ความสัมพันธ์กับกริยาอย่างไร จะบ่งตำแหน่งแหล่งที่ บ่งเวลา เป็นผู้ทรงรับ เป็นผู้รับประโยชน์ หรือเป็น เครื่องมือ อย่างไรก็ตาม ข้อค้นพบในงานวิจัยนี้จะแสดงให้เห็นว่า บุพบทที่ใช้ในหนังสือพิมพ์ไทยมีหน้าที่ อื่นที่นอกเหนือจากอรรถลักษณะขั้นพื้นฐานทั้งห้าอรรถลักษณะดังกล่าวด้วย

2) งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้บุพบทโดยไม่จำเป็นในหนังสือพิมพ์ไทยบางประเภท

งานวิจัยของ พรวิภา ไชยสมคุณ (2543) เรื่อง การใช้ภาษาในข่าวเศรษฐกิจในหนังสือพิมพ์ ไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2537-2541 พบว่า ลักษณะวลีและประโยคที่ใช้ในการเสนอข่าวเศรษฐกิจแตกต่างจาก ภาษามาตรฐานที่ถูกต้องตามหลักการใช้ภาษาที่ดี โดยลักษณะประโยคดังกล่าวมี 6 ประเภท ได้แก่ ใช้ ประโยคกรรม ใช้ประโยคที่ขึ้นต้นด้วยคำว่า “ซึ่ง” ใช้ประโยคที่ขึ้นต้นด้วยบุพบทวลี ใช้ประโยคที่ละหน่วย ประโยค ใช้ประโยคความซ้อน และ ใช้ประโยคที่ใช้คำบุพบทโดยไม่จำเป็น พรวิภาพพบว่าการใช้ภาษาใน ข่าวเศรษฐกิจจะมีการ “ละ” คำเชื่อมเพราะผู้เขียนต้องการใช้ ภาษาที่กระชับ เช่น ละคำบุพบท “แก่” หลัง กริยา “เปิดเผย” ดังตัวอย่างต่อไปนี้ ทั้งนี้เป็นคำบุพบทที่จำเป็น เนื่องจากความสัมพันธ์เชิงการระหว่าง กริยา “เปิดเผย” กับนามที่ตามมา อาจเป็นได้ทั้งแบบผู้ทรงรับและผู้รับประโยชน์

“ดร. ก้องเกียรติ โอภาสวงการ กรรมการผู้จัดการบริษัทหลักทรัพย์เอสซีทีพี จำกัด
เปิดเผย “ประชาชาติธุรกิจ” ว่า...”

“นายกวีพล สุภัทรวณิชย์ ผู้จัดการฝ่ายการตลาดบริษัทแอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด เปิดเผย
“ฐานเศรษฐกิจ” ว่า...”

อย่างไรก็ตาม ข้อค้นพบของพริภาอีกข้อหนึ่งกลับขัดแย้งกับข้อที่กล่าวไปข้างต้นนี้อย่างเห็น
ได้ชัด กล่าวคือ ในขณะที่มีการละคำบุพบทที่จำเป็นเพื่อความกระชับ ข่าวดเศรษฐกิจกลับมีการแทรกบุพบท
ที่ไม่จำเป็นหลายคำไว้ระหว่างคำกริยากับคำนาม เช่น ให้ความสนใจในผลิตภัณฑ์ สนใจต่อนโยบาย เชื่อม
ในแนวความคิด และ บีบรัดให้ในภาคการผลิตหันมาใส่ใจ

แม้พริภาจะไม่ได้ยกประเด็นความขัดแย้งที่พบนี้ขึ้นมากล่าวถึงหรือเปรียบเทียบ แต่ก็ได้ให้
ความเห็นไว้ว่า “อาจเนื่องมาจากการใช้คำกริยาในภาษาอังกฤษซึ่งตามด้วยคำบุพบท เช่น *to be interested in*
หรือ *have confidence in* โดยที่ประ โยคในภาษาไทยไม่จำเป็นต้องเติมบุพบทหลังคำกริยานั้นๆ ก็ได้”

ส่วนงานวิจัยเรื่อง การศึกษาลักษณะภาษาของข่าวบันเทิงในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย ปี
พ.ศ. 2531 ของ ศศิธร ทัศนัยนา (2535) พบว่า ลักษณะประ โยคในข่าวบันเทิงหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยที่
แตกต่างจากภาษาปกติลักษณะหนึ่ง คือ การสับเปลี่ยนตำแหน่งหน้าประ โยค ศศิธรกล่าวถึง ข้อ ก การ
สับเปลี่ยนตำแหน่งหน้าประ โยค ไว้ว่า การสับเปลี่ยนหน่วยประ โยคที่พบแบบหนึ่ง คือแบบที่สับเปลี่ยน
ตำแหน่งประธานให้ประธานไปอยู่ท้ายประ โยค และมีคำบุพบทหน้าประธาน คำบุพบทหน้าประธานมี 2
คำ คือ สำหรับ และ กับ เช่น

“ออกมานานพอสมควรแล้ว สำหรับอัลบั้มใหม่ของศิลปินคู่ซุ้ที่ 2”

“ดูการแสดงอีกครั้ง กับหนุ่มนายแบบหน้าตาหล่อเท่”

ศศิธรกล่าวว่า คำบุพบทเหล่านี้ ถ้าย้ายประธานไปอยู่ในตำแหน่งต้นประ โยคแล้ว จะตัดออก
ได้โดยไม่ทำให้ความหมายของประ โยคเปลี่ยนไป และยังกล่าวว่าในการเสนอข่าวบันเทิง จะมีการแทรกคำ
บุพบทระหว่างกริยากับนามหรือระหว่างคำนามกับคำนาม ทั้งที่ปกติไม่จำเป็น ต้องใช้ คำบุพบทที่ใส่เพิ่มใน
ข่าวบันเทิงมักเป็นบุพบท กับ และ ใน เช่น

“ในระยะเริ่มต้นนี้ บริษัทจะจัดส่งคนไทยที่มีฝีมือในด้านวาดการ์ตูนจำนวน 5 คน ไปศึกษา
กรรมวิธีในการผลิตภาพยนตร์การ์ตูนจากบริษัท โตเอะเป็นเวลา 6 เดือน”

จะเห็นได้ว่า งานวิจัยของพริภาและศศิธรแสดงให้เห็นข้อสังเกตที่ตรงกันว่ามีการใช้บุพบท
โดยไม่จำเป็นในหนังสือพิมพ์บางประเภทและทำให้เห็นความขัดแย้งสำคัญซึ่งสอดคล้องกับประเด็นที่
งานวิจัยนี้ต้องการหาคำตอบ นั่นคือ ความขัดแย้งระหว่างจุดมุ่งหมายเรื่องความกระชับรัดกุมของภาษา
หนังสือพิมพ์กับการใช้ภาษาฟุ่มเฟือยที่พบ นอกจากประเด็นความกระชับรัดกุมแล้ว ประเด็นที่น่าสนใจอีก
ประเด็นหนึ่งก็คือความเห็นเรื่องสาเหตุการใช้บุพบทโดยไม่จำเป็นกล่าวคือ พริภาเห็นว่าอาจจะมาจาก

ภาษาอังกฤษ ส่วนศศิธรเห็นว่าอาจมาจากรูปประโยคแปลกใหม่ที่หนังสือพิมพ์นิยม ซึ่งผลของงานวิจัยนี้จะแสดงให้เห็นว่าอาจมาจากสาเหตุอื่นๆ อีกด้วย

ระเบียบวิธีวิจัย

1. การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยสำรวจหนังสือพิมพ์รายวันที่มีข่าวและบทความเนื้อหาหลากหลาย ทั้งประเภทเฟื่องปริมาณ ได้แก่ **ไทยรัฐ ไทยโพสต์ เดลินิวส์ ข่าวสด แนวหน้า บ้านเมือง** และ **คมชัดลึก** และประเภทเฟื่องคุณภาพ ได้แก่ **มติชน สยามรัฐ โพสต์ทูเดย์ ผู้จัดการ** และ **กรุงเทพธุรกิจ** ซึ่งวางจำหน่ายระหว่างวันที่ 14 ถึง 20 พฤษภาคม 2550 เป็นเวลาหนึ่งสัปดาห์ เพื่อคัดเลือกหนังสือพิมพ์รายวันที่มีการใช้บุพพทโดยไม่จำเป็น ผลปรากฏว่า หนังสือพิมพ์รายวันทุกฉบับมีปัญหาดังกล่าว จากนั้นจึงเลือกกลุ่มตัวอย่างจากข้อเขียนในหนังสือพิมพ์ไทย ทั้งข่าวและบทความต่างๆ จากหนังสือพิมพ์ทั้งประเภทเฟื่องปริมาณและเฟื่องคุณภาพข้างต้น ประเภทละ 2 ชื่อฉบับ โดยใช้วิธีจับฉลาก (random simple sampling) ได้กลุ่มตัวอย่างหนังสือพิมพ์ทั้งหมด 4 ชื่อฉบับ ได้แก่ **ไทยรัฐ คมชัดลึก มติชน** และ **กรุงเทพธุรกิจ**

2. การ สร้างคลังข้อมูล (corpus data)

หลังจากได้กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงสร้างคลังข้อมูลข่าวและบทความหนังสือพิมพ์จากหนังสือพิมพ์ทั้งสี่ฉบับข้างต้น กำหนดขอบเขตข้อมูล ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2550 ถึง 31 พฤษภาคม 2550 รวม 5 เดือน จากนั้นจึงคัดเลือกข้อมูลคำบุพพทที่ใช้โดยไม่จำเป็นด้วยโปรแกรม ค้นหาจากคลังข้อมูล **Thai concordance** ของภาควิชาภาษาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ข่าวและบทความหนังสือพิมพ์ในคลังข้อมูลดังกล่าวนี้มีทั้งสิ้น 20,434,100 คำ แบ่งเป็นข่าวขนาด 12,086,053 คำ บทความทั่วไปขนาด 8,348,047 คำ ทั้งข่าวและบทความจะครอบคลุมกลุ่มข่าวใหญ่ๆ ทั้ง 10 กลุ่ม ได้แก่ ข่าวการเมือง สังคม อาชญากรรม เศรษฐกิจ การเกษตร วิทยาศาสตร์ การศึกษา ต่างประเทศ กีฬา และบันเทิง

3. การสัมภาษณ์ผู้มีส่วนร่วมในการผลิตข้อเขียนในหนังสือพิมพ์และราชบัณฑิตยสถาน

ผู้วิจัยใช้วิธีสัมภาษณ์เจาะลึก (depth interview) ผู้ให้สัมภาษณ์ 2 ฝ่าย ได้แก่ ฝ่ายราชบัณฑิตยสถานและฝ่ายหนังสือพิมพ์ไทย ตัวแทนฝ่ายราชบัณฑิตยสถานคือ รองศาสตราจารย์ ดร. นิตยา กาญจนวรรณ ส่วนตัวแทนฝ่ายหนังสือพิมพ์คือผู้ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตข้อเขียนต่างๆ ในหนังสือพิมพ์ 3 ตำแหน่ง ได้แก่ **บรรณาธิการข่าว ผู้เขียนข่าว** และ **ผู้พิสูจน์อักษร** รวม 6 คน สัมภาษณ์ทั้งแบบรายบุคคล (individual) และแบบกลุ่ม (focus-group) ด้วยคำถามเดียวกัน จากนั้นจึงนำคำให้สัมภาษณ์มาวิเคราะห์สาเหตุการใช้บุพพทโดยไม่จำเป็นร่วมกับการวิเคราะห์จากคลังข้อมูล

ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

1. ประเภทของบุพบทที่ใช้โดยไม่จำเป็น

ผลการวิจัย พบว่า บุพบทที่ใช้โดยไม่จำเป็นในหนังสือพิมพ์สามารถ จำแนกตามชนิดของคำที่เป็นเงื่อนไขให้ปรากฏรวมได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ นามหรือนามวลีเป็นเงื่อนไข กริยาหรือกริยาวลีเป็นเงื่อนไข และบุพบทอื่นเป็นเงื่อนไข

ประเภทที่ 1 การใช้บุพบทโดยไม่จำเป็นเพราะนามหรือนามวลีเป็นเงื่อนไข พบบุพบทที่ใช้อย่างไม่จำเป็นเพราะมีนามหรือนามวลีเป็นเงื่อนไข 4 คำ ได้แก่ กับ ของ ใน และ สำหรับ ซึ่งมีทั้งแบบที่ตัดทิ้งได้ทันที ดังตัวอย่างที่ 1) – 4) ต่อไปนี้ และแบบที่ตัดทิ้งทันทีไม่ได้เพราะรูปประโยคที่ผู้เขียนเลือกใช้ต้องการบุพบทเป็นดัชนีแสดงความสัมพันธ์หรือความหมายบางอย่างในประโยค ดังตัวอย่างที่ 5) – 8) ต่อไปนี้

1) ...พี่อ้ม (อริชาติ ชุมนันทน์) ที่ต้องเล่นด้วยกันก็เคยเจอกันแล้วใน คีตะระกูลช่วง **กับบทจบจบก็มี** พอสมควร เรื่องจบจริงแอฟคิดว่าคงไม่... (บันเทิง/คมชัดลึก 10 พ.ค. 2550)

2) ... มาตรการลงแฉ่ หน่วยงานรัฐที่จ้องใจใส่ "เกียร์ว่าง" ให้นัก โดยยึดเอา**กรณีของ**กองทุนเพื่อการพัฒนาและฟื้นฟูระบบสถาบันการเงิน **กรณีการซื้อ**ที่ดินย่านรัชดาฯ กับกองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง **กรณี**ทุจริตพันล้านยางพารา มาเป็นตุ๊กตา...(การเมือง/คมชัดลึก 29 มกราคม 2550)

3)... จ.นครราชสีมา เพื่อทำความเข้าใจกับประชาชนถึงสถานการณ์**ในปัจจุบัน** เพื่อสร้างความเข้าใจและขอความร่วมมือกับประชาชนให้ยึดหลักความสามัคคี... (การเมือง/มติชน 30 มีนาคม 2550)

4)...จึงมีมติออกมาอย่างที่ทุกคนทราบ **สำหรับ**ตนอยากให้เหตุการณ์ต่างๆที่เราอาจจะมองว่าจะมีความรุนแรงนั้นลดระดับลง และสามารถแก้ไขปัญหากันได้... (การเมือง/ไทยรัฐ 30 มีนาคม 2550)

พิจารณาตัวอย่างที่ 1)-4) ข้างต้น เห็นได้ว่า หากตัดบุพบทออกก็ไม่ได้ทำให้ผู้อ่านเข้าใจความสัมพันธ์ของกริยากับนามวลีในประโยคผิดหรือแตกต่างไปแต่อย่างใด เพราะฉะนั้น กรณีนี้จึงถือว่าผู้เขียนใช้บุพบทโดยไม่จำเป็นและตัดทิ้งได้ทันที

5)...ซักจะเลอะเทอะกันใหญ่แล้วครับ **กับการคิดใหม่ทำใหม่** ที่ผู้หลักผู้ใหญ่ในบ้านในเมืองกำลังนำเสนออยู่ในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นการเปิดบ่อนกาสิโน...(สังคม/กรุงเทพธุรกิจ 2 เม.ย. 2550)

6)... หายหน้าไปนาน **สำหรับ "เสี้ยววิหุรย์ กรุณา"** พระเอกหน้าหวานรุ่นเก่า หลังจากได้รับเลือกจาก "ชาวนครศรีธรรมราช" ให้เป็น "สมาชิกรัฐสภา" แต่ถูกเรียกว่า "ส.ว.รุ่นดกสวรรค์"... (การเมือง/ คมชัดลึก 23 ก.พ. 2550)

ตัวอย่างที่ 5) และ 6) ผู้เขียนเลือกใช้รูปประโยคที่มีลำดับแปลกไปจากปกติ คือ วางนามวลีที่เป็นผู้กระทำการไว้ที่ท้ายประโยค จึงต้องใช้บุพบท “กับ” และ “สำหรับ” เป็นดัชนีบ่งว่า นามวลีดังกล่าวเป็นผู้กระทำ หรือใช้บ่งอรรถลักษณะ [+ผู้กระทำ] นอกจากนี้ “กับ” และ “สำหรับ” ดังกล่าว ยังช่วยให้ผู้อ่านสังเกตเห็นประเด็นสำคัญหรือบุคคลในข่าวได้ง่ายขึ้นด้วย อย่างไรก็ตาม หากต้องการให้ประโยครัดกุม ต้องย้ายตำแหน่งนามวลีที่เป็นผู้กระทำกลับไปไว้ที่ต้นประโยคและตัดบุพบทออก

7)...เนื่องจากขณะนี้ผู้คนในสังคมใส่ใจเรื่องสุขภาพมากขึ้น ทำให้เห็นการเปิดขึ้นของสปาเพื่อการผ่อนคลายมากมาย... (สังคม/กรุงเทพมหานคร 3 ม.ค. 2550)

8)...กระทรวงไอซีทีจะทำหน้าที่ในการใกล้เคียง คู่สัญญามีโอกาสรวมชอมกันได้ ก็น่าจะคุยกัน ผมไม่ได้มีตุ๊กตาอะไร แต่น่าจะต้องขึ้นศาลอย่างเดียว...(เศรษฐกิจ/คมชัดลึก 2 ก.พ. 2550)

ส่วนตัวอย่างที่ 7) และ 8) จะเห็นได้ว่า เพราะผู้เขียนเลือกใช้นามวลีแปลง “การเปิดขึ้น...” และ “การใกล้เคียง” จึงต้องใช้บุพบท “ของ” และ “ใน” เพื่อเชื่อมความ ประโยคจึงไม่กะทัดรัด หากต้องการให้ประโยคกะทัดรัดขึ้น ต้องเปลี่ยนนามวลี เป็น “ทำให้เห็นสปาเปิดขึ้น” และ “ทำหน้าที่ใกล้เคียง” แล้วจึงตัดคำว่า “การ” รวมทั้งบุพบท “ของ” และ “ใน” ออกได้

ประเภทที่ 2 การใช้บุพบทโดยไม่จำเป็นเพราะกริยาหรือกริยาวลีเป็นเงื่อนไข จากข้อมูลพบว่าบุพบทที่ใช้โดยไม่จำเป็นเพราะมีกริยาหรือกริยาวลีเป็นเงื่อนไขมีอยู่ 5 คำ ได้แก่ กับ แก่ ต่อ ถึง และใน ซึ่งจะปรากฏคู่กับกริยาหรือกริยาวลีที่ไม่ต้องการบุพบทช่วยระบุนความสัมพันธ์แต่อย่างใด จึงถือว่าไม่จำเป็นอย่างยิ่ง เช่นตัวอย่างต่อไปนี้

9)... “โค้ชหรั่ง” ชาญวิทย์ ผลชีวิน กุนซือใหญ่ กล่าวว่า พอใจกับสกอร์ที่ออกมา แต่ไม่พอใจรูปแบบที่เล่น นัดแรกฟอร์มที่ออกมาดีกว่าเกมนี้เสียอีก...(กีฬา/กรุงเทพมหานคร 14 ม.ค. 2550)

10)... หากผลการแข่งขันมีแพ้ชนะเกิดขึ้นมา และทีมเวียดนามเกิดเสมอหรือแพ้แก่ทีมไทยจะครบรอบแรกทันที เกมนี้ทีมไทย ส่งลงตัวสำรองลงเล่น 6 คน ...(กีฬา/คมชัดลึก 8 มี.ค. 2550)

11) ...พวกเขามีแผนจะเดินขบวนไปยังศูนย์ประชุม ซึ่งจะมีการจัดการประชุมระดับผู้นำอีกหลายเวทีโดยไม่สนใจต่อคำสั่งห้ามของตำรวจแห่งชาติที่ห้ามเดินขบวน...(การเมือง/มติชน 12 ม.ค. 2550)

12) ... คุณหมอสันนิษฐานว่าน่าจะเป็นเนื้องอกนั้น ทำให้รู้ถึงสาเหตุที่แท้จริง ซึ่งการที่รู้ถึงสาเหตุ ก็ทำให้รู้สึกอุ่นใจ เพราะจะได้รู้ถึงวิธีการรักษาที่ถูกต้อง...(บันเทิง/คมชัดลึก 17 ม.ค. 50)

13) ...ใช้ชีวิตที่บ้านเกิดใน จ.จันทบุรีอยู่พักใหญ่ พร้อมทำกิจการไอศกรีมเล็กๆ ที่ตัวเองรักต่อไป ขณะเดียวกันก็ได้นั่งทบทวนในสิ่งที่ผิดพลาดช่วงที่ผ่านมา...(เศรษฐกิจ/กรุงเทพมหานคร 6 ก.พ. 2550)

จะเห็นได้ว่า กริยาหรือกริยาวลีในตัวอย่างที่ 9) – 13) ไม่จำเป็นต้องมีบุพบทช่วยระบุนความสัมพันธ์ โดยเฉพาะตัวอย่างที่ 9) ซึ่งเห็นได้ชัดเจนว่า กริยา “พอใจ” ที่ปรากฏครั้งที่สองไม่ต้องมีบุพบท “กับ” ปรากฏร่วมด้วย จึงถือว่าทั้ง 5 ตัวอย่างเป็นการใช้บุพบทโดยไม่จำเป็น หากตัดทิ้ง ประโยคก็จะกะทัดรัดขึ้น

ประเภทสุดท้าย การใช้บุพบทโดยไม่จำเป็นเพราะบุพบทอื่นเป็นเงื่อนไข จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบบุพบทที่ใช้อย่างไม่จำเป็นเพราะมีบุพบทอื่นเป็นเงื่อนไขทั้งสิ้น 3 คำ ได้แก่ **กับ ทาง และ ใน** เช่นตัวอย่างที่ 14) – 16) ต่อไปนี้

14)...กม.3 ฝั่งซ้าย ต.อรัญประเทศ อ.อรัญประเทศฯ ซึ่งอยู่ตรงข้ามกับ สุสาน กม.5 ห่างถนนสุวรรณศร ประมาณ 30 เมตร พบว่าไม่ใช่เหตุไฟไหม้บ้าน...(อาชญากรรม/คมชัดลึก 9 ก.พ. 2550)

15) ...รับสมัครเพียง 30 คน โดยผู้ที่สมัครไม่จำเป็นต้องมีความรู้ทางด้านภาษาจีน เพราะจะมีการสอนให้เพิ่มเติม แต่จะต้องมีประสบการณ์การทำงานอย่างน้อย 1 ปี...(การศึกษา/มติชน 4 เม.ย. 2550)

16)...หากประเทศใดหรือบริษัทใด จะนำข้าวไทยพันธุ์ดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ในทางการค้าในประเทศสหรัฐอเมริกา เช่น นำเข้าหรือขายข้าวพันธุ์ปราจีนบุรี 2...(การเกษตร/คมชัดลึก 14 มี.ค. 2550)

จากตัวอย่างข้างต้น จะสังเกตได้ว่า ทั้งบุพบทที่ไม่จำเป็นและบุพบทอื่นที่เป็นเงื่อนไขนั้น มักเกิดคู่กันในลักษณะสำนวนตามความเคยชินโดยที่ไม่ได้แปลหรือเทียบกับภาษาต่างประเทศใดๆ และหากต้องการให้ประโยคกะทัดรัดขึ้นก็มักตัดทิ้งได้ทันทีเพราะไม่มีหน้าที่ใดในประโยค

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ในบรรดาบุพบททุกประเภท บุพบท “ใน” ปรากฏโดยไม่จำเป็นมากที่สุดถึง 18,249 ครั้ง หรือร้อยละ 52.76 ซึ่งเกินครึ่งหนึ่งของจำนวนบุพบทที่ใช้โดยไม่จำเป็นทั้งหมด “ใน” จึงเป็นคำที่ผู้เขียนควรพึงเล็งและระมัดระวังเป็นพิเศษ

ส่วนประเภทของบุพบทที่ใช้โดยไม่จำเป็นที่พบมากที่สุดคือประเภท **นามหรือนามวลีเป็นเงื่อนไข** ซึ่งพบถึง 24,841 ครั้ง รองลงมาคือประเภทกริยาหรือกริยาวลีเป็นเงื่อนไข 7,565 ครั้ง และประเภทบุพบทอื่นเป็นเงื่อนไข 2,183 ครั้ง นับว่าผิดไปจากที่คาดไว้ เนื่องจากนักวิชาการหรือผู้เชี่ยวชาญทางภาษามักยกตัวอย่างและเน้นปัญหาการใช้บุพบทที่กริยาเป็นเงื่อนไขมากกว่า

ข้อค้นพบดังกล่าวอาจเป็นเพราะบุพบทที่ไม่จำเป็นประเภทที่นามหรือนามวลีเป็นเงื่อนไขมีทั้งกรณีที่ดีบุพบททั้งทันทีได้ และกรณีที่ดีตัดทิ้ง ทันทีไม่ได้เพราะรูปประโยคที่ผู้เขียนเลือกใช้ต้องการบุพบท ในขณะที่อีกสองประเภทพบเฉพาะกรณีที่ตัดบุพบททั้งทันทีได้ บทบาทหรือหน้าที่ในประโยคที่มีมากกว่า จึงอาจทำให้พบบุพบทที่ไม่จำเป็นประเภทที่นามหรือนามวลีเป็นเงื่อนไขมากกว่าประเภทอื่นๆ

นอกจากนี้ เป็นไปได้เช่นกันว่า เนื่องจากมีการเน้นตัวอย่างการใช้บุพบทโดยไม่จำเป็นประเภทที่กริยาเป็นเงื่อนไขมากกว่า ผู้ใช้ภาษาจึงอาจสังเกตเห็นและแก้ไขบุพบทที่ใช้คู่กับกริยาหรือกริยาวลีได้

มากกว่าที่ใช้คู่กับนามหรือนามวลี อย่างไรก็ตาม เมื่อผลสำรวจเป็นดังนี้แล้ว ผู้ใช้ภาษาก็ควรคำนึงถึงบุพบทที่ใช้โดยไม่จำเป็นประเภทที่นามหรือนามวลีเป็นเงื่อนไขนี้ให้มากขึ้น

เมื่อเปรียบเทียบจำนวนบุพบทที่ไม่จำเป็นในข่าวและบทความหนังสือพิมพ์ทั้ง 10 หัวข้อ พบว่า หัวข้อข่าวที่มีจำนวนบุพบทที่ใช้โดยไม่จำเป็นมากที่สุดคือ ข่าวเศรษฐกิจ และข่าวการเมือง รองลงมาได้แก่ ข่าวบันเทิง ข่าวกีฬา ข่าวต่างประเทศ ข่าววิทยาศาสตร์ ข่าวการศึกษา ข่าวสังคม ข่าวอาชญากรรม และข่าวการเกษตร ตามลำดับ หัวข้อข่าวเกือบทุกหัวข้อมีบุพบท “ใน” ประเภทที่มีนามหรือนามวลีเป็นเงื่อนไขปรากฏมากเป็นอันดับหนึ่ง ยกเว้น ข่าวบันเทิงเท่านั้นที่มีบุพบท “กับ” ประเภทเดียวกันปรากฏมากเป็นอันดับหนึ่ง ซึ่งสอดคล้องกับที่ศศิธร ทัศนัยนา (2535) ระบุไว้ว่าบุพบทที่ใช้โดยไม่จำเป็นในข่าวบันเทิงมักเป็นบุพบท กับ และ ใน

2. สาเหตุของการใช้บุพบทโดยไม่จำเป็นในหนังสือพิมพ์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลภาษาและข้อมูลสัมภาษณ์ พบว่าสาเหตุสำคัญของการใช้บุพบทโดยไม่จำเป็นในหนังสือพิมพ์มีอยู่ 4 ข้อ ได้แก่ การสัมผัสภาษา, ความเคยชิน, ความพอใจของผู้เขียน และกระบวนการผลิตหนังสือพิมพ์

ดังที่ได้กล่าวไปแล้วในหัวข้อบททวนวรรณกรรมว่า สาเหตุข้อแรกกับข้อที่สองน่าจะเชื่อมโยงกัน โดยการสัมผัสภาษาน่าจะเป็นจุดเริ่มต้น แล้วแพร่ไปด้วยการใช้แนวเทียบที่เคยชิน ผลการวิเคราะห์การใช้บุพบทโดยไม่จำเป็นประเภทที่กริยาหรือกริยาวลีเป็นเงื่อนไขชี้ให้เห็นว่า การใช้บุพบทโดยไม่จำเป็นในหนังสือพิมพ์เกิดจากการใช้แนวเทียบมากกว่าการแปลโดยตรง กล่าวคือ กริยาหรือกริยาวลีที่พบว่าเป็นเงื่อนไขให้ใช้บุพบทโดยไม่จำเป็นมากที่สุดคือ กริยาแสดงประสบการณ์ เช่น รัก ชอบ เชื่อ พอใจ สนใจ กริยาแสดงประสบการณ์เหล่านี้เกิดคู่กับบุพบทที่ไม่ตรงกับภาษาอังกฤษ เช่น พอใจ - to be satisfied ภาษาอังกฤษคู่กับ with แต่ภาษาไทยพบทั้งที่เกิดคู่กับทั้ง “กับ” “ใน” และ “ต่อ” หรือแม้กระทั่งคำง่ายๆ เช่น ชอบ - like ที่ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษไม่ต้องใช้คู่กับบุพบท แต่ในข้อมูลพบว่าเกิดคู่กับทั้ง “กับ” และ “ใน” เป็นต้น

นอกจากนี้ ข้อค้นพบที่ว่าข่าวที่มีจำนวนบุพบทที่ใช้โดยไม่จำเป็นมากที่สุดคือ ข่าวเศรษฐกิจ และข่าวการเมือง ส่วนข่าวต่างประเทศอยู่ที่อันดับห้า ก็ยังสนับสนุนว่าการแปลไม่ใช่สาเหตุหลักของการใช้บุพบทโดยไม่จำเป็นในหนังสือพิมพ์ มิฉะนั้นข่าวต่างประเทศคงจะเป็นอันดับหนึ่ง ส่วนข่าวการเมืองคงอยู่อันดับท้ายๆ จึงน่าจะศึกษาต่อไปว่าเพราะเหตุใดข่าวการเมืองที่ดูไม่มีความเกี่ยวข้องกับการแปลภาษาอย่างสิ้นเชิงจึงพบบุพบทที่ใช้โดยไม่จำเป็นมากเช่นนี้

ประเด็นข้างต้นตรงกับคำให้สัมภาษณ์ของผู้เกี่ยวข้องในกระบวนการผลิตข้อเขียนในหนังสือพิมพ์ว่า ปกติจะเขียนข่าวกันตามความเคยชินหรือตามที่เห็นมา จะรู้สึกผิดหรือแก้ไขต่อเมื่ออ่านแล้ว “แปลก” หรือ “สะดุด” เท่านั้น

“...บางทีนั่งเขียนๆ ไม่ได้มานึกถึงไวยากรณ์หรอก เวลาพูดปกติเราก็ไม่ได้นึกถึงไวยากรณ์เท่าไร เราใช้จาก
ความคุ้นเคย ที่เราอ่านเยอะๆ เห็นเยอะๆ เราก็พิมพ์ไปตามนั้น ถ้าเราจะช่วยได้ก็คือ ดูตัวเองก่อนทวนหนึ่งรอบ เออ ตรงนี้
แปลกๆ แต่ส่วนใหญ่จะเน้นความถูกต้องของข้อมูลมากกว่า...เน้นเนื้อหาเป็นหลัก ไวยากรณ์จะเป็นลำดับท้ายๆ ที่เราจะ
คิดถึง ยกเว้นแต่ว่า คำนี้สะกดผิดนะ อันนี้จะเห็นเด่นชัด หรือว่าคำนี้อ่านแล้วแปลกๆ นะ สะดุด อ่านแล้วไม่สะดวกเลย เราก็
จะแก้ตรงนั้น”

ตัวอย่างอีกตัวอย่างหนึ่งที่สนับสนุนคำให้สัมภาษณ์ดังกล่าวได้อย่างชัดเจนว่าอิทธิพลของคำที่
เกิดคู่กันมีผลต่อผู้ใช้ภาษามากกว่าหลักเกณฑ์ทางไวยากรณ์ใดๆ คือสำนวน “ให้แก่” และ “ให้กับ” นั่นคือ
ไม่ว่าจะรณรงค์กันว่าบุพบทที่ควรใช้คู่กับกริยา “ให้” คือ “แก่” สักเท่าไร ผู้ใช้ภาษาส่วนใหญ่มักก็ยังคงใช้
“ให้กับ” อยู่อย่างนั้น ยิ่งไปกว่านั้น ระหว่าง “พ่ายให้กับ-แพ้ให้กับ” กับ “พ่ายให้แก่-แพ้ให้แก่” ในคลังข้อมูล
พบว่า “พ่ายให้กับ” ปรากฏ 62 ครั้ง “แพ้ให้กับ” ปรากฏ 48 ครั้ง ในขณะที่ “พ่ายให้แก่” ปรากฏ 2 ครั้ง และ
“แพ้ให้แก่” ปรากฏ 4 ครั้ง แสดงว่าหนังสือพิมพ์นิยมใช้ “พ่ายให้กับ-แพ้ให้กับ” มากกว่า “พ่ายให้แก่-แพ้
ให้แก่” อนาคต “ให้กับ” จึงอาจกลายเป็นรูปที่ขอมรับใช้มากกว่า “ให้แก่” เพราะอิทธิพลของคำที่เกิดคู่กัน
หรือความเคยชินนี้เอง

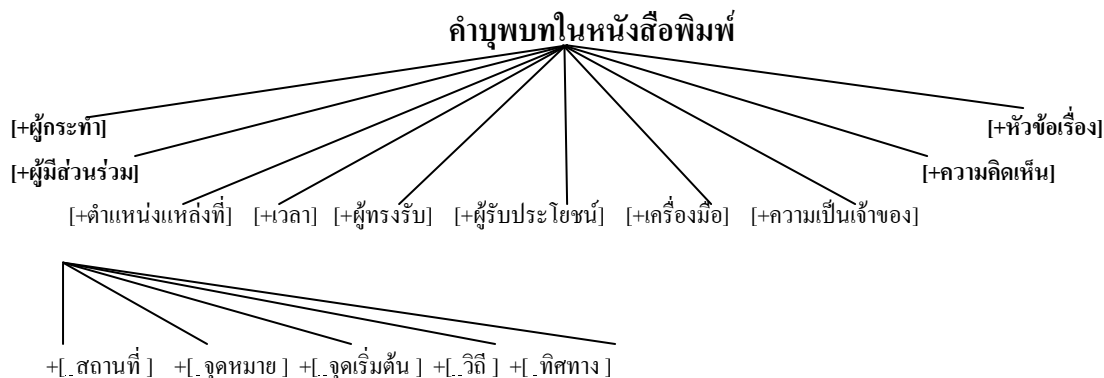
อิทธิพลของคำที่เกิดคู่กันดังกล่าวจะทำให้ผู้เขียนไม่สามารถตัดบุพบทที่ไม่จำเป็นออกเองได้
หากปราศจากการปรับความเข้าใจใหม่ แม้มีเวลาให้เขียนหรือแก้ไขมากขึ้นก็จะยังมีบุพบทที่ไม่จำเป็น
ปรากฏอยู่ นั่นเอง ความเร่งรีบจึงไม่เป็นปัญหาเท่ากับความเข้าใจผิด เพราะฉะนั้น วิธีแก้ปัญหาคือสิ่งที่สำคัญที่สุดจึง
ไม่ใช่การให้เวลามากขึ้น หรือเตือนให้ระมัดระวังมากขึ้นเท่านั้น แต่จำเป็นต้องให้ความรู้แก่ผู้เขียนว่าคำ
เหล่านี้ไม่จำเป็นต้องใช้คู่กับบุพบท

ส่วนสาเหตุข้อที่ 3 คือ ความงอแงของผู้เขียน นั้น จากการวิเคราะห์ประเภทของการใช้บุพบท
โดยไม่จำเป็นประเภทที่นามหรือนามวลีเป็นเงื่อนไข พบว่า เมื่อผู้เขียนหนังสือพิมพ์เลือกใช้รูปประโยคที่
เรียงลำดับแปลกไปจากปกติเพื่อความแปลกใหม่ จะใช้บุพบทที่ดูเหมือนจะไม่จำเป็นและทำให้ประโยคไม่
กะทัดรัดให้ทำหน้าที่อื่น เช่นในตัวอย่างที่ 5) และ 6) ตั้งแต่เป็นดัชนีบ่งความสัมพันธ์เชิงการกลไกระหว่างประโยค
จนถึงบ่งความสัมพันธ์ในระดับเหนือประโยคหรือปริวรรต เช่น ชี้หรือเน้นให้ผู้อ่านเห็นผู้กระทำ ผู้มีส่วน
ร่วม ความคิดเห็น และหัวข้อเรื่องในข่าวหรือบทความได้ง่ายและชัดเจนขึ้น ซึ่งตอบสนองความต้องการในการ
สื่อสารของทั้งผู้เขียนและผู้อ่านหนังสือพิมพ์ได้ดี หน้าที่ดังกล่าวนี้เองที่น่าจะเป็นสาเหตุให้พบบุพบทที่
ใช้โดยไม่จำเป็นประเภทนี้มากกว่าประเภทอื่นดังที่ได้กล่าวไปแล้ว และแสดงให้เห็นว่า วิธีสื่อสารที่
หนังสือพิมพ์ต้องการอาจไม่ใช่วิธีที่ฉับไวและเข้าใจง่าย หรือกะทัดรัดที่สุดตามที่เชื่อกัน แต่ต้องเป็นวิธีที่
ตอบสนองความต้องการของตลาดหรือผู้อ่าน ผู้เขียนและผู้อ่านคุ้นเคยที่สุด แม้ว่าจะแปลกไปจากภาษา
มาตรฐาน แต่ก็เป็นที่รู้จักกันในภาษาหนังสือพิมพ์ ตัวอย่างที่เห็นชัดที่สุดคือ “แพ้ให้กับ” ที่พบว่า รูปแปรที่มี
บุพบทไม่จำเป็นปรากฏมีมากกว่ารูปแปรพึงประสงค์ ดังนั้น การตัดสินใจเรื่องความจำเป็นของบุพบท

ระหว่างวงวิชาการกับวงวิชาชีพในบางกรณีก็อาจไม่ตรงกัน เพราะขณะนี้หน้าที่ของบุพบทในหนังสือพิมพ์ต่างกับหน้าที่ของบุพบททั่วไปแล้ว

เมื่ออรรถลักษณะหรือความหมายย่อยๆ ที่บุพบทในหนังสือพิมพ์แสดงมีมากกว่า “อรรถลักษณะพื้นฐานของบุพบท” ที่จรัสดาว อินทรทัศน (2539 : 81, 82) เสนอไว้ ผู้วิจัยจึงจะเสนอ “อรรถลักษณะพื้นฐานของบุพบทในหนังสือพิมพ์” เพิ่มเติมไว้ดังนี้

แผนภูมิที่ 2 : อรรถลักษณะพื้นฐานของบุพบทในหนังสือพิมพ์



ส่วนสาเหตุข้อที่ 4 กระบวนการผลิตหนังสือพิมพ์ พบประเด็นที่น่าสนใจเพิ่มเติมจากการสัมภาษณ์บรรณาธิการ ผู้เขียนข่าว และผู้พิสูจน์อักษรทั้งหมด 6 คน กล่าวคือ การใช้บุพบทโดยไม่จำเป็นบางครั้งอาจมาจากความต้องการของหนังสือพิมพ์เองด้วย กล่าวคือ รูปแปดที่ยืดหยุ่นของบุพบท คือจะใช้หรือไม่ใช้บุพบทก็ได้ ช่วยรองรับกระบวนการผลิตที่ซับซ้อนและมีเงื่อนไขมากมาย โดยเฉพาะ เนื้อหาที่ซึ่งกำหนดไว้ก่อนเนื้อหา ดังคำให้สัมภาษณ์ต่อไปนี้

ผู้วิจัย : ตรงนี้เป็นปัญหาเรื่องกระบวนการใช้ไหมคะ

ผู้พิสูจน์อักษร : ใช้ หลายๆ อย่างรวมกันในกระบวนการ แต่ปัญหาทั้งหมดเราพยายามอยู่แล้วในระดับหนึ่ง เราไม่ได้ละเลยเลย

บรรณาธิการ : คนที่ทำงานตรงนี้นั้นมีความเป็นตัวของตัวเองสูง ถ้าเราบอกว่า ไม่ได้นะ มันผิด เขาก็จะสวนกลับมาทันที ทำไม่! ทำไมจะใช้ไม่ได้ แต่ถ้าเราแนะนำ ในลักษณะของการแนะนำให้ซึมซับว่า เออ..จริงนะ อย่างนี้ดีนะ ดีกว่า ไม่ยาวไปจริงๆ แต่บางทีก็มีเหมือนกันนะ มันไม่เต็ม...

ผู้พิสูจน์อักษร : ใส่เข้าไปก่อน ขึ้นมาก็ “อย่างไรก็ตาม” ไว้ก่อน ยังไม่ได้ดูเลยว่าข้างหลังเป็นยังไง ใส่ไว้ก่อน

บรรณาธิการ : ขาดไปบรรทัดนี้เนี่ย สองบรรทัด มันจะเต็มแล้วเนี่ย ทำยังไงล่ะ จะไปเอาข่าวใหม่ประเด็นใหม่มามันก็ไม่ได้ ลั่น ขยายเอาตรงนี้แหละ เติมไปหน่อย

ผู้วิจัย : แปลว่าในขณะที่คนทั่วไปเข้าใจว่าหนังสือพิมพ์มีเนื้อหาที่จำกัด แต่จริงๆ แล้วไม่ใช่จำกัดอย่างเดียว

บรรณาธิการ : บางทีมันก็มี ข่าวที่มันสั้นไปก็มี

ผู้พิสูจน์อักษร : มันแล้วแต่เหตุการณ์ แล้วแต่กรณี มันมีปัญหาตลอดเวลาแล้วก็แตกต่างกันออกไปที่เราต้องรีบแก้ปัญหาเฉพาะหน้า

ผู้วิจัย : เพราะฉะนั้นอีกมุมหนึ่งที่เรามองว่านี่เป็นเรื่องผิด ก็อาจไม่ผิด อาจเป็นการตอบสนองความต้องการอย่างหนึ่งของ
ผู้ทำหนังสือก็ได้ ว่ามันเหลือที่ แล้วเราก็เลย...

บรรณาธิการ : ...ตั้งใจที่จะใส่เข้าไป

ข้อมูลสัมภาษณ์ดังกล่าวขัดแย้งกับข้อความในบทนำที่ว่า “เครื่องกำหนดลักษณะภาษา
หนังสือพิมพ์ ได้แก่ พื้นที่อันจำกัด และ วิธีสื่อสารที่ลัดไวและเข้าใจง่ายที่สุด ” กล่าวคือ “เนื้อที่” ใน
หนังสือพิมพ์ไม่ได้มีน้อยหรือจำกัดทุกครั้ง แต่มีมากบ้างน้อยบ้าง ขาดบ้างเกินบ้าง เนื้อที่เหล่านี้กำหนดขึ้น
ก่อนเนื้อหา จึงเป็นตัวกำหนดให้ผู้เขียนเลือกใช้รูปแบบประโยคต่างๆ กัน เพื่อให้ “เนื้อหา” อยู่ใน “เนื้อที่” อย่าง
เหมาะสม รูปแบบของบุพพทจึงเป็นกลไกสำคัญอย่างหนึ่งที่ทำให้รูปแบบประโยคยืดหยุ่น พอติดกับเนื้อที่ ด้วย
มุมมองนี้จึงไม่น่าแปลกใจที่จะมีรูปแบบทั้งที่ใช้หรือไม่ใช้บุพพทปรากฏในหนังสือพิมพ์

จากการสัมภาษณ์ ปัญหานี้ยังไม่ถึงขั้นวิกฤติในสายตาของทั้งหนังสือพิมพ์และราชบัณฑิตย-
สถาน แต่แม้ว่าจะไม่วิกฤติก็ไม่ใช่ว่าปัญหาที่แก้ได้โดยง่าย เนื่องจากไม่ได้เกิดจากความไม่ระมัดระวังเท่านั้น
เพราะฉะนั้น วิธีแก้ปัญหาคือการใช้บุพพทโดยไม่จำเป็นจึงมิใช่การเตือนให้ระมัดระวังมากขึ้น แต่ต้องสร้าง
ความรู้ความเข้าใจใหม่เพื่อลบล้างแนวเทียบเดิมที่ไม่ถูกต้อง เมื่อพบว่าการใช้บุพพทโดยไม่จำเป็นเกิดจาก
ความไม่ตั้งใจมากกว่า คือ เกิดจาก “ความเคยชิน” “แนวเทียบ” หรือ “การเลียนแบบ” เป็นหลัก วิธีที่ดีที่สุด
จึงย่อมไม่ใช่การ “เรียน” แต่เป็นการ “เลียน” เช่นกัน ดังนั้น หากต้องการแก้ไขปัญหาคือการใช้บุพพทที่ไม่จำเป็น ให้
ตรงกับสาเหตุและได้ผล วงวิชาการกับวงวิชาชีพต้องประสานกัน เพื่อสร้าง แนะนำ ตลอดจนเผยแพร่
แบบอย่างที่ต้องการและสอดคล้องกับเงื่อนไขของหนังสือพิมพ์ ให้หนังสือพิมพ์ใช้เผยแพร่สู่สื่อด้วยกันและ
สู่สังคมอีกต่อหนึ่งด้วย ซึ่งตรงกับที่กาญจนา แก้วเทพ (2542 : 50) กล่าวว่าไว้ว่า กระบวนการอบรมบ่มเพาะ
ผ่านสื่อมวลชนมักเป็นไปโดย “ทางอ้อม” และเป็นกระบวนการที่ทั้งผู้สอนและผู้เรียนมักจะไม่รู้ตัว แต่ทว่า
ปรากฏการณ์ที่แสดงว่า การเรียนทางอ้อมโดยไม่รู้ตัวนี้อาจจะได้ผลมากกว่าการสั่งสอนแบบตรงๆ และรู้ตัว
เสียอีก

บทสรุป

จากที่กล่าวมาทั้งหมด สรุปได้ว่า บุพพทที่ใช้โดยไม่จำเป็นในหนังสือพิมพ์จำแนกได้เป็น 3 ประเภท
ตามชนิดของคำที่เกิดคู่กันหรือเป็นเงื่อนไข ได้แก่ ประเภทที่มีนามหรือนามวลีเป็นเงื่อนไข ประเภทที่มี
กริยาหรือกริยาลีเป็นเงื่อนไข และประเภทที่มีบุพพทอื่นเป็นเงื่อนไข โดยประเภทที่ปรากฏมากที่สุดคือ
ประเภทแรก และบุพพทที่ใช้โดยไม่จำเป็นมากที่สุดตลอดจนควรระมัดระวังมากที่สุดคือบุพพท “ใน”

สาเหตุการใช้บุพพทโดยไม่จำเป็นในหนังสือพิมพ์มีทั้งที่เกิดจาก ความไม่ตั้งใจ คือเกิดจาก “การ
สัมผัสภาษา” และ “ความเคยชิน” และเกิดจาก ความตั้งใจ ของหนังสือพิมพ์เอง คือเกิดจาก “ความตั้งใจของ
ผู้เขียน” และ “กระบวนการผลิตหนังสือพิมพ์” เมื่อผนวกกับความสามารถในการเผยแพร่และเป็นแบบอย่าง
ของหนังสือพิมพ์ ก็ทำให้ทั้งผู้เขียนและผู้อ่านเคยชินกับรูปแบบของบุพพทที่ไม่จำเป็นมากขึ้นเรื่อยๆ แล้ว

“เลียน” ต่อๆ กันไปโดยไม่รู้ตัว ดังนั้น บุพพทที่ไม่จำเป็นจึงมีแนวโน้มจะปรากฏในหนังสือพิมพ์และในภาษาไทยปัจจุบันมากขึ้น

แม้ว่าการวิเคราะห์สาเหตุที่เกิดจาก **ความตั้งใจ**จะทำให้เข้าใจหน้าที่ของบุพพทในวงวิชาชีพ ซึ่งวงวิชาการมองว่าไม่จำเป็นได้มากขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม ยังมีอีกหลายกรณีที่ทั้งสองฝ่ายต่างเห็นตรงกันว่าเป็นการใช้อย่างไม่จำเป็นจริงๆ กรณีดังกล่าวนี้เองคือกรณีที่ทั้งสองฝ่ายต้องร่วมมือกันหาวิธีแก้ไข เพื่อให้ภาษาหนังสือพิมพ์ “แตกต่างอย่างจำเป็น” มิใช่แตกต่างจากภาษาวงการอื่นเพราะผู้เขียนขาดความเข้าใจ ทั้งยังไม่เคยรู้ว่าทำอะไรจึงจะได้ความกะทัดรัดที่ตนเองต้องการ แล้วอ้างความเป็น “วรรณกรรมเร่ร่อน” เท่านั้น

บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ. (2542). **การวิเคราะห์สื่อ แนวคิดและเทคนิค**. กรุงเทพฯ : บริษัทเอดิชั่นเพรสโปรดักส์ จำกัด.
- กำชัย ทองหล่อ . (2533). **หลักภาษาไทย**. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : บำรุงสาส์น.
- จรัสดาว อินทรทัศน์. (2539). **กระบวนการที่คำกริยากลายเป็นคำบุพบทในภาษาไทย**. วิทยานิพนธ์อักษรศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาภาษาไทย. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จันทน์ทองประเสริฐ. (2542). “ให้แก่-ให้กับ : ระหว่าง ... กับ-ระหว่าง ... และ”. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <http://www.royin.go.th/th/knowledge/detail.php?ID=1005>
- นันทวัน ผลฉาย. (2532). **ลักษณะภาษาไทยในงานแปลวิชาการ**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พรวิภา ไชยสมคุณ. (2543). **การใช้ภาษาในข่าวเศรษฐกิจในหนังสือพิมพ์ไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2537-2541**. วิทยานิพนธ์อักษรศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาภาษาไทย. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิไลวรรณ ขนิษฐนันท์. (2527). **ภาษาและภาษาศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศศิธร ทศนัยนา. (2535). **การศึกษาลักษณะภาษาของข่าวบันเทิงในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย ปี พ.ศ. 2531**. วิทยานิพนธ์อักษรศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาภาษาไทย. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุมาลี วีระวงศ์. (2547). “บุพบทอยู่ที่ไหน”. **ภาษาไทยของเรา**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สถาพรบุ๊คส์.
- _____. (2549). **ลัทธิภาษา : รวมบทความ**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : อมรินทร์.
- อนุমানราชชน, พระยา. (2532). **นิรุกติศาสตร์**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์คุรุสภา.
- อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2549). **กว่าจะเป็นนักภาษาศาสตร์**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- _____. (2548). **ภาษาในสังคมไทย: ความหลากหลาย การเปลี่ยนแปลง และการพัฒนา**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรชา เผือกสุวรรณ. (2549). **การวิเคราะห์การใช้ภาษาในการพาดหัวข่าวของหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย**. (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- อุปกิตศิลปสาร, พระยา. (2533). **หลักภาษาไทย**. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- Bell, Allan and Garrett, Peter. (1998). **Approaches to Media Discourse**. Oxford : Blackwell Publishing.
- Cotter, Colleen. (1999). **Raidió na Life: Innovations in the use of media for language revitalization**. The International Journal of the Sociology of Language, p.135-166.
- Saeed, John I. (1997). **Semantics**. Oxford : Blackwell Publishers Inc, pp. 299.

ลักษณะเด่นและแนวโน้มวรรณกรรมยุคหลังอาณานิคม

อาจารย์ศิริวิจิตร ปานตระกูล

มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย

บทคัดย่อ

บทความนี้มุ่งนำเสนอเรื่องราวปัญหาสังคมของประเทศแคเมอรูนในยุคหลังอาณานิคม ซึ่งนักเขียน กิโยม โอโยโน เอ็มบิอา (Guillaume Oyônô Mbia) ได้สะท้อนผ่านวรรณกรรม 3 เรื่อง ได้แก่ *Trois prétendants...un mari* (1962; Three Suiters...One Husband), *Notre fille ne se mariera pas* (1969; Our Daughter Will Not Marry!) และ *Jusqu'à nouvel avis* (1970; Until Further Notice) ผลงานทั้ง 3 เรื่องนี้เป็น บทละครซึ่งนำเสนอปัญหาความขัดแย้งระหว่างคนในเมืองและชนบท โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาเรื่อง สินสอดที่คนชนบทมักคาดหวังให้ลูกสาวของตนแต่งงานกับผู้มีฐานะร่ำรวยโดยไม่คำนึงถึงสิ่งอื่นใด นอกจากนี้ เงินสินสอดซึ่งจะทำให้ครอบครัวมีฐานะทัดเทียมกับผู้คนในเมือง เอ็มบิอาได้รับแรงบันดาลใจจากโมลีแยร์ (Molière) นักเขียนชาวฝรั่งเศสผู้เขียนสุภาษานุกรมเรื่อง *L'Avare* ซึ่งได้รับความนิยมอย่างมากในสมัย คริสต์ศตวรรษที่ 17 บทความนี้กล่าวถึงลักษณะเด่นและแนวโน้มวรรณกรรม ยุคหลังอาณานิคม ชีวิตประวัติ ของผู้แต่ง บทวิเคราะห์และบทสรุป

Abstract

This article aims at studying the post-colonial dowry problems in Cameroon, as reflected by Guillaume Oyono Mbia in his plays, *Trois prétendants...un mari* (1962 ;Three Suiters...One Husband), *Notre fille ne se mariera pas*(1969;Our Daughter Will Not Marry!) and *Jusqu'à nouvel avis* (1970;Until Further Notice) . These plays describe conflicts between the people in the village and those who live in Yaounde, the capital of Cameroon. The villagers expect their daughters to marry the sons of the wealthy without any further consideration. They are willing to get married in order to gain a lot of money. *L'Avare* by Molière, the great French dramatist in the 17th century, inspired him to write farces. This article comprises a concept of post-colonial literature in Africa, bibliography, textual analysis and conclusion.

ในอดีตที่ผ่านมาวรรณกรรมแอฟริกันเป็นเพียงการบอกเล่าเรื่องราวผ่านคนตรีพื้นเมืองของชาวแอฟริกัน เป็นการบอกเล่าต่อกันหลายศตวรรษ ทำให้ชาวแอฟริกันได้รับรู้ประวัติศาสตร์ของพวกเขา และนับได้ว่าเป็นมรดกทางวัฒนธรรมอย่างแท้จริง ต่อมาการบอกเล่าพัฒนาไปสู่วรรณกรรมลายลักษณ์ซึ่งเขียนบรรยาย ความทุกข์ทรมาน และความเจ็บปวดที่พวกเขาถูกนำไปเป็นทาสตั้งแต่สมัยคริสต์ศตวรรษที่ 17

ในยุคล่าอาณานิคม ชาวตะวันตกบุกกรุกทวีปแอฟริกาโดยหวังจะกอบโกยผลประโยชน์จากทรัพยากรมหาศาลและใช้แรงงานชนผิวดำเพื่อรองรับความก้าวหน้าทางอุตสาหกรรมของยุโรป ชาวยุโรปพยายามกล่าวหาว่าชาวแอฟริกันเป็นชนไร้วัฒนธรรม พวกเขาพยายามครอบงำความคิด โดยนำเสนอรูปแบบการศึกษาเพื่อให้ชาวแอฟริกันยอมรับวัฒนธรรมตะวันตก ซึ่งได้ทำลายค่านิยมและขนบประเพณีของชาวแอฟริกันเอง

จากนั้นไม่นานชาวแอฟริกันได้ลุกขึ้นมาต่อต้านแนวคิดของชาวยุโรป พวกเขาเรียกร้องความมีตัวตนของชาวแอฟริกันผิวดำ แนวคิดส่งเสริมแอฟริกันผิวดำหรือ *la négritude* เกิดขึ้นที่กรุงปารีส โดยมีนักศึกษาผิวดำที่ศึกษาในประเทศฝรั่งเศสในขณะนั้นคือ เลโอปอลด์ เซดา เซงกอร์ (Léopold Sédar Senghor) เอเม เซแซร์ (Aimé Césaire) เลอง กงทรอง ดูมาส์ (Léon Gontran Dumas) เป็นผู้ขับเคลื่อนแนวคิดนี้

La négritude เป็นการปฏิเสธข้อกล่าวหาของชาวตะวันตกที่ว่าพวกเขาเป็นผู้ไร้วัฒนธรรม คือการยืนยันถึงการฟื้นฟูประวัติศาสตร์ของชาวแอฟริกันโดยเผยแพร่ให้ชาวโลกได้รับรู้ นอกจากนี้ยังเป็นมรดกทางวัฒนธรรม คุณค่า และแนวคิดของชาวแอฟริกันในการดำรงชีวิตทุกแง่มุม

ในยุคล่าอาณานิคมนักเขียนชาวแอฟริกันได้นำเสนอผลงานเพื่อต่อต้านการเข้ามครอบครองดินแดนของพวกเขา หลังจากชาวแอฟริกันได้รับอิสรภาพ ในยุคหลังอาณานิคมนี้เองทวีปแอฟริกันถูกแบ่งเป็นประเทศ ทำให้นักเขียนนำเสนอผลงานเกี่ยวกับประเทศของตน หรือเรียกในภาษาฝรั่งเศสว่า '*la littérature nationale*' พวกเขานำเสนอปัญหาต่างๆ เช่น การเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และศาสนา ในช่วงทศวรรษแรกหลังจากได้รับเอกราช วรรณกรรมประเภทละครได้รับความนิยมอย่างมาก เนื้อหาของละครจะนำเสนอปัญหาการเมือง โดยเน้นเรื่องราวเกี่ยวกับตัวละครที่ยืนหยัดต่อสู้กับผู้เข้ามามุกรุกดินแดนของเขา ผลงานที่มีชื่อเสียงในยุคนี้ได้แก่บทละครเรื่อง '*L'Exil d'Alburi*' (ค.ศ.1967) ของเชกออ์ลี อู เอ็นดาว (Cheik Aliou Ndao) ที่เสนอตัวละครหลักคือ กษัตริย์อัลบูรีแห่งเมืองโยลอฟ (Djolo) ซึ่งหนีอพยพไปรวมพลที่เมืองเซกู (Ségou) และต่อสู้กับผู้บุกรุกเพื่อพิทักษ์ศักดิ์ศรีของชนพื้นเมือง จนต้องเสียชีวิต ใน ค.ศ. 1970 นักเขียนให้ความสนใจกับเรื่องราวของอำนาจใหม่ที่เข้ามาปกครองประเทศ และนำเสนอเกี่ยวกับปัญหาการเมือง ผลงานที่ได้รับความนิยมอย่างมากเรื่องหนึ่งคือ *Béatrice du Congo* (ค.ศ. 1970) ได้นำเสนอเรื่องราวของ Kongo Dona Béatrice ผู้ได้ต่อสู้ทางการเมืองในประเทศคองโก และต่อต้านการเผยแพร่ของคริสต์ศาสนานิกายคาทอลิก เพื่อรักษาสัญลักษณ์ วัฒนธรรม และประเพณีของชาวคองโกไว้ ในที่สุดเธอถูกกษัตริย์ Pedro IV ซึ่งได้รับแรงกดดันจากมิชชันนารีสังเวยทั้งเป็น

ในทศวรรษ 1980 เป็นช่วงเวลาที่กำหนดอนาคตของงานเขียนบทละครในทวีปแอฟริกา เนื่องจากละครได้กลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของคนในยุคนี้ที่ผู้คนในแวดวงละครของสถาบันต่างๆ จากยุโรปได้เปิดโอกาสให้นักเขียนและศิลปินเผยแพร่ผลงานทางด้านนี้ จากการที่วิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย (Radio France Internationale) ได้จัดการแข่งขันประกวดงานวรรณกรรมประเภทละครของชาวแอฟริกันระดับนานาชาติ (Concours théâtral inter-africa) ทำให้บทละครชาวแอฟริกันเป็นที่

รู้จัก นอกจากนี้แล้วงานละครสามารถนำความเป็นจริงทุกแง่มุมของสังคมมาเสนอให้ผู้คนได้รับทราบ การนำเสนอทั้งใช้ภาษาท้องถิ่นและภาษาต่างชาติ ทำให้ละครได้รับความนิยมอย่างท่วมท้น

ชีวประวัติของ กีโยม โอโยโน เอ็มบิอา

เอ็มบิอาเกิด ค.ศ. 1939 ที่หมู่บ้านมูเตสซี (Mvoutessi) ใกล้กับเมืองซางเมลิมา (Sangmélina) ประเทศแคเมอรูน เป็นลูกชานา หลังจากจบการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายแล้วได้เข้าทำงานที่วิทยาลัย แห่งหนึ่ง หลังจากนั้นได้รับทุนเพื่อศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยคิล ในปี ค.ศ. 1968 ณ ประเทศอังกฤษ และเข้า ทำงานเป็นอาจารย์ประจำที่มหาวิทยาลัยในเมืองยาฮุนเด ซึ่งเป็นเมืองหลวงของประเทศแคเมอรูน

เอ็มบิอาเป็นนักเขียนนวนิยายและบทละคร ผลงานที่ทำให้เขาได้รับชื่อเสียงอย่างมากคือ *Notre fille ne se mariera pas* (1969), *Jusqu'à nouvel avis* (1970) และ *Trois prétendants...un mari* (1962) เขาได้รับ แรงบันดาลใจจากบทละครแนวสุขนิยมเรื่อง 'L'Avare' ของโมลิเอร์ นักเขียนบทละครชาวฝรั่งเศสสมัย คริสต์ ศตวรรษที่ 17

เอ็มบิอาเป็นนักเขียนที่ใช้ทั้งภาษาอังกฤษและภาษาฝรั่งเศส เขาได้รับความสำเร็จจากบทละครเรื่อง *Trois prétendants...un mari* ซึ่งมีความยาว 5 องก์ หลังจากนั้น บทละครเรื่อง *Notre fille ne se mariera pas* ได้รับรางวัลที่สองจากสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศฝรั่งเศสภาคนานาชาติ บทละครเรื่องนี้ได้รับการ เผยแพร่ทั้งภาษาอังกฤษและภาษาฝรั่งเศส มีผู้ฟังจำนวนมาก ส่วนบทละครเรื่อง *Jusqu'à nouvel avis* ได้รับการคัดเลือกจากการแข่งขันที่จัดโดยสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งสหราชอาณาจักรว่าเป็นบทละครยอดเยี่ยม จากบทละครทั้งหมด 340 เรื่องที่ส่งเข้าร่วมประกวดจาก 17 ประเทศ

บทละครเรื่อง *Trois Prétendants ...Un Mari*

ในทวีปแอฟริกา นักเขียนมักนำเสนอปัญหาของชาวบ้านส่วนใหญ่ผ่านบทละคร ชาวบ้านที่ส่วนใหญ่ไม่รู้หนังสือ ในเรื่อง *Trois Prétendants ...Un Mari* เอ็มบิอาได้เสนอผลงานแนวเสียดสีสังคม เนื้อหาหลักคือปัญหาสินสอด การคลุมถุงชน ไสยศาสตร์ เวทมนตร์ ซึ่งเป็นเนื้อหาที่นักเขียนชาวแอฟริกันส่วนใหญ่นำเสนอตลอดยุคหลังอาณานิคม

เอ็มบิอาวิจารณ์สังคมแอฟริกันยุคหลังอาณานิคมอย่างรุนแรง *Trois Prétendants ...Un Mari* มีตัวละครหลักคือจูเลียต (Juliette) เป็นหญิงสาวหน้าตาดี ได้รับการศึกษาจากในเมืองหลวงยาฮุนเด พ่อของ จูเลียตชื่ออาดองกานา (Atangana) ได้ส่งเสียลูกสาวให้เรียนสูง เพราะเขาคิดว่านั่นคือการลงทุน ผู้เป็นพ่อจะสามารถเลื่อนฐานะในสังคมได้จากการแต่งงานของลูกสาว อาดองกานาจึงไม่สนใจ แม้ว่าชาวบ้านต่าง ประณามการกระทำที่เขาต้องทุ่มเทเงินมากมายเพื่อส่งเสียลูกสาว

วันที่พ่อของจูเลียตรอคอยได้มาถึง เมื่อเอ็มบิอา (Mbia) ซึ่งเป็นข้าราชการชั้นผู้ใหญ่มาสู่ขอลูกสาว ของเขา โดยเสนอเงินสินสอดมากถึง 200,000 ฟรังก์ ตลอดจนของหมั้นอื่นๆ อีกมากมาย ส่วนคนที่สองคือ เอ็นดี (Ndi) ซึ่งมีอาชีพเป็นเกษตรกร ได้จ่ายเงินสินสอดไว้ล่วงหน้าแล้วจำนวน 100,000 ฟรังก์ พ่อของ

จูเลียตได้รับสินสอดจากผู้ชายทั้ง 2 คนรวม 300,000 ฟรังก์ ในช่วงปิดเทอมที่จูเลียตกลับบ้าน เธอรู้สึกตกใจเมื่อรู้ว่า ทั้งพ่อ แม่ ปู่และพี่ชาย รวมทั้งญาติและคนในหมู่บ้านทุกคนต่างเรียกร้องสิ่งที่ต้องการจากชายที่มาสู่ขอ และพวกเขาวินิจฉัยเธอให้กับผู้ชายที่เสนอสินสอดมากที่สุด

ทุกคนลงความเห็นว่าเอ็มปืออาเป็นผู้ชายที่เหมาะสมกับจูเลียตมากที่สุด เพราะเขาสามารถทำให้ฝันของทุกคนเป็นจริงได้ ส่วนพ่อของจูเลียตต้องการตำแหน่ง และนำเงินสินสอดที่ได้มาใช้เป็นสินสอดให้กับพี่ชายของจูเลียต เพื่อสู่ขอผู้หญิงที่เขาต้องการแต่งงานด้วย

อย่างไรก็ตามจูเลียตไม่ยอมปฏิบัติตามคำสั่งของพ่อ เหตุการณ์เลวร้ายลงเมื่อญาติของจูเลียตได้แต่งงานกับผู้ชายเศรษฐีคนหนึ่ง และส่งเงินมาให้ครอบครัว ทุกคนจึงประณามจูเลียตต่างๆ นานา และเชื่อว่าการที่เธอไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของพ่อนั้นมีสาเหตุมาจากโรงเรียนของชาวยุโรปที่เข้ามาเพื่อทำลายความเชื่อนับถวายนิยม และวัฒนธรรมของชาวแอฟริกัน จูเลียตเชื่อมั่นในการตัดสินใจของเธอ จึงคิดแผนการเพื่อแก้ปัญหา เธอได้ตัดสินใจขโมยเงินที่เอ็มปืออาและเอนดีจ่ายให้พ่อแม่ของเธอจำนวน 300,000 ฟรังก์ เพื่อเธอจะได้นำไปคืนเจ้าของที่แท้จริง

ทันทีที่พ่อแม่ของจูเลียตรู้ว่าเงินถูกขโมยก็ตกใจ และรีบไปแจ้งกับเอ็มปืออาและเอนดีเพื่อขอเงินสินสอดเพิ่ม และจะไปคืนให้กับผู้ที่ไม่ได้แต่งงานกับลูกสาว แต่ทั้งสองก็ปฏิเสธ เพราะเขาเชื่อว่ากำลังถูกลอก พ่อแม่ของจูเลียตร้อนใจ จึงเรียกหมอไสยศาสตร์มาทำพิธีช่วยแก้ไขให้สถานการณ์ดีขึ้น เมื่อหมอไสยศาสตร์ขอเรียกเงินก่อน จึงถูกชาวบ้านไล่ไป ทันใดนั้นเองมีชายนักธุรกิจผู้หนึ่งปรากฏตัวเข้ามาในบ้านของจูเลียตเพื่อเสนอสินสอดให้พ่อแม่ของจูเลียต จำนวน 300,000 ฟรังก์ ชายผู้นั้นคือโอโก (Okoko) แฟนหนุ่มของจูเลียตนั่นเอง พ่อแม่ของจูเลียตรีบขอลูกสาวให้ทันทีเพื่อแก้ไขสถานการณ์ แต่โอโกกล่าวว่าเขาไม่ต้องการบังคับจูเลียต และขอให้จูเลียตเป็นผู้ตัดสินใจเอง ทำให้ทุกคนต่างเสียสันทและรอการตัดสินใจของจูเลียต ในที่สุดจูเลียตก็เลือกโอโก เรื่องราวจบลงด้วยความสุข การร้องเพลงและการเต้นรำ

บทละครเรื่อง *Notre fille ne se mariera pas*

ในเรื่อง *Notre fille ne se mariera pas* เอ็มปืออาเสนอบทละครแนวเสียดสีสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้าราชการในเมืองหลวงยาฮุนเด ตัวละครหลักในเรื่องนี้คือชาร์ลอตต์ (Charlotte) เป็นลูกสาวของผู้ใหญ่บ้านเอ็มบาร์กา (Mbarga) เธอได้รับการศึกษาจากประเทศฝรั่งเศส แต่ต้องมารับสภาพความเป็นอยู่แบบชาวบ้านในหมู่บ้านของเขา

ในละครเรื่องนี้ผู้เขียนเสนอภาพเหตุการณ์ 2 เหตุการณ์ ได้แก่ เหตุการณ์ชีวิตในเมือง และเหตุการณ์ในชนบท ซึ่งแตกต่างกันเป็นอย่างมาก

ในสังคมชนบท ชาวบ้านมักเข้ามามีบทบาทในชีวิตของผู้อื่น เมื่อชาร์ลอตต์จบการศึกษามา และเริ่มทำงานรับราชการในเมืองหลวง พ่อของเขามีภรรยา 8 คนและลูกอีก 30 คน ทุกคนต่างมุ่งหวังที่จะกอบโกยผลประโยชน์จากชาร์ลอตต์ และเรียกร้องสิ่งต่างๆ มากจนชาร์ลอตต์ไม่อาจไหวได้ ทุกคนพากันคิดว่าพ่อส่งเสีย

เงินมากมายให้แก่ชาร์ลอตต์ ทำให้ภรรยาและลูกคนอื่นๆ ไม่ได้รับสิทธิ์นั้น นอกจากนี้ชาวบ้านก็พากันหวังจะได้รับผลประโยชน์จากชาร์ลอตต์เช่นกัน

วันที่กลับมา ชาร์ลอตต์ได้พาเพื่อนชายมาแนะนำให้ครอบครัวรู้จัก แต่ทุกคนห้ามการแต่งงานในครั้ง นี้ ชาวบ้านคิดว่าชาร์ลอตต์ควรทำตามความพอใจของพ่อ และคิดว่าผู้หญิงไม่มีสิทธิ์เรียกร้องเพราะต้องทำตาม คำสั่งของผู้ชาย

เมอวุง (Mevoung) เป็นตัวละครที่ผู้เขียนสะท้อนการเปลี่ยนแปลงของสังคม เมอวุงเป็นญาติของ ชาร์ลอตต์ ได้รับการศึกษาสูงและทำงานเป็นข้าราชการ มีฐานะร่ำรวย เขาไม่ยอมแต่งงานกับผู้หญิงคนใด ชาวบ้านต่างพากันสงสัยว่าผู้ชายที่มีความพร้อมอย่างเมอวุง ทำไมไม่ยอมแต่งงาน เพราะเมอวุงมีเงินทอง สามารถจ่ายสินสอดให้ผู้หญิงคนใดก็ได้ที่เขาต้องการแต่งงานด้วย

เมอวุงคิดตรงข้ามกับชาวบ้านเหล่านี้ เขาปฏิเสธการแต่งงานและไม่พอใจผู้หญิงทุกคนที่พยายาม แสวงหาผู้ชายที่มีฐานะ เขาไม่ต้องการจ่ายสินสอดให้ผู้หญิงคนใด ความคิดของเมอวุงทำให้ชาวบ้านไม่ พอใจ ชาวบ้านคิดว่าผู้หญิงสมัยนี้จะอยู่ได้อย่างไร ถ้าไม่ได้รับสินสอดจากผู้ชาย

เมื่อพ่อตัดสินใจจะไปหาชาร์ลอตต์ เพื่อเรียกร้องสิทธิ์ต่างๆ จึงเรียกภรรยาและลูกให้เตรียม สิ่งของเพื่อเข้าไปในเมืองหลวง พ่อของชาร์ลอตต์ได้ถามเมอวุงว่าเพื่อนชายของชาร์ลอตต์เป็นอย่างไร แม้ว่าเม อวุงจะตอบว่าเขาเป็นผู้ชายที่มีอนาคต และมีโอกาสจะได้เป็นใหญ่เป็นโต เอ็มบากาก็ปฏิเสธว่าชาร์ลอตต์ จะต้องไม่แต่งงานกับผู้ชายคนนี้ เพราะผู้ชายคนนี้เป็นเพียงลูกเกศตรกรอย่างเขานั่นเอง

เมอวุงแย้งกับเอ็มบากาว่าหากจะเข้าเมืองต้องรอรถนาน เนื่องจากมีตำรวจคอยตรวจจับใบขับขี้อยู่ที่ สี่แยก และจะมีข้าราชการชั้นผู้ใหญ่เดินทางไปที่ที่ว่าการอำเภอ และหากตำรวจตรวจพบว่าใครไม่มีใบขับขี จะเรียกให้มาทวงถนนและตัดหญ้าตลอดวัน แต่เมอวุงได้รับข้อยกเว้น ตำรวจไม่เรียกเขาตรวจเพราะเมอวุง ขับรถเบนซ์คันใหญ่

ส่วนชาร์ลอตต์ที่อาศัยอยู่ในเมืองหลวงมีชีวิตสะดวกสบายอย่างคนเมือง พูดภาษาฝรั่งเศส รับประทาน อาหาร และมีพฤติกรรมแบบคนตะวันตก เธอกำลังไม่สบายใจปรึกษาปัญหากับเพื่อน กอแลตต์ (Colette) เธอ ไม่รู้จะแก้ปัญหาอย่างไรเมื่อเธอตัดสินใจแต่งงานกับสามีโดยไม่ได้ออกพ่อแม่เพราะกลัวพ่อจะเรียกสินสอด มากเกินไป กอแลตต์รู้สึกโกรธพ่อของชาร์ลอตต์มาก

ทันใดนั้นเองมีคนแจ้งว่าครอบครัวของชาร์ลอตต์เข้าเมืองมาพบชาร์ลอตต์ แต่ถูกทิ้งไว้ที่ริมถนนเพราะ ขนสัตว์มาด้วย พวกเขาถูกตำรวจจับเนื่องจากไม่จ่ายค่ารถโดยสารและทะเลาะกับตำรวจโดยอ้างว่าเขาเป็น คนใหญ่โตในเมืองนี้ ทั้งชาร์ลอตต์และกอแลตต์ตกใจมาก จึงช่วยคิดแผนการช่วยเพื่อน ก่อนจะรีบรุดไปที่ สถานีตำรวจ เหตุการณ์จึงไม่เลวร้ายอย่างที่คิด เพราะมีตำรวจแจ้งว่าชาร์ลอตต์จะแต่งงานกับผู้ชายที่มีตำแหน่ง เป็นข้าราชการระดับสูง พ่อดีใจยอมลูกสาวให้แต่งงานกับชายคนนั้น และจะกลับไปบอกชาวบ้านเพื่อช่วยกัน เรียกสินสอดตามที่ต้องการ กอแลตต์รู้สึกตกใจที่ได้ยินคำพูดของพ่อชาร์ลอตต์

อย่างไรก็ตามด้วยการช่วยเหลือของกอแลตต์ เหตุการณ์จึงจบลงอย่างมีความสุข

บทละครเรื่อง *Jusqu'à nouvel avis*

เหตุการณ์ในเรื่องนี้เกิดขึ้นที่มูเตสซี (Mvoutessi) เป็นหมู่บ้านเล็กๆ ทางตอนใต้ของประเทศแคเมอรูน ซึ่งชาวชนบทเคยมีวิถีชีวิตอยู่อย่างเรียบง่าย ตัวละครหลักคืออเบโซโล (Abessolo) เขามีลูกสาวหนึ่งคนคือเมโซเอ (Mézoé) มีลูกสาวสองคนคือ อาดา (Ada) และมาตาลีนา (Matalina) อเบโซโลมีความคิดแบบผู้ชายชาวแอฟริกันทั่วๆ ไปที่เชื่อว่าเขามีสิทธิ์ในตัวผู้หญิงอย่างเต็มที่ เพราะเขาได้ขายสินสอดให้แล้ว ก่อนแต่งงาน

อเบโซโลได้ส่งมาตาลีนาลูกสาวของเขาไปเรียนที่ประเทศฝรั่งเศส มาตาลีนาได้แต่งงานกับสามีที่นั่น และได้ทำงานในเมืองหลวงยาฮุนเด แต่ไม่ได้กลับมาเยี่ยมครอบครัวที่หมู่บ้านอีกเลย พ่อเฝ้าคอยลูกสาวอย่างใจจดใจจ่อ และไม่เข้าใจพฤติกรรมของลูกสาวเลย อเบโซโลทำใจว่าโลกปัจจุบันคงเปลี่ยนไปแล้ว

ผู้เขียนสะท้อนสภาพสังคมแอฟริกันผ่านตัวละครเมโซเอที่ได้ไปอาศัยอยู่กับน้องสาวในเมืองหลวงสองอาทิตย์ เขาบรรยายทุกสิ่งที่ได้เห็นในเมืองหลวงให้ชาวบ้านฟังด้วยความตื่นเต้น เขาเชื่อว่าวิถีชีวิตของคนในเมืองมีวัฒนธรรมและมีอารยธรรม ทำให้ครอบครัวรู้สึกว่าเขาอยากมีชีวิตอยู่แบบนั้นบ้าง แต่เขาขาดโอกาส วิธีเดียวที่จะสานฝันได้คือยกลูกสาวให้กับผู้ชายที่มีฐานะร่ำรวย แม้ว่าจะส่งผลเสียอย่างไรก็ตาม

อาดาลูกสาวของอเบโซโลแต่งงานกับข้าราชการชั้นผู้ใหญ่ ซึ่งพบกับความทุกข์ในชีวิตแต่งงาน ผู้เป็นสามีข่มขู่และบังคับให้อาดาทำงานในสำนักงานแห่งหนึ่งเพื่อหาเงิน เขาหวังจะกอบโกยจากเงินผู้หญิงเช่นกัน สามีของอาดาเชื่อว่าสังคมเปลี่ยนไปแล้ว เมื่อผู้หญิงมีโอกาสเรียนหนังสือก็ต้องทำงาน

พ่อของอาดาเสียใจเมื่อรู้ว่าลูกสาวถูกข่มขู่ มาตาลีนาจึงเป็นเหยื่อของเหตุการณ์ครั้งนี้ เพราะพ่อต้องการนำเงินที่ได้จากสามีมาตาลีนามาชดเชยให้สามีของอาดา แต่อเบโซโลมีความฉลาด เขาไม่เรียกสินสอดจากลูกเขย แต่จะเรียกร้องประโยชน์ระยะยาว ซึ่งสามีของมาตาลีนาก็รู้เท่าทัน

ความขัดแย้งมีมากขึ้นเมื่อสามีของมาตาลีนาไม่ยอมรับตำแหน่งที่สูงขึ้น เพราะเขาไม่ต้องการ เขาอยากเป็นหมอทำงานอยู่ในโรงพยาบาลของหมู่บ้านเล็กๆ อเบโซโลพยายามเปลี่ยนแปลงความคิดของลูกเขย และในครั้งนี้มาตาลีนาที่มีความคิดเหมือนพ่อคืออยากให้สามีทำงานในเมืองหลวง ซึ่งพวกเขาหวังว่าจะมีชีวิตอย่างหรูหราที่นั่น

ในที่สุดสามีของมาตาลีนาเขียนจดหมายฉบับหนึ่งเพื่อบอกกับครอบครัวของมาตาลีนาเป็นภาษาฝรั่งเศส มีข้อความว่า

‘Son excellence M. le Secrétaire Général a le regret de vous informer qu’en raison de circonstances indépendantes de sa’

จากข้อความในจดหมายระบุตำแหน่งของของลูกเขย พ่อของมาตาลีนาดีใจที่ลูกเขยยอมรับตำแหน่งใหญ่โต เล่าให้ชาวบ้านฟังอย่างภูมิใจ แต่จากจดหมายฉบับนี้ทุกคนรู้ว่าเขาเขียนมาเพื่อต้องการจบปัญหาทุกอย่าง และพวกเขาจะไม่กลับมาหาพ่ออีก เพราะเขาได้ตอบในจดหมายแล้วว่า ‘Jusqu’à nouvel avis’ หรือ ‘Until Further Notice’

จากบทละครทั้งสามเรื่อง กีโยม โอโยโน เอ็มปืออาได้รับแรงบันดาลใจจากผลงานเรื่อง ‘L’Avaro’ ของโมลิเอร์ ซึ่งสร้างตัวละครจากสภาพที่แท้จริงของสังคม ในคริสต์ศตวรรษที่ 17 ผู้คนในประเทศฝรั่งเศส ก็ประสบปัญหาการเงิน ทุกคนพยายามจะเก็บสะสมเงิน เพราะทุกคนล้วนแล้วแต่อยากมีชีวิตในสังคมชนชั้นกลางทั้งสิ้น โมลิเอร์นำเสนอตัวละครหลักของเรื่องคืออาร์ปากง (Harpagon) อาร์ปากงเป็นคนมีฐานะ อยู่ในสังคมชนชั้นกลาง เป็นคนตระหนี่ที่ต้องการจะเก็บสะสมเงินโดยไม่สนใจสิ่งใด ด้วยเหตุนี้อาร์ปากงจึงเป็นสาเหตุปัญหาของลูกทั้งสองคน คือ เอลิซ (Elise) และเคลอง (Cléant)

อาร์ปากงได้เก็บเงิน 10,000 เหรียญไว้ที่บ้าน แต่ทรัพย์สินเหล่านี้ไม่ได้ทำให้ชีวิตลูกๆ ของเขามีความสุข ตรงกันข้ามทรัพย์สินก็นำความขัดแย้งมาสู่ครอบครัว เขาพยายามจะคลุมถุงชนให้เอลิซแต่งงานกับองแซลม์ (Anselme) และให้ลูกชายแต่งงานกับเศรษฐินีหม้ายเพื่อจะไม่ต้องจ่ายสินสอดให้ ลูกๆ จึงกลายเป็นเหยื่อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเอลิซซึ่งเป็นคนอ่อนโยน ไม่กล้าที่จะขัดคำสั่งของพ่อ

อาร์ปากงมีความตระหนี่ เขาย้ำคำว่า ‘จะไม่จ่ายสินสอด’ ถึงสี่ครั้ง เพื่อยืนยันว่าเขาจะไม่ยอมจ่ายสินสอดในการแต่งงานลูก วาเลร์ (Valère) ซึ่งเป็นคนรักของเอลิซเข้าใจว่าสำหรับอาร์ปากง สินสอดสามารถซื้อได้ทุกอย่าง อาร์ปากงจึงเป็นตัวอย่างของพ่อจอมตระหนี่ที่พยายามจับลูกๆ แต่งงานโดยไม่จ่ายสินสอด สินสอดเป็นปัญหาสำคัญในคริสต์ศตวรรษที่ 17

หากเราดูสถานการณ์ในทวีปแอฟริกา เอ็มปืออาร์นำเสนอเหตุการณ์เกี่ยวกับการทุจริตสินสอด ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ใหม่ที่เกิดขึ้นในสังคมยุคหลังอาณานิคม โดยมีปัจจัยภายนอกก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ในอดีตเศรษฐกิจในแอฟริกาเป็นแบบแลกเปลี่ยนระหว่างสิ่งของกับสิ่งของ และมีวิวัฒนาการกลายมาเป็นระบบการเงินเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยน เงินกลายเป็นปัจจัยหลักในการหมุนเวียนเศรษฐกิจ และการจ่ายสินสอดต้องใช้เงิน สินสอดจึงกลายเป็นสาเหตุของความอ่อนแอของสังคม

สังคมแอฟริกันยุคหลังอาณานิคมมีลักษณะคล้ายกับสังคมฝรั่งเศสในสมัยคริสต์ศตวรรษที่ 17 ผู้ชายมีอำนาจเด็ดขาด ผู้หญิงไม่มีสิทธิไม่มีเสียง ต้องเป็นฝ่ายรับฟังคำสั่งผู้ชายซึ่งมักใช้อำนาจกับลูกและภรรยาในครอบครัวมากเกินไป เมื่อผู้ชายต้องการเลื่อนฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจ เขาพบวิธีทางเดียวคือการแต่งงานของลูกๆ ที่ควรแต่งงานกับคนที่คู่ควรและจ่ายสินสอดให้พ่อตาได้มากที่สุด

ในบทละครทั้ง 3 เรื่อง เราได้รู้จักตัวละครผู้เป็นพ่อจอมบงการ คืออาตองกานา เอ็มบาการ์ และอเบโซโล พ่อทั้งสามคนส่งลูกสาวไปเรียนที่โรงเรียนของชาวฝรั่งเศส เพื่อหวังผลตอบแทน วันหนึ่งบรรดาลูกสาวจะได้เป็นบุคคลสำคัญ และได้แต่งงานกับผู้ชายที่ร่ำรวย พวกเขาคิดแผนการไว้โดยที่ลูกสาวไม่ล่วงรู้

จะเห็นได้ว่าพ่อทั้ง 3 คน แสดงบทบาทเหมือนกับอาร์ปากงที่กระทำทุกอย่างเพื่อหวังผลประโยชน์ส่วนตน โดยไม่คำนึงว่าการแต่งงานคือการตกลงของคน 2 คน อย่างไรก็ตามสิ่งที่แตกต่างกันก็คือตัวละครผู้เป็นพ่อของเอ็มปืออาทั้งสามมีฐานะยากจน ไม่ได้เป็นชนชั้นกลางหรือร่ำรวยเหมือนอย่างอาร์ปากง เขาไม่มีโอกาสกินอยู่อย่างดี ไม่มีฐานะในสังคม สภาพความเป็นอยู่ผลักดันให้พวกเขาต้องทำทุกอย่างเพื่อสานฝันของตัวเอง พวกเขาปฏิบัติเหมือนกันคือการเรียกร้อสินสอด เนื่องจากพ่อต้องการนำสินสอดมาเพื่อชดเชยที่ตัวเองได้จ่ายค่าเล่าเรียนของลูกสาวไป อีกประการหนึ่งเพื่อรับประกันว่าทางครอบครัวจะมีสภาพความ



เป็นอยู่ที่สุขสบาย ร่ำรวย และมีเกียรติในสังคม นอกจากนี้พ่อยังนำเงินสินสอดของลูกสาวไปใช้เป็นสินสอดเพื่อขอผู้หญิงให้กับลูกชาย หรือนำเงินไปใช้เพื่อแต่งงานกับภรรยาคนใหม่

โมลิเอร์และเอ็มปือาได้นำเสนอเรื่องในตอนท้ายให้ลูกทุกคนมีความสุข แม้ว่าพ่อจะมีอำนาจและข่มขู่เพียงใด แต่ลูกก็ใช้ความพยายามเพื่อฝ่าฟันอุปสรรคได้ ทั้งนี้พวกเขามีผู้ที่คอยช่วยเหลือให้พวกเขาประสบความสำเร็จในการต่อสู้กับผู้เป็นพ่อ

ในเรื่อง ‘*L'Avare*’ เกลลอง เอลิซและมารีอันแฟนสาวของเกลลอง ได้ช่วยกันแก้ปัญหา พวกเขาไปปรึกษาลาเฟลช (*La Flèche*) ซึ่งเป็นคนรับใช้ในบ้าน แล้วคิดแผนไปขโมยกล่องเก็บเงินของอาร์ปากมาเพื่อประกันว่าพ่อจะยอมทุกอย่างเพื่อให้ได้ของที่เขารักที่สุดคืน ในที่สุดพ่อจึงยอมทำตามลูกทุกอย่างเพื่อให้ได้กล่องเงินคืนมา และลูกๆ ทุกคนจึงได้รับความสุขและได้แต่งงานกับคนที่ตนรัก

ส่วนจุดยึดตัวละครหลักในเรื่อง ‘*Trois Prétendants ... Un Mari*’ เมื่อรู้ว่าพ่อจะขายลูกสาวให้กับผู้ที่จ่ายสินสอดแพงที่สุด จึงคิดแผนการกับญาติและตัดสินใจขโมยเงินสินสอดที่ถูกจ่ายไว้ล่วงหน้ามาให้แฟนหนุ่มนำกลับไปสู่ขอ และได้แต่งงานกับเขาโดยไม่เสียสินสอดเลย

ในเรื่อง ‘*Notre fille ne se mariera pas*’ เมื่อพ่อประกาศว่าจะไม่ยอมให้ลูกสาวแต่งงาน ชาร์ลอตซึ่งเป็นผู้หญิงที่ได้รับการศึกษา เธอจึงคิดแผนกับกอลเลตและแกสตันการ์ณ ในท้ายที่สุดพ่อยอมรับให้ลูกสาวแต่งงานกับผู้ชายที่ลูกรัก เพราะเขาหวังว่าผู้ชายคนนั้นจะเป็นใหญ่และร่ำรวยในอนาคต

‘*Jusqu'à nouvel avis*’ ในเนื้อเรื่องไม่ปรากฏตัวละครตัวรอง แต่ผู้เขียนได้นำเสนอบทบาทของมาดาลีนตัวละครหลักที่ออกจากหมู่บ้านไปอาศัยในเมือง และไม่ยอมไปพบพ่อ เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาการปะทะกับคนในหมู่บ้าน และได้ใช้ชีวิตอยู่กับสามีตามที่ปรารถนา

สรุป

จากบทละครทั้ง 3 เรื่อง นักเขียนนำเสนอปัญหาเรื่องเงินในยุคสมัยที่แตกต่างกัน เงินเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวัน และได้กลายเป็นปัญหาหนึ่งในสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาเรื่องสินสอด ในคริสต์ศตวรรษที่ 17 สังคมฝรั่งเศสเริ่มมีการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจแล้ว แต่พ่อแม่ก็ยังเรียกสินสอดในการแต่งงานของลูก เพราะหวังให้ร่ำรวยมากขึ้น ส่วนในแอฟริกาเหตุการณ์เรียกสินสอดนั้นเป็นเรื่องที่รับได้ยากเพราะพ่อมักนำเงินที่ได้รับเป็นสินสอดมาใช้ในการแต่งงานของลูกชาย หรือนำเงินนั้นมาเพื่อเป็นสินสอดให้ตนเองใช้ในการแต่งงานกับภรรยาใหม่

อย่างไรก็ตามปัญหาเรื่องสินสอดและเงินเป็นปัจจัยก่อให้เกิดเหตุการณ์ต่างๆ ในสังคม ซึ่งนักเขียนได้นำมาเป็นเนื้อหาหลักในงานวรรณกรรมอย่างต่อเนื่อง

บรรณานุกรม

ศิริวิจิตร รวมศิลป์. “แนวโน้มนวนกรรมโพสต์โคโลเนียลของอัฟริกัน.” ใน การสัมมนาวัฒนธรรม
โพสต์โคโลเนียลนานาชาติ. หน้า 3-8. วันที่ 25 – 26 มิถุนายน 2546 ณ ห้อง 105 อาคารมหา
จุฬาลงกรณ์.

Gaxotte, Pierre. (1997). **Molière**. Paris : Flammarion.

“Guillaume Oyono-Mbia”. (2008). In *Encyclopedia Britannica*. [Online]. Available :

<http://www.britannica.com/EBchecked/topic/437062/Guillaume-Oyono-Mbia> Retrieved
September 17, 2008.

Kesteloot, Lilyn. (1967). **Anthologie négro-africain**. Paris : Gérard

Oyônô-Mbia, Guillaume. (1964). **Trois prétendants...un mari**. Yaoundé : Clé.

_____. **Notre fille ne se mariera pas**. Paris : OPTF-DA EC.

_____. (1975). **Jusqu'à nouvel avis**. Yaoundé : Clé.

Puzin, Claude. (1987). **Littérature textes et documents**. Paris : Nathan.

Sherer, Jacques. (1986). **La dramaturgie classique en France**. Paris : Nizet.

จิตวิญญาณของความต้องการเป็น “ที่หนึ่งในโลก” ของญี่ปุ่น

รองศาสตราจารย์ วรินทร์ ววงศ์

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ warintornw@hotmail.com

บทคัดย่อ

บทความนี้นำเสนอปัญหาว่าทำไมญี่ปุ่นจึงต้องการเป็นที่หนึ่งในโลกและญี่ปุ่นใช้นโยบายอะไรในการผลักดันให้เป็นจริง ญี่ปุ่นเป็นประเทศที่ไม่มีทรัพยากรธรรมชาติมาก การที่ญี่ปุ่นจะอยู่รอดได้ในสังคมมีทางเดียวคือการพัฒนาเทคโนโลยีในระดับสูงเพื่อผลิตสินค้าให้แข่งขันได้ในระดับนานาชาติ ที่สำคัญคือจิตวิญญาณของญี่ปุ่นเป็นจิตวิญญาณ ของการแข่งขันในระดับโลก สินค้าที่ผลิตจึงต้องเป็นที่หนึ่งในโลกเสมอ รัฐบาลญี่ปุ่นมองเห็นว่าการศึกษาคือกุญแจสำคัญ ที่จะทำให้การรับรู้วิทยาการสมัยใหม่เป็นไปได้ง่ายขึ้น นโยบายของญี่ปุ่นที่เริ่มจากการไล่ตามประเทศตะวันตกได้มีการขยับตัวเป็นต้องหนีการไล่ล่าจากประเทศในแถบเอเชียด้วยกัน ญี่ปุ่นจึงทุ่มเทการลงทุนที่จะต้องพัฒนาคนโดยผ่านกระบวนการศึกษา ญี่ปุ่นถือว่า การลงทุนพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ถือเป็นการลงทุนเครื่องมือการผลิตอย่างหนึ่ง ดังนั้นญี่ปุ่นจึงให้ความสำคัญกับการศึกษาเพื่อสร้างคนให้มีคุณภาพและนำคนเหล่านี้ไปสร้างเศรษฐกิจของชาติ การพัฒนาเทคโนโลยีในระดับสูงเพื่อผลิตสินค้าแข่งขันกับนานาประเทศทั่วโลกได้นั้นญี่ปุ่นได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีคุณสมบัติ 2 ประการคือ

1. เป็นผู้ที่มีความเข้มงวดต่อตนเอง (คุณภาพด้านการเป็นมนุษย์ที่พึงประสงค์ในสังคม)
2. เป็นผู้ที่มีองค์ความรู้ในระดับสูง (คุณภาพด้านองค์ความรู้)

Abstract

This paper will introduce why Japan wants to be number one in the world and what policies are implemented to achieve this. Japan is a country with few natural resources. In order to survive, Japan must develop its technology to produce products in order to compete with the rest of the world. The Japanese fighting spirit plays an important role. Therefore, Japanese products must always be number one in the world. The government views that education plays a key role in order to learn more easily in advanced knowledge. Japanese policies began from catching up with the western countries and now running away from the eastern countries who are trying to catch up with Japan. Therefore, Japan invests in creating quality people through education. Japan has emphasized the importance of education in order to develop human resources and use these people to drive the country's economy. In order to achieve their goal of being number one, basically, Japanese people are expected to have the 2 qualities: high standard of self discipline and knowledge as well.

บทนำ

ญี่ปุ่นเป็นประเทศที่มีสภาพภูมิประเทศเป็นเกาะตั้งอยู่ทางตะวันออกของทวีปเอเชีย มีเกาะเล็กเกาะใหญ่รวมกันทั้งสิ้นประมาณ 7,000 เกาะ เรียงรายตั้งแต่เหนือจรดใต้ด้วยความยาวประมาณ 3,000 กิโลเมตร พื้นที่ของประเทศรวมทั้งสิ้น 377,864 ตารางกิโลเมตร เกาะหลักของญี่ปุ่นมี 4 เกาะด้วยกันคือ เกาะฮอกไกโด ฮอนชู ชิโกกุ และคีวชู ภูเขาที่สูงที่สุดคือ ฟุจิ ซึ่งสูง 3,776 เมตร แม่น้ำฮิระโนะเป็นแม่น้ำที่ยาวที่สุดคือยาว 367 กิโลเมตร ญี่ปุ่นมีพื้นที่ทำการเกษตร 13.2 % ของพื้นที่ทั้งหมดในขณะที่มีพื้นที่อยู่อาศัย 4.7 % นอกนั้นส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ป่าภูเขาและที่ราบสูง ญี่ปุ่นแบ่งการปกครองออกเป็น 47 จังหวัด

ปัจจุบันญี่ปุ่นมีประชากรทั้งสิ้น 125 ล้านคน อายุขัยโดยเฉลี่ยของคนญี่ปุ่น ปี ค.ศ.2007 เป็นดังนี้คือ

ชาย 79.19 ปี อยู่ในลำดับที่ 3 ของโลก (ลำดับที่ 1 ไอซ์แลนด์ ลำดับที่ 2 ฮองกง)

หญิง 85.99 ปี อยู่ในลำดับที่ 1 ของโลกติดต่อกันเป็นเวลา 23 ปี

เมื่อดู GDP ปรากฏว่าใน ปี ค.ศ.1993 ญี่ปุ่นอยู่ในลำดับ 2 ของโลก (ลำดับ 1 ลักเซมเบิร์ก ลำดับ 3 สวิตเซอร์แลนด์) แต่เมื่อมาในปี 2006 GDP ของญี่ปุ่นตกลงมาอยู่ลำดับที่ 18 (ลำดับ 1 ลักเซมเบิร์ก ลำดับ 2 นอร์เวย์ ลำดับ 3 ไอร์แลนด์) จะอย่างไรก็ตาม เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในแถบเอเชีย เช่น เกาหลี หรือ สิงคโปร์ ญี่ปุ่นก็ยังมี GDP ที่สูงกว่าดังนี้คือ

ญี่ปุ่น 1,194,000 บาท : ปี (ประมาณ 99,500 บาท : เดือน)

สิงคโปร์ 1,000,000 บาท : ปี (ประมาณ 83,333 บาท : เดือน)

เกาหลี 600,000 บาท : ปี (ประมาณ 50,000 บาท : เดือน)

เมื่อเปรียบเทียบภาระการเสียภาษีเงินได้และเงินค่าประกันสังคมของญี่ปุ่นกับประเทศที่พัฒนาด้วยกันแล้ว ถือได้ว่าญี่ปุ่นยังอยู่ในระดับที่ไม่สูงนักดังนี้

สวีเดน 70.2 % ฝรั่งเศส 61 %

อังกฤษ 47.1 % ญี่ปุ่น 39.4 %

สหรัฐอเมริกา 31.9 %

นอกจากนี้ในปัจจุบันมีคนญี่ปุ่น 1.8% ถือครองทรัพย์สิน 18.5% ของทรัพย์สินในประเทศทั้งหมด

1. สังคมญี่ปุ่นปัจจุบัน

นับย้อนหลังไปประมาณ 30 ปีที่แล้ว คือประมาณ ปี ค.ศ. 1975 ในยุคนั้นญี่ปุ่นเป็นประเทศที่เจริญรุ่งเรืองมากทั้งทางด้านเทคโนโลยีและคุณภาพชีวิตของผู้คน ประชาชนอยู่ดีกินดีมีความหวังในชีวิต หัวหน้าครอบครัวทำงานหนักกลับถึงบ้านดึกดื่น ฝ่ายภรรยาที่ทำหน้าที่แม่บ้านได้อย่างเต็มที่ไปพร้อมๆ กับการดูแลบุตรในเรื่องการศึกษา ดังนั้นถ้าบ้านใดที่หัวหน้าครอบครัวกลับถึงบ้าน 5-6 โมงเย็น แสดงว่าหัวหน้าครอบครัวบ้านนั้นไม่มีอนาคตในที่ทำงาน จากความมั่นคงทางเศรษฐกิจส่งผลให้แต่ละครอบครัวสามารถกำหนดชีวิตในอนาคตได้ เช่น การกู้ยืมเงินเพื่อที่อยู่อาศัยของตน เป็นต้น และจากความเจริญของทางเศรษฐกิจทำให้ทุกคนมีรายได้เป็นของตนเอง คติปล้นชิงทรัพย์แทบไม่ปรากฏ จัดเป็นสังคมที่มีความ

ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของผู้คนมากที่สุดแห่งหนึ่งของโลก ถึงกับมีการกล่าวขานกันว่าสังคมญี่ปุ่นในยุคนั้นคือประเทศแห่งสังคมนิยมอย่างแท้จริง เพราะผู้คนส่วนใหญ่ของประเทศเป็นชนชั้นกลางที่มีฐานะ มีอันจะกิน คนจนมีเพียงเล็กน้อยและคนรวยก็มีจำนวนไม่มาก

ปี ค.ศ. 1945 เป็นปีที่สิ้นสุดสงครามโลกครั้งที่สอง หลังจากนั้นญี่ปุ่นค่อยๆฟื้นตัวและเมื่อเข้าปลายทศวรรษที่ 1950 เศรษฐกิจของญี่ปุ่นเข้าสู่ยุคขาขึ้นหรือยุคทอง แต่เมื่อเข้าปี 1990 ความหายนะทางเศรษฐกิจได้มาเยือน ญี่ปุ่นอยู่ในสภาพเศรษฐกิจฟองสบู่แตกต่อเนื่องยาวนานถึง 14 ปี จึงค่อยผงกหัวขึ้นอีกครั้ง แต่ไม่ได้หมายความว่าเศรษฐกิจญี่ปุ่นจะเจริญรุ่งเรืองดังในอดีต จากรายงานของ NHK ระบุว่า ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1995 มีคนญี่ปุ่นอดตายโดยเฉลี่ยปีละ 60-90 คน โดยเฉพาะในช่วง ปี ค.ศ. 2002-2007 มีคนญี่ปุ่นอดตาย 361 คน หมายความว่าใน 5 วัน มีคนอดตาย 1 คน

อันที่จริงรัฐบาลญี่ปุ่นมีระบบประกันสังคมช่วยเหลือให้ค่าเลี้ยงดูสำหรับผู้ที่ไม่ได้ระบบสวัสดิการเกี่ยวกับการช่วยเหลือคือจะให้เงิน 700 ดอลลาร์ (23,000 บาท) ต่อเดือน แต่ผู้ที่เข้าสู่ระบบต้องเปิดเผยทรัพย์สินสมบัติทั้งหมดว่ามีหรือไม่จึงรวมทั้งหมดให้แพทย์ตรวจร่างกาย ถ้าสุขภาพสมบูรณ์จะไม่ได้รับการช่วยเหลือ พวกเขาจะถูกผลักให้ไปทำงานหาเลี้ยงชีพเอง มีบางรายที่แพทย์ลงความเห็นว่าป็นโรคจิต แต่ก็ยังถูกแนะนำให้ไปทำงาน นโยบายของรัฐบาลคือให้แต่ละคนพยายามช่วยเหลือตนเองให้มากที่สุด การที่จะเข้าสู่ระบบสวัสดิการเช่นนี้จึงไม่ใช่เรื่องง่ายเพราะจะมีกฎเกณฑ์และขั้นตอนมาก เมื่อถูกผลักให้ไปหางานแต่หางานไม่ได้จึงเครียดและกดดันและคนกลุ่มนี้คือกลุ่มที่อดตาย นั่นหมายความว่า การสร้างกฎเกณฑ์มากเท่าไรก็ยิ่งทำให้มีคนอดตายมากเท่านั้น

ญี่ปุ่นเป็นประเทศที่มีการพัฒนาเทคโนโลยีอย่างไม่หยุดยั้ง แม้เศรษฐกิจจะล่มสลาย แต่ญี่ปุ่นไม่เคยหยุดยั้งในการพัฒนาด้านเทคโนโลยี นอกจากนี้ญี่ปุ่นยังเป็นนักผลิตสินค้าตัวกลาง โดยเฉพาะของที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้าทุกชนิด ของใช้ในครัวเรือน และญี่ปุ่นมักจะเป็นมืออาชีพในการผลิตของที่มีขนาดเล็กให้เข้ากับพื้นที่ใช้สอยในบ้านที่มีจำกัด อาจกล่าวได้ว่าตราบดีที่ญี่ปุ่นยังมีมหายาใจ ญี่ปุ่นก็จะไม่หยุดการพัฒนาสินค้าชนิดใหม่ๆ

ในด้านการคมนาคมโดยเฉพาะเส้นทางรถไฟ ญี่ปุ่นสามารถพัฒนาเครือข่ายเส้นทางรถไฟเป็นเส้นใยแมงมุมไปทั่วทุกจุดของประเทศ ทำให้ผู้คนได้รับความสะดวกสบายในการเดินทาง ผู้ที่อาศัยอยู่ในเมืองใหญ่ เช่น กรุงโตเกียวไม่ว่าจะอยู่ ณ จุดใดของกรุงโตเกียว สามารถเดินทางไปถึงที่หมายได้ในเวลาไม่เกินหนึ่งชั่วโมง และด้วยความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี ผู้โดยสารรถไฟสามารถสอดตัวรถไฟที่เครื่องตรวจตัวได้มากกว่าหนึ่งใบ และสามารถใส่จากด้านใดของตัวก็ได้ ใส่กลับหน้าหลังได้ทั้งสิ้นไม่จำเป็นต้องสอดใส่ตามลูกศรชี้บนหน้าตัวอีกต่อไป ในสถานีรถไฟมีการสร้างบันไดเลื่อนเพิ่มมากขึ้นแม้แต่สถานีเล็กๆ ก็จะพบเห็นบันไดเลื่อนหรือมีการปรับปรุงห้องสุขาตามสถานีรถไฟให้ทันสมัยและสะอาดมากขึ้น

2. จิตวิญญาณของคนญี่ปุ่น

เมื่อญี่ปุ่นเปิดประเทศในสมัยต้นเมจิคือปี ค.ศ. 1868 ญี่ปุ่นต้องตะลึงถึงความเจริญทั้งทางวัฒนธรรมและอารยธรรมของประเทศตะวันตก ญี่ปุ่นตั้งเป้าหมายไว้ว่า ญี่ปุ่นจะต้องพัฒนาประเทศให้ทัดเทียมกับประเทศตะวันตกให้ได้ ด้วยเหตุที่คนญี่ปุ่นเป็นชนชาติที่มีความพยายามและความมุ่งมั่นในระดับสูงอยู่ในจิตวิญญาณ ญี่ปุ่นจึงสามารถบรรลุถึงปณิธานที่ตั้งไว้ จิตวิญญาณแห่งความพยายามและความมุ่งมั่นไม่ใช่จิตวิญญาณระดับท้องถิ่น แต่เป็นจิตวิญญาณระดับชาติ ดังนั้นเมื่อญี่ปุ่นพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศ เป้าหมายของญี่ปุ่นคือสินค้าที่ผลิตนั้นต้องใช้ได้ในระดับโลก ผลพวงแห่งจิตวิญญาณคือสินค้านั้นสามารถเข้าสู่ตลาดการแข่งขันระดับโลกได้ และเป็นที่ยอมรับกันทั่วไป ณ ที่นี้ผู้เขียนใคร่ขอยกตัวอย่างจิตวิญญาณในการผลิตสินค้า 2 ตัวอย่าง ซึ่งผู้เขียนได้ข้อมูลจากสารคดี Project X ของรายการ HHK เมื่อเดือนกุมภาพันธ์และสิงหาคม ปี พ.ศ. 2544 ตามลำดับ ดังนี้

การผลิตหม้อหุงข้าวไฟฟ้า

ในปี ค.ศ. 1951 ประเทศญี่ปุ่นได้นำเข้าเครื่องใช้ไฟฟ้าจากสหรัฐอเมริกา ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้านเรือน เช่น เครื่องดูดฝุ่น เครื่องซักผ้า เป็นต้น มินามิเป็นเจ้าของโรงกลึง เขามีคนงานที่อยู่ในความดูแล 100 คน ต่อมาโรงงานประสบกับภาวะการขาดทุน เจ้าหนี้เริ่มมาทวงหนี้ หลังจากนั้นมีคนมาขอซื้อโรงงาน มินามิได้บอกหน้ามามากองานยามาคะผู้ซึ่งในขณะนั้นมีตำแหน่งเป็นพนักงานฝ่ายขายของบริษัทโตชิบา ยามาคะได้เสนองานให้ชิ้นหนึ่งคือการผลิตหม้อหุงข้าวไฟฟ้า ซึ่งในขณะนั้นบริษัทมิซูบิชิพยายามทำอยู่แต่ไม่สำเร็จ ยามาคะเคยเสนอที่บริษัทโตชิบาก็ไม่มีใครเห็นด้วย ที่จริงหม้อหุงข้าวไฟฟ้าที่ใช้ในเวลานั้นมีบางบริษัททำอยู่ แต่ไม่มีบริษัทไหนสามารถทำให้หม้อหุงข้าวตัดไฟอัตโนมัติได้เมื่อข้าวสุก มินามิตัดสินใจรับงานชิ้นนี้มาทำทันที เขาเริ่มงานใหม่นี้ที่บ้าน เขาพบว่าหม้อหุงข้าวไฟฟ้าในเวลานั้นใช้เวลา 20 นาที ในการทำให้ข้าวสุก งานของเขาคือจะหาวิธีเพื่อให้หม้อหุงข้าวตัดไฟอัตโนมัติ มินามิตดลองหุงข้าวแล้วแล้วอีกจนข้าวหมด เผอิญสมัยที่เขาอยู่การซื้อขายข้าวสารจะใช้ระบบปันส่วนเขาจำเป็นต้องใช้ข้าวสารในการทดลอง เมื่อไม่มีทางเลือกเขาถึงแอบไปซื้อที่ตลาดมืดซึ่งแน่นอนเขาถูกตำรวจจับหลายครั้ง มินามิมีนุตร 6 คน จากบ้านที่เคยมีเสียงหัวเราะกลับค่อยๆ เริ่มเงียบหาย บรรยากาศภายในบ้านมีแต่ความเครียด ภรรยาของเขาคือ ฟูมิโกะ เธอช่วยสามีเต็มที่ในการทดลองต่างๆ รวมทั้งเป็นผู้คอยวัดอุณหภูมิเมื่อข้าวสุกแล้วจดบันทึก ฟูมิโกะต้องคอยจดบันทึกทั้งวันทั้งคืน ขณะที่งานยังไม่ประสบความสำเร็จ ยามาคะได้มาปรากฏตัวที่บ้านและแจ้งว่า เขาสามารถหาสวิทช์ที่ตัดไฟได้แล้ว บรรยากาศในบ้านจึงเริ่มคลั่งคลั่งอีกครั้ง กระนั้นก็ตามปัญหาใหม่ได้เกิดขึ้นกล่าวคือ หม้อหุงข้าวไฟฟ้าอัตโนมัตินี้จะต้องใช้ไฟตั้งแต่สอโกโกโดถึงคิวชู แต่พอนำหม้อไปทดลองในที่หนาวเย็นอุณหภูมิของหม้อไม่ถึง 100 องศา ทำให้ข้าวไม่เดือด ฟูมิโกะตรากตรำกับการทดลองนี้มากจนกระทั่งป่วยเป็นโรคไต ลูกทั้ง 6 คนจึงเข้ามาช่วยแม่เพราะแม่ไม่ยอมหยุดการทดลอง แม่จงดรยละเอียดในเรื่องเวลามาก มีการบันทึกคำนวณเวลาเป็นนาฬิกา มินามิได้ปรับทุกข์กับ ยามาคะว่าความร้อนในหม้อหุงข้าวหาย บ้านกำลังจะถูกยึด ยามาคะเสนอว่าที่สอโกโกโดเขาใช้หม้อแบบหนึ่ง

ที่เก็บความร้อนได้ดี เมื่อมินามิทำตามที่ยามาตะแนะนำ ผลปรากฏว่าในปี ค.ศ. 1955 เขาทำได้สำเร็จ วันแห่งความสำเร็จ มินามิเป็นผู้หุงข้าวให้ลูกรับประทานด้วยหม้อหุงข้าวไฟฟ้าอัตโนมัติที่พวกเขาร่วมมือร่วมใจกันผลิตขึ้นมา

ยามาตะได้นำหม้อหุงข้าวไฟฟ้าไปโฆษณาขายที่ออกไกโด โดยเจาะไปที่กลุ่มแม่บ้าน เขาสาธิตการหุงข้าวและแสดงให้เห็นว่าข้าวในหม้อไม่ไหม้ และแม่บ้านจะมีเวลาว่างให้กับตนเองอีกมากในตอนเช้า การที่ยามาตะเน้นคำว่าไม่ไหม้ เพราะในสมัยก่อน ถ้าผู้หญิงคนไหนหุงข้าวไหม้จะหมดคุณสมบัติการเป็นภรรยาทันที

หม้อหุงข้าวไฟฟ้าอัตโนมัติถือเป็นหม้อรุ่นบุกเบิกแรกของโลกที่สามารถตัดไฟอัตโนมัติได้เมื่อข้าวสุก ราคาขายครั้งแรกประมาณเศษหนึ่งส่วนสามของเงินเดือนพนักงานบริษัท ซึ่งเป็นราคาที่สูง จะอย่างไรก็ตามผู้คนนิยมใช้กันมากขึ้นๆ โรงงานเดิมของมินามิได้ฟื้นคืนชีพอีกครั้ง หลังจากนั้นอีก 4 ปี คือปี ค.ศ.1959 ฟูมิโกะได้เสียชีวิตลง เธออุทิศตนให้กับหม้อหุงข้าว อุทิศชีวิตให้กับสามีและครอบครัวอย่างมาก ล้น จดหมายจากทั่วทุกทิศหลังไหลมากล่าวคำขอบคุณว่า "ชีวิตฉันในตอนเช้าสบายขึ้นมาก" หม้อหุงข้าวไฟฟ้าแบบอัตโนมัติใบแรกของโลก ณ ปัจจุบันได้ถูกเก็บรักษาเป็นอย่างดีโดยลูกๆ ของมินามิ และฟูมิโกะ

การผลิตนาฬิกาควอตซ์

ที่เมืองทสึระ จังหวัดนางาโนะ ในอดีตเป็นแหล่งผลิตไหมที่สำคัญของญี่ปุ่น เมื่อ เกิดสงครามโลกครั้งที่ 2 โรงงานต่างๆ ได้ปิดตัวลงคนงานหญิงจึงตกงานกันมาก ยามาสะกิฮิสะโอะ วัย 38 ปี (ค.ศ. 1942) ได้ปรึกษากันในหมู่เพื่อนที่ขายของตามร้านต่างๆ ว่าจะผลิตอะไรดี ยามาสะกิเกิดความคิดขึ้นมาว่าเขาอยากจะทำให้ญี่ปุ่นเป็นเจ้าแห่งนาฬิกา หรืออีกนัยหนึ่ง "สวิสแห่งตะวันออก" ให้ได้ ในสมัยนั้นด้านนาฬิกาเดินผิดเวลา 3 นาทีต่อวันถือเป็นเรื่องปกติ เขาจึงมีความมุ่งมั่นที่จะผลิตนาฬิกาที่มีความเที่ยงตรงมากที่สุดเท่าที่จะทำได้ เขาจึงได้ตั้งโรงงานผลิตนาฬิกามีพนักงาน 22 คน ปี ค.ศ. 1946 เมื่อสงครามสิ้นสุด โรงงานเขาสามารถผลิตนาฬิกาที่เดินผิดเวลา 2 นาทีต่อวัน กระนั้นก็ตามเขามักจะได้รับการดูถูกว่าเป็นนาฬิกาบ้านนอก ยามาสะกิดังปณิธานไว้ว่า เขาจะผลิตนาฬิกาที่เที่ยงตรงที่สุดในโลกให้ได้ หลังจากนั้นอีก 10 ปี โรงงานเขามีพนักงานเพิ่มเป็น 900 คน เขาสามารถทำนาฬิกาที่เดินผิดเวลาเพียง 20 วินาทีต่อวัน แต่นาฬิกาที่เขาทำได้นั้นยังเป็นนาฬิกาที่ต้องใช้ไขลาน ในช่วงเวลาเดียวกันที่ประเทศสหรัฐอเมริกาสามารถผลิตนาฬิกาแบบไขลานที่มีความแตกต่างในเรื่องเวลาเพียง 2 วินาทีต่อวัน ทำให้นาฬิกาขายดีมาก นอกจากนี้ที่สหรัฐอเมริกายังสามารถผลิตนาฬิกาควอตซ์ที่มีความแตกต่างในเรื่องเวลาเพียง 0.01 วินาทีต่อวันแต่นาฬิกาดังกล่าวเป็นตั้งโต๊ะ สิ่งต่างๆ เหล่านี้ได้จุดประกายให้ยามาสะกิทะเยอทะยานที่จะผลิตนาฬิกาควอตซ์บ้าง แต่เขาตั้งเป้าไว้สูงกว่านั้นคือ เขาจะผลิตในรูปนาฬิกาข้อมือที่มีความเที่ยงตรงที่สุด ซึ่งเขาต้องการผู้เชี่ยวชาญทางด้านอิเล็กทรอนิกส์ ยามาสะกิเริ่มเดินทางเข้าเมืองโตเกียว โดยมุ่งไปที่มหาวิทยาลัยมีชื่อต่างๆ ในโตเกียว เพื่อเข้าพบอาจารย์ที่ปรึกษา ขอให้ช่วยแนะนำให้นักศึกษาที่กำลังจะจบไปทำงานที่โรงงานของเขาแต่ก็ได้รับการปฏิเสธ อาจารย์เหล่านั้นอ้างว่าลูกศิษย์ของตนมีบริษัทใหญ่ที่มั่นคงเข้ามาติดต่อขอตัวกันเรียบร้อยแล้ว คงไม่

มีใครอยากไปทำงานตามโรงงานบ้านนอก ยามาสะกิไม่ละความพยายาม เขายังเที่ยวตระเวนกัมหัวจรดพื้น กับอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อขอนักศึกษา จนพนักงานบริษัทเห็นภาพนี้ไม่ไหวถึงกับเอ่ยปากว่ายามาสะกิมีตำแหน่งเป็นถึงเจ้าของกิจการทำไมจึงต้องทำถึงขนาดนี้ ยามาสะกิกลับตอบว่า ถ้าเป็นศิระของผมนเองผมนจะ กัมหัวสักกี่ครั้งก็ได้ ในที่สุดยามาสะกิได้มาที่มหาวิทยาลัยชิซุโอกะ และมากัมหัวจรดพื้นกับอาจารย์ที่ ปรึกษาเพื่อขอนักศึกษาอีกเช่นเคย ครั้งแรกอาจารย์โอกาเบะจะปฏิเสธ แต่เมื่อเห็นความตั้งใจจริงของยามา สะกิจึงเกิดความเชื่อมั่นว่า ถ้าส่งลูกศิษย์ไปช่วยคงไม่ผิดหวัง ยามาสะกิจึงได้นักศึกษามาช่วยพัฒนานาฬิกา ข้อมือของเขา การพัฒนาดำเนินมาเรื่อยๆ แต่ในขณะที่ยังไม่ประสบผลสำเร็จ ยามาสะกิได้เสียชีวิตลงด้วย โรคมะเร็งในกระเพาะอาหารในวันเพียง 58 ปี ปี ค.ศ. 1963 บริษัทผลิตนาฬิกาข้อมือโรเล็กซ์ของสวิสได้ ประกาศตัวออกมาว่าสามารถผลิตนาฬิกาข้อมือควอตซ์ได้เป็นผลสำเร็จ ขาวนี่จึงเป็นตัวเร่งให้ทางทีมงานยิ่ง ต้องเร่งผลิตนาฬิกาออกมาให้ได้แม้ยามาสะกิจะเสียชีวิตไปแล้วก็ตาม ในท้ายที่สุด ปี ค.ศ. 1969 พวกเขา ประสบผลสำเร็จในการผลิตนาฬิกาข้อมือควอตซ์ที่เดินเที่ยงตรงที่สุดในโลกได้สำเร็จเป็นพวกแรก ก็จะมี ความแตกต่างในเรื่องเวลาเพียง 0.2 วินาทีต่อวัน ขาวนี่ได้ถูกกระจายไปทั่วโลกถึงความสำเร็จอันยิ่งใหญ่ของ ญี่ปุ่น เมืองทสึวะที่ผู้คนเคยดูถูกว่าเป็นเมืองบ้านนอก มาบัดนี้คำสบประมาทได้หายไปอย่างสิ้นเชิง สองตัวอย่างที่ยกขึ้นมากล่าวข้างต้น เป็นเรื่องจริงที่เกิดขึ้นในประวัติศาสตร์ของญี่ปุ่น แสดงให้เห็น ถึงจิตวิญญาณแห่งความมุ่งมั่น และพยายามที่จะพัฒนาความคิดความสามารถให้เท่าเทียมตะวันตก หลาย ครั้งที่ต้องเอาชีวิตครั้งหนึ่งมาทุ่มเทให้กับงานที่มุ่งมั่นจะทำให้สำเร็จ ตัวอย่างของผลงานสองชิ้นนี้แสดงให้เห็น ว่าคนญี่ปุ่นไม่ใช่เป็นนักเลียนแบบอย่างเดียว แต่เขาสามารถพัฒนาให้ดีกว่าของที่เลียนแบบ ผู้คนอีก หลายล้านคนทั่วโลกพลอยได้รับความสะดวกสบายจากผลงานที่พวกเขาคิดค้นไว้ (วรินทร์ ฐนาคะ: 94-98)

3. ทำไมญี่ปุ่นจึงต้องการเป็นที่หนึ่งในโลก

จากการที่ญี่ปุ่นมีประชากรถึง 125 ล้านคน ภูมิประเทศส่วนใหญ่ของญี่ปุ่นเป็นภูเขาและที่ราบสูง ญี่ปุ่นจึงมีพื้นที่สำหรับเกษตรกรรมน้อย ดังนั้นถ้าญี่ปุ่นไม่ทำอะไรคงอดตายกันหมด ญี่ปุ่นจึงหันมาพัฒนา ด้านอุตสาหกรรม กล่าวในทางรูปธรรมคือ การผลิตสินค้า การที่จะทำให้ประเทศอยู่รอดนั้นจะต้องผลิต สินค้าที่มีคุณภาพและขายได้ในระดับโลก ที่สำคัญคือจิตวิญญาณของญี่ปุ่นเป็นจิตวิญญาณของการแข่งขัน ในระดับโลก สินค้าที่ผลิตจึงต้องเป็นที่หนึ่งในโลกเสมอ

การที่ญี่ปุ่นผงาดอยู่บนเวทีโลกได้ก็เพราะญี่ปุ่นเป็นยอดนักผลิตสินค้าออกสู่ตลาดโลก จากสินค้าที่ ไม่มีคุณภาพในอดีต ญี่ปุ่นสามารถพัฒนามาเป็นสินค้าที่มีคุณภาพได้ในปัจจุบัน แต่เมื่อสินค้าจากจีนและ เกาหลีสามารถตีตลาดสินค้าญี่ปุ่นได้มาก เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า สินค้าอุปโภคบริโภคต่างๆ เหตุการณ์เหล่านี้ ได้สร้างความวิตกให้แก่เกษตรกรชาวญี่ปุ่นเป็นอย่างมาก ญี่ปุ่นจึงพยายามเลิกการผลิตสินค้าประเภทจำนวน มากเปลี่ยนมาเป็นการผลิตสินค้าที่ต้องใช้เทคโนโลยีในระดับสูง มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เน้นกลุ่มเป้าหมาย ลูกค้านำใหม่เพื่อให้อยู่รอดจากการวิ่งไล่ตามของจีน เกาหลีหรือประเทศอื่นๆ ได้

ญี่ปุ่นมีความปรารถนาอย่างแรงกล้าในการพัฒนาขนส่งอวกาศเชิงพาณิชย์ แต่ประสบความสำเร็จล้มเหลวมาตลอด จนสหรัฐอเมริกาประมาณว่าญี่ปุ่นไม่มีทางทำได้สำเร็จ แต่ญี่ปุ่นก็อดทนและไม่ยอมแพ้ จนในที่สุดก็สามารถยิงจรวดขึ้นสู่อวกาศและประสบความสำเร็จในการปล่อยดาวเทียมของตนขึ้นสู่อวกาศได้ในปี ค.ศ. 2005 ญี่ปุ่นตั้งปณิธานไว้เสมอว่าจำเป็นต้องพัฒนาเทคโนโลยีระดับสูงให้ทัดเทียมสหรัฐอเมริกาให้ได้

ดังนั้นเมื่อญี่ปุ่นมีแนวโน้มจะผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูงและราคาแพง หรือต้องการแข่งขันเทคโนโลยีด้านอวกาศกับสหรัฐอเมริกามากขึ้นเท่าใด ความจำเป็นในการสร้างทรัพยากรมนุษย์ที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวก็ยิ่งเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น ญี่ปุ่นจึงได้เริ่มปฏิรูปการศึกษาอีกครั้งที่ 3 ในยุค ค.ศ. 1980 เป็นต้นมาโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อเพิ่มทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณลักษณะดังกล่าว และเพื่อลดบรรยากาศการแข่งขันทางการศึกษาไปด้วย แต่ญี่ปุ่นไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร ญี่ปุ่นจึงได้ปฏิรูปหลักสูตรครั้งใหญ่และประกาศใช้ในปี ค.ศ. 2002 โดยมีความหวังว่าจะสนองต่อจุดมุ่งหมายดังกล่าว มีการกล่าวกันว่าการปฏิรูปการศึกษาของญี่ปุ่นในท้ายที่สุดก็คือการปฏิรูปการผลิตสินค้านั่นเอง

แม้ว่าญี่ปุ่นได้ประสบกับวิกฤตเศรษฐกิจฟองสบู่แตกในช่วงปี ค.ศ. 1990-2004 แต่ญี่ปุ่นไม่เคยหยุดยั้งการพัฒนาเทคโนโลยีในปี ค.ศ. 2010 ทั้งญี่ปุ่นและสหรัฐอเมริกานำรถยนต์ที่ใช้พลังงานจากไฟฟ้าออกจำหน่ายทั่วโลก ญี่ปุ่นสามารถสร้างโรงงานไฟฟ้านิวเคลียร์ที่มีความปลอดภัยสูง เพราะญี่ปุ่นมี know-how ในการเชื่อมวัสดุให้สนิทปราศจากรอยร้าว ในอนาคตอันใกล้หลายประเทศคงต้องพึ่งพลังงานไฟฟ้าจากนิวเคลียร์ เนื่องจากการขาดแคลนน้ำมันซึ่งญี่ปุ่นสามารถให้บริการด้านนี้ได้ เพราะในปี ค.ศ. 2005 ประเทศญี่ปุ่นมีโรงงานไฟฟ้านิวเคลียร์ที่ดำเนินการอยู่ 54 แห่ง และกำลังก่อสร้างหรืออยู่ในแผนอีก 13 แห่ง รวมทั้งสิ้น 67 แห่ง ในขณะที่เดียวกันญี่ปุ่นกำลังพัฒนาเทคโนโลยีในการนำพลังงานจากแสงอาทิตย์เพื่อนำกลับมาใช้บนโลก โดยวิธีสร้างสถานีในอวกาศเพื่อผลิตเซลล์แสงอาทิตย์ หนึ่งสถานีอวกาศสามารถผลิตพลังงานได้เท่ากับโรงงานไฟฟ้านิวเคลียร์หนึ่งโรง นอกจากนี้ญี่ปุ่นยังมีคำขวัญของตนใหม่คือ New Japan = Moon Plan ซึ่งปัจจุบันญี่ปุ่นได้ลงทุนส่งนักบินอวกาศของตนเข้าร่วมเดินทางไปยังสถานีอวกาศนานาชาติอยู่เสมอ บริษัทดาชิของญี่ปุ่นสามารถผลิตโทรทัศน์จอแบนหนา 3.5 เซนติเมตร บริษัทชาร์ป ผลิตได้หนา 2 เซนติเมตร ในขณะที่บริษัทไฟโอเนียร์ สามารถผลิตจอแบนได้ 9 มิลลิเมตรมีน้ำหนัก 18 กิโลกรัมทำให้แขวนบนผนังได้ จากที่กล่าวมานี้เป็นตัวอย่างเพียงเล็กน้อยของการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีที่ไม่เคยหยุดของญี่ปุ่น ผู้ที่ติดตามข่าวความเคลื่อนไหวของญี่ปุ่นจะพบว่าในแต่ละวันจะมีการนำเสนอเรื่องของเทคโนโลยีใหม่ๆ ออกสู่สายตาตลอดเวลา

อนึ่งปัจจุบันญี่ปุ่นผลิตอาหารภายในประเทศได้เองเพียง 39 % (ค.ศ. 2006) ของความต้องการในประเทศทั้งหมดซึ่งอยู่ในระดับต่ำสุดของประเทศที่พัฒนาด้วยกัน รัฐบาลญี่ปุ่นได้ตั้งเป้าหมายไว้ว่าภายในปี พ.ศ. 2010 ญี่ปุ่นจะผลิตอาหารในประเทศให้ได้ 45 % ของความต้องการทั้งหมด กระนั้นก็ตามในสภาพปัจจุบันญี่ปุ่นยังคงต้องนำเข้าอาหารจากต่างประเทศเป็นจำนวนมากกว่าครึ่งของความต้องการในประเทศ



ข้าวโคชิอิการิเป็นพันธุ์ข้าวของญี่ปุ่นที่มีชื่อเสียง แต่มา ณ ปัจจุบัน ประเทศจีน ได้หวัน หรือสหรัฐ -
อเมริกา ก็สามารถผลิตได้เช่นกันและสามารถขายในราคาที่ถูกลงกว่าของญี่ปุ่นมาก ยกตัวอย่างเช่น ข้าวโคชิอิ -
การิของจีนขายกิโลกรัมละ 243 เยน (ประมาณ 73 บาท) ในขณะที่ข้าวโคชิอิการิของญี่ปุ่นที่วางขายใน
ซูเปอร์มาเก็ตในได้หวันขายกิโลกรัมละ 1,600 เยน (ประมาณ 480 บาท) แม้ญี่ปุ่นไม่สามารถผลิตอาหารแข่ง
กับประเทศอื่นในด้านปริมาณได้ แต่ญี่ปุ่นสามารถใช้เทคโนโลยีระดับสูงผลิตอาหารให้มีคุณภาพได้ เช่น
แอปเปิล สตรอว์เบอร์รี่ เมลลอน ของญี่ปุ่นเป็นผลไม้ที่ติดอันดับโลกว่าอร่อยที่สุด รสชาติดีที่สุดในตลาด
จากสารพิษมากที่สุด หรือแม้กระทั่งดอกไม้เช่นกล้วยไม้ กุหลาบก็ตาม ญี่ปุ่นใช้เทคโนโลยีในระดับสูงผสม
พันธุ์เพื่อให้ได้สีสันที่แปลกใหม่และคงทน สามารถส่งไปขายยังต่างประเทศได้

4. ญี่ปุ่นสร้างเทคโนโลยีได้อย่างไร

คำตอบที่ตรงประเด็นที่สุดคือ **การสร้างทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพ** โดยใช้ระบบการศึกษาใน
โรงเรียนเป็นเครื่องมือ

ตั้งแต่ยุค 2000 เป็นต้นมามีคำคำหนึ่งที่ได้รับการกล่าวขานมากขึ้นเรื่อยๆ ในสังคมญี่ปุ่น คำคำนั้นคือ
โมโนซูกุริ ซึ่งแปลเป็นไทยได้ว่า การผลิตของ ซึ่งก็หมายถึงการผลิตสินค้านั่นเอง อันที่จริงญี่ปุ่นเป็นนัก
ผลิตสินค้าที่ขอดีเยี่ยมมาทุกยุคทุกสมัย แต่ที่ญี่ปุ่นมานั้นอย่างมากขึ้นนั้นเป็นเพราะสำนึกว่าในท้ายที่สุดญี่ปุ่น
ต้องให้ความสำคัญกับการศึกษาด้านการผลิตของให้มากขึ้น ไม่ใช่เรียนเพียงเพื่อแข่งขันเข้าสถาบันการศึกษา
ที่มีชื่อเสียงอย่างรู้จุดหมาย โดยญี่ปุ่นได้กล่าวว่าถ้ามีการพัฒนาฝีมือการผลิตให้ดีขึ้นก็จะมีเจริญรุ่งเรือง การ
ลงทุนพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ถือเป็นการลงทุนเครื่องมือการผลิตอย่างหนึ่ง และต้องผลิตสินค้าที่ประเทศ
อย่างจีนหรือเกาหลียังทำไม่ได้

ญี่ปุ่นมักจะเปรียบเทียบด้านเทคโนโลยีกับสหรัฐอเมริกาเสมอ โดยญี่ปุ่นได้เปรียบเทียบการใช้
เครื่องจักรระหว่าง 2 ประเทศ ปรากฏว่าในปี ค.ศ. 2003 ญี่ปุ่นจะใช้งานเครื่องจักรในโรงงานอุตสาหกรรม
การผลิตประมาณ 12.2 ปีก็จะเปลี่ยนเครื่องจักรใหม่ในขณะที่อเมริกาใช้ 8 ปี เพราะมีเครื่องจักรใหม่ที่มี
เทคโนโลยีล้ำหน้ากว่าเข้ามาแทนที่งบประมาณสำหรับการวิจัยในภาคอุตสาหกรรมทั้งหมดนั้นปรากฏว่าใน
ปี ค.ศ. 2001 สหรัฐอเมริกาใช้งบเป็น 2.19 เท่าของญี่ปุ่น

เมื่อแบ่งโลกของอุตสาหกรรมอย่างคร่าวๆ จะได้ดังนี้คือ อุตสาหกรรมการผลิต การบริการ การ
ก่อสร้าง สาธารณูปโภค และอื่นๆเช่น การเกษตรเหมืองแร่ ในโลกของอุตสาหกรรมเหล่านี้ปรากฏว่า ประเทศ
ในกลุ่มพัฒนาจะทุ่มงบประมาณการวิจัย ไปที่อุตสาหกรรมการผลิตมากที่สุด ดังตัวเลขที่ปรากฏในปี ค.ศ.
1999 ดังนี้

ญี่ปุ่นทุ่มงบวิจัยด้านการผลิต 89.6% ของงานวิจัยในภาคอุตสาหกรรมทั้งหมด ในขณะที่
สหรัฐอเมริกาทุ่มงบวิจัยด้านการผลิต 64.2% อังกฤษ 79.6% ฝรั่งเศส 85.7% เยอรมนี 90.9%

อนึ่งญี่ปุ่นมีส่วนร่วมในการพัฒนาเครื่องบินด้วย กล่าวคือบริษัทแอร์บัส ที่ผลิตเครื่องบินรุ่น A 380
มีประเทศในกลุ่มอียูเข้าร่วมในการพัฒนา ในขณะที่บริษัทของญี่ปุ่น 18 บริษัทที่มีส่วนร่วมในการวาง

โครงการผลิตเช่นกัน หรือบริษัทโบอิงของสหรัฐอเมริกาที่ไม่ใช่สหรัฐอเมริกาผลิตแต่เพียงประเทศเดียว มีญี่ปุ่นและประเทศกลุ่มยุโรปเข้าร่วมด้วย ยกตัวอย่างเช่นเครื่องบินโดยสารโบอิง 7E7 (ค.ศ. 2004.) มีญี่ปุ่นและอิตาลีเข้าร่วม ส่วนแบ่งของงานที่ญี่ปุ่นได้รับมีถึง 35% ซึ่งเมื่อย้อนอดีตแล้วปรากฏว่าปี ค.ศ. 1978 โบอิง 767 ญี่ปุ่นได้รับส่วนแบ่งงาน 15% ปี ค.ศ. 1990 โบอิง 777 ญี่ปุ่นได้รับส่วนแบ่งงาน 21% ญี่ปุ่นมองว่าเป็นเพราะบริษัทโบอิงประเมินความสามารถในเทคโนโลยีของญี่ปุ่นไว้สูงมากจากการที่ให้ญี่ปุ่นจัดทำลำตัวเครื่องบินที่ถูกกำหนดมาเรียบร้อยแล้ว ค่อยๆ เปลี่ยนมาเป็นร่วมกันออกแบบตั้งแต่เริ่มต้น

ในอุตสาหกรรมการผลิตญี่ปุ่นได้สำรวจคุณภาพของคนญี่ปุ่นเปรียบเทียบกับคุณภาพของคนในแถบเอเชียซึ่งกระทรวงแรงงานของญี่ปุ่นได้สำรวจไว้ในปี ค.ศ. 2004 ดังนี้

	ญี่ปุ่น	เอเชีย	ระดับเดียวกัน	
-ระดับความรู้พื้นฐาน	82.5	6.7	10.8	(หน่วยเป็น%)
-ความเชี่ยวชาญระดับสูง	93.4	1.1	5.5	
-ความสามารถในการรักษาคุณภาพสินค้า	87.8	2.2	10	
-ความสามารถในการจัดการงานได้หลายอย่าง	80.3	9.5	10.2	
-ความสามารถในการปรับปรุงงานให้ดีขึ้น	80.2	6.2	13.6	
-ความสามารถในการวางแผนงาน	79.8	5.0	15.2	
-เทคนิคการผลิต	79.1	5.3	15.6	
-รู้วิธีใช้เครื่องจักรใหม่ๆ	74.5	5.5	19.9	

(年版ものづくり白書, 2004 : 382)

5. ภาพทรัพยากรมนุษย์ที่ถูกคาดหวังในสายการผลิตของญี่ปุ่น

ในอดีตมนุษย์ใช้ฝีมือในการผลิตสินค้า เมื่อเข้าสู่ยุค ค.ศ. 1980 โลกของการผลิตต้องการผู้ชำนาญการที่มีความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์ และปัจจุบันต้องการผู้ที่มีความสามารถหลากหลายในคนคนเดียวกันซึ่งในทางรูปธรรมสรุปได้ดังนี้คือ

ด้านเทคนิค : ความสามารถรอบด้านรวมทั้งการรู้จักวางแผนงาน
การปรับปรุงสินค้าและใช้คอมพิวเตอร์เป็น

ด้านคุณลักษณะ คุณสมบัติ : เป็นที่ต้องการของตลาด มีความสามารถในการจับกระแสข้อมูล
ออกแบบเป็น มีความสามารถในการนำเสนอเพื่อไปสู่การ
พัฒนา มีจินตนาการ ความคิดสร้างสรรค์

กลยุทธ์การขาย พัฒนาสินค้าใหม่

ด้านบทบาท : ความสามารถในการควบคุมดูแลพัฒนาผู้อยู่ใต้บังคับบัญชา

6. นโยบายส่งเสริมความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยและภาคอุตสาหกรรมของญี่ปุ่น

ณ ปัจจุบัน ญี่ปุ่นส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการวิจัยใน 4 เรื่องโดยให้เป็นงานวิจัยร่วมกันระหว่างมหาวิทยาลัยและภาคอุตสาหกรรม การวิจัยดังกล่าวคือ

1. Lift science
2. Information and communications technology
3. Nano technology
4. Environment

รัฐบาลญี่ปุ่นยังส่งเสริมให้นำผลงานมาใช้ประโยชน์โดยผ่านกระบวนการของ Technology Licensing Organization (TLO) ซึ่งมีอยู่ 36 แห่ง ปรากฏว่าในปี ค.ศ. 2003 TLO ออกสิทธิบัตรให้งานในประเทศญี่ปุ่น 5,057 เรื่อง และออกให้งานจากต่างประเทศ 1,256 เรื่อง และเมื่อ TLO เสนอให้ภาคธุรกิจนำผลงานไปใช้ ปรากฏว่าทางภาคธุรกิจยอมรับไปใช้ 1,236 เรื่อง นอกจากนี้มีการอนุญาตให้อาจารย์ในมหาวิทยาลัยของรัฐไปทำงานในบริษัทเอกชน มีการจัดตั้ง Center of Excellence programme (COE) (รายละเอียดดูใน วรินทร์ ววงค์ 2549 หน้า 69)

จำนวนนักศึกษาสายวิทยาศาสตร์และวิศวกรรมศาสตร์

ในปี ค.ศ.2000 มีตัวเลขชี้ว่าในกลุ่มประเทศพัฒนาด้วยกันมีนักศึกษาที่จบในสายวิทยาศาสตร์และวิศวกรรมศาสตร์จำนวนเท่าใด ซึ่งปรากฏเป็นดังนี้คือ

สหรัฐอเมริกา	240,000	คน
ญี่ปุ่น	140,000	คน
อังกฤษ	77,000	คน
ฝรั่งเศส	30,000	คน
เยอรมนี	28,000	คน (สำหรับเยอรมนีเป็นข้อมูลของปี ค.ศ.1998)

จะพบว่าสหรัฐอเมริกาผลิตนักศึกษานี้มากที่สุด แต่ถ้าลองเปรียบเทียบผู้ที่จบสายนี้ 1 คนต่อจำนวนประชากรในวัย 18 ปี ซึ่งเป็นอายุที่เริ่มเข้าเรียนในมหาวิทยาลัยพบว่าประเทศอังกฤษผลิตคนในด้านนี้มากที่สุดดังข้อมูลเปรียบเทียบ ดังนี้

อังกฤษ	1:8	คน
ญี่ปุ่น	1:10	คน
อเมริกา	1:16	คน
ฝรั่งเศส	1:25	คน
เยอรมนี	1:32	คน

7. การพัฒนาคนให้มีคุณภาพของญี่ปุ่น

เมื่อญี่ปุ่นเปิดประเทศในสมัยเมจิ คือ ปี ค.ศ. 1868 ญี่ปุ่นต้องตะลึงถึงความเจริญทั้งทาง วัฒนธรรมและอารยธรรมของประเทศตะวันตก ญี่ปุ่นตั้งเป้าหมายว่าญี่ปุ่นจะต้องพัฒนาประเทศให้ทัดเทียม กับประเทศตะวันตกให้ได้ ช่วงนั้นญี่ปุ่นสวมวิญญาณของการแข่งขันไว้เต็มเปี่ยม สมัยเมจิจึงเป็นยุคของการ ไล่ตามประเทศตะวันตกในแทบจะทุกเรื่อง

การประกาศแผนระบบการศึกษาสมัยใหม่ ในปี ค.ศ. 1872 เป็นผลมาจากรัฐบาลมองเห็นว่า การศึกษาคือกุญแจสำคัญที่จะปฏิรูปความสำนึกคนในชาติ และ **การศึกษาสามารถทำให้ญี่ปุ่นกลายเป็น ประเทศที่ร่ำรวยมีอำนาจมีเอกราช การศึกษาจะทำให้การรับความรู้วิทยาการสมัยใหม่เป็นไปได้ง่ายขึ้น** (วรินทร์ วารุณ, 2546 : 54) ถ้าจะกล่าวให้เข้าใจได้ง่ายขึ้นคือ ตั้งแต่ยุคเมจิเป็นต้นมาญี่ปุ่นมีนโยบายของการ ลอกเลียนแบบวิทยาการจากตะวันตกดั่งนั้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องปฏิรูปการศึกษาในระดับที่ผู้คนใน ประเทศสามารถรับความรู้วิทยาการสมัยใหม่จากตะวันตกให้เป็นไปได้ง่ายขึ้นนั่นเอง หลังจากนั้นญี่ปุ่นได้ ทำการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศเป็นลำดับจนเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจเติบโตในระดับสูงหลังสงครามโลก ครั้งที่สอง จิตวิญญาณแห่งความพยายามและความมุ่งมั่นของคนญี่ปุ่นไม่ใช่จิตวิญญาณระดับท้องถิ่นแต่เป็น จิตวิญญาณระดับชาติ ดังนั้นเมื่อญี่ปุ่นพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศ เป้าหมายของญี่ปุ่นคือสินค้าที่ผลิต นั้นต้องขายได้ในระดับโลก ซึ่งสินค้าของญี่ปุ่นก็สามารถเข้าสู่ตลาดการแข่งขันระดับโลกได้สำเร็จและเป็น ที่ยอมรับกันทั่วไป แต่เมื่อกาลเวลาผ่านไปประเทศในแถบเอเชีย เช่น จีน เกาหลี อินเดียก็ได้มีการพัฒนา เศรษฐกิจและอุตสาหกรรมของประเทศเช่นกัน และเป็นผู้แข่งขันที่น่าเกรงขามสำหรับญี่ปุ่น ดังนั้นนโยบายของ ญี่ปุ่นที่เริ่มจากการไล่ตามประเทศตะวันตกได้มีการยับยั้งตัวเป็นต้องหนีการไล่ล่าจากประเทศในแถบเอเชีย ด้วยกัน ญี่ปุ่นไม่มีทรัพยากรธรรมชาติอะไรมากมาย การที่ญี่ปุ่นจะอยู่รอดได้ในสังคมโลกมีทางเดียวคือการ พัฒนาเทคโนโลยีในระดับสูง เพื่อผลิตสินค้าที่ประเทศอย่างจีนหรือเกาหลียังทำไม่ได้ ด้วยเหตุนี้ ญี่ปุ่นจึง ทุ่มเทการลงทุนที่จะต้องพัฒนาคนโดยผ่านกระบวนการศึกษาญี่ปุ่นถือว่า การลงทุนพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ถือเป็นการลงทุนเครื่องมือการผลิตอย่างหนึ่ง ดังนั้นญี่ปุ่นจึงให้ความสำคัญกับการศึกษาเพื่อสร้างคนให้มี คุณภาพและนำคนเหล่านี้ไปสร้างเศรษฐกิจของชาติ ประเทศที่ญี่ปุ่นต้องการแข่งขันมากที่สุดคือสหรัฐอเมริกา เพราะแม้ในปัจจุบันญี่ปุ่นก็ยังสู้เทคโนโลยีของสหรัฐอเมริกาไม่ได้ เมื่อดูจากงบประมาณในการวิจัยเพื่อการ แข่งขันที่รัฐบาลญี่ปุ่นตั้งไว้ต่อปีประมาณ 129,500 ล้านบาท ก็ยังเป็นเพียง 1 ใน 10 ของสหรัฐอเมริกา ดังนั้นในสภาพปัจจุบันของญี่ปุ่นจึงอยู่ในสองจุดยืนของการแข่งขันคือ การไล่ตามเทคโนโลยีของ ประเทศตะวันตกอย่างสหรัฐอเมริกา ในขณะเดียวกันก็พยายามหนีการไล่ตามการผลิตสินค้าของประเทศใน แถบเอเชียอย่างจีนและเกาหลีได้ ญี่ปุ่นได้ทุ่มงบวิจัยด้านการผลิตมาก ซึ่งเมื่อดูงบวิจัยด้านการผลิต ปรากฏว่า ญี่ปุ่นทุ่มงบในด้านนี้ถึง 89.6% ของงบวิจัยในภาคอุตสาหกรรมทั้งหมด (วรินทร์ วารุณ, 2549 : 178)

การพัฒนาเทคโนโลยีในระดับสูงเพื่อผลิตสินค้าแข่งกับประเทศทั่วโลกได้นั้นญี่ปุ่นได้แสดงจุดยืนว่ามีความจำเป็นต้องพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีคุณสมบัติใน 2 ประการคือ

1. เป็นผู้ที่มีความเข้มงวดต่อตนเอง (คุณภาพด้านการเป็นมนุษย์ที่พึงประสงค์)
2. เป็นผู้ที่มียอดความรู้ในระดับสูง (คุณภาพด้านองค์ความรู้)

8. โรงเรียนสร้างทรัพยากรมนุษย์อย่างไร

ญี่ปุ่นตระหนักอยู่เสมอว่า การศึกษาคือตัวกำหนดอนาคตของชาติ ดังนั้นไม่ว่าจะเป็น **รัฐบาลยุคโตสมัยโตญี่ปุ่น** จะให้ความสำคัญ เอาใจใส่ต่อการศึกษามากมายยิ่งยวดหลังจากเปิดประเทศในสมัยคันเมจิ (ค.ศ. 1868-ค.ศ. 1912) ญี่ปุ่นกระตือรือร้นที่จะเรียนรู้ความเจริญของชาติตะวันตกเพื่อนำมาพัฒนาประเทศ โดยญี่ปุ่นใช้ระบบการคัดเลือกส่งคนเก่งไปเรียนรู้ซึ่งก็ประสบผลสำเร็จดังเป็นที่ประจักษ์กันดี

สิ่งที่ญี่ปุ่นตระหนักลำดับถัดมาคือ การจะรับหรือสร้างเทคโนโลยีระดับสูงได้นั้นต้องอาศัยแรงงานที่มีฝีมือในระดับสูง ญี่ปุ่นจึงเร่งพัฒนาการศึกษาระดับโรงเรียนโดยเน้นความเข้มข้นของเนื้อหาไปพร้อมกับกรอบแบบนิสัยให้เด็กเข้มงวดต่อตนเองในทุกเรื่องทั้งในเรื่องความสะอาด ความตรงต่อเวลา การอยู่ร่วมกับผู้อื่น ความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมายและการมีเป้าหมายในชีวิต สิ่งเหล่านี้จะพบเห็นได้เสมอในโรงเรียนญี่ปุ่น นโยบายสร้างเด็ก 2 ด้าน คือ ด้านวิชาการ และด้านการอบรมแบบนิสัยนั้น จะทำคู่กันกันไปจนถึงชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ดังนั้นเด็กญี่ปุ่นจะได้รับการหล่อหลอมอย่างเป็นรูปธรรมอย่างต่อเนื่องอย่างน้อย 12 ปีในระบบโรงเรียน ประกอบกับสิ่งเหล่านี้ที่ญี่ปุ่นสอนในโรงเรียนกับสิ่งที่สังคมสอนเป็นเรื่องเดียวกัน รูปแบบการหล่อหลอมเช่นนี้จึงเป็นไปได้ดีในสังคมญี่ปุ่น ความเข้มงวดในการหล่อหลอมคนแบบญี่ปุ่นนั้นจะเน้นการพัฒนาคนไปสู่มีอาชีพที่ปฏิบัติกิจการใดก็ตามจะสามารถปฏิบัติด้วยความรวดเร็วและผิดพลาดน้อยที่สุด (วรินทร์ วุจส์, 2549 : 55-56)

ญี่ปุ่นมองว่ายุคต่อจากนี้ไปจะเป็นยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เป็นยุคที่จะประสบความยากลำบาก คาดการณ์อนาคตได้ยากขึ้น จึงต้องมีการเตรียมพร้อมที่จะเผชิญกับการเปลี่ยนแปลง ญี่ปุ่นได้มองภาพของสังคมที่ญี่ปุ่นกำลังเผชิญหรือจะต้องเผชิญในอนาคตไว้ดังนี้

1. สงครามเย็นสิ้นสุด การคมนาคมสะดวกขึ้น ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีข่าวสารข้อมูลจะทำให้การพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันในระดับนานาชาติเพิ่มมากขึ้น แต่ในอีกด้านหนึ่งการแข่งขันในระดับนานาชาติก็จะรุนแรงยิ่งขึ้นทำให้ความขัดแย้งระหว่างประเทศสูงขึ้นตามไปด้วย
2. การมีอินเทอร์เน็ตจะทำให้วิถีของสังคมและเศรษฐกิจระดับโลกเปลี่ยนไปอย่างใหญ่หลวง ซึ่งจะมีผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงในตัวมนุษย์ด้วยอย่างแน่นอน
3. ความก้าวหน้าในการพัฒนาวิทยาศาสตร์ในด้านต่างๆ เช่น พันธุกรรมศาสตร์ ความก้าวหน้าในการพัฒนาเทคโนโลยี การพัฒนาอวกาศ ทำให้ความเป็นไปได้ของมนุษย์เปิดกว้างขึ้น แต่ในอีกด้านหนึ่งก็จะทำให้มนุษย์เพิ่มความสับสนไม่เชื่อถือในวิทยาศาสตร์

4. สังคมที่มีการผลิตสูง การบริโภคสูง การทิ้งขยะสูง ประชาชนเพิ่มขึ้น ทำให้สภาพแวดล้อมของโลกเปลี่ยน เกิดภาวะเรือนกระจก ชั้นโอโซนถูกทำลาย ฝนแผ่นดินแห้งแล้ง ป่าไม้เมืองร้อนลดลง ปัญหาฝนกรด สิ่งเหล่านี้จะมีผลกระทบต่อพื้นฐานการดำรงชีวิตของมนุษยชาติทั้งมวล

จากที่กล่าวมานี้คือเหตุผลสำคัญที่ทำให้ญี่ปุ่นต้องเร่งสร้างเด็กในวันนี้ให้มีความสามารถในการรองรับสิ่งที่จะเกิดในอนาคตให้ได้ สิ่งที่ญี่ปุ่นเน้นมากในการศึกษาของเด็กคือ

1. คิดค้นปัญหาด้วยตนเอง
2. เรียนรู้ได้ด้วยตนเอง
3. คิดได้ด้วยตนเอง
4. ตัดสินใจได้ด้วยตนเอง
5. ดำเนินการได้ด้วยตนเอง

จากที่กล่าวมาทั้งหมดนี้จะพบว่าจิตวิญญาณของความต้องการเป็น “ที่หนึ่งในโลก” ของญี่ปุ่นนั้นไม่เคยเปลี่ยนและจะทวีความต้องการมากยิ่งขึ้น คนญี่ปุ่นไม่ค่อยมีความเชื่อในอภิปิศาจ สังคมญี่ปุ่นจึงอยู่กับปัจจุบันและอนาคตเสมอ

บรรณานุกรม

วรินทร์ ววงศ์. (2546). การศึกษากับการสร้างคนแบบญี่ปุ่นหลังสงครามโลกครั้งที่ 2. โครงการสนับสนุน
การเขียนตำรามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.

_____. (2549). นโยบายการศึกษาของญี่ปุ่นต่อการพัฒนาคนยุค 2000. โครงการสนับสนุนการเขียน
ตำรามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Japan Almanac. (2002). Japan : Asahi Shimbun.

週刊ダイヤモンド 2008年8月30日第96巻33号30特大号.

กระแสดูมศึกษาเอกชน: บทบาทใหม่ของกลไกรัฐ

ดร. เกษร ชินเมธีพิทักษ์

สถาบันวิจัยนโยบายและแผนอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

บทคัดย่อ

หลายประเทศได้ดำเนินนโยบายให้เอกชนมีส่วนร่วมในการสนับสนุนทรัพยากรในการจัดการศึกษา ส่งเสริมให้เอกชนได้มีส่วนร่วมและมีบทบาทที่สำคัญในการจัดการศึกษา เพื่อรองรับนโยบายการขยายอุดมศึกษาไปสู่ปวงชน แต่การการขยายตัวของอุดมศึกษาเอกชนในประเทศต่างๆ ส่วนใหญ่ไม่ได้เกิดจากการดำเนินนโยบายของภาครัฐโดยตรง แต่เกิดขึ้นด้วยข้อจำกัดในการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษาของภาครัฐ โดยเฉพาะสถาบันอุดมศึกษาของรัฐไม่สามารถรองรับจำนวนผู้ต้องการศึกษาในระดับอุดมศึกษาที่เพิ่มขึ้น และงบประมาณในการจัดการศึกษาของรัฐมีจำนวนจำกัด แม้ในประเทศที่ร่ำรวย รัฐบาลจำเป็นต้องลดสัดส่วนการอุดหนุนอุดมศึกษาด้วยงบประมาณจากภาครัฐ และภาคเอกชนต้องเป็นผู้รับภาระเพิ่มขึ้น บทบาทของรัฐเปลี่ยนไปเป็นการอุดหนุนผู้เรียน เพื่อให้เกิดความเสมอภาคในการเข้าถึงการศึกษา และสร้างกลไกเพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษา

Abstract

Many countries rely on the private sector for the transition to a mass higher education system. However the emerging trends of a private sector in higher education are demand absorbing and not the result of the intended government policies. With the limitation of public resources and the increasing demand for higher education, private resources are needed to support the growth of higher education. The government roles are shifting toward targeting the needy and regulating service quality.

การจัดการศึกษาให้ประชากรโดยทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการจัดการศึกษาให้มีคุณภาพ มีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ รัฐบาลในหลายประเทศได้ดำเนินนโยบายให้เอกชนมีส่วนร่วมในการสนับสนุนทรัพยากรในการจัดการศึกษา ส่งเสริมให้เอกชนได้มีส่วนร่วมและมีบทบาทที่สำคัญในการจัดการศึกษา รวมทั้งสนับสนุนความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน เพื่อให้การจัดการศึกษาของประเทศมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ความสำคัญของการจัดการศึกษาเอกชนโดยเฉพาะในระดับอุดมศึกษา มีบทบาทเด่นชัดขึ้นในประเทศต่างๆทั่วโลก เมื่อมีการขยายการศึกษาในระดับอุดมศึกษาไปสู่ปวงชน (Mass Higher Education) สืบเนื่องมาจากสาเหตุหลายประการ ตั้งแต่โครงสร้างประชากรและแรงงาน ความต้องการแรงงานที่มีทักษะความรู้ ที่จำเป็นต่อการขยายตัวของเศรษฐกิจ และการเปลี่ยนแปลงของสังคม อันเป็นผลจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการสื่อสาร

ความต้องการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาที่เพิ่มขึ้น เป็นผลให้การจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษาและการระดมทุน เพื่อการจัดการอุดมศึกษาจากภาคเอกชน มีความสำคัญมากขึ้น และมีผลกระทบต่อแนวทางการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษาของทุกประเทศ

ระบบอุดมศึกษาภาครัฐและเอกชน

สถานภาพของอุดมศึกษาเอกชน จำแนกตามลักษณะของผู้เป็นเจ้าของ (Owner) ที่ไม่ได้เป็นหน่วยงานของรัฐ เช่น องค์กรทางศาสนา สมาคม หน่วยงานเอกชน หรือบุคคลทั่วไป โดยที่ลักษณะการดำเนินงานของอุดมศึกษาเอกชน จำแนกได้เป็นสองลักษณะ คือ สถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่หวังผลกำไร (For-Profit) และสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่ไม่หวังผลกำไร (Non-Profit) แต่ในปัจจุบันมิตินของรัฐและเอกชนในสถาบันอุดมศึกษา และความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน ในการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษามีหลายลักษณะ รวมทั้งการดำเนินงานของสถาบันอุดมศึกษาที่หวังผลกำไรและไม่หวังผลกำไรอาจไม่ชัดเจน

ในข้อเท็จจริงมิตินของรัฐและเอกชนที่สำคัญประการแรก คือ การจัดการศึกษาโดยรัฐหรือเอกชน ซึ่งบ่งบอกเจ้าของและวิธีบริหารจัดการ (Provision-Encompassing Ownership and Management) ประการที่สอง ได้แก่ มาตรการสนับสนุนเงินทุนโดยรัฐหรือเอกชน (Public/Private Financing) ตารางที่ 1 แสดงมิตินการจัดการศึกษาและแหล่งทุนจากภาครัฐและภาคเอกชนตามกรอบของธนาคารโลก (Sosale, 2000)

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบแนวทางการจัดการศึกษาและการลงทุนระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน
(Public/Private Assessment Matrix)

	เงินทุนภาครัฐ Public financing	เงินทุนภาคเอกชน Private financing
การจัดการศึกษา โดยรัฐบาล Public provision *	สถานศึกษารัฐบาลดำเนินการ โดยงบประมาณรัฐ Traditional public schools	สถานศึกษารัฐบาลเก็บ ค่าเล่าเรียนจากผู้เรียน User Fees
การจัดการศึกษา โดยเอกชน Private provision *	รัฐอุดหนุนเงินรายหัว หรืออุปถัมภ์ให้สถานศึกษา เอกชน National Voucher Schemes, Chile and the Netherlands Charter Schools, USA Education Action Zones, UK	สถานศึกษาเอกชน ดำเนินการด้วยรายได้ จากค่าเล่าเรียน Pure private schools Home Schooling

* provision encompasses ownership and management

ที่มา: Sosale, 2000. Trends in Private Sector Development in World Bank Education Projects.

ในปัจจุบันลักษณะการจัดการศึกษา และการสนับสนุนเงินทุนโดยรัฐหรือเอกชน ไม่ได้มีการแบ่งแยกออกจากกันอย่างชัดเจน แต่เป็นการผสมผสาน (Hybrids) ในสองมิติ นับตั้งแต่สถานศึกษาของรัฐที่ได้รับงบประมาณก่อสร้างและดำเนินการจากรัฐอย่างเดียว การจัดการศึกษาของรัฐโดยใช้งบประมาณจากภาษีอากรของประเทศเพียง บางส่วน และได้รับรายได้เพิ่มเติมจากค่าเล่าเรียนเพื่อใช้ในการจัดการศึกษา การจัดการศึกษาของรัฐโดยเก็บค่าเล่าเรียนเต็มราคาตามต้นทุน โดยไม่ต้องพึ่งพางบประมาณจากภาครัฐ

ในส่วน of สถานศึกษาเอกชน มีทั้งสถานศึกษาเอกชนซึ่งสร้างขึ้นด้วยเงินทุนของเอกชน และมีรายได้จากค่าเล่าเรียนเพียงแหล่งเดียว และมีสถานศึกษาเอกชนที่ใช้เงินรายได้จากค่าเล่าเรียนบางส่วนและได้รับเงินสนับสนุนจากรัฐ เพื่อใช้ในการจัดการเรียนการสอนบางส่วน เช่น รัฐสนับสนุนทุนการศึกษา รัฐอุดหนุนทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษาให้กับผู้เรียน รัฐสนับสนุนทุนพัฒนาหลักสูตรหรือบุคลากร การจัดสรรทุนวิจัยและทุน เพื่อดำเนินการตามโครงการของรัฐ การลดหย่อนภาษี ฯลฯ นอกจากนี้ยังมีการจัดการศึกษาของเอกชนด้วยเงินสนับสนุนของรัฐทั้งหมด เช่น รัฐบาลอุดหนุนค่าใช้จ่ายรายหัว โดยอุดหนุนตรงให้กับสถานศึกษาหรืออุดหนุนผ่านผู้เรียนในรูปแบบของอุปถัมภ์เป็นต้น

เป็นที่น่าสังเกตว่า การขยายตัวของอุดมศึกษาเอกชนในประเทศต่างๆ ส่วนใหญ่ไม่ได้เกิดจากการดำเนินนโยบายของภาครัฐโดยตรง แต่เกิดขึ้นด้วยข้อจำกัดในการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษาของภาครัฐ โดยเฉพาะสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ ไม่สามารถรองรับจำนวนผู้ต้องการศึกษาในระดับอุดมศึกษาที่เพิ่มขึ้น และงบประมาณในการจัดการศึกษาของรัฐมีจำนวนจำกัด แม้ในประเทศที่ร่ำรวย เช่น สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และออสเตรเลีย รัฐบาลก็ไม่สามารถสนับสนุนงบประมาณให้เพียงพอ สำหรับค่าใช้จ่ายในการจัดการศึกษาให้ผู้เรียนทุกคน โดยเฉพาะผู้เรียนในระดับอุดมศึกษา การจัดการศึกษาของภาครัฐ จึงต้องพึ่งพาเงินรายได้จากค่าเล่าเรียนมากขึ้น หรือภาคเอกชนเข้ามามีบทบาทสำคัญยิ่งขึ้นในการจัดการอุดมศึกษา จะมีข้อยกเว้นเพียงในบางประเทศ ที่รัฐบาลเป็นผู้สนับสนุนเงินทุนอุดหนุน ทั้งสถาบันอุดมศึกษาของรัฐและเอกชน เช่น ประเทศเนเธอร์แลนด์และประเทศเบลเยียม

รูปแบบการบริหารจัดการศึกษาโดยภาคเอกชน และลักษณะความร่วมมือหรือร่วมทุนระหว่างสถานศึกษาของรัฐและเอกชน เกิดขึ้นในหลากหลายรูปแบบ รัฐหรือสถานศึกษาของรัฐ อาจมีสัญญาจ้างเอกชนเป็นผู้บริหาร หรือให้บริการในโครงการต่างๆ ในบางกรณีเอกชนหรือสถานศึกษาเอกชนเป็นผู้ดำเนินการ หรือให้บริการการศึกษาผ่านโครงการความร่วมมือกับภาครัฐหรือสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ

นอกจากนี้สถาบันอุดมศึกษาของรัฐ อาจดำเนินโครงการซึ่งเก็บค่าเล่าเรียนคຸ້ມทุน โดยไม่ต้องพึ่งพางบประมาณของรัฐ หรือแสวงหาแหล่งทุน เพื่อสนับสนุนโครงการจากภาคเอกชน โครงการที่ไม่ต้องพึ่งพางบประมาณของรัฐ และอาจดำเนินการในรูปแสวงหากำไรเหล่านี้ สามารถดำเนินการคู่ขนานไปกับโครงการอื่นๆ ซึ่งดำเนินการอยู่ภายใต้งบประมาณของรัฐ แนวทางในการระดมทุนจากภาคเอกชน อาจมาจากค่าเล่าเรียน ตลาดเงินหรือตลาดทุน รายได้จากการให้บริการหรือโครงการความร่วมมือกับภาคธุรกิจและภาคอุตสาหกรรม เงินสนับสนุนการวิจัยและเงินบริจาค แหล่งเงินทุนมาได้ทั้งจากภายในและภายนอกประเทศ

ปัจจุบันมีสถาบันอุดมศึกษาทั้งของรัฐและเอกชนในหลายประเทศที่ได้เปิดสาขา เพื่อให้บริการการศึกษาในระดับอุดมศึกษาขึ้นในต่างประเทศ และแม้สถาบันอุดมศึกษาดังกานิด จะเป็นสถาบันอุดมศึกษาของรัฐบาลที่ดำเนินการด้วยงบประมาณของประเทศ แต่สาขาของสถาบันอุดมศึกษาของรัฐที่เปิดขึ้นในต่างประเทศนั้น อาจดำเนินการในรูปของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนเพื่อแสวงหาผลกำไร

นอกจากนี้ได้มีสถาบันอุดมศึกษาของรัฐที่ร่วมมือกับภาคเอกชนหรือสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในต่างประเทศ เพื่อจัดตั้งสถาบันอุดมศึกษาหรือจัดทำโครงการเพื่อสอนหลักสูตรอุดมศึกษาในต่างประเทศในรูปของธุรกิจ เพื่อแสวงหาผลกำไร โครงการอุดมศึกษาซึ่งเป็นความร่วมมือกับต่างประเทศในลักษณะนี้ มีทั้งโครงการที่มีคุณภาพและไม่มีคุณภาพ บางโครงการเกิดขึ้นตามนโยบายของรัฐบาลเจ้าของประเทศ และ

บางโครงการก็ไม่แน่ว่า เป็นประโยชน์ในการสนับสนุนนโยบายการพัฒนาประเทศของเจ้าของประเทศหรือไม่

International Finance Corporation (IFC) ซึ่งเป็นหน่วยงานของธนาคารโลก (World Bank) ได้มีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนความร่วมมือระหว่างภาครัฐและ ภาคเอกชน ในการขยายโอกาสเพื่อการศึกษาและพัฒนาคุณภาพการศึกษา เพื่อรองรับจำนวนผู้เรียนที่เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มชนชั้นกลาง และในประเทศที่กำลังพัฒนา ธนาคารโลกให้ความสำคัญในการพัฒนาการศึกษาของประเทศต่าง ๆ โดยเฉพาะเพื่อลดปัญหาความยากจน ในขณะที่ธนาคารโลกสนับสนุนเงินกู้ยืมให้รัฐบาลในประเทศต่างๆ เพื่อดำเนินโครงการของรัฐบาล IFC (2001) ได้มีบทบาทสนับสนุนเงินกู้ยืมให้ภาคเอกชนเพื่อดำเนินโครงการที่เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม โดยให้เอกชนกู้ยืมเงิน เพื่อลงทุนในสถานศึกษาเอกชน รวมทั้งสนับสนุนเงินกู้ยืมเพื่อดำเนินการในโครงการกองทุนเงินให้กู้ยืมเงินเพื่อการศึกษา เป็นต้น

แนวคิดในการจัดการระบบการเงิน การควบคุมคุณภาพ และการจัดบริการอุดมศึกษาของ IFC นั้น เพื่อสนับสนุนให้รัฐใช้จ่ายเงินงบประมาณจากภาษีอากรที่มีอยู่จำกัดให้กับผู้ขาดแคลน เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม เสริมสร้างประสิทธิภาพในการให้บริการการศึกษา และลดปัญหาความเหลื่อมล้ำในสังคม ในขณะเดียวกัน รัฐต้องควบคุมผู้ให้บริการการศึกษา ให้จัดการศึกษาที่มีคุณภาพและรับผิดชอบในการจัดบริการการศึกษา หรือสร้างความพร้อมให้ภาคเอกชน ในส่วนที่ภาคเอกชนยังไม่มีความพร้อมหรือไม่สามารถจัดบริการได้

แต่ในหลายประเทศ รัฐบาลยังเป็นผู้อุดหนุนค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่ของผู้เรียนในระดับอุดมศึกษา เป็นผลให้มีผู้ได้เข้าศึกษาในระดับอุดมศึกษาจำนวนน้อย ด้วยข้อจำกัดของงบประมาณ ผู้มีโอกาสดำเนินการศึกษาในระดับอุดมศึกษาส่วนใหญ่ มาจากครอบครัวผู้มีฐานะดี มีความรู้ เมื่อจบการศึกษาในระดับอุดมศึกษาแล้ว ผู้เรียนยังมีโอกาสได้ทำงานที่มีรายได้สูง สร้างความเหลื่อมล้ำเพิ่มขึ้นในสังคม

หลายประเทศรัฐบาลมีกฎหมายที่ไม่เอื้อต่อการดำเนินงานของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน แต่ไม่ได้มีมาตรการควบคุมคุณภาพให้เป็นมาตรฐาน และในบางประเทศ รัฐบาลก็เป็นผู้จัดให้บริการอุดมศึกษาทั้งหมด ข้อจำกัดในการจัดการศึกษาของภาครัฐนั้น นอกจากข้อจำกัดในด้านงบประมาณแล้ว ยังมีข้อจำกัดในด้านประสิทธิภาพในการดำเนินงาน รวมทั้งการปรับเปลี่ยนระบบบริหารและการจัดการศึกษา ให้สอดคล้องกับพัฒนาการและการเปลี่ยนแปลงอันรวดเร็วด้านเทคโนโลยี การสื่อสาร และการบูรณาการวิทยาการใหม่ ๆ ซึ่งมีผลกระทบต่อความต้องการแรงงานที่มีทักษะความรู้ในวิทยาการใหม่

แนวโน้มการระดมทุนเพื่อพัฒนาอุดมศึกษา

พัฒนาการของอุดมศึกษาในรอบ 50 ปีที่ผ่านมา ได้มีแนวทางต่าง ๆ กันในการระดมทุนเพื่อขยายการศึกษาในระดับอุดมศึกษาไปสู่ปวงชน ลักษณะที่สำคัญในการระดมทุนเพื่อขยายการศึกษาในระดับอุดมศึกษาของประเทศต่างๆ รวบรวมได้ เป็น 4 ระบบ (Hauptman, 2007) ในระบบแรก รัฐบาลเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายเพื่อการศึกษาทั้งหมดหรือเกือบทั้งหมด เมื่อภาระของรัฐบาลในการรับผิดชอบค่าใช้จ่ายเพื่อการศึกษาสูงเกินกำลัง จึงได้มีการพัฒนาระบบเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา ซึ่งรัฐบาลเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายเพื่อการศึกษาทั้งหมดในเบื้องต้น แต่นักศึกษาเมื่อจบการศึกษาแล้ว จะใช้คืนเงินเพื่อการศึกษาทั้งหมดในภายหลัง อีกแนวทางหนึ่ง คือ นักศึกษารับผิดชอบค่าใช้จ่ายเพื่อการศึกษาของตนเอง และรัฐบาลให้ทุนอุดหนุนผู้เรียนดี รวมทั้งผู้ด้อยโอกาส ท้ายสุดหลายประเทศ มีแนวทางในการสนับสนุนให้เอกชนจัดการศึกษาในระดับอุดมศึกษา โดยไม่ต้องเป็นภาระของรัฐบาล

ในระหว่างปี พ.ศ. 2493 จนถึงก่อนปี พ.ศ. 2513 รัฐบาลสหรัฐอเมริกาได้ดำเนินนโยบายขยายการศึกษาระดับอุดมศึกษาให้ทั่วถึง ด้วยงบประมาณของรัฐบาลเป็นหลัก โดยขยายสถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษา และสร้างสถาบันอุดมศึกษาขึ้นใหม่รวมถึงวิทยาลัยชุมชน เพื่อขยายโอกาสในการศึกษาระดับอุดมศึกษาไปสู่ปวงชน ในส่วนของผู้เรียนนั้น จะมีภาระต้องจ่ายค่าธรรมเนียมการศึกษา (Tuition Fees) เพียงร้อยละ 10 ของค่าใช้จ่ายดำเนินการ ซึ่งยังไม่ได้รวมค่าใช้จ่ายเพื่อการวิจัยและกิจกรรมที่ไม่ใช่การเรียนการสอน รัฐบาลใช้งบประมาณกว่าร้อยละ 1.5 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (GDP) เพื่อสนับสนุนการศึกษาในระดับอุดมศึกษา มีประเทศในแถบสแกนดิเนเวียหลายประเทศ เช่น นอร์เวย์ สวีเดน ฟินแลนด์ เป็นต้น ได้เลียนแบบประเทศสหรัฐอเมริกา โดยใช้งบประมาณของรัฐบาลจากเงินภาษีที่รัฐจัดเก็บในการขยายการศึกษาระดับอุดมศึกษาของประชากร ปัญหาที่สำคัญ คือ โดยรวมประเทศต่างๆ ไม่มีรายได้มากเพียงพอ เพื่อใช้จ่ายในการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษาให้ทั่วถึงได้

ในปี พ.ศ. 2532 รัฐบาลออสเตรเลีย ได้สร้างระบบให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการรับภาระค่าใช้จ่ายในการศึกษาระดับอุดมศึกษา (Higher Education Contribution Scheme หรือ HECS) โดยรัฐบาลเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่าย เพื่อเป็นค่าธรรมเนียมการศึกษาของนักศึกษาทุกคนจนจบการศึกษา แต่เมื่อใดก็ตามที่ผู้เรียนได้งานทำและมีรายได้เพียงพอ ก็จะต้องเริ่มจ่ายคืนเงินค่าเล่าเรียนที่รัฐออกให้ตามสัดส่วนของรายได้ (Income Contingency) จนกว่าจะครบจำนวนเงินที่ได้ใช้ไปเพื่อการศึกษาของตนเอง

เมื่อออสเตรเลียจะเป็นประเทศที่มั่งคั่ง แต่รัฐบาลออสเตรเลียก็ได้ตั้งค่าเล่าเรียนไว้สูง เพื่อให้ครอบคลุมต้นทุน รวมทั้งพยายามลดภาระค่าใช้จ่ายที่รัฐต้องอุดหนุนผู้เรียนที่ไม่มีรายได้ และลดโอกาสที่ผู้เรียนจะไม่ใช้คืนเงินกู้ยืม (Non-repayment) การที่รัฐบาลเป็นผู้ให้นักศึกษากู้ยืมเงินเพื่อเป็นค่าเล่าเรียน เป็นการลดภาระของครอบครัวและนักศึกษาในขณะที่กำลังศึกษา แต่ภายหลังเมื่อนักศึกษาจบการศึกษาและมี



รายได้ ก็จะเริ่มใช้เงินค่าใช้จ่ายในการศึกษาให้กับรัฐบาล ผ่านระบบจัดเก็บภาษีรายได้ (Tax System) นักศึกษาเกือบทั้งหมด เมื่อจบการศึกษาแล้ว จะมีรายได้เพียงพอเพื่อชำระเงินคืนจนครบถ้วน จึงไม่เป็นการให้รัฐบาลต้องหารายได้ซึ่งมาจากภาษีของประชาชนทั่วไป เพื่ออุดหนุนการศึกษาในระดับอุดมศึกษา ผู้เรียนและผู้ปกครองไม่มีการต้องหารายได้เพื่อเป็นค่าเล่าเรียนของผู้เรียน แต่ผู้เรียนต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายเพื่อการศึกษาของตนทั้งหมดเมื่อเริ่มทำงานมีรายได้แล้ว จำนวนเงินที่ต้องผ่อนใช้คืน จะเป็นสัดส่วนกับรายได้ที่ไม่สร้างภาระในการใช้เงินกู้มากนัก การระดมเงินเพื่อการศึกษาในระดับอุดมศึกษาจากเอกชน ในลักษณะที่รัฐบาลเป็นผู้อุดหนุนเงินกู้ยืมเพื่อการศึกษาเช่นนี้ จึงเป็นวิธีการที่ใช้ได้ผลดีอยู่ในประเทศออสเตรเลียและประเทศอังกฤษในปัจจุบัน

อย่างไรก็ตาม การอุดหนุนทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษาให้ผู้ที่ต้องการเรียนจนถึงระดับอุดมศึกษาทุกคน ก็ยังเป็นภาระหนักของรัฐบาล แม้จะเป็นประเทศที่ร่ำรวยอย่างออสเตรเลีย โดยเฉพาะรัฐบาลต้องเป็นผู้รับภาระหนี้สูญ ในกรณีของผู้เรียนที่จบการศึกษาแล้วไม่มีรายได้หรือมีรายได้น้อย และไม่สามารถใช้เงินกู้เพื่อการศึกษา

สำหรับในประเทศที่ยากจน รัฐบาลยังมีการจากดอกเบี้ยและอัตราเงินเฟ้อ ซึ่งจะเป็นผลให้จำนวนเงินให้กู้ยืมที่ได้รับคืนมาไม่ครอบคลุมต้นทุนที่รัฐต้องอุดหนุนทุนกู้ยืมล่วงหน้าให้ผู้เรียน รวมทั้งรายได้ของผู้จบการศึกษาในประเทศยากจน ก็อยู่ในอัตราที่ต่ำกว่าเมื่อเทียบกับต้นทุนการศึกษา หากไม่มีแนวทางการบริหารจัดการที่ดี รัฐบาลอาจต้องเป็นผู้รับภาระดอกเบี้ย รวมทั้งเงินเฟ้อและหนี้สูญซึ่งมากจนเกินกำลังความสามารถของรัฐบาล เนื่องจากการขยายโอกาสให้ทุกคนเข้าศึกษาในระดับอุดมศึกษาโดยไม่มีการวางแผน จะเพิ่มจำนวนผู้เรียนและผู้ต้องการดำเนินธุรกิจให้บริการการศึกษา ซึ่งอาจไม่สอดคล้องกับความเป็นจริงในการพัฒนาประเทศ

ประเทศสหรัฐอเมริกาและอีกหลายประเทศ เลือกวิธีการให้ผู้เรียนต้องร่วมรับภาระค่าใช้จ่าย (Cost Sharing) เพิ่มขึ้น โดยขึ้นค่าเล่าเรียน (Tuition Fees) ให้ครอบคลุมค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้น เพื่อลดงบประมาณที่ต้องอุดหนุนสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ และรัฐบาลอุดหนุนเงินช่วยเหลือเพื่อการศึกษา (Student Aid) เฉพาะผู้เรียนที่ยากจน ในบางประเทศจะให้นักศึกษาที่มีผลการเรียนดี ได้เข้าเรียนในอัตราค่าเล่าเรียนต่ำ และรัฐอุดหนุนส่วนต่าง (Free Seats) ส่วนนักศึกษาที่ไม่ได้รับสิทธิ จะต้องจ่ายค่าเล่าเรียนในอัตราที่ครอบคลุม ต้นทุนการศึกษา แต่ปัญหาในแนวทางการอุดหนุนเฉพาะผู้เรียนดี จะเป็นผลให้นักศึกษายากจนที่ไม่มีโอกาสเข้าศึกษาในโรงเรียนที่มีคุณภาพตั้งแต่ต้น และมีผลการเรียนต่ำจากโรงเรียนที่ด้อยคุณภาพ กลายเป็นผู้ต้องเป็นผู้รับภาระค่าใช้จ่ายในการศึกษาที่สูงกว่านักศึกษาที่มาจากครอบครัวที่มีฐานะดี ซึ่งมักจะมีสติปัญญาดีและมีโอกาสได้รับการศึกษาที่ดีกว่าตั้งแต่แรก สร้างความไม่เป็นธรรมขึ้นในสังคม

การคิดอัตราค่าเล่าเรียนที่ต่างกัน (Differential Fees) ก็เป็นประโยชน์ เพื่อให้รัฐอุดหนุนสาขาวิชาที่ขาดแคลนบุคลากร เช่น วิทยาศาสตร์ พยาบาล หรือ ครู เป็นต้น ส่วนสาขาวิชาที่เป็นที่ต้องการของตลาด มีผู้นิยมเรียนมากเพราะสร้างรายได้สูงให้กับผู้จบการศึกษา เช่น สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัญชี หรือ กฎหมาย เป็นต้น รัฐจะคิดค่าเล่าเรียนตามต้นทุน โดยที่รัฐไม่อุดหนุน ซึ่งจะสามารถลดภาระของรัฐบาลในการอุดหนุนการศึกษาระดับอุดมศึกษาให้ประชากรโดยทั่วถึง รวมทั้งในบางประเทศรัฐบาลอุดหนุนการศึกษาในระดับปริญญาตรี แต่คิดค่าเล่าเรียนเต็มราคาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี เป็นต้น เนื่องจากประเทศต่าง ๆ ส่วนมากจะเก็บค่าเล่าเรียนจากนักศึกษาต่างชาติ ในอัตราที่สูงกว่านักศึกษาในประเทศ บางประเทศจึงสามารถสร้างรายได้จากนักศึกษาต่างชาติ และนำไปสนับสนุนการจัดการศึกษาในประเทศ

อย่างไรก็ตาม บทบาทของการศึกษาเอกชน มีส่วนสำคัญอย่างมากในการขยายโอกาสเข้าสู่อุดมศึกษาของประชากรในประเทศ หลายประเทศโดยเฉพาะในประเทศกำลังพัฒนา สถาบันอุดมศึกษาเอกชนเกิดขึ้นเพื่อรองรับผู้เรียนที่เพิ่มมากขึ้นเกินกว่าที่สถาบันอุดมศึกษาของรัฐจะรองรับได้ ในบางประเทศ รัฐสนับสนุนให้สถานศึกษาเอกชนจัดการศึกษาในระดับอุดมศึกษา เพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายของรัฐบาล รวมทั้งอุดหนุนผู้เรียนในรูปของเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาและทุนการศึกษา

ภาคเอกชน ซึ่งรวมถึง ภาคครัวเรือน องค์กรธุรกิจ องค์กรการกุศล มีส่วนสำคัญในการร่วมรับภาระค่าใช้จ่ายในการศึกษาระดับอุดมศึกษา การระดมทุนจากภาคเอกชนมีรูปแบบที่หลากหลาย นอกเหนือจากค่าเล่าเรียนที่นักศึกษาหรือผู้ปกครองเป็นผู้จ่าย ยังมีรายได้ของสถาบันอุดมศึกษาจากการให้คำปรึกษาและบริการวิชาการให้กับ ภาคธุรกิจ และรายได้ที่เกิดจากความร่วมมือกับภาคเอกชนในการศึกษา ค้นคว้าวิจัยเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมและธุรกิจ นอกจากนี้ องค์กรการกุศล และศิษย์เก่าในสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียง มีส่วนสำคัญในการระดมทุนหรือบริจาคเงินช่วยพัฒนาสถานศึกษา

โครงสร้างประชากรและการขยายตัวของอุดมศึกษา

ในปี พ.ศ. 2548 ประชากรของโลกรวม 6,436 ล้านคน เป็นประชากรของประเทศที่ร่ำรวย 1,008 ล้านคน หรือร้อยละ 15.7 เมื่อรวมประชากรของประเทศที่มีรายได้ปานกลางค่อนข้างสูง จะมีประชากรของโลกที่มีฐานะดีประมาณ 1 ใน 4 อีก 3 ใน 4 เป็นประชากรในประเทศที่มีรายได้ปานกลางค่อนข้างต่ำ และประชากรของประเทศที่มีรายได้ต่ำในจำนวนใกล้เคียงกัน แต่อัตราเพิ่มของประชากรในประเทศที่มีรายได้ต่ำ มีสัดส่วนสูงกว่าประชากรในประเทศที่มีรายได้สูง รวมทั้งประชากรในประเทศที่มีรายได้ดี มีโอกาสได้รับการศึกษาสูงกว่าประชากรในประเทศที่มีรายได้ต่ำ

โครงสร้างของประชากรมีความสำคัญต่อการขยายตัวของอุดมศึกษา การศึกษาของประชากรในประเทศร่ำรวยและประเทศยากจนยังมีความเหลื่อมล้ำกันมาก อัตราการเพิ่มของประชากรโลก โดยเฉลี่ยต่อปีลดลงจากร้อยละ 1.4 ในระหว่างปี พ.ศ. 2533-2543 เหลือร้อยละ 1.2 ในระหว่างปี พ.ศ. 2543-2548 แต่



อัตราเพิ่มของประชากรในประเทศยากจน ลดลงช้ากว่าในประเทศร่ำรวย ในช่วงปี พ.ศ. 2543-2548 อัตราเพิ่มของประชากรในประเทศที่มีรายได้ต่ำ (ร้อยละ 0.95 ต่อปี ในประเทศรายได้ปานกลางก่อนข้างต่ำ และร้อยละ 1.85 ต่อปี ในประเทศรายได้ต่ำ) ยังสูงกว่าอัตราเพิ่มของประชากรในประเทศที่มีฐานะดีในช่วงก่อนหน้าในปี พ.ศ. 2533-2543 (ร้อยละ 0.78 ต่อปี ในประเทศรายได้สูง และร้อยละ 1.00 ต่อปี ในประเทศรายได้ปานกลางก่อนข้างสูง) ประเทศที่ยากจนนอกจากจะมีรายได้ต่ำแล้ว ยังจะต้องมีการจัดการศึกษาให้กับประชากรเป็นจำนวนมากกว่าประเทศร่ำรวย (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของประชากรโลก พ.ศ. 2533-2548

	จำนวนประชากร				อัตราเพิ่มต่อปี	
	2548		2543	2533	43-48	33-43
	2005		2000	1990	00-05	90-00
	ล้านคน	%	ล้านคน	%	%	%
ประชากรโลก	6,436	100.0	6,062	5,256	1.20	1.44
ประเทศที่มีรายได้สูง (High income)	1,008	15.7	976	903	0.64	0.78
ประเทศรายได้ปานกลางก่อนข้างสูง (Upper middle income)	579	9.0	560	507	0.68	1.00
ประเทศรายได้ปานกลางก่อนข้างต่ำ (Upper middle income)	2,465	38.3	2,351	2,083	0.95	1.22
ประเทศรายได้ต่ำ (Low income)	2,384	37.0	2,175	1,763	1.85	2.12

ที่มาของข้อมูล World Bank: EdStats Query. <http://go.worldbank.org/47P3PLE940>

ในปี พ.ศ. 2549 ทั่วโลกมีอัตราผู้เข้าศึกษาในระดับอุดมศึกษาต่อประชากรวัยเรียนในระดับอุดมศึกษา (Gross Enrolment Ratio - GER) คิดเป็นร้อยละ 24.7 หรือสูงขึ้นประมาณ 3 เท่าของอัตราผู้เข้าเรียนอุดมศึกษาในปี พ.ศ. 2533 ในประเทศร่ำรวยอัตราผู้เข้าเรียนต่อประชากรวัยเรียนในระดับอุดมศึกษา มีสัดส่วนร้อยละ 66.9 แต่ในประเทศที่มีรายได้ต่ำนั้น มีอัตราผู้เข้าเรียนต่อประชากรวัยเรียนในระดับอุดมศึกษาเพียงร้อยละ 8.8 (ตาราง ที่ 3)

ประเทศร่ำรวยและประเทศที่มีฐานะก่อนข้างร่ำรวย มีประชากรรวมกัน น้อยกว่า 1 ใน 4 ของโลก แต่ประเทศเหล่านี้ มีสัดส่วนรายได้ของประเทศรวมกันคิดเป็นร้อยละ 74 ของ ผลิตภัณฑ์มวลรวมของโลก ในขณะที่ประชากรอีก 3 ใน 4 ของโลกมีสัดส่วนรายได้เพียง 1 ใน 4 ของ ผลิตภัณฑ์มวลรวมของโลก เมื่อเปรียบเทียบ ผลิตภัณฑ์มวลรวมต่อหัว ของประชากร (GDP per capital) ซึ่งได้ปรับค่าด้วยอำนาจซื้อเปรียบเทียบ (Purchasing Power Parity - PPP) จะเห็นว่าในปี พ.ศ. 2549 ประเทศที่มีรายได้สูงนั้นมีผลิตภัณฑ์มวลรวมต่อหัวของประชากร สูงกว่าประเทศที่มีรายได้ต่ำเกือบ 20 เท่า และสัดส่วนของรายได้ที่

ได้จัดสรรเพื่อการศึกษาในประเทศยากจน ก็ต่ำกว่าในประเทศร่ำรวย การพัฒนาการศึกษาของประชากรให้ทัดเทียมกับประเทศที่ร่ำรวย จึงเป็นเรื่องที่ทำได้ยาก แม้ว่าประเทศที่กำลังพัฒนาซึ่งมีรายได้ปานกลาง จะได้ใช้ความพยายามจัดสรรงบประมาณเพื่อการศึกษาเพิ่มขึ้นในรอบ 20 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2523 ถึง ปี พ.ศ. 2543

ตารางที่ 3 งบประมาณอุดมศึกษาและอัตราการเข้าศึกษาในระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2528-2549 จำแนกตามฐานะทางเศรษฐกิจของประเทศ

	อัตราเข้าเรียนอุดมศึกษา (Gross Enrollment Rate) %				GDP \$ ล้านล้าน	GDP pc \$	งบการศึกษา % ของ GDP	
	2549	2548	2543	2533	2549	2549	2543	2523
	2006	2005	2000	1990	2006	2006	2000	1980
ทั่วโลก	24.7	24.1	18.7	8.6	60.5	9,255	4.08	3.81
ประเทศที่มีรายได้สูง	66.9	66.7	56.9	45.7	35.9	34,814	5.25	5.45
รายได้ปานกลางค่อนข้างสูง	41.4	40.1	28.8	25.6	9.1	11,182	3.95	4.22
รายได้ปานกลางค่อนข้างต่ำ	23.8	22.8	14.2	8.0	11.2	4,937	4.30	3.23
ประเทศที่มีรายได้ต่ำ	8.8	8.5	7.2	5.2	4.6	1,884	3.17	3.11

ที่มาของข้อมูล World Bank: EdStats Query. <http://go.worldbank.org/47P3PLE940>

หมายเหตุ: ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product - GDP) และ ผลิตภัณฑ์มวลรวมต่อหัวของประชากร (GDP per capita) เป็นตัวเลขที่ปรับด้วยอำนาจซื้อเปรียบเทียบ (PPP) มีหน่วยเป็น current international \$

จากโครงสร้างประชากรจะเห็นได้ว่า ประเทศยากจนหรือมีรายได้ค่อนข้างน้อย เป็นประเทศที่มีสัดส่วนประชากรสูงหรือเป็นประชากรส่วนใหญ่ของโลก และยังมีประชากรเพิ่มขึ้นอีกในอนาคต จากอัตราการขยายตัวของประชากรที่สูงกว่าในประเทศที่ร่ำรวย

นอกจากนี้ ยังมีอัตราผู้เข้าเรียนในระดับอุดมศึกษาที่ต่ำมาก เมื่อเปรียบเทียบกับอัตราผู้เข้าเรียนในระดับอุดมศึกษาในประเทศร่ำรวย จำนวนผู้ต้องการเรียนต่อในระดับอุดมศึกษาที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคต ยังมีจำนวนมาก ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่รัฐบาลต้องเตรียมการ เพื่อพัฒนาการศึกษาในระดับอุดมศึกษาของประชากรในประเทศ ให้สอดคล้องกับอัตราการขยายตัวของประชากรในอนาคต แต่ด้วยงบประมาณของ

ประเทศที่มีอยู่จำกัด โอกาสในการขยายการศึกษาไปสู่ประชากรให้ทั่วถึงนั้น จำเป็นต้องพึ่งพาการระดมทุน และทรัพยากรจากภาคเอกชน

จากผลการศึกษาของ UNESCO และ OECD (2005) พบว่าในรอบทศวรรษ ที่ผ่านมา ในขณะที่ที่จำนวนนักศึกษาเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 43 ในประเทศร่ำรวย ในกลุ่มองค์กรเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (Organization for Economic Cooperation and Development - OECD) ในประเทศที่มีรายได้ระดับกลาง (Middle-Income) 19 ประเทศซึ่งรวมถึงประเทศไทยนั้น จำนวนผู้เรียนในระดับอุดมศึกษาเพิ่มมากขึ้นร้อยละ 77 จำนวนนักศึกษาในประเทศมาเลเซียและอียิปต์เพิ่มขึ้นประมาณ 3 เท่า และในประเทศใหญ่ๆหลายประเทศ เช่น จีนและบราซิล จำนวนนักศึกษาเพิ่มขึ้นเท่าตัว นักศึกษาในระดับอุดมศึกษาของจีนเพิ่มขึ้นจาก 6.8 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2538 เป็น 15.2 ล้านคนในปี พ.ศ. 2546 ในบราซิลจำนวนนักศึกษาเพิ่มขึ้นจาก 1.8 ล้านคน เป็น 3.6 ล้านคน และนักศึกษาในมาเลเซียเพิ่มขึ้นจาก 227 ,689 คน เป็น 632 ,309 คน ส่วนในประเทศไทยมีผู้เรียนในระดับอุดมศึกษาเพิ่มขึ้นจาก 1.2 ล้านคน เป็น 2.3 ล้านคน หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 81 สูงกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศในกลุ่มรายได้ปานกลาง 19 ประเทศเล็กน้อย

ในปี พ.ศ. 2549 หลายประเทศที่พัฒนาแล้ว และมีจำนวนผู้ได้เข้าศึกษาในระดับอุดมศึกษาต่อประชากรวัยอุดมศึกษาสูง เช่น เกาหลี สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย อังกฤษ และญี่ปุ่น (GER ร้อยละ 91, 82, 73, 59 และ 57 ตามลำดับ) ส่วนใหญ่มีอัตราการขยายตัวของประชากร และผู้เรียนอุดมศึกษาอยู่ในระดับต่ำ ประเทศอังกฤษมีอัตราเพิ่มของจำนวนผู้เรียนในระดับอุดมศึกษาเฉลี่ยร้อยละ 2.3 ต่อปี ในระยะเวลา 10 ปี ตั้งแต่ พ.ศ. 2538-2548 และในสหรัฐอเมริกา มีอัตราเพิ่มของผู้เรียนเพียงร้อยละ 1.9 ต่อปี ส่วนในออสเตรเลีย มีอัตราเพิ่มของผู้เรียนระดับอุดมศึกษาร้อยละ 0.6 ต่อปี ในญี่ปุ่นและเกาหลีนั้นจำนวนผู้เรียนอุดมศึกษาเพิ่มขึ้นเฉลี่ยเพียงร้อยละ 0.4 ต่อปี ในระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา (ตารางที่ 4)

ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ส่วนใหญ่ยังมีผู้ได้เข้าเรียนในระดับอุดมศึกษาน้อย แต่หลายประเทศมีจำนวนผู้เรียนอุดมศึกษาเพิ่มขึ้นสูง เช่น ประเทศเวียดนาม กัมพูชา ลาว มีอัตราเพิ่มของผู้เรียนในระดับอุดมศึกษาต่อปี ร้อยละ 15 ขึ้นไป มาเลเซียมีผู้เรียนอุดมศึกษาเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 12.7 ต่อปี ส่วนไทยมีผู้เรียนเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 6.8 ต่อปี ด้วยอัตราเพิ่มของประชากรที่เฉลี่ยต่ำกว่าร้อยละ 1 ต่อปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538 สัดส่วนผู้เข้าเรียนอุดมศึกษาต่อประชากรวัยอุดมศึกษาของไทย (GER ร้อยละ 46) ยังสูงกว่าหลายประเทศในภูมิภาค ประเทศมาเลเซียและประเทศเวียดนามนั้น มีสัดส่วนผู้เรียนต่อประชากรวัยเรียนในระดับอุดมศึกษาร้อยละ 32 และ 16 ตามลำดับ ลาวและกัมพูชามีสัดส่วนผู้เข้าเรียนอุดมศึกษาน้อยกว่าร้อยละ 10

สองประเทศที่มีประชากรมากที่สุดในโลก ได้แก่ จีน และ อินเดีย ซึ่งมีสัดส่วนประชากรรวมกัน ร้อยละ 38 ของประชากรโลก มีจำนวนผู้เรียนอุดมศึกษารวมกัน 36 ล้านคน หรือประมาณ 1 ใน 4 ของผู้เรียนอุดมศึกษาทั่วโลก 138 ล้านคน จำนวนผู้เรียนในระดับอุดมศึกษาของจีนเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 14 ต่อปี

ในรอบระยะเวลา 10 ปี ส่วนอินเดียมีอัตราการขยายตัวของผู้เรียนอุดมศึกษาเฉลี่ยร้อยละ 7.5 ต่อปี แต่มีอัตราเพิ่มของประชากรสูงถึงร้อยละ 1.7 ต่อปี ซึ่งสูงกว่าอัตราเพิ่มโดยเฉลี่ยของประชากรโลก (ร้อยละ 1.3 ต่อปี) จะเห็นว่าสัดส่วนผู้เข้าเรียนอุดมศึกษาของจีนและอินเดียในปัจจุบัน (GER ร้อยละ 22 และ 12) ก็ยังต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของประชากรโลก ความจำเป็นในการพัฒนาการศึกษาในระดับอุดมศึกษาในภูมิภาคเอเชีย ยังจะเป็นภาระของรัฐบาลในหลายประเทศ และการระดมทุนและทรัพยากรจากภาคเอกชนเป็นเรื่องที่หลีกเลี่ยงได้ยาก

ตารางที่ 4 จำนวนประชากร และอัตราเพิ่มของประชากรเปรียบเทียบกับอัตราเข้าเรียนระดับอุดมศึกษา (Gross Enrollment Ratio - GER) ในบางประเทศและประเทศไทย

	ประชากร	ผู้เรียนอุดมศึกษา (ล้านคน)					GER	ผู้เรียน	ประชากร
	ล้านคน						(%)	เพิ่มต่อปี (%)	
	2549 2006	2549 2006	2548 2005	2538 1995	2536 1993	2549 2006		1995-2005	2538-2548
ทั่วโลก	6,436	..	137.9	..	..	25	..	1.28	
จีน	1,321	23.36	21.35	5.62	4.51	22	13.83	0.79	
อินเดีย	1,152	12.85	11.78	5.70	..	12	7.53	1.74	
สหรัฐฯ	303	17.49	17.27	14.26	14.31	82	1.93	1.04	
อินโดนีเซีย	229	3.66	3.66	2.30	2.04	17	4.74	1.36	
ญี่ปุ่น	128	4.08	4.04	..	3.84	57	0.42	0.19	
ฟิลิปปินส์	86	2.48	2.40	2.02	..	28	1.74	2.12	
เวียดนาม	86	..	1.35	0.30	0.16	16	16.35	1.49	
ไทย	63	2.34	2.36	1.22	..	46	6.81	0.91	
อังกฤษ	61	2.34	2.29	1.82	1.66	59	2.31	0.39	
พม่า	48	..	..	..	0.24	..	..	1.07	
เกาหลี	48	3.21	3.22	2.23	1.95	91	3.78	0.62	
มาเลเซีย	26	..	0.70	0.21	0.17	32	12.70	2.22	
ออสเตรเลีย	21	1.04	1.02	0.96	0.92	73	0.60	1.17	
กัมพูชา	14	0.08	0.06	0.01	0.01	5	15.54	2.05	
ฮ่องกง	7	0.16	0.15	..	0.10	33	3.80	1.29	
ลาว	6	0.06	0.05	0.01	0.01	9	15.00	1.90	
สิงคโปร์	4	..	..	0.08	0.07	..	..	2.21	
นิวซีแลนด์	4	0.24	0.24	0.16	0.16	..	3.89	1.10	
มาเก๊า	0.5	0.02	0.02	..	0.01	57	11.25	1.40	

ที่มาของข้อมูล World Bank: EdStats Query. <http://go.worldbank.org/47P3PLE940>

การขยายบทบาทของภาคเอกชนในอุดมศึกษา

จากข้อมูลในปี พ.ศ. 2548 ของ UNESCO (2007) สถาบันอุดมศึกษาเอกชนส่วนใหญ่ได้รับเงินอุดหนุนจากรัฐเป็นส่วนน้อย และเป็นเอกเทศด้านการเงิน (Independent Private) ยกเว้นเพียงบางประเทศที่สถาบันอุดมศึกษาเอกชนได้รับเงินอุดหนุนส่วนใหญ่จากรัฐ (Government Dependent Private) เช่น ในประเทศอังกฤษ ดังนั้นผู้เรียนในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนส่วนใหญ่ ยังต้องรับภาระค่าใช้จ่ายเพื่อการศึกษาของตนเอง แต่ผู้เรียนในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน มีสัดส่วนค่อนข้างสูงในหลายประเทศ เช่น เกาหลี (81%) ญี่ปุ่น (80%) ฟิลิปปินส์ (66%) อินโดนีเซีย (61%) ประเทศที่มีสัดส่วนผู้เรียนอุดมศึกษาเอกชนน้อยกว่าร้อยละ 20 มีเป็นส่วนน้อย ซึ่งในจำนวนนี้รวมถึงประเทศไทย เวียดนาม นิวซีแลนด์ และออสเตรเลีย ในปัจจุบันประเทศในกลุ่มองค์กรเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (OECD) 29 ประเทศมีสัดส่วนผู้เรียนในสถาบันอุดมศึกษาของเอกชนโดยเฉลี่ยร้อยละ 32

การขยายตัวของอุดมศึกษาที่ผ่านมา ส่วนหนึ่งเกิดขึ้นได้ด้วยค่าใช้จ่ายที่เพิ่มสูงขึ้นในภาคเอกชน หลายประเทศที่มีฐานะทางเศรษฐกิจดี และมีสัดส่วนผู้เข้าเรียนอุดมศึกษาสูง มีภาคเอกชนที่ต้องรับภาระค่าใช้จ่ายในระดับอุดมศึกษาสูงมาก เช่น เกาหลี ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และ ออสเตรเลีย (ร้อยละ 76 , 66, 65 และ 52 ของค่าใช้จ่ายอุดมศึกษา)

แต่ประเทศที่รัฐบาลยังต้องรับภาระค่าใช้จ่ายของอุดมศึกษาไว้ในสัดส่วนที่สูงก็มีแนวโน้มว่า รัฐบาลต้องผลักดันภาระค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นให้ภาคเอกชน ในปี พ.ศ. 2548 ค่าใช้จ่ายจากภาคเอกชนเพื่อศึกษาในระดับอุดมศึกษาของประเทศในกลุ่ม OECD (2008) คิดเป็นร้อยละ 0.5 ของ GDP มีสัดส่วนร้อยละ 27 และงบประมาณจากรัฐคิดเป็นร้อยละ 1.1 ของ GDP มีสัดส่วนร้อยละ 73 ลดลงต่อเนื่องจากร้อยละ 79 ในปี พ.ศ. 2538 และร้อยละ 77 ในปี พ.ศ. 2543 โดยรวมค่าใช้จ่ายภาคเอกชนในกลุ่ม OECD ได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ 186 ในรอบสิบปีที่ผ่านมา

ในขณะที่งบประมาณอุดมศึกษาของภาครัฐเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 26 สัดส่วนค่าใช้จ่ายภาคเอกชนในระดับอุดมศึกษาของอังกฤษเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 29 ในปี พ.ศ. 2544 เป็น ร้อยละ 33 ในปี พ.ศ. 2548 บางประเทศยังสร้างรายได้จำนวนมากจากนักศึกษาต่างชาติ เพื่อสนับสนุนค่าใช้จ่ายเพื่อการศึกษาของประเทศ เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกา อังกฤษ และออสเตรเลีย เป็นต้น ในประเทศนิวซีแลนด์ นักศึกษา 1 ใน 4 เป็นนักศึกษาต่างชาติ และในประเทศออสเตรเลีย นักศึกษา 1 ใน 5 เป็นนักศึกษาต่างชาติ

ในประเทศไทย สัดส่วนค่าใช้จ่ายภาคเอกชนเพิ่มขึ้นเกือบเท่าตัว จากร้อยละ 17.5 ในปี พ.ศ. 2544 เป็นร้อยละ 34 ในปี พ.ศ. 2548 แต่สัดส่วนผู้เรียนในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ลดลงจากร้อยละ 18.9 เหลือเพียงร้อยละ 16.9 จะเห็นได้ว่า ประเทศอื่นในภูมิภาคส่วนใหญ่ พึ่งพาภาคเอกชนให้เป็นผู้จัดการศึกษาในระดับอุดมศึกษามากกว่าไทย เช่น ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย กัมพูชา มาเลเซีย และลาว มีสัดส่วนผู้เรียนในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน คิดเป็นร้อยละ 66, 61, 56, 36 และ 30 ตามลำดับ

ประเทศฟิลิปปินส์และลาว มีสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการศึกษาของภาคเอกชนในระดับอุดมศึกษาสูงกว่าร้อยละ 60 และอินโดนีเซียมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายของภาคเอกชนในระดับอุดมศึกษา สูงกว่าร้อยละ 50 ในประเทศไทยนั้น ภาคเอกชนยังมีส่วนในการรับภาระค่าใช้จ่ายในการศึกษาระดับอุดมศึกษาได้น้อยมาก และสัดส่วนจำนวนผู้เรียนในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ก็น้อยกว่าประเทศอื่นๆ ภาระในการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษาของไทย จึงยัง ตกอยู่กับรัฐบาล (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 สัดส่วนผู้เรียนและค่าใช้จ่ายในภาคเอกชนระดับอุดมศึกษา

	ผู้เรียนอุดมศึกษา			สัดส่วนค่าใช้จ่ายภาคเอกชน				
	GER %	สัดส่วนเอกชน %		ต่อค่าใช้จ่ายอุดมศึกษา %				
	2549 2006	2548 2005	2544 2001	2548 2005	2547 2004	2546 2003	2545 2002	2544 2001
จีน	22	..	..	..	..	..	..	..
อินเดีย	12	..	..	..	13.9	20.3	22.2	..
สหรัฐอเมริกา	82	24.8	26.0	65.3	64.6	57.2	54.9	66.0
อินโดนีเซีย	17	61.2	62.8	..	..	56.2	..	..
ญี่ปุ่น	57	79.7	77.1	66.3	58.8	60.3	58.5	56.9
ฟิลิปปินส์	28	65.9	68.7	..	..	..	..	66.9
เวียดนาม	16	10.2	10.6	..	..	..	..	..
ไทย	46	16.9	18.9	34.1	..	..	..	17.5
อังกฤษ	59	100.0	100.0	33.1	30.4	29.8	28.0	29.0
พม่า	..	..	..	..	..	..	..	..
เกาหลี	91	80.5	80.6	75.7	79.0	76.8	85.1	88.7
มาเลเซีย	32	35.5	32.2	..	..	..	..	..
ออสเตรเลีย	73	1.5	0.4	52.2	52.0	52.0	51.3	48.7
กัมพูชา	5	55.8	71.7	..	..	..	..	..
ฮ่องกง	33	3.8	..	..	..	..	..	22.8
ลาว	9	30.9	25.0	60.6	57.8	..	..	..
สิงคโปร์	..	..	..	..	..	..	..	..
นิวซีแลนด์	..	9.1	6.1	39.2	38.5	..	..	..
มาเก๊า	57	62.8	62.1	..	..	..	..	..

ที่มาของข้อมูล World Bank: EdStats Query และ UNESCO Institute for Statistics:

Data Centre.

บทบาทของรัฐและเอกชนในการพัฒนาอุดมศึกษา

จากผลการศึกษาของ OECD (2008) ในกลุ่ม OECD 19 ประเทศ ผลตอบแทนที่ได้กับผู้เรียน (Private Internal Rates of Return) จากการลงทุนในการศึกษาระดับอุดมศึกษาในปี พ.ศ. 2547 อยู่ระหว่าง

ร้อยละ 4 ถึงร้อยละ 29 อันเป็นเหตุจูงใจให้ผู้เรียนพร้อมที่จะร่วมรับภาระค่าใช้จ่ายในระดับอุดมศึกษา จำนวนผู้จบมัธยมศึกษา ตอนปลายร้อยละ 37 เข้าเรียนต่อในระดับอุดมศึกษา ในปี พ.ศ. 2538 แต่ในปี พ.ศ. 2549 ผู้จบมัธยมศึกษาตอนปลายที่เข้าเรียนต่อในระดับอุดมศึกษาเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 57 และจำนวน นักศึกษาในระดับอุดมศึกษาเพิ่มขึ้นถึง 8 ล้านคน ภายในระยะเวลากว่า 10 ปี

จากแนวโน้มที่ผ่านมาจะเห็นได้ว่า เมื่อผู้ต้องการเรียนในระดับอุดมศึกษามีจำนวนมากขึ้น ทุก ประเทศ มีความจำเป็นต้องลดสัดส่วนการอุดหนุนอุดมศึกษาด้วยงบประมาณจากภาครัฐ และภาคเอกชน ต้องเป็นผู้รับภาระเพิ่มขึ้น บทบาทของรัฐจะเปลี่ยนไปเป็นการอุดหนุนผู้เรียน เพื่อให้เกิดความเสมอภาคใน การเข้าถึงการศึกษา และสร้างกลไกเพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษา

นอกจากนี้ การสร้างความเข้มแข็งให้สถานศึกษาเอกชนซึ่งมีความสามารถในการจัดการศึกษา ระดับอุดมศึกษาที่มีคุณภาพ จะลดภาระด้านงบประมาณของประเทศ การดำเนินงานของภาคเอกชนมีความ ยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ได้รวดเร็ว กลไกของรัฐมีความสำคัญในการสนับสนุนทรัพยากร ไปสู่สาขาวิชาที่ขาดแคลนและสาขาวิชาที่ภาคเอกชนยังไม่มีความพร้อม รวมทั้งสนับสนุนทรัพยากร การศึกษาไปสู่ผู้ด้อยโอกาส

จากรายงานการสังเคราะห์สถานการณ์ และปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการศึกษาไทย (สำนักงาน เลขาธิการสภาการศึกษา, 2550) ได้เน้นให้เห็นความสำคัญเร่งด่วนในการแก้ไขปัญหาค่าความไม่เสมอภาค ใน การเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพ และเป็นมาตรฐานซึ่งเป็นผลสืบเนื่อง จากข้อจำกัดด้านการใช้ทรัพยากรของ รัฐ ในการบริหารจัดการศึกษาให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล รัฐจำเป็นต้องสร้างกลไกการเงิน เพื่อ สนับสนุนนวัตกรรมในการบริหารจัดการศึกษา ให้มีการเปลี่ยนแปลงด้านวิชาการที่มีความหลากหลายและ ทันสมัย สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงด้านทักษะความรู้ของแรงงานที่จำเป็นต่อตลาดแรงงานของไทยและ สากล

นอกจากนี้รัฐต้องมีบทบาทที่สำคัญในการสร้างกลไก เพื่อประเมินและพัฒนาคุณภาพของ การศึกษา จากการศึกษาของ Hanushek & Woessmann (2007) เป็นที่แน่ชัดว่าการขยายการศึกษาโดยไม่ คำนึงถึงคุณภาพ ไม่เป็นประโยชน์ในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ และการจัดการศึกษาให้มีคุณภาพ จะ อาศัยเงินทุนเพียงอย่างเดียวไม่ได้ แต่รัฐต้องมีกลไกในการสร้างแรงจูงใจ เพื่อพัฒนาการศึกษาที่มุ่งเน้น คุณภาพ

แม้จะมีความกังวลว่า การจัดการอุดมศึกษาเอกชน จะมุ่งเน้นผลประโยชน์เชิงพาณิชย์มากกว่า คุณภาพการศึกษา แต่ในหลายประเทศโดยเฉพาะในประเทศสหรัฐอเมริกา สถาบันอุดมศึกษาเอกชน ได้ พัฒนาในด้านคุณภาพการศึกษา จนเป็นที่เชื่อถือของผู้เรียน กระทั่งได้รับการจัดอันดับเป็นมหาวิทยาลัยชั้น

นำของโลก รัฐบาลควรมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาคุณภาพของอุดมศึกษา ทั้งของรัฐและเอกชนให้มีมาตรฐานสากล เพื่อให้ผู้เรียนมีทักษะความรู้อันเป็นที่ยอมรับของตลาดแรงงานสากล

การดำเนินนโยบายเชิงรุกของรัฐบาล จะเป็นประโยชน์ เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาการเติบโตของ อุดมศึกษาที่ขาดคุณภาพ มาตรการด้านการเงินและกฎหมายที่เอื้อต่อการดำเนินงานและการพัฒนาคุณภาพ ของอุดมศึกษาเอกชน จะช่วยลดภาระด้านงบประมาณของประเทศ สร้างความเข้มแข็งให้กับอุดมศึกษาไทย ให้ทัดเทียมกับมาตรฐานสากล



บรรณานุกรม

- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ. (2550). รายงานการสังเคราะห์สภาวะการณ์และปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการศึกษาไทย กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด วิ.ที.ซี. คอมมิวนิเคชั่น. เข้าถึงได้จาก: <http://www.onec.go.th/publication/51004/full51004.pdf>
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ. (2551). กรอบทิศทางการพัฒนาการศึกษาในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ.2550-2554) ที่สอดคล้องกับแผนการศึกษาแห่งชาติ (พ.ศ.2545-2549). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. เข้าถึงได้จาก: <http://www.onec.go.th/publication/51038/full51038.pdf>
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ. (2551). สมรรถนะการศึกษาไทยในเวทีสากล พ.ศ. 2550. กรุงเทพฯ: บริษัทพริกหวานกราฟฟิคจำกัด. เข้าถึงได้จาก: <http://www.onec.go.th/publication/51057/full51057.pdf>
- Hauptman, Arthur M. (2007). "Four Models of Growth." **International Higher Education, Number 46**, Winter 2007. The Boston College. Center for International Higher Education.
- Hahn, Ryan. (2007). **The Global State of Higher Education and the Rise of Private Finance**. Washington, DC. : Institute for Higher Education Policy (IHEP). Available: http://www.case.org/files/AsiaPacific/PDF/Global_State_of_Higher_Education.pdf
- Hanushek, Eric A. and Woessmann, Ludger, (2007). The **Role of Education Quality for Economic Growth**. World Bank Policy Research Working Paper No. 4122. Available: http://www-wds.worldbank.org/external/default/WDSContentServer/IW3P/IB/2007/01/29/000016406_20070129113447/Rendered/PDF/wps4122.pdf
- International Finance Corporation. (2001). **Investing In Private Education: IFC's Strategic Directions**. Washington, DC. : Health and Education Group, International Finance Corporation, A Member of the World Bank Group. Available: <http://www.ifc.org/ifcext/che.nsf/Content/StrategyE>
- Organization for Economic Co-operation and Development (2008). **Education at a Glance 2008: OECD Indicators**. Available: <http://www.oecd.org/dataoecd/23/46/41284038.pdf>

Sosale, Shobhana. (2000). **Trends in Private Sector Development in World Bank Education Projects.**

World Bank Policy Research Working Paper No. 2452. Washington, DC. : The World Bank.

UNESCO and the Organization for Economic Co-operation and Development: OECD. (2005).

Education Trends in Perspective - Analysis of the World Education Indicators.

Available: [http://portal.unesco.org/en/ev.phpURL_ID=30096&URL_DO=DO_PRINTPAGE](http://portal.unesco.org/en/ev.phpURL_ID=30096&URL_DO=DO_PRINTPAGE&URL_SECTION=201.html)
&URL_SECTION=201.html. <http://www.uis.unesco.org/TEMPLATE/pdf/wei/WEI2005.pdf>

UNESCO. (2006). **Higher Education in South-East Asia.** Asia-Pacific Programme of Educational

Innovation for Development, United Nations Educational, Scientific and Cultural

Organization. Bangkok: UNESCO Bangkok. Available: <http://www2.unescobkk.org/elib/publications/084/higheredu.pdf>

UNESCO. (2007). **Education counts: Benchmarking Progress in 19 WEi countries. World**

Education indicators - 2007. Montreal, Quebec : UNESCO Institute for Statistics.

Available: <http://www.uis.unesco.org/template/pdf/wei/2007/WEI2007report.pdf>

UNESCO. (2007). **Global Education Digest 2007: Comparing Education Statistics Across the**

World. Montreal, Quebec : UNESCO Institute for Statistics. Available:

http://www.uis.unesco.org/template/pdf/ged/2007/EN_web2.pdf

ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ เจตจำนงคงอยู่ และความภักดี ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศิริพร เสรีตานนท์

*อาจารย์ที่ปรึกษา ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.นงลักษณ์ วิรัชชัย อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ศาสตราจารย์ ดร.สำเนา ขลิปปิ วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาการบริหารการศึกษาและภาวะผู้นำ มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น ปีการศึกษา 2551

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและพัฒนาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ เจตจำนงคงอยู่ และความภักดีของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน เพื่อตรวจสอบความตรงของรูปแบบที่พัฒนาโดยการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของแบบจำลองปัจจัยเชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และเพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจ เจตจำนงคงอยู่ และความภักดีของนักศึกษาระหว่างมหาวิทยาลัย ระดับชั้นปีและกลุ่มสาขาวิชาที่เรียน กรอบแนวคิดและสมมติฐานวิจัยได้รับการพัฒนาจากการศึกษาและการบูรณาการรายงานเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นนักศึกษา ระดับปริญญาตรีที่กำลังศึกษาในมหาวิทยาลัยเอกชน เขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล 6 แห่ง จาก 6 กลุ่มสาขาวิชา จำนวนรวม 1,272 คน การรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถามวัดระดับความคิดเห็นจากการรายงานตนเองของนักศึกษา โดยมีอัตราตอบกลับแบบสอบถามคิดเป็นร้อยละ 88.33 และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS v.13 และ AMOS 6.00

ผลการวิจัยพบว่า 1) แบบจำลองปัจจัยเชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีชี้วัดความกลมกลืนทุกตัวผ่านเกณฑ์ตามที่กำหนด $\chi^2 = 387.666$, $df = 344$, $p = .051$, $GFI = .982$, $AGFI = .970$, $RMR = .011$ และ $RMSEA = .010$ 2) ผลการปฏิบัติงานของอาจารย์ สิ่งอำนวยความสะดวกในมหาวิทยาลัย และภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยต่างส่งอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมผ่านประสบการณ์ในมหาวิทยาลัยไปยังความพึงพอใจ เจตจำนงคงอยู่ และความภักดีของนักศึกษา 3) ความพึงพอใจมีอิทธิพลทางตรงต่อเจตจำนงคงอยู่และความภักดี ในขณะที่ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยมีอิทธิพลทางตรงต่อความพึงพอใจ ความภักดีและประสบการณ์ในมหาวิทยาลัย โดยที่เจตจำนงคงอยู่กับความภักดีและประสบการณ์ในมหาวิทยาลัยกับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยต่างมีอิทธิพลย้อนกลับต่อกันและกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และ 4) นักศึกษาในมหาวิทยาลัยเอกชนที่มีขนาด ระดับชั้นปีที่ศึกษา และกลุ่มสาขาวิชาต่างกัน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ เจตจำนงคงอยู่ และความภักดีต่อมหาวิทยาลัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

Abstract

The purpose of this research was to study and develop the causal factors affecting the students satisfaction, intention and loyalty in the private universities, to validate the developed model by testing the goodness of fit between the model and the empirical data, and to compare the satisfaction, intention and loyalty among groups of students with different university size, years of study and fields of study. The conceptual model and the research hypotheses were developed through reviewing and integrating the literature related to this study. The research sample consisted of 1,272 undergraduate students randomly selected from 6 groups of study fields, from 6 private universities in Bangkok Metropolitan Area and Vicinity. Data collection was performed with the use of questionnaires measuring the students' self-report opinion, with 88.33 percent of response rate. Data were analyzed using SPSS v.13 and AMOS v.6.00

The research results indicated that 1) The developed causal model was fit to the empirical data with all goodness of fit indices satisfying the required criteria: chi-square = 387.666, df = 344, p = .051, GFI = .982, AGFI = .970, RMR = .011 and RMSEA = .010 2) The performance of the faculty staff members, the university facilities and the university image had direct and indirect effects via students' university experiences on students' satisfaction, intention and loyalty. 3) The students' satisfaction had direct effect on their intention and loyalty and university experiences, with the significant reciprocal effects between the students' satisfaction, intention and loyalty, and the university experiences and images. And 4) the groups of students with different university size, years of study and fields of study had statistically significant difference in the means of satisfaction, intention and loyalty.

ความเป็นมาและความสำคัญ

การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง วัฒนธรรมจากกระแสโลกาภิวัตน์และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศ ผสมกับการขยายตัวของปริมาณผู้ต้องการศึกษาระดับอุดมศึกษาที่เพิ่มมากขึ้นทั่วโลกกว่า 6 เท่าในรอบ 3 ทศวรรษ (รุ่ง แก้วแดง, 2553) ให้สถาบันอุดมศึกษาต้องปรับตัวเพื่อการดำรงอยู่และการเจริญเติบโตของสถาบัน ซึ่งการปฏิบัติตามวิสัยทัศน์และพันธกิจได้มากเท่าใด สักยภาพของสถาบันก็จะยิ่งมากขึ้นเท่านั้น นั่นคือ ความสามารถและวิธีการปรับตัวให้ตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงของปัจจัยภายในและภายนอกประเทศซึ่งเป็นกลไกหลักของการพัฒนาและปรับปรุงสถาบัน

การแข่งขันที่เข้มข้นทางการตลาดการศึกษาในทุกวันนี้ทำให้สถาบันอุดมศึกษาเอกชนนำกลยุทธ์ทางการตลาดธุรกิจมาใช้ในการดึงดูดลูกค้า (ผู้เรียน) ด้วยการนำเสนอบริการที่แตกต่างจากคู่แข่ง ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่สถาบันอุดมศึกษาเอกชนจะต้องมีกระบวนการประเมินความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเพื่อให้เข้าถึงแก่นความต้องการของผู้ใช้บริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก โดยเฉพาะความต้องการที่มาจาก “ปัจจัยความแตกต่างด้านพฤติกรรม (behavioral differences) ทั้งในรูปแบบของ “การ

ดำเนินชีวิตประจำวัน (lifestyle) และ ชีวิตการทำงาน (work-life)” ที่ต้องการในอนาคต รวมทั้งการรักษาความสัมพันธ์ที่ดีไว้ตลอดไประหว่างผู้เรียนกับสถาบันการศึกษา (ชนินาฏ ฅ สุนทร, 2544) ด้วยการสร้างความพึงพอใจ (satisfaction) ให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งผลจนกลายเป็นความภักดี (loyalty) ซึ่งเป็นเจตคติของนักเรียนต่อการบริหารจัดการศึกษา และกระบวนการให้บริการทางวิชาการ อันเป็นการเหนี่ยวนำผู้เรียนไว้กับสถาบันอุดมศึกษาในระยะยาว

สถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่ดำเนินการวัดและประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาจะได้รับประโยชน์จากการดำเนินงานด้วยการสร้างความรู้สึกผูกพันต่อผู้เรียน การรักษาจำนวนผู้เรียนเดิมคือต้นทุนของบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาจากสถาบัน ลดหนี้สินจากเงินกู้ยืม ลดอัตราการชำระหนี้เกินเวลากำหนด และเพิ่มรายรับจากการบริจาคทรัพย์สินของศิษย์เก่าที่มีความรัก ความศรัทธา และความภาคภูมิใจในสถาบันไม่เสื่อมคลาย สิ่งที่คุณเรียนทำหน้าที่แทนสถาบันด้วยความเต็มใจจนไม่สามารถประเมินมูลค่าได้ในทางธุรกิจก็คือ การแนะนำชื่อเสียงสถาบันต่อไปยังผู้อื่นแบบปากต่อปาก (word of mouth) ในเชิงบวก อันส่งผลให้สถาบันการศึกษาได้เปรียบเหนือคู่แข่งในที่สุด (ชนินาฏ ฅ สุนทร, 2549:5) ในบริบทของการให้บริการในสถาบันอุดมศึกษา ความภักดีของนักศึกษา (ลูกค้า) จะพิจารณาจากเจตจำนงคงอยู่ (intention) ที่จะศึกษาต่อระดับที่สูงขึ้นภายในสถาบันการศึกษาแห่งเดิม ความถี่และการใช้บริการที่สนับสนุนการเรียนรู้ครั้งล่าสุดของตนเช่น ห้องสมุด ระบบสารสนเทศ บริการของห้องอาหารภายในสถาบัน และความเต็มใจที่จะให้คำรับรองเกี่ยวกับสถาบันของตนต่อเพื่อนฝูง เพื่อนบ้าน และเพื่อน (Omugbe et al., 2006:253)

ผู้วิจัยจึงได้ประมวลองค์ความรู้จากการศึกษาเอกสารงานวิจัยและแนวคิดทฤษฎีซึ่งเกี่ยวข้องเพื่อศึกษาอิทธิพลของตัวแปรต่างๆ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ เจตจำนงคงอยู่และความภักดีของนักศึกษามหาวิทยาลัยที่ตนศึกษาอยู่ เพื่อเป็นฐานข้อมูลในการประเมินสถานการณ์ และผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยและเพื่อสร้างความเป็นเลิศในการให้บริการ รวมทั้งเป็นการสร้างคุณค่าเพิ่มให้แก่ผู้ให้บริการได้อย่างเต็มศักยภาพ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาและตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ เจตจำนงคงอยู่ และความภักดีของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนเขตกรุงเทพฯและปริมณฑลที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีต่อความพึงพอใจ เจตจำนงคงอยู่ และความภักดีของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล
3. เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจ เจตจำนงคงอยู่ และความภักดีของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนระหว่างขนาดมหาวิทยาลัยชั้นปีที่ศึกษาและกลุ่มสาขาที่ศึกษา

สมมติฐานวิจัย

1. แบบจำลองปัจจัยเชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อสมมติฐาน
2. ผลการปฏิบัติงานของอาจารย์ สิ่งอำนวยความสะดวกในมหาวิทยาลัยและภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเป็นปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ เจตจำนงคงอยู่ และความภักดีของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยเอกชน โดยส่งอิทธิพลผ่านประสบการณ์ในมหาวิทยาลัย
3. ความพึงพอใจมีอิทธิพลทางตรงต่อเจตจำนงคงอยู่และความภักดี ในขณะที่ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยมีอิทธิพลทางตรงต่อความพึงพอใจ ความภักดี และประสบการณ์ในมหาวิทยาลัยที่เจตจำนงคงอยู่กับความภักดีของนักศึกษา และประสบการณ์ในมหาวิทยาลัยกับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัย ต่างมีอิทธิพลแบบย้อนกลับระหว่างกัน
4. ความพึงพอใจ เจตจำนงคงอยู่ และความภักดีของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนแตกต่างกันระหว่างขนาดมหาวิทยาลัย ระดับชั้นปีที่ศึกษา และกลุ่มสาขาวิชาที่เรียน

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

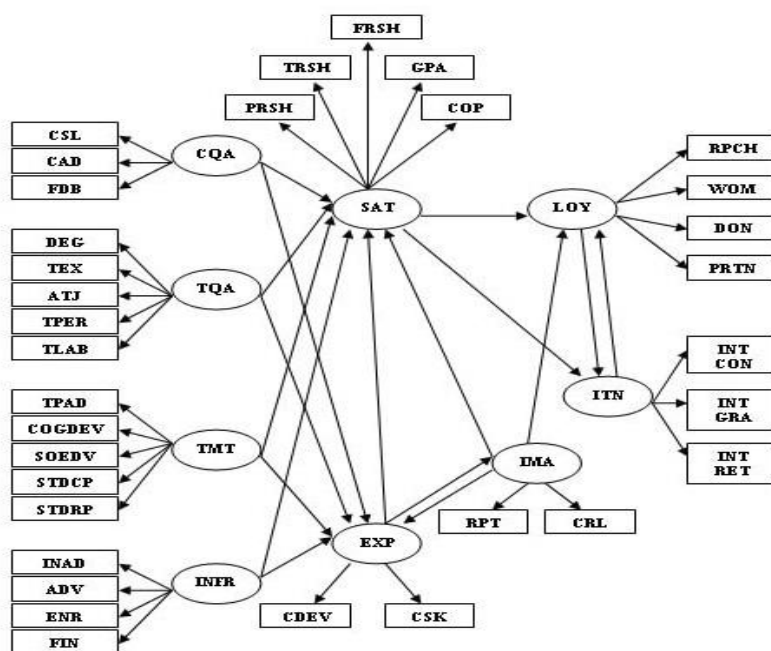
การศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษา ได้ประยุกต์แนวคิดทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg (1967) ซึ่งกล่าวว่าความพึงพอใจ (satisfaction) และการขาดความพึงพอใจ (dissatisfaction) ของบุคคลเป็นผลมาจากปัจจัยสำคัญ 2 ประการ ได้แก่ ปัจจัยจูงใจ (motivation factors) อันจะส่งผลต่อความพึงพอใจและกระตุ้นการปฏิบัติงานของบุคคลในองค์กร ส่วนปัจจัยที่สองคือ ปัจจัยบำรุงรักษาจิตใจ (hygiene or maintenance factors) ซึ่งเป็นสาเหตุแห่งการลดความพึงพอใจในการปฏิบัติงานเมื่อตัวแปรเหล่านี้ขาดหายไปหรือมีไม่เพียงพอหรือไม่สอดคล้องกับความต้องการของบุคคล

การศึกษาเจตจำนงคงอยู่ของนักศึกษา ได้ศึกษาแนวคิดของ Keaveney & Young (1977) Bloemer et al. (1999) Hardre and Reeve (2003) และ Guenzi and Pelloni (2004) ซึ่งกล่าวถึงปัจจัยเชิงสาเหตุและตัวบ่งชี้เจตจำนงคงอยู่ของลูกค้าในธุรกิจและของผู้เรียนในสถาบันการศึกษา

การศึกษาความภักดีของนักศึกษา ได้ประยุกต์แนวความคิดและแบบจำลองของ Navarro et al. (2005) และ Berge & Haung (2004) ผนวกกับแนวความคิดของ Kara and DeShields (2004) ซึ่งทำการวิจัยความพึงพอใจและความภักดีของนักศึกษาจากตัวบ่งชี้ด้านเจตจำนงคงอยู่ในสถาบันแห่งเดิม รวมทั้งศึกษาตัวบ่งชี้ความภักดีจากงานวิจัยของ Mavondo and Zaman (2000) และ Tsazenko and Mavondo (2001) ประกอบกัน การศึกษาปัจจัยด้านการบริหารจัดการในมหาวิทยาลัย และปัจจัยด้านการบริการทางวิชาการได้ตั้งเคราะห์แนวความคิดจากงานวิจัยของ Kara & DeShields (2004) Berge & Haung (2004) และ Navarro et al. (2005) L'Oughlin & Coenders (2004) และ Helgesen and Nasset (2007) ซึ่งพบว่า ประสบการณ์ที่นักศึกษาได้รับจากการเรียน ในมหาวิทยาลัยจะนำไปสู่ความพึงพอใจของผู้เรียน และสรุปผลการวิจัยว่าข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของการให้บริการด้านต่างๆ ที่น่าประทับใจของสถานศึกษาจะเป็นสิ่งจูงใจอันนำไปสู่ความพึงพอใจและความภักดีของผู้เรียน

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎี และการทบทวนเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้กำหนดเป็นกรอบแนวคิดสำหรับการวิจัยปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ เจตจำนงคงอยู่ และความภักดีของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนเขตกรุงเทพมหานครฯ และปริมณฑล ดังนี้

ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม และนำมาบูรณาการและพัฒนาเป็นแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความพึงพอใจ เจตจำนงคงอยู่ และความภักดีของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยเอกชนเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ดังนี้



แผนภาพที่ 1 แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความพึงพอใจ เจตจำนงคงอยู่และความภักดีของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยเอกชนเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

จากแผนภาพที่ 1 แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความพึงพอใจ เจตจำนงคงอยู่และความภักดีของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยเอกชน เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีคำอธิบาย ดังนี้

ตัวแปรแฝงคุณภาพการจัดการเรียนรู้รายวิชา (CQA) คุณภาพอาจารย์ (TQA) คุณภาพวิธีการสอน (TMT) และสิ่งอำนวยความสะดวกในมหาวิทยาลัย (INFR) ต่างเป็นตัวแปรที่คาดว่าจะส่งอิทธิพลต่อตัวแปรแฝงความพึงพอใจ (SAT) เจตจำนงคงอยู่ (ITN) และความภักดีของนักศึกษา (LOY) โดยส่งผ่านตัวแปรแฝงประสบการณ์ในมหาวิทยาลัย (EXP) ส่วนตัวแปรแฝงภาพลักษณ์มหาวิทยาลัย (IMA) เป็นตัวแปรแฝงอีกตัวหนึ่งที่คาดว่าจะส่งอิทธิพลทางตรงต่อตัวแปรแฝงความพึงพอใจและความภักดีของนักศึกษา โดยที่ตัวแปรแฝงประสบการณ์ในมหาวิทยาลัย และตัวแปรภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยต่างส่งอิทธิพลทางตรงต่อกันและกัน เช่นเดียวกับตัวแปรแฝงเจตจำนงคงอยู่ และตัวแปรแฝงความภักดี โดยที่ตัวแปรแฝงความพึงพอใจจะส่งอิทธิพลทางตรงต่อตัวแปรแฝงเจตจำนงคงอยู่และตัวแปรแฝงความภักดี

ตัวแปรแฝงคุณภาพการจัดการเรียนรู้รายวิชา (CQA) มีตัวบ่งชี้ 3 ตัว ได้แก่ ประมวลการสอนรายวิชา (CSL) การมอบหมายงาน (CAD) และการให้ข้อมูลย้อนกลับ (FDB) ซึ่งรวมถึงการวัด การประเมินผล การเรียนการสอนที่เหมาะสม

ตัวแปรแฝงคุณลักษณะอาจารย์ (TQA) วัดจากตัวบ่งชี้ 5 ตัว ได้แก่ ความรู้ความสามารถของอาจารย์ (DEG) ประสบการณ์การสอน (TEX) เจตคติต่อการสอน (ATJ) บุคลิกภาพอาจารย์ (TPER) และความสามารถในการใช้ภาษาของอาจารย์ (TLAB)

ตัวแปรแฝงคุณภาพวิธีการสอน (TMT) วัดจากตัวบ่งชี้ 5 ตัว ได้แก่ การแบ่งสัดส่วนภาคทฤษฎี-ภาคปฏิบัติ (TPAD) การสอนที่พัฒนาด้านสติปัญญา (COGDEV) การสอนที่พัฒนาด้านสังคม-อารมณ์ (SOEDV) การสอนที่พัฒนาทักษะวิชาชีพ (STDCP) และการสอนที่พัฒนาความรับผิดชอบของผู้เรียน (STDRP)

ตัวแปรแฝงสิ่งอำนวยความสะดวก (INFR) วัดจากตัวบ่งชี้ 4 ตัว ได้แก่ ความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวก (INAD) บริการด้านคำปรึกษาแนะแนว (ADV) ระบบการลงทะเบียนเรียน (ENR) และบริการด้านการเงินของมหาวิทยาลัย (FIN)

ตัวแปรแฝงความพึงพอใจ (SAT) วัดจากตัวบ่งชี้ 5 ตัว ได้แก่ สัมพันธภาพกับบุคลากร (PRSH) สัมพันธภาพกับอาจารย์ (TRSH) สัมพันธภาพกับเพื่อน (FRSH) ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน (GPA) และการให้ความร่วมมือของนักศึกษา (COP)

ตัวแปรแฝงเจตจำนงคงอยู่ (ITN) วัดจากตัวบ่งชี้ 3 ตัว ได้แก่ เจตจำนงศึกษาต่อไปในมหาวิทยาลัยเดิม (INTCON) เจตจำนงมุ่งมั่นสำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยเดิม (INTGRA) และเจตจำนงศึกษาต่อในหลักสูตรอื่นๆ ของมหาวิทยาลัยเดิม (INTRET)

ตัวแปรแฝงความภักดี (LOY) วัดจากตัวบ่งชี้ 4 ตัว ได้แก่ การซื้อบริการซ้ำ (RPCH) การบอกต่อ (WOM) การให้ความช่วยเหลือแก่ผู้อื่น (DON) และการปกป้องชื่อเสียงมหาวิทยาลัย (PRTN)

ตัวแปรแฝงภาพลักษณ์มหาวิทยาลัย (IMA) วัดจากตัวบ่งชี้ 2 ตัว ได้แก่ ชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย (RPT) และหลักสูตรการศึกษาของมหาวิทยาลัย (CRL)

ตัวแปรแฝงประสบการณ์ในมหาวิทยาลัย (EXP) วัดจากตัวบ่งชี้ 2 ตัว ได้แก่ พัฒนาโดยรวมด้านสติปัญญา (CDEV) และทักษะรวมด้านวิชาชีพ (CSK)

นิยามศัพท์เฉพาะของตัวแปรหลักในการวิจัย

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกในเชิงบวกของนักศึกษาที่เกิดจากการประเมินการรับรู้โดยรวมของตนเองต่อคุณภาพของบริการทางวิชาการ และบริการด้านอื่นๆ ของมหาวิทยาลัยเอกชนที่ตนสังกัด

เจตจำนงคงอยู่ หมายถึง เจตนารมณ์ของผู้เรียนในมหาวิทยาลัยเอกชนที่จะศึกษาจนสำเร็จหลักสูตร และมีแนวโน้มที่จะศึกษาต่อในหลักสูตรอื่นๆ ของมหาวิทยาลัยเอกชนแห่งเดิมทั้งหลักสูตรระยะสั้นและระยะยาว

ความภักดี หมายถึง ความผูกพันทางจิตใจอย่างลึกซึ้งของนักศึกษาในการกลับมาใช้บริการหรือให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่องในการดำเนินงานด้านการให้บริการทางวิชาการและบริการด้านอื่นๆ ของมหาวิทยาลัยเอกชนแห่งเดิม

ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัย หมายถึง ความรู้สึกและการรับรู้ของนักศึกษาที่มีต่อชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยและคุณภาพของหลักสูตรที่ตนศึกษา อันส่งผลต่อการตัดสินใจเรื่องคุณค่าของบริการทางวิชาการ และสะสมจนกลายเป็นประสบการณ์ที่นักศึกษาได้รับจากมหาวิทยาลัยที่ตนศึกษาอยู่

ประสบการณ์ในมหาวิทยาลัย หมายถึง การรับรู้ผลการปฏิบัติงานในภาพรวมของการให้บริการทางวิชาการและบริการด้านอื่นๆ ของบุคลากรฝ่ายต่างๆ ของมหาวิทยาลัยเอกชนทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ

คุณภาพการจัดการเรียนรู้รายวิชา หมายถึง ประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดำเนินการสอนการสอนตามประมวลการสอนรายวิชาให้บรรลุวัตถุประสงค์ปลายทาง

คุณลักษณะอาจารย์ หมายถึง คุณสมบัติของผู้สอนในด้านคุณวุฒิ ความรู้ความสามารถ ประสบการณ์และความพร้อมในการสอน รวมทั้งความสามารถในการใช้ภาษาถ่ายทอดประสบการณ์ความคิด ความรู้สู่ผู้เรียนของอาจารย์มหาวิทยาลัยเอกชน

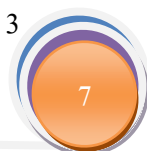
คุณภาพวิธีการสอน หมายถึง กระบวนการและรูปแบบวิธีการดำเนินการกิจกรรมการเรียนการสอนให้บรรลุจุดประสงค์ปลายทางอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

สิ่งแวดล้อมความสะดวกในมหาวิทยาลัย หมายถึง ระดับความพร้อมของบริการขั้นพื้นฐานต่างๆ ในมหาวิทยาลัยเอกชนที่จัดไว้สำหรับนักศึกษา เพื่อเอื้ออำนวยให้การใช้ชีวิตในมหาวิทยาลัยมีความสะดวกสบายทั้งทางกายภาพ ชีวภาพ และจิตภาพ

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรในการวิจัย ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยเอกชนเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ปีการศึกษา 2550 จำนวนรวม 208,588 คน

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย เป็นนักศึกษาระดับชั้นปีที่ 1 ถึง 4 ปีการศึกษา 2550 จาก 6 กลุ่มสาขาวิชา คือ นิติศาสตร์ สังคมศาสตร์-มนุษยศาสตร์ ภาษาศาสตร์ วิทยาศาสตร์บริหารธุรกิจ และนิเทศศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยเอกชน 6 แห่งเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยแบ่งเป็นกลุ่มมหาวิทยาลัยขนาดเล็ก 3



แห่งคือ มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ และมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย มหาวิทยาลัยขนาดใหญ่ 3 แห่งได้แก่ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย และ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ รวมกลุ่มตัวอย่างซึ่งได้มาโดยการเลือกแบบหลายขั้นตอน จำนวน 1,440 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามซึ่งประกอบด้วย 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลเบื้องต้น ส่วนที่ 2 แบบสอบถามปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีต่อความพึงพอใจ เจตจำนงคงอยู่ และความภักดีของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนซึ่งผู้วิจัยพัฒนาและดัดแปลงจากแบบสอบถามของ Helgesen & Nesset (2007) สถาบัน Noël-Levitz (2007) Navarro et al. (2006) และ Kara & DeShields (2004) ประกอบด้วยคำถามแบบวัดมาตราประมาณค่า (rating scale) 9 ตอน ตามตัวแปรแฝงทั้ง 9 ตัว จำนวนรวม 105 ข้อ จากการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวัดด้านความเที่ยงของแบบสอบถามทั้งฉบับ (reliability) ด้วยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach พบว่ามีค่าอยู่ระหว่าง .823 ถึง .953 และผลการวิเคราะห์ห่อองค์ประกอบเชิงยืนยัน (confirmatory factor analysis) ด้วยโปรแกรม LISREL 8.72 พบว่าตัวแปรแฝงทั้ง 9 ตัวในแบบจำลองมีความตรงเชิงโครงสร้าง (construct validity) และสามารถวัดได้ด้วยตัวบ่งชี้ในแต่ละโมเดลได้จริง

การเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้กลุ่มตัวอย่างนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน 6 แห่งในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลเป็นกลุ่มมหาวิทยาลัยขนาดเล็กและขนาดใหญ่ ขนาดละ 3 แห่งจากนักศึกษาระดับชั้นปีที่ 1 ถึง 4 ใน 6 กลุ่มสาขาวิชา โดยการแจกแบบสอบถามด้วยตนเอง และได้รับการตอบกลับรวม 1,272 ฉบับ คิดเป็นอัตราตอบกลับร้อยละ 88.33 จากกลุ่มมหาวิทยาลัยขนาดเล็กและขนาดใหญ่ ขนาดละ 636 คน เท่าๆ กัน

การวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งเป็น 2 ตอน ตอนที่ 1 เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเพื่อเข้าลักษณะเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่างและคุณลักษณะการแจกแจงของตัวแปร โดยใช้ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) สัมประสิทธิ์การกระจาย (C.V.) ค่าความเบ้ (skewness) ค่าความโด่ง (kurtosis) และการวิเคราะห์ภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (multicollinearity) โดยใช้โปรแกรม SPSS for Windows V. 13 และตอนที่ 2 เป็นการวิเคราะห์เพื่อตอบคำถามวิจัยโดยการตรวจสอบความตรงของแบบจำลองสมมติฐานวิจัย การวิเคราะห์อิทธิพลระหว่างตัวแปรในแบบจำลองด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป AMOS V.6.00 การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของตัวแปรความพึงพอใจ เจตจำนงคงอยู่ และความภักดีของนักศึกษาต่อมหาวิทยาลัย เอกชนระหว่างขนาดของมหาวิทยาลัย ระดับชั้นปี และกลุ่มสาขาวิชาที่ต่างกัน

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของตัวแปรภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง เป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 4 มากที่สุด จากกลุ่มสาขาวิชาบริหารธุรกิจเป็นส่วนใหญ่ ในกลุ่มมหาวิทยาลัยขนาดเล็กและขนาดใหญ่จำนวนเท่าๆ กัน นักศึกษาในกลุ่มตัวอย่างมีระดับเกรดเฉลี่ยสะสมในชั้นมัธยมปลายอยู่ระหว่าง 2.51 ถึง 3.00 มากที่สุด แต่มีเกรดเฉลี่ยสะสมในมหาวิทยาลัยที่กำลังศึกษาอยู่ในช่วง 2.01 ถึง 2.50

มากกว่าช่วงระดับอื่นๆ มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัวมากกว่า 50,000 บาท และ 10,000 - 20,000 บาท ในจำนวนใกล้เคียงกัน และผู้ปกครองมีระดับการศึกษาในระดับชั้นประถมศึกษาเป็นส่วนใหญ่

2. ผลการวิเคราะห์เพื่อตอบคำถามวิจัย

2.1 ผลการตรวจสอบแบบจำลองสมมติฐานวิจัยที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์พบว่าค่าดัชนีชี้วัดความสอดคล้องกลมกลืนของแบบจำลองที่พัฒนาขึ้นมีค่า Chi-square ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นเกณฑ์ที่กำหนดไว้ เมื่อพิจารณาค่าดัชนีกลุ่มที่กำหนดไว้ที่ระดับมากกว่าหรือเท่ากับ 0.90 พบว่าค่าดัชนีสำคัญซึ่งได้แก่ ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.982 ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) มีค่าเท่ากับ 0.970 ส่วนค่าดัชนีที่กำหนดไว้ที่ระดับน้อยกว่า 0.05 พบว่า ดัชนีรากกำลังสองของส่วนเหลือ (RMR) มีค่าเท่ากับ 0.011 และค่าดัชนีรากเฉลี่ยกำลังสองของค่าความคลาดเคลื่อนโดยประมาณ (RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.010 แสดงว่าแบบจำลองที่ได้มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

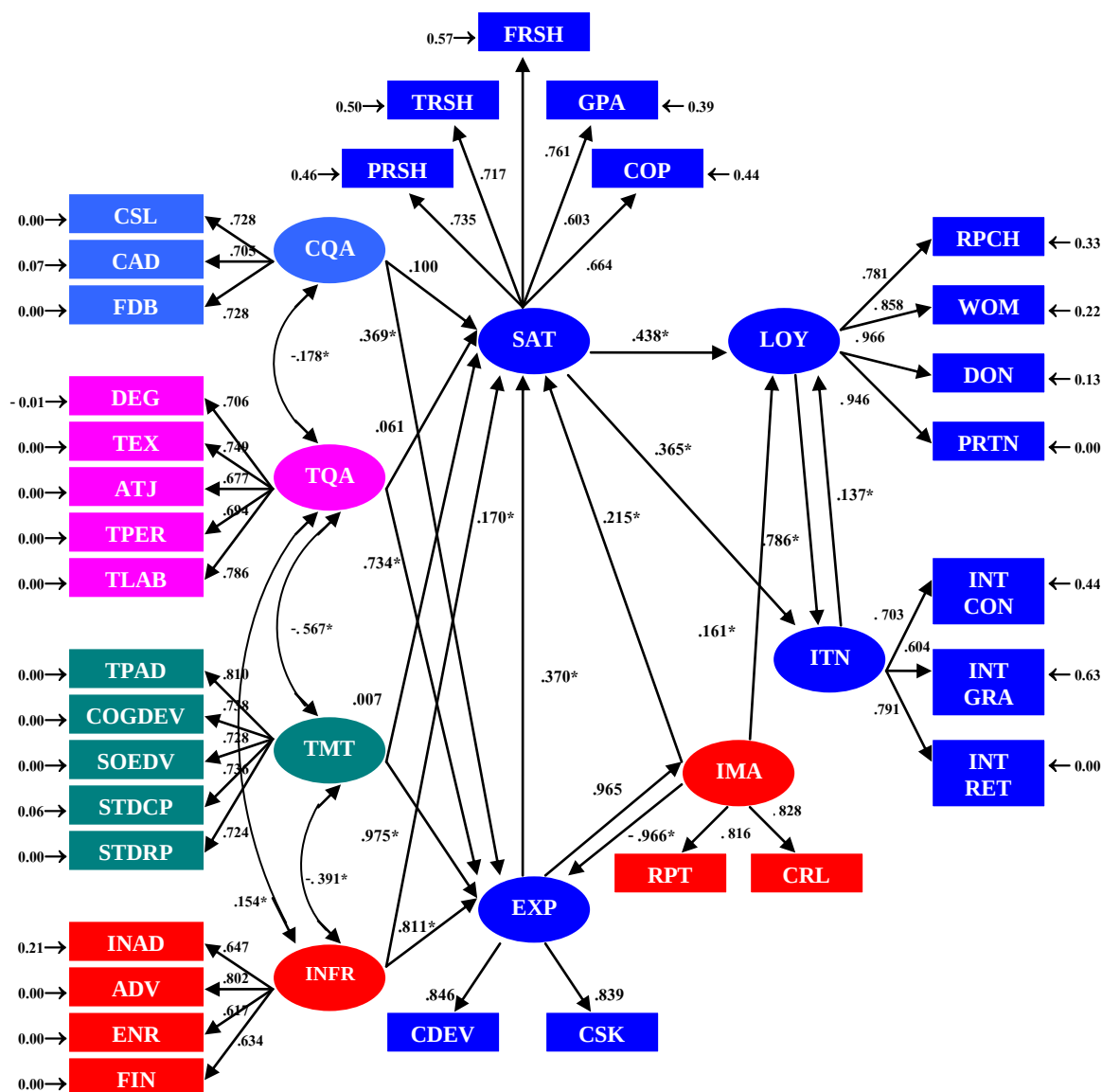
2.2 ผลการปฏิบัติงานของอาจารย์ผู้สอนทั้ง 3 ด้านคือ คุณภาพการจัดการเรียนรู้รายวิชา คุณลักษณะอาจารย์ และคุณภาพวิธีการสอน กับสิ่งอำนวยความสะดวกในมหาวิทยาลัยต่างมีอิทธิพลทางตรงต่อประสบการณ์ในมหาวิทยาลัยในขนาดอิทธิพลที่สูงกว่าอิทธิพลทางตรงที่มีต่อความพึงพอใจ ตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงสูงสุดต่อประสบการณ์ในมหาวิทยาลัย คือคุณภาพวิธีการสอน ซึ่งมีค่าใกล้เคียงกับสิ่งอำนวยความสะดวก โดยเมื่อพิจารณาอิทธิพลรวมพบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกในมหาวิทยาลัย และคุณภาพวิธีการสอนมีอิทธิพลรวมขนาดปานกลางต่อภาพลักษณ์มหาวิทยาลัย ความพึงพอใจ เจตจำนงคงอยู่ และความภักดี ในขณะที่คุณภาพการจัดการเรียนรู้รายวิชา และคุณลักษณะอาจารย์ ต่างมีอิทธิพลรวมขนาดเล็กต่อตัวแปรตามทั้ง 4 ดังกล่าว ยกเว้นคุณลักษณะอาจารย์ ซึ่งมีอิทธิพลรวมขนาดปานกลางต่อภาพลักษณ์มหาวิทยาลัย นอกจากนี้ยังพบว่าผลการปฏิบัติงานของอาจารย์ทั้ง 3 ด้าน สิ่งอำนวยความสะดวกในมหาวิทยาลัย และภาพลักษณ์มหาวิทยาลัย ต่างส่งอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อความพึงพอใจ โดยต่างส่งอิทธิพลทางอ้อมผ่านประสบการณ์ในมหาวิทยาลัยของนักศึกษาอันเป็นไปตามสมมติฐานวิจัย ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลย้อนกลับ 2 คู่ คือระหว่างปัจจัยเจตจำนงคงอยู่กับความภักดี และระหว่างปัจจัยประสบการณ์ในมหาวิทยาลัยกับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัย พบว่า ปัจจัยอิทธิพลย้อนกลับทั้ง 2 คู่ต่างมีอิทธิพลทางตรงต่อกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นอิทธิพลทางตรงจากประสบการณ์ในมหาวิทยาลัยไปยังภาพลักษณ์มหาวิทยาลัย ผลการวิเคราะห์แสดงดังตารางที่ 1 และแผนภาพที่ 2

ตารางที่ 1 อิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมในแบบจำลองสมมติฐานวิจัย

ตัวแปรเหตุ	INFR			TMT			TQA			CQA			IMA			
ตัวแปรผล	TE	IE	DE	TE	IE	DE	TE	IE	DE	TE	IE	DE	TE	IE	DE	
IMA	.404*	.405*	-	.587*	.587*	-	-.366*	-.366*	-	.184*	.184*	-	-.482	-.482	-	
EXP	.420*	-.391*	.811*	.408*	-.567*	.975*	.887*	.154*	.734*	.191*	-.178*	.369*	-.500*	.466*	-.966*	
SAT	.413*	.243*	.170*	.359*	.352*	.007	-.158*	-.220*	.061	.210*	.110*	.100	-.074*	-.289	.215*	
ITN	.307*	.307*	-	.343*	.343*	-	-.187	-.187	-	.149*	.149*	-	.138*	.138	-	
LOY	.288*	.288*	-	.299*	.299*	-	-.154	-.154	-	.142*	.142*	-	.070	-.091	.161*	
ตัวแปรเหตุ	EXP			SAT			ITN			LOY						
ตัวแปรผล	TE	IE	DE	TE	IE	DE	TE	IE	DE	TE	IE	DE				
IMA	.499*	.466	.965	-	-	-	-	-	-	-	-	-				
EXP	-.482	-.482	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-				
SAT	.299	-.071	.370*	-	-	-	-	-	-	-	-	-				
ITN	.290*	.290*	-	.952*	.587	.365	.279*	.279*	-	.992*	.192	.786*				
LOY	.252*	.252*	-	.496*	.058	.438*	.176	.038	.137*	.279*	.279*	-				
ค่าสถิติ $\chi^2 = 387.866$ df = 344 P = .051 GFI = .982 AGFI = .970 RMR = .011 RMSEA = 0.010																
ตัวแปร	INTRET	INTGRA	INTCON	RPTN	DON	WOM	RPCH	RDT	CRL	CDEV	CSK					
ความเที่ยง	.626	.443	.495	.134	.221	.329	.625	.666	.646	.698	.705					
ตัวแปร	COP	GPA	TRSH	FRSH	PRSH	INAD	ADV	ENR	FIN	TPAD	COGDEV					
ความเที่ยง	.441	.386	.565	.503	.459	.418	.643	.556	.402	.438	.545					
ตัวแปร	SOEDV	STDCP	STDRP	DEG	TEX	ATJ	TPER	TLAB	CSL	CAD	FDB					
ความเที่ยง	.529	.541	.524	.538	.560	.458	.481	.618	.529	.498	.530					
สมการโครงสร้าง		IMA			EXP			SAT			ITN			LOY		
R ²		.622			.113			.677			.960			.666		

หมายเหตุ * p < .05 ; TE = ผลรวมอิทธิพล (total effect) ; IE = อิทธิพลทางอ้อม (indirect effect) ;

DE = อิทธิพลทางตรง (direct effect)



แผนภาพที่ 2 ค่าขนาดอิทธิพลระหว่างตัวแปรปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีต่อความพึงพอใจ เจตจำนงคงอยู่ และความภักดีของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยเอกชน

* $p \leq .05$

2.3 ตัวแปรภายในแฝงที่ส่งอิทธิพลรวมต่อเจตจำนงคงอยู่สูงสุดในขนาดอิทธิพลที่สูงมาก ใกล้เคียงกันคือ ตัวแปรความพึงพอใจ และความภักดี ส่วนตัวแปรแฝงที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุด ขนาดปานกลางต่อความภักดี คือความพึงพอใจ โดยส่วนใหญ่เป็นอิทธิพลมาจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่มี ขนาดสูงใกล้เคียงกันของตัวบ่งชี้ 3 ตัว ได้แก่ สัมพันธภาพกับอาจารย์ สัมพันธภาพกับบุคลากร และ สัมพันธภาพกับเพื่อน ส่วนตัวแปรภายนอกแฝงที่มีอิทธิพลรวมต่อความพึงพอใจ เจตจำนงคงอยู่ และความภักดี คือตัวแปรสิ่งอำนวยความสะดวกในมหาวิทยาลัย และตัวแปรคุณภาพวิธีการสอน ซึ่งต่างมีน้ำหนัก องค์ประกอบที่ใกล้เคียงกันต่อความพึงพอใจ เจตจำนงคงอยู่ และความภักดี อันเป็นผลส่วนใหญ่มาจากค่า

น้ำหนักองค์ประกอบของตัวบ่งชี้ด้านการให้คำปรึกษาแนะแนว และการแบ่งสัดส่วนภาคทฤษฎี-ภาคปฏิบัติ เหมาะสมมากกว่าตัวบ่งชี้อื่นๆ ที่ต่างก็มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบใกล้เคียงกัน ผลการวิเคราะห์แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานตัวแปรตามในแบบจำลองสมมติฐานวิจัย

ตัวบ่งชี้		ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (factor loading)									
ตัวแปรภายในแฝง	ตัวแปรภายนอกแฝง	ตัวแปรภายในแฝง					ตัวแปรภายนอกแฝง				
		EXP	IMA	SAT	ITN	LOY	CQA	TQA	TMT	INFR	
1.1 CDEV	6.1 FDB	.846*					.728*				
1.2 CSK	6.2 CAD	.839*					.705*				
2.1 RPT	6.3 CSL		.816*				.728*				
2.2 CRL	7.1 TLAB		.828*					.786*			
3.1 PRSH	7.2 TPER			.735*				.694*			
3.2 FRSH	7.3 ATJ			.717*				.677*			
3.3 TRSH	7.4 TEX			.761*				.749*			
3.4 GPA	7.5 DEG			.603*				.706*			
3.5 COP	8.1 STDRP			.664*					.724*		
4.1 INTCON	8.2 STDCP				.703*				.735*		
4.2 INTGRA	8.3 SOEDV				.609*				.728*		
4.3 INTRET	8.4 COGDEV				.791*				.738*		
5.1 PRCH	8.5 TPAD					.781*			.810*		
5.2 WOM	9.1 FIN					.858*				.634*	
5.3 DON	9.2 ENR					.966*				.617*	
5.4 PRTN	9.3 ADV					.946*				.802*	
	9.4 INAD									.647*	

2.4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของตัวแปรความพึงพอใจ เจตจำนงคงอยู่ และความภักดี ของนักศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเอกชนที่มีขนาดของมหาวิทยาลัยต่างกัน ระดับชั้นปีต่างกัน และกลุ่มสาขาวิชาที่ต่างกัน พบว่าค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจ เจตจำนงคงอยู่ และความภักดีของนักศึกษาต่อมหาวิทยาลัยที่ตนศึกษาอยู่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติตามขนาดของมหาวิทยาลัย ตามระดับชั้นปีที่ศึกษา และตามกลุ่มสาขาวิชาที่เรียน โดยเมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่า 1) คณาจารย์ด้านสัมพันธภาพกับอาจารย์ มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าด้านอื่นๆ ในขณะที่สัมพันธภาพกับบุคลากรมีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าด้านอื่น โดยนักศึกษาชั้นปีที่ 3 มีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจเกือบทุกด้านสูงกว่านักศึกษาชั้นปีอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติยกเว้นด้านสัมพันธภาพกับอาจารย์ ด้านเจตจำนงศึกษาต่อไปในมหาวิทยาลัยเดิม และด้านเจตจำนงศึกษาต่อในหลักสูตรอื่นๆ ของมหาวิทยาลัยเดิม 2) นักศึกษาในมหาวิทยาลัยขนาดใหญ่ มีค่าเฉลี่ยตัวบ่งชี้เจตจำนงคงอยู่ทั้ง 3 ตัว สูงกว่า นักศึกษาในมหาวิทยาลัยขนาดเล็ก นักศึกษาชั้นปีที่ 3 มีค่าเฉลี่ยตัวบ่งชี้เจตจำนงคงอยู่ทุกตัว น้อยกว่า นักศึกษาชั้นปีอื่นๆ และนักศึกษากลุ่มสาขาวิชาสังคมศาสตร์ - มนุษยศาสตร์ มีค่าเฉลี่ยตัวบ่งชี้ทั้ง 3 ตัวของเจตจำนงคงอยู่

น้อยกว่านักศึกษากลุ่มสาขาวิชาอื่นๆ 3) ในด้านความภาคภูมิใจต่อมหาวิทยาลัย พบว่า นักศึกษาในมหาวิทยาลัยขนาดเล็ก มีค่าเฉลี่ยความภาคภูมิใจต่อมหาวิทยาลัยในทุกด้านน้อยกว่านักศึกษากลุ่มมหาวิทยาลัยขนาดใหญ่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และ นักศึกษาชั้นปีที่ 1 มีค่าเฉลี่ยตัวบ่งชี้ความภาคภูมิใจทั้ง 4 ด้าน คือ การซื้อบริการเช่า การบอกต่อ การให้ความช่วยเหลือเกื้อกูล และการปกป้องชื่อเสียงมหาวิทยาลัย สูงกว่านักศึกษาชั้นปีอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณาตามกลุ่มสาขาวิชาพบว่า นักศึกษากลุ่มสาขาวิชาสังคมศาสตร์ - มนุษยศาสตร์ มีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจ เจตจำนงคงอยู่ และความภาคภูมิใจ น้อยกว่านักศึกษากลุ่มสาขาวิชาอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเกือบทุกตัวบ่งชี้

อภิปรายผลการวิจัย

1. ความแตกต่างของค่าเฉลี่ย / ความแปรปรวนของความคิดเห็นระหว่างกลุ่มขนาดมหาวิทยาลัย กลุ่มชั้นปีและกลุ่มสาขาวิชาของนักศึกษา

จากการศึกษาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยตัวแปรหลัก 3 ตัว ซึ่งได้แก่ ความพึงพอใจ เจตจำนงคงอยู่ และความภาคภูมิใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนระหว่างมหาวิทยาลัย กลุ่มชั้นปี และกลุ่มสาขาวิชาของนักศึกษา พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทุกกลุ่มดังกล่าว โดยเมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่าค่าเฉลี่ยของคะแนนความคิดเห็นด้านสัมพันธภาพกับอาจารย์มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าด้านอื่นๆ ในขณะที่สัมพันธภาพกับบุคลากรมีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าตัวแปรอื่น แต่เมื่อเปรียบเทียบตามชั้นปี พบว่านักศึกษาชั้นปีที่ 1 มีค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจเกือบทุกด้านสูงกว่านักศึกษาชั้นปีอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นด้านสัมพันธภาพกับอาจารย์ อันอาจพิจารณาได้ว่าเนื่องจากนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ต้องใช้เวลาปรับตัวกับสิ่งแวดล้อมภายในมหาวิทยาลัยที่แตกต่างไปจากในระดับชั้นมัธยมปลายหลายด้าน ประกอบกับช่วงวัยที่ยังคงความเป็นเด็กวัยรุ่นตอนปลาย (18-21 ปี) (Hurlock, 1996 อ้างถึงในวรารักษ์, 2549 : 152) ที่มักจะพยายามหลีกเลี่ยงการใกล้ชิดกับผู้อื่นไม่คุ้นเคยซึ่งต่างวัยกับตนมากเกินไป 7-8 ปีขึ้นไป ด้วยเกรงว่าจะตามความคิดกันไม่ทัน หรือมีความคลาดเคลื่อนในการสื่อสารกันได้ง่าย ต่อเมื่อได้รับประสบการณ์ในมหาวิทยาลัยมากขึ้น ได้เรียนรู้ทักษะทางสังคมภายในมหาวิทยาลัยมากขึ้นจากการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคลากรทุกฝ่ายภายในมหาวิทยาลัยตลอดจนการรับรู้วัฒนธรรมในองค์กรและสามารถปรับตัวได้อย่างกลมกลืนกับสิ่งแวดล้อมทุกด้านจนกลายเป็นความคุ้นเคยที่ช่วยเชื่อมต่อสัมพันธภาพระหว่างนักศึกษากับอาจารย์ให้เหลือช่องว่างน้อยที่สุดในชั้นปีที่ 4 ดังผลที่ปรากฏจากการวิจัยในครั้งนี้ นอกจากนี้ ผลการวิจัยซึ่งพบว่านักศึกษาระดับชั้นปีที่ 3 มีค่าคะแนนเฉลี่ยของตัวบ่งชี้เจตจำนงคงอยู่ทั้ง 3 ตัวน้อยกว่านักศึกษาระดับชั้นปีอื่น ย่อมสนับสนุนผลการวิเคราะห์ค่าขนาดอิทธิพลย้อนกลับจากภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยไปยังประสบการณ์ในมหาวิทยาลัยซึ่งมีค่าเป็นลบ อันทำให้พิจารณาได้ว่าประสบการณ์จากการศึกษาในมหาวิทยาลัยมาเกือบ 3 ปี เป็นปัจจัยเชิงสาเหตุอย่างหนึ่งที่ทำให้นักศึกษารับรู้ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยมากขึ้น และหากภาพลักษณ์ดังกล่าวไม่เป็นไปในทิศทางที่นักศึกษาคาดหวัง ย่อมส่งผลต่อเจตจำนงคงอยู่ในมหาวิทยาลัยในช่วงปลายปีที่ 3 เชื่อมต่อกับต้นปีที่ 4 ของการศึกษาในมหาวิทยาลัย และที่น่าสังเกตคือ

เมื่อนักศึกษาผ่านช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อนี้ไปได้อย่างรวดเร็วจนถึงชั้นปีที่ 4 คะแนนเฉลี่ยของตัวบ่งชี้เจตจำนงคงอยู่ในมหาวิทยาลัยก็กลับพุ่งสูงขึ้นอีกครั้ง ยกเว้นตัวบ่งชี้ด้านเจตจำนงศึกษาต่อในหลักสูตรอื่นของมหาวิทยาลัย และผลการวิจัยยังพบว่านักศึกษาในกลุ่มมหาวิทยาลัยขนาดใหญ่มีค่าเฉลี่ยตัวบ่งชี้เจตจำนงคงอยู่ทั้ง 3 ตัวสูงกว่านักศึกษาในกลุ่มมหาวิทยาลัยขนาดเล็ก ซึ่งพิจารณาได้ว่าอาจเนื่องมาจากปัจจัยดัง 3 ประการ คือ ประการแรกเกี่ยวกับชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย กล่าวคือนักศึกษายังคงต้องการเป็นสมาชิกของกลุ่มที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักหรือเป็นที่ยอมรับ และสามารถใช้อ้างอิงต่อสังคมเพื่อรักษาระดับสถานภาพของตนเอง (group identification) ประการที่สอง เกี่ยวกับการต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการศึกษาต่อของนักศึกษาที่ยืนยันและให้การสนับสนุนทุกด้านเพื่อให้เรียนต่อไปจนกว่าจะสำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยแห่งเดิม และประการสุดท้ายเกี่ยวกับมาตรการในการคงสถานภาพความเป็นนักศึกษา (retention policy) ของมหาวิทยาลัยเอกชนแต่ละแห่ง ในการใช้ความพยายามทุกรูปแบบในอันที่จะเก็บรักษาผู้เรียนให้อยู่กับมหาวิทยาลัยได้นานที่สุดจนกว่าจะสำเร็จการศึกษาตามจุดมุ่งหมาย ซึ่งมหาวิทยาลัยขนาดใหญ่อาจมีศักยภาพในการดำเนินการที่คล่องตัวกว่า และเมื่อพิจารณาตามกลุ่มสาขาวิชาของนักศึกษา พบว่ากลุ่มสาขาวิชาสังคมศาสตร์ - มนุษยศาสตร์มีค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจ เจตจำนงคงอยู่และความภักดีต่อมหาวิทยาลัยน้อยกว่านักศึกษากลุ่มสาขาวิชาอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเกือบทุกด้าน ในประเด็นนี้พิจารณาได้ว่าสืบเนื่องมาจากกลุ่มสาขาดังกล่าวยังคงได้รับความนิยมนและการให้ความสำคัญน้อยกว่ากลุ่มสาขาวิชาอื่นๆ อันส่งผลต่อการประเมินความคิดเห็นในด้านต่างๆ ของนักศึกษาในกลุ่มนี้ทำให้มีค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจ เจตจำนงคงอยู่และความภักดีน้อยกว่านักศึกษากลุ่มสาขาวิชาอื่นๆ

2. จากผลการวิจัยซึ่งพบว่าผลการปฏิบัติงานของอาจารย์ทั้ง 3 ด้าน คือ คุณภาพการจัดการเรียนรู้ รายวิชา คุณลักษณะอาจารย์ และคุณภาพวิธีการสอน กับบริการขั้นพื้นฐานของมหาวิทยาลัยหรือสิ่งอำนวยความสะดวกในมหาวิทยาลัยมีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสบการณ์ในมหาวิทยาลัยและมีขนาดอิทธิพลทางตรงในระดับปานกลางผ่านประสบการณ์ในมหาวิทยาลัยไปยังความพึงพอใจ เจตจำนงคงอยู่และความภักดีของนักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในขณะที่อิทธิพลทางตรงจากปัจจัยทั้ง 4 ด้านดังกล่าวที่มีต่อความพึงพอใจเป็นอิทธิพลทางบวกขนาดเล็ก และไม่มีนัยสำคัญยกเว้นปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกในมหาวิทยาลัย แสดงว่า ประสบการณ์ในมหาวิทยาลัยเป็นปัจจัยส่งผ่านที่สำคัญมาก ของความพึงพอใจ การรับรู้ของนักศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยทั้งในด้านวิชาการและด้านการบริหารจัดการจะสะสมอยู่ในประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อมจากการประเมินพัฒนาการโดยรวมของตนเองทั้งในด้านสติปัญญา คือความสามารถในการคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ และแก้ไขปัญหาได้ด้วยหลักเหตุผลตามสถานการณ์ และพัฒนาการโดยรวมด้านทักษะวิชาชีพตามสาขาวิชาที่ตนศึกษา อันเป็นผลลัพธ์จากการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิผลของอาจารย์ และการให้บริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่ส่งเสริมการเรียนรู้และพัฒนาการทั้งในด้านสติปัญญา สังคม อารมณ์ และอาชีพของนักศึกษา ผลการวิจัยดังกล่าวนี้ยืนยันข้อสรุปในงานวิจัยของ Douglas และคณะ (2006 : 264) ซึ่งนำเสนอว่าคุณภาพของการเรียนการสอนเป็นปัจจัยเชิงสาเหตุที่สำคัญของความพึงพอใจ หรือการขาดความพึงพอใจ (dissatisfaction) ของ

นักศึกษา โดยเป็นแกนหลักของการให้บริการที่มหาวิทยาลัยพึงต้องใส่ใจอย่างสม่ำเสมอ และรักษาระดับของการปฏิบัติให้คงที่เป็นอย่างน้อย นอกจากนี้ยังสนับสนุนผลการวิจัยของ Navarro และคณะ (2005) ซึ่งสรุปว่าปัจจัยด้านการสอน ระบบการลงทะเบียน และสิ่งอำนวยความสะดวกในมหาวิทยาลัยต่างเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงต่อความพึงพอใจของนักศึกษา ซึ่งเมื่อพิจารณาอิทธิพลย้อนกลับระหว่างเจตจำนงคงอยู่กับความภักดีพบว่าปัจจัยทั้ง 2 ต่างมีอิทธิพลทางตรงต่อกันและกัน โดยอิทธิพลของความภักดีที่มีต่อเจตจำนงคงอยู่มีขนาดอิทธิพลมากกว่าที่เจตจำนงคงอยู่มีต่อความภักดีประมาณ 6 เท่า นั่นคือ เมื่อมหาวิทยาลัยสร้างความรู้สึกประทับใจในการให้บริการด้านวิชาการและด้านการบริหารจัดการภายในมหาวิทยาลัย จนสามารถพัฒนาความประทับใจให้กลายเป็นความภักดีต่อมหาวิทยาลัยได้แล้ว ย่อมเป็นหลักประกันได้ประการหนึ่งที่จะทำให้นักศึกษามีเจตจำนงคงอยู่ในมหาวิทยาลัยแห่งเดิมได้ในระยะยาว ซึ่งผลการวิจัยในส่วนนี้สอดคล้องและสนับสนุนผลการวิจัยของ Bloemer et al. (1999 : 508-509) และ Jones et al. (1995 cited by Dimitrides, 2006 : 783) ที่ระบุว่าเจตจำนงคงอยู่และความภักดีต่างมีอิทธิพลทางตรงต่อกันและกัน และยืนยันข้อสรุปในงานวิจัยของ Aydin and Özen (2005 : 912) Kara and DeShields (2004) และ Keaveney & Young (1997) ที่พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างความภักดีกับเจตจำนงคงอยู่หรือการซื้อซ้ำของลูกค้าในระยะยาว และความภักดีต่อสถาบันการศึกษา กับเจตจำนงคงอยู่ต่างมีอิทธิพลทางตรงต่อกันและกัน ส่วนอิทธิพลย้อนกลับระหว่างปัจจัยประสบการณ์ในมหาวิทยาลัยกับปัจจัยภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยพบว่าปัจจัยทั้ง 2 ต่างมีอิทธิพลทางตรงต่อกันและกันในขนาดอิทธิพลที่ใกล้เคียงกัน แต่มีข้อสังเกตว่าขนาดอิทธิพลจากภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยไปยังประสบการณ์ในมหาวิทยาลัยมีค่าเป็นลบ ซึ่งทำให้พิจารณาได้ว่าเมื่อนักศึกษารับรู้ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยซึ่งวัดได้จากชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย และหลักสูตรของมหาวิทยาลัยมากขึ้นอาจทำให้นักศึกษาได้รับประสบการณ์ในมหาวิทยาลัยซึ่งมีตัวบ่งชี้คือพัฒนาการโดยรวมด้านสติปัญญาและทักษะรวมด้านวิชาชีพในระดับที่ลดลง สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Palacio et al. (2002 : 504-505) ที่สรุปว่าภาพลักษณ์สถาบันเป็นตัวแปรที่มีปัจจัยเชิงสาเหตุมาจากการรับรู้ประสบการณ์โดยรวมของสถาบันอุดมศึกษาที่ผู้เรียนสังกัด และสนับสนุนข้อสรุปของ Banwet and Datta (2003) ในประเด็นที่ว่า การส่งมอบบริการของบุคลากรฝ่ายต่างๆ ของสถาบันอุดมศึกษาให้แก่นักศึกษา ถือเสมือนการส่งมอบ “นาทีแห่งสัจธรรม” (moment of truth) ที่อาจจะสร้างหรือทำลายภาพลักษณ์ของสถาบันได้มากพอๆ กันไม่ว่าบุคลากรผู้นั้นจะปฏิบัติหน้าที่ในฝ่ายสนับสนุนการเรียนการสอน อาจารย์ผู้สอน หรือผู้บริหารในระดับต่างๆ ก็ตาม นอกจากนี้ยังสนับสนุนทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg (1967) ในประเด็นที่ว่า หากบุคคลได้รับปัจจัยบำรุงรักษาด้านจิตใจ (hygiene factors) ไม่มากพอหรือไม่เป็นไปตามที่ตนคาดหวัง จะส่งผลต่อความพึงพอใจที่ลดระดับลง รวมทั้งยืนยันผลการศึกษาของ Grönroos (1990 cited by Pizam, 1994 : 334-336) ที่พบว่าภาพลักษณ์ของการปฏิบัติงานจากบุคลากรฝ่ายต่างๆ ขององค์กรที่เกี่ยวข้องในด้านการให้บริการมีอิทธิพลทางตรงต่อการรับรู้ประสิทธิภาพโดยรวมของการดำเนินงานขององค์กรและสะสมอยู่ในประสบการณ์ของผู้รับบริการ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยในครั้งนี้ที่พบว่าผลการปฏิบัติงานของอาจารย์และสิ่งอำนวยความสะดวกในมหาวิทยาลัย (ซึ่งมีตัวบ่งชี้ได้แก่ความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวก

บริการให้คำปรึกษาแนะแนว ระบบการลงทะเบียนเรียน และบริการด้านการเงินของมหาวิทยาลัย) ต่างส่งอิทธิพลทางอ้อมผ่านประสบการณ์ในมหาวิทยาลัยไปยังภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในขนาดอิทธิพลทางอ้อมขนาดเล็กจนถึงขนาดปานกลาง

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. จากผลการศึกษาที่เป็นข้อมูลเชิงประจักษ์แสดงให้เห็นถึงอิทธิพลทางตรงจากผลการปฏิบัติงานของอาจารย์ทั้ง 3 ด้านที่มีต่อประสบการณ์ในมหาวิทยาลัยของนักศึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งอิทธิพลทางตรงจากคุณภาพวิธีการสอนของอาจารย์เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงสูงใกล้เคียงกับปัจจัยสิ่งแวดล้อมความสะดวกในมหาวิทยาลัย ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาให้สอดคล้องและสมดุลทั้ง 2 ปัจจัยไปพร้อมๆ กัน กล่าวคือการเน้นคุณภาพของอาจารย์ผู้สอนเป็นหลักเพื่อให้เป็นจุดแข็งของการให้บริการทางวิชาการบนพื้นฐานของการสนับสนุนปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวกต่างๆ ภายในมหาวิทยาลัยให้อยู่ในสภาพที่พร้อมให้บริการไม่ว่าจะเป็นสภาพของห้องเรียน บรรยายภายในมหาวิทยาลัย และวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ที่จะช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ของนักศึกษา และการปฏิบัติงานของอาจารย์ให้เกิดความคล่องตัวได้มากที่สุด รวมทั้งการจัดชั้นเรียนที่มีขนาดเหมาะสมไม่ให้มีผู้เรียนหนาแน่นจนเกินไปในแต่ละห้องเรียน ตลอดจนการจัดให้มีมุมสนทนาและการและสถานที่สำหรับการออกกำลังกายเพื่อให้นักศึกษาได้มีโอกาสผ่อนคลายทั้งด้านจิตใจ ร่างกายและความคิด อันเป็นการเพิ่มคุณค่าในการให้บริการของมหาวิทยาลัยแก่นักศึกษาเพราะบริการที่มีคุณภาพและได้รับการเอาใจใส่อย่างต่อเนื่องย่อมแสดงถึงความจริงใจและการรักษาคำมั่นสัญญาของมหาวิทยาลัยที่ได้ให้ไว้กับนักศึกษาและผู้ปกครองนับตั้งแต่วันแรกที่พวกเขาตัดสินใจก้าวเข้ามาศึกษาในมหาวิทยาลัยแห่งนั้น ไม่ว่าจะเป็นโดยการผ่านกระบวนการปฐมนิเทศหรือการประชุมผู้ปกครองก็ตาม อันจะส่งผลต่อความรู้สึกอบอุ่นใจและการศึกษาเล่าเรียนอยู่ในมหาวิทยาลัยอย่างมีความสุขเสมือนอยู่ในบ้านหลังที่สองของตนเองและรู้สึกดังกล่าวก็น่าจะพัฒนาและตกผลึกเป็นความรู้สึกพึงพอใจและความภักดีที่มีให้ต่อมหาวิทยาลัยโดยไม่รู้ตัวในที่สุด โดยเป็นผลมาจากกลไกปฏิสัมพันธ์ต่างตอบแทนเชิงสังคม (reciprocal social interaction) ระหว่างนักศึกษากับมหาวิทยาลัย กล่าวคือ เมื่อมหาวิทยาลัยให้ความจริงใจและความซื่อสัตย์ต่อนักศึกษา พวกเขาก็จะให้ความภักดีต่อมหาวิทยาลัยและเกิดเจตจำนงอยู่ในมหาวิทยาลัยเป็นการต่างตอบแทนซึ่งกันและกัน

2. จากผลการวิจัยที่พบว่าตัวบ่งชี้ของปัจจัยด้านคุณภาพวิธีการสอนที่มีน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุดได้แก่ การแบ่งสัดส่วนภาคทฤษฎี-ภาคปฏิบัติอย่างเหมาะสม ซึ่งแสดงให้เห็นว่านักศึกษาให้ความสำคัญและต้องการจะเรียนรู้จากประสบการณ์ตรงในสภาพการณ์จริงที่สมดุลจากการเรียนรู้จากในชั้นเรียน ดังนั้นมหาวิทยาลัยเอกชนจึงควรดำเนินงานให้การสนับสนุนโครงการ “สหกิจศึกษา” (cooperative education) อันเป็นโครงการที่สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) ได้ดำเนินการมาตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2545 โดยหวังจะให้ป็นหนทางเพิ่มคุณภาพทักษะการทำงานให้แก่นักศึกษาโดยความร่วมมือกันระหว่าง 3 ภาคี คือ **นักศึกษา** **สมัครใจ** **สถาบันการศึกษา** **สนับสนุนร่วมมืออย่างจริงจัง** และ **สถาน**

ประกอบการให้ความร่วมมือในการวางแผนและคัดเลือกนักศึกษาสหกิจเสมือนการสมัครงานจริง เพื่อทำการคัดเลือกอย่างจริงจังโดยทำงานเต็มเวลาตามสาขาวิชาที่สมัครและมีการประเมินผลงานตามสภาพจริงทั้งจากผู้ประกอบการและจากอาจารย์นิเทศผู้รับผิดชอบจากมหาวิทยาลัยที่นักศึกษาสังกัด อันจะเป็นกลยุทธ์ในการเพิ่มพูนความพึงพอใจซึ่งจะนำไปสู่เจตจำนงคงอยู่และความภักดีได้อย่างมีประสิทธิภาพอีกหนทางหนึ่ง

3. จากผลการวิจัยที่พบว่าเจตจำนงคงอยู่เป็นองค์ประกอบที่สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวบ่งชี้ทั้ง 3 ซึ่งได้แก่ เจตจำนงศึกษาต่อไปในมหาวิทยาลัยเดิม เจตจำนงมุ่งมั่นสำเร็จการศึกษาในมหาวิทยาลัยเดิม และเจตจำนงศึกษาต่อหลักสูตรอื่นๆ ในมหาวิทยาลัยเดิม ได้สูงมากถึงร้อยละ 96 และเจตจำนงคงอยู่มีความสัมพันธ์สูงกับความภักดีต่อมหาวิทยาลัยในรูปแบบอิทธิพลย้อนกลับ และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวบ่งชี้ความภักดีแต่ละตัวพบว่าค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงทั้งหมด โดยตัวบ่งชี้ด้านการปกป้องชื่อเสียงมหาวิทยาลัยมีค่าน้ำหนักสูงที่สุด อันแสดงให้เห็นว่านักศึกษามีแนวโน้มสูงที่จะให้ความภักดีต่อมหาวิทยาลัยของตนเป็นพื้นฐาน และยังมีแนวโน้มของการบอกต่อ (WOM) ในระดับสูงเช่นกัน ดังนั้นมหาวิทยาลัยเอกชนจึงควรสร้างระบบลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) ให้มีความเข้มแข็งและต่อเนื่องในระยะยาวโดยอาจดำเนินการผ่านทางสมาคมศิษย์เก่าหรือการจัดกิจกรรมสัมพันธ์รูปแบบต่างๆ ให้มากขึ้น ทั้งนี้มหาวิทยาลัยควรให้ความสำคัญและให้ความร่วมมือในการอำนวยความสะดวกต่อการจัดกิจกรรมส่งเสริมความสัมพันธ์ดังกล่าวให้มาก รวมทั้งการยกย่องเชิดชูศิษย์เก่าดีเด่นที่ประสบความสำเร็จสูงในวิชาชีพให้ปรากฏแก่สังคมหรือโดยการมอบปริญญากิตติมศักดิ์ให้ตามความเหมาะสม อันเสมือนเป็นการรักษฐานผู้เรียน และเหนียวรั้งให้พวกเขากลับมาศึกษาต่อในหลักสูตรอื่นๆ ของมหาวิทยาลัยแห่งเดิมต่อไป หรือส่งเสริมให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ แก่มหาวิทยาลัยของตนด้วยความรู้สึผูกพันในฐานะศิษย์เก่าตลอดจนเต็มใจยินดีที่จะสนับสนุนให้บุตรหลานของพวกเขาเข้ามาศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเดียวกับตนต่อไป อันเท่ากับเป็นการขยายฐานผู้เรียนให้กับมหาวิทยาลัยได้อีกทางหนึ่ง

4. จากผลการวิจัยที่พบว่าความพึงพอใจ และความภักดีส่งอิทธิพลรวมสูงสุดต่อเจตจำนงคงอยู่ในขนาดอิทธิพลรวมที่ใกล้เคียงกัน และความพึงพอใจส่งอิทธิพลรวมสูงสุดต่อความภักดีโดยส่วนใหญ่เป็นผลมาจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่มีขนาดสูงใกล้เคียงกันของตัวบ่งชี้ 3 ตัว คือ สัมพันธภาพกับอาจารย์ สัมพันธภาพกับบุคลากร และสัมพันธภาพกับเพื่อน ดังนั้นในการวางแผนหรือการกำหนดนโยบายด้านการเก็บรักษาผู้เรียนของมหาวิทยาลัยเอกชน จึงควรต้องเน้นความสำคัญของการให้บริการที่สร้างความประทับใจแก่นักศึกษาของบุคลากรทุกฝ่ายให้มีความต่อเนื่อง สม่ำเสมอและมีการประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากรดังกล่าวจากนักศึกษาเป็นประจำทุกภาคเรียน โดยอาจใช้กลยุทธ์การสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้วยตัวเสริมแรงทางบวกในรูปแบบต่างๆ แก่บุคลากรที่ได้รับการประเมินสูง เช่น รางวัลอาจารย์ดีเด่น บุคลากรในดวงใจขวัญใจนักศึกษา ฯลฯ ตามความเหมาะสมของแต่ละมหาวิทยาลัย

5. จากผลการวิจัยที่พบว่า ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจ และเจตจำนงคงอยู่ของนักศึกษา ระดับชั้นปีที่ 1 ในภาพรวมมีค่าสูงสุดแล้วค่อยๆ ลดลงในชั้นปีต่อมา ย่อมเป็นตัวบ่งชี้ให้มหาวิทยาลัยเอกชนต้องเร่งพัฒนานโยบายด้านการเก็บรักษาผู้เรียนในระดับชั้นปีสูง โดยเฉพาะนักศึกษาชั้นปีที่ 3 ให้

เข้มข้นมากขึ้น โดยต้องระมัดระวังในเรื่องมาตรฐานคุณภาพการศึกษาควบคู่กันไป นอกจากนี้ผลการวิจัยซึ่งพบว่านักศึกษาในกลุ่มสาขาวิชาสังคมศาสตร์-มนุษยศาสตร์ มีค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจ เจตจำนงคงอยู่ และความภักดีน้อยกว่ากลุ่มสาขาวิชาอื่นๆ เป็นตัวบ่งชี้ได้ว่ามหาวิทยาลัยเอกชนต้องเน้นการรณรงค์ส่งเสริมให้ผู้เรียนเห็นคุณค่าและความสำคัญของการศึกษาในกลุ่มสาขาดังกล่าวให้มาก และเร่งพัฒนาให้สอดคล้องกับกลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ประยุกต์และสาขาวิชาอื่นๆ อย่างเท่าเทียมกันให้มากที่สุด

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่าเส้นทางย้อนกลับระหว่างตัวแปรความภักดีและเจตจำนงคงอยู่ในแบบจำลองมีอิทธิพลน้อยกว่าเส้นทางขาไป ดังนั้นการวิจัยครั้งต่อไปจึงควรมีการเก็บข้อมูลระยะยาว โดยเก็บข้อมูลตัวแปรเจตจำนงคงอยู่และความภักดีเป็นสองช่วงเวลา และแสดงอิทธิพลจากตัวแปรเหตุไปยังตัวแปรผลในช่วงเวลาแรก และแสดงอิทธิพลจากตัวแปรผลในช่วงเวลาแรกย้อนกลับไปที่ตัวแปรเหตุในช่วงเวลาที่สอง ก็จะทำให้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลชัดเจนขึ้น
2. ผลการวิจัยซึ่งพบว่าองค์ประกอบด้านประสบการณ์ในมหาวิทยาลัยสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวบ่งชี้ทั้ง 2 ตัว คือพัฒนาการโดยรวมด้านสติปัญญา และทักษะรวมด้านวิชาชีพได้เพียงร้อยละ 11.3 ซึ่งเป็นสัดส่วนที่น้อยมาก ซึ่งแสดงว่าข้อคำถามในเครื่องมือวิจัยที่ใช้วัดตัวบ่งชี้องค์ประกอบด้านประสบการณ์ในมหาวิทยาลัยยังมีประสิทธิภาพไม่มากพอ ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไป จึงควรต้องปรับปรุงหรือเพิ่มตัวบ่งชี้ของปัจจัยดังกล่าวให้รัดกุม และครอบคลุมมากขึ้น ก็จะช่วยให้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น
3. การวิจัยในครั้งต่อไปอาจเพิ่มแบบจำลองทางเลือก (alternative model) เพื่อเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ข้อมูลกับแบบจำลองสมมติฐานวิจัย ซึ่งน่าจะช่วยให้ได้แบบจำลองที่ดีที่สุดได้อีกทางหนึ่ง

บรรณานุกรม

- ธนินาฏ ฌ สุนทร. (2549). “การนำกลยุทธ์ CRM มาประยุกต์ใช้ในการบริหารหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา”.
วารสารเซนต์จอห์น . 9, 9 : 135.
- รุ่ง แก้วแดง. (2543). “การศึกษาไทยในเวทีโลก” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.drrung.com>
สืบค้นเมื่อ 17 สิงหาคม 2550
- Aydin, S. and Özer, G. (2004). “The analysis of antecedents of customer loyalty in the Turkish mobile telecommunication market”. **European Journal of Marketing**. 39, 7-8. pp.910-925.
- Banwet, D.K. and Datta, B. (2003). “A study of the effect of perceived lecture quality on post-lecture Intentions”. **Work Study**. 52, 5. pp.234-243.
- Berge, Z.L., and Huang, Y.P. (2004). “A model for sustainable student retention : A holistic perspective on the student dropout problem with special attention to e-learning”.
Deonews. 13, 5. pp.1-21.
- Bloemer, J. and Ko de Ruyter. (1998). “On the retentionship between store image, store satisfaction and store loyalty”. **European Journal of Marketing**. 32, 5-6. pp.499-513.
- Douglas, J. et al. (2006). “Measuring student satisfaction at a UK university”. **Quality Assurance in Education**. 14, 3. pp.251-267.
- Grönroos, C. (1984). “A service quality model and its marketing implications”. **Euoprean Journal of Marketing**. 18, 18. pp.36-44.
- Hardre, P.L. and Reeve, J. (2003). “A Motivational model of rural students’ intention to persist in, versus drop out of, high school”. **Journal of Education**. 95, 2. pp.347-356.
- Helgesen, Ø and Nasset, E. (2007). “What accounts for students’ loyalty ? Some field study evidence”.
International Journal of Educational Management. 21, 2. pp.126-143.
- Herzberg, F. et al. (1967). **The Motivation to Work**. 2nd ed. New York, NY, : Wiley, pp.41-45.
- Kara, A. et al. (2004). “Business Student Satisfaction, Intentions and Retention in Higher Education : An Empirical Investigation”. [Online]. Available: www.elmar-list.org/MEO
- Keaveney, S.M., Young, C.E. (1997). **The student satisfaction and retention model (SSRM)**. Working Paper, University of Colorado, Denver, CO.
- L’Oughlin, C., and Coenders, G. (2005). “Estimation of the European customer satisfaction index : Maximum likelihood versus partial least squares. Application to postal services”.
Total Quality Management. 15, 9-10. pp.1231-1255.

- Mavondo and Zaman. (2000). **Student Satisfaction with tertiary institutions and recommending it to perspective students**. Proceeding of the Conference of ANZMAC, Gold Coast.
- Navarro, M.M.et al. (2005). “A new management element for universities : satisfaction with the offered courses”. **International journal of Educational Management**. 19, 6. pp.505-522.
- Palacio, A.B., et al. (2002). “The configuration of the university image and its relationship with the satisfaction of students”. **Journal of Education**. 10, 5. pp.486-505.
- Tsarenko and Mavondo. (2001). “Resource and capabilities as determinants of student satisfaction : de foreign and laocal students differ”. **Proceeding of the Conference ANZMAC**, Auckland.