บทที่ 2

การตรวจสอบเอกสาร

การวิจัยเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการธุรกิจปุ๋ยเคมี ในอำเภอบ้านโฮ่ง จังหวัดลำพูน ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิจัยค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม
2. แนวคิดเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจ
3. แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้
4. แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการ
5. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับปุ๋ยเคมี
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
7. กรอบแนวคิดในการวิจัย
8. สมมติฐานการวิจัย

แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม

ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) เป็นสิ่งที่องค์กรมีเงื่อนไขที่พึงปฏิบัติต่อสังคม เพื่อธำรงรักษาและสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นให้แก่ในสังคมนั้นๆ ที่นอกเหนือจากการบรรลุเป้าหมายขององค์กร ซึ่งจะต้องได้รับความร่วมมืออย่างดีจากผู้เกี่ยวข้องหลายฝ่ายด้วยกัน เช่น ผู้ถือหุ้น ผู้บริหาร พนักงาน แรงงาน ลูกค้า รัฐบาล สื่อมวลชน สังคม ชุมชน เป็นต้น โดยจะต้องเข้าไปมีส่วนร่วมรับผิดชอบทั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อที่จะได้ทราบถึงความคาดหวังของกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่องค์กรธุรกิจที่พึงมีให้แก่สังคม โดยความรับผิดชอบจะต้องอยู่ในความยุติธรรม มีความเป็นธรรม และจริยธรรม อันจะนำมาซึ่งความพอใจร่วมกันของทุกฝ่าย

ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคม

Good (1973: 93) อธิบายความรับผิดชอบต่อสังคมว่า หมายถึง คุณธรรมที่เป็นความคิดรวบยอดในความรู้สึกผิดชอบ ชั่วดี อันเป็นเครื่องเหนี่ยวรั้ง ควบคุมพฤติกรรมที่แสดงออก

เพื่อตอบสนองความปรารถนา สามารถมองเห็นว่าอะไรเป็นสิ่งที่พึงปรารถนาของคนกลุ่มใหญ่ และพร้อมที่จะแสดงออกเมื่อมีเหตุการณ์หรือสิ่งแวดล้อมมากระตุ้น

Griffin (1996: 112) ได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมว่า เป็นข้อผูกพันและเป็นหน้าที่ขององค์กรที่มีหน้าที่ในการปกป้องและให้ผลประโยชน์ต่อสภาพแวดล้อมรอบข้าง

Wayne (1995: 139) กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมหมายถึง ข้อผูกมัดของผู้บริหารในการหาวิธีที่จะรักษาหรือปกป้องผลประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าผลประโยชน์ขององค์กรเพียงอย่างเดียว

เสนาะ ติเยาว์ (2544: 85) ได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมว่า หมายถึง ภาระที่บริษัทจะต้องดำเนินงานที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อทั้งผู้ถือหุ้นหรือเจ้าของบริษัทและต่อชุมชนภายนอกด้วย ความรับผิดชอบของบริษัทจึงเป็นภาระที่บริษัทมีต่อผู้มีส่วนร่วมในบริษัท

บัณฑิตา ทรัพย์กลม (2544: 45) กล่าวถึงความรับผิดชอบต่อสังคมว่า คือ เรื่องของจริยธรรม คุณธรรม บทบาท และหน้าที่ รวมถึงนโยบาย กิจกรรม ที่องค์กรภาคธุรกิจได้จัดขึ้นเพื่อให้ความช่วยเหลือ ปรับปรุงและส่งเสริมให้สังคมและประชาชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

มนตรี เลิศสกุลเจริญ (2547: 33) ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมไว้ว่า เป็นการแสดงออกของพฤติกรรมองค์กรต่อสังคมภายนอก เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กรทำให้เกิดการยอมรับจากสังคม การปฏิบัติขององค์กรจะต้องอยู่ในความรับผิดชอบทางเศรษฐกิจ กฎหมาย จริยธรรม และการใช้ดุลยพินิจขององค์กรที่พึงเห็นสมควร ซึ่งการจัดกิจกรรมหรือการบริการสามารถกระทำได้หลายรูปแบบ ทั้งทางด้านพัฒนาชุมชน สุขภาพอนามัย การวิจัย สิ่งแวดล้อม สิทธิผู้บริโภค และวัฒนธรรม

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น เป็นการดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรม โดยคำนึงถึงประโยชน์แก่ชุมชนและสังคมคบคู่ไปกับประโยชน์ทางธุรกิจของตน โดยมีการแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านต่างๆที่เกี่ยวข้องกับองค์กรทั้งทางตรงและทางอ้อม ผ่านทางนโยบายและกิจกรรมต่างๆ ที่องค์กรได้จัดขึ้น อีกทั้งยังเป็นสิ่งที่ช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กร เพื่อให้เกิดการยอมรับจากสังคมมากขึ้น

องค์ประกอบความรับผิดชอบต่อสังคม

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2539: 96) ได้กล่าวถึง ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ประกอบด้วย 4 ด้าน ดังนี้

1. ความรับผิดชอบด้านเศรษฐกิจ (Economic Responsibility) เป็นการพิจารณาว่าองค์กรจะต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม นอกเหนือจากการแสวงหากำไร

2. ความรับผิดชอบด้านกฎหมาย (Legal Responsibility) เป็นกิจกรรมที่จะต้องปฏิบัติตามกฎหมาย และข้อกำหนดทั้งหมด

3. ความรับผิดชอบด้านจรรยาบรรณ (Ethical Responsibility) เป็นภาระความรับผิดชอบขององค์กรเกี่ยวกับหลักศีลธรรมและค่านิยม ซึ่งควบคุมการทำงานและการตัดสินใจขององค์กร

4. ความรับผิดชอบในการใช้ดุลยพินิจ (Discretionary Responsibility) ความรับผิดชอบด้านนี้ขึ้นอยู่กับวิจารณญาณ และทางเลือกส่วนตัว โดยคิดว่าบริษัทควรมี ซึ่งไม่ได้เกี่ยวข้องกับกฎหมาย

จินตนา บุญบงการ (2544: 57) ได้เสนอระดับความรับผิดชอบต่อสังคมได้เป็น 4 ระดับ คือ

1. ความรับผิดชอบทางเศรษฐกิจ (Economic Responsibility) เพื่อผลิตสินค้าและบริการตามที่ประชาชนต้องการ และนำมาขายเพื่อให้เกิดกำไรแก่เจ้าของกิจการ (ในกรณีที่เป็นองค์กรทำเพื่อกำไร) นับได้ว่าเป็นความรับผิดชอบหลักและความรับผิดชอบดั้งเดิมของการดำเนินการจนอาจกล่าวได้ว่า นอกจากความรับผิดชอบด้านเศรษฐกิจแล้ว ผู้บริหารในอดีตบางคนไม่เคยคำนึงถึงความรับผิดชอบในด้านอื่นเลย

2. ความรับผิดชอบด้านกฎหมาย (Legal Responsibility) เพื่อดำเนินกิจการไปตามครรลองของกฎหมายและกฎข้อบังคับต่างๆ อย่างไรก็ตามกฎหมายของกฎข้อบังคับไม่สามารถจะครอบคลุมการกระทำทุกอย่างที่องค์กรกระทำได้ การกระทำบางอย่างไม่ผิดกฎหมาย แต่องค์กรควรจะกระทำหรือไม่นั้นขึ้นอยู่กับความรับผิดชอบของผู้บริหารองค์กรนั้นๆ

3. ความรับผิดชอบทางจริยธรรม (Ethical Responsibility) การกระทำบางอย่างที่ไม่ใช่สิ่งที่กฎหมายบังคับ แต่ถาองค์กรไม่ทำก็ไม่ผิดกฎหมาย แต่องค์กรเลือกกระทำเพราะเห็นว่าเป็นความรับผิดชอบทางจริยธรรม เช่น การให้สวัสดิการด้านเสื้อผ้า ที่อยู่อาศัย เงินกู้ยืม อาหารกลางวัน รถรับส่งพนักงาน การจัดนำเที่ยว เป็นต้น

4. ความรับผิดชอบในการใช้ดุลยพินิจ (Discretionary Responsibility) ความรับผิดชอบในระดับนี้เป็นความสมัครใจของผู้บริหารองค์กรโดยตรง และขึ้นอยู่กับการตัดสินใจเลือกกระทำของผู้บริหารแต่ละคน ความรับผิดชอบนี้ไม่ได้บังคับไว้เป็นกฎหมาย หรือเป็นสิ่งที่พนักงานคิดว่าควรได้รับตามหลักจริยธรรม เช่นผู้บริหารไม่สนับสนุนให้พนักงานทำงานล่วงเวลา

แต่กลับจ้างพนักงานเพิ่ม เพิ่มเครื่องจักร เพิ่มเงินเดือน ทั้งนี้เพราะผู้บริหารพินิจพิเคราะห์อย่างสุขุมแล้วว่า การทำงานล่วงเวลาทำให้สุภาพของพนักงานเสื่อมโทรม และเป็นการบั่นทอนคุณภาพชีวิต

จะเห็นได้ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม อาจแบ่งเป็นระดับขั้นได้ จากขั้นที่ 1 อันเป็นสิ่งผู้บริหารหรือนักธุรกิจต้องทำเพื่อความอยู่รอดของตนเอง นั่นคือ ความรับผิดชอบทางเศรษฐกิจแต่ผู้บริหารหรือนักธุรกิจบางคนอาจจะรับผิดชอบในขั้นสูงต่อไป คือ จะเลือกทำสิ่งที่ได้ผลประโยชน์ได้กำไร แต่ต้องไม่ผิดกฎหมาย ถ้ามีความรับผิดชอบขึ้นไปอีกก็จะเป็นความรับผิดชอบที่คำนึงถึงจริยธรรม หลังจากนั้นเป็นขั้นพินิจพิเคราะห์การกระทำเพื่อความรับผิดชอบอย่างสุขุมระมัดระวังจริงจังขึ้นไปกว่าแค่เพียงคำนึงถึงจริยธรรม และการที่ผู้บริหารหรือนักธุรกิจคนใดจะตัดสินใจดำเนินการโดยมีความรับผิดชอบมากน้อยประการใดย่อมขึ้นอยู่กับจริยธรรมของผู้บริหารหรือนักธุรกิจผู้นั้น สุดท้ายเป็นขั้นตอนของความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งหมด

ขอบเขตความรับผิดชอบต่อสังคม

ขอบเขตความรับผิดชอบต่อสังคม (Areas of Social Responsibility) มีทั้งหมด 7 ด้านโดยมีรายละเอียด ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2547: 89)

1. ด้านชุมชน (The Community) องค์กรที่รับผิดชอบต่อสังคมจะต้องสร้างจุดเด่นขึ้นในชุมชน เช่น เป็นผู้นำในการช่วยเหลือและแก้ปัญหาให้สังคม

2. ด้านสุขภาพและสวัสดิการ(Health and welfare) องค์กรมีความเชื่อว่า การลงทุนในสุขภาพและการจัดสวัสดิการให้กับชุมชน เป็นความรับผิดชอบด้านสังคมที่มีคุณค่าและจำเป็นสำหรับพนักงาน บริษัท และชุมชนขนาดใหญ่ ตัวอย่างโครงการด้านสุขภาพและสังคมจะสร้างค่านิยมในชุมชน ซึ่งจะทำให้บริษัทมีอิทธิพลต่อผู้ลงทุนและสร้างภาพที่ดีให้กับบริษัทด้วย

3. ด้านการวิจัย (Education) องค์กรจำนวนมากมีสนใจในความรับผิดชอบด้านการวิจัย ผู้บริหารมีความตระหนักว่าจะต้องปรับปรุงการวิจัยทั้งระดับประถมวิจัย มัธยมวิจัย วิทยาลัย และมหาวิทยาลัย ทั้งในด้านการบริจาคเงินด้านการวิจัย การประชาสัมพันธ์ และด้านอื่นๆ

4. ด้านสิทธิมนุษยชน (Human rights) บางองค์กรมุ่งความรับผิดชอบทางสังคมในการรณรงค์สิทธิมนุษยชน เช่น ความเท่าเทียมกันของเพศชายและเพศหญิงในการได้รับการจ้างงาน

5. ด้านสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ (The natural environment) องค์กรจำนวนมากได้ตัดสินใจเลือก การแก้ปัญหาด้านสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และการสร้างจิตสำนึกในการรักษาสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ เช่น การผลิตสินค้าที่ไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การไม่ใช่สาร CFC เครื่องปรับอากาศและตู้เย็น

6. ด้านสิทธิของผู้บริโภค (Consumer rights) บางองค์กรได้เน้นในเรื่องของสิทธิผู้บริโภค โดยคำนึงถึงผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีความปลอดภัย และการโฆษณาที่เป็นจริง (Truthful advertising)

7. ด้านวัฒนธรรม (Culture) เป็นการเรียนรู้และการคิดร่วมกัน ตลอดจนการแสดงออกระหว่างกลุ่มบุคคลหรือสังคม ธุรกิจที่ให้การสนับสนุนด้านศิลปวัฒนธรรมเชื่อว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งสามารถส่งเสริมการรู้จักบริษัท ตลอดจนสร้างความรู้สึกและทัศนคติที่ดีให้เกิดกับบริษัทได้ แนวคิดที่ให้การสนับสนุนเหตุการณ์ด้านวัฒนธรรมถือว่าเป็นการลงทุนด้านคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นสำหรับลูกค้าชุมชนในท้องถิ่น บุคลากร และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กร ถือว่าสามารถสร้างวัฒนธรรมที่ดีให้กับกลุ่มเหล่านี้ได้

ขนาดของความรับผิดชอบต่อสังคม

การพิจารณาเกี่ยวกับระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของหน่วยงานธุรกิจว่า ควรมีมากน้อยเพียงใดและอย่างไรนั้น จะใช้วิธีพิจารณา “ระดับของการตระหนักถึงปัญหาทางสังคม” (Social Responsiveness) หรือระดับความมากน้อยในการตระหนักถึงพันธะข้อผูกพันขององค์กรที่พึงมีต่อสังคม โดยการติดตามดูว่า ธุรกิจได้ดำเนินการแก้ไขปัญหาต่างๆ เพื่อปลดเปลื้องข้อปัญหาทางสังคม ที่ธุรกิจมีภาระผูกพันอยู่และควรต้องเข้าช่วยเหลือแก้ไขได้อย่างมีประสิทธิผลและประสิทธิภาพเพียงใด โดยสามารถแบจำแนกได้ 3 แบบ คือ (บัณฑิตา ทรัพย์กมล, 2544)

1. การรับผิดชอบต่อสังคมตามข้อผูกพัน (Social Obligation Approach) หรือการรับผิดชอบเฉพาะเท่าที่เป็นขั้นต่ำสุดตามบังคับของกฎหมายเท่านั้น กิจการที่มีแนวคิดแบบนี้จะเสียสละทรัพยากรขององค์กรเฉพาะเท่าที่กฎหมายบังคับให้ต้องทำเท่านั้น แต่ไม่ได้มีการเสียสละโดยสมัครใจเพื่อเข้าแก้ไขปัญหาสังคมนั้น

2. การรับผิดชอบต่อสังคมตามหน้าที่ (Social Responsibility Approach y) คือการยอมรับว่าธุรกิจมีความรับผิดชอบทั้งสองทางคู่กัน คือ การทำกำไรทางเศรษฐกิจ และการรับผิดชอบต่อสังคมในแง่ของความรับผิดชอบต่อสังคมในทางเศรษฐกิจนั้นคือ การมุ่งทำกำไร และเพิ่มส่วนทุนของผู้ถือหุ้นให้สูงขึ้น ส่วนอีกทางหนึ่งคือ ความรับผิดชอบทางสังคม ซึ่งหมายถึงการมุ่งสนใจต่อปัญหาทางสังคมที่กำลังเกิดขึ้นในขณะนั้น แต่ขอบเขตการเข้าไปช่วยแก้ปัญหาทางสังคมนั้นจะถูกจำกัดโดยมีเฉพาะภายในกรอบที่จะไม่ทำให้องค์กรต้องสูญเสียประโยชน์ทางเศรษฐกิจจนเกิดความเสียหายขึ้น ตามรูปแบบนี้ องค์กรจะยอมรับในบทบาทของกลุ่มต่างๆที่ทำ

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ

กิจกรรมทางสังคมหรืออาจเข้าไปสนับสนุนโดยตรง พร้อมกับการส่งเสริมให้ทั้งผู้บริหารและพนักงานของตนออกไปร่วมมีบทบาทในทำนองเดียวกันด้วย

3. การระวังระไวต่อปัญหาในทางสังคม (Social Responsiveness Approach) โดยเน้นว่า ธุรกิจมิใช่ว่าจะมีความรับผิดชอบในทางเศรษฐกิจและทางสังคมคู่กันเท่านั้น แต่จะต้องมองการณ์ไกลออกไป โดยคาดหมายถึงปัญหาในด้านสังคมที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตไว้ล่วงหน้าและอุทิศทรัพยากรขององค์กรเพื่อช่วยแก้ไขปัญหาเหล่านั้นที่จะเกิดขึ้นในอนาคตด้วย วิธีการลักษณะแบบนี้จะเป็นการกระทำแบบ “กันไว้ดีกว่าแก้” โดยคาดหมายปัญหาที่จะเกิดขึ้นในอนาคต แล้วรีบเข้าไปลงมือแก้ไขในทันที

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
ห้องสมุดงานวิจัย
วันที่ 17 มี.ค. 2555
เลขทะเบียน 250109
เลขเรียกหนังสือ

เหตุผลที่ธุรกิจต้องรับผิดชอบต่อสังคม

Davis ได้เสนอประเด็นว่า ทำไมนักธุรกิจต้องรับผิดชอบต่อสังคมและจะรับผิดชอบอย่างไร (จินตนา บุญบงการ, 2539: 15)

1. ความรับผิดชอบต่อสังคมเพิ่มขึ้นเนื่องจากอิทธิพลของธุรกิจ มาจากแนวคิดที่ว่าธุรกิจมีอิทธิพลอย่างมากในเรื่องของเศรษฐกิจ การว่าจ้างแรงงาน การสร้างความเน่าเสียในสิ่งแวดล้อม ธุรกิจจะก่อให้เกิดปัญหาหรือป้องกันปัญหาไม่ให้เกิดได้ในสังคมที่ทุกคนต้องอยู่ร่วมกัน และต้องพึ่งพาอาศัยกัน ดังนั้นธุรกิจต้องมีความรับผิดชอบในการป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาแก้สังคม หรือถ้าเกิดปัญหาขึ้นแล้วต้องช่วยแก้ไขปัญหานั้น

2. ธุรกิจจะดำเนินการเป็นระบบเปิดสองทาง โดยเปิดรับสิ่งที่เป็นแนวความต้องการจากสังคม และเปิดเผยวิธีการดำเนินงานให้สังคมได้รับรู้ ข้อเสนอนี้ทำให้นักธุรกิจมีความปรารถนารับฟังตัวแทนของสังคมในเรื่องที่เกี่ยวกับปัญหาต่างๆของสังคมและการปรับปรุงสวัสดิการในสังคม ในทางกลับกัน สังคมต้องมีความปรารถนาจะรับฟังการรายงานจากธุรกิจว่าได้ทำอะไรไปอันเป็นการแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งทั้ง 2 ฝ่ายต้องรายงานต่อกันอย่างเปิดเผย

3. การบริการ ผลผลิต หรือกิจกรรมที่จะเป็นผลเสียและผลดีต่อสังคม ต้องมีการคิดคำนวณอย่างถี่ถ้วนในการตัดสินใจจะดำเนินการโดยเน้นว่า การพิจารณาแต่ในแง่ความเป็นไปได้ทางเทคนิคหรือได้กำไรทางเศรษฐกิจยังไม่ใช่ปัจจัยที่เพียงพอในการพิจารณา แต่ต้องคิดถึงสังคมที่จะได้รับผลกระทบต่อไปทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

4. ผลเสียต่อสังคมที่เกี่ยวกับแต่ละกิจกรรม ผลผลิตหรือบริการจะต้องมีผลถึงผู้บริโภค ผลเสียที่เกิดขึ้นจากธุรกิจที่มีต่อสังคมจริงๆ จะตกอยู่กับผู้บริโภคในต้นทุนที่สูงกว่ามาก

เกินกว่าที่สังคมจะคาดคิดได้ ธุรกิจจำต้องคำนึงถึงประเด็นนี้และต้องดำเนินการไม่ให้ผลเสียตกอยู่กับผู้บริโภค

5. สถาบันทางธุรกิจในฐานะที่เป็นสมาชิกของสังคมมีความรับผิดชอบในปัญหาของสังคม ที่อยู่นอกเหนือจากการดำเนินงานปกติ ถ้าธุรกิจจัดจ้างผู้เชี่ยวชาญมาแก้ไขปัญหาของสังคมที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับธุรกิจโดยตรง จะเป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อการแก้ไขปัญหาสังคม เหตุผลคือ ในที่สุดธุรกิจจะได้รับกำไรเพิ่มขึ้นจากการที่ช่วยปรับปรุงสังคมโดยทั่วไป ธุรกิจจึงควรมีความรับผิดชอบกับสมาชิกของสังคมทั้งหมดเพื่อปรับปรุงสังคมทั่วไปให้ดีขึ้น

แนวคิดเกี่ยวกับจริยธรรมทางธุรกิจ

ความหมายของจริยธรรม

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตสถาน พ.ศ. 2525 ได้ให้ความหมายของจริยธรรมในฐานะเป็นคำนามว่า หมายถึง ธรรมที่เป็นข้อประพฤติปฏิบัติ ศีลธรรม หรือกฎศีลธรรม (ราชบัณฑิตยสถาน, 2525: 10)

คำว่า จริยธรรม มีผู้ให้ความหมายไว้แตกต่างกัน ชินโอสถ หัศบำเรอ ได้ให้ความหายจริยธรรมว่า เป็นความประพฤติหรือการปฏิบัติที่ถูกต้อง หรือสอดคล้องตามความเป็นจริงอันเป็นไปตามธรรมชาติ โดยวิเคราะห์จากรากศัพท์

คำว่า จริยธรรม มาจากคำว่า จริยะ + ธรรม

จริยะ หมายถึง ความประพฤติหรือการปฏิบัติตน

ธรรม หมายถึง ความจริงอันเป็นไปตามธรรมชาติ

ลำดวน ศรีมณี (2538: 1) ได้ให้ความหมายของจริยธรรมไว้ว่า จริยธรรมหมายถึง กฎ ระเบียบที่เป็นหลักในการประพฤติปฏิบัติของมนุษย์ในโลก โดยกฎระเบียบนั้นๆจะต้องเป็นไปเพื่อประโยชน์ เพื่อความสุข เพื่อความสงบของคนหมู่มาก

ธีระพร อุวรรณโณ (เกียรติคุณ สิทธิชัย, 2541: 35) ได้นิยามจริยธรรมไว้ 3 แนว คือ แนวแรกเน้นว่าจริยธรรมเป็นเรื่องที่ว่าด้วยหลักการ กฎเกณฑ์ มาตรฐานและแนวทางในการประพฤติปฏิบัติ แนวที่สองเน้นว่า จริยธรรมเป็นเรื่องของการประพฤติ การปฏิบัติและการกระทำเองมากกว่าจะเป็นเรื่องของกฎเกณฑ์ และแนวที่สามก็เน้นโดยผนวกสองแนวแรกเข้าด้วยกันเป็นทั้งเรื่องกฎเกณฑ์และการประพฤติปฏิบัติในเวลาเดียวกัน

จริยธรรมในฐานะระบบของกฎเกณฑ์จึงเปรียบได้กับศีลธรรม กฎหมายและจารีตประเพณีซึ่งต่างก็เป็นระบบของกฎเกณฑ์ด้วยกัน และมีความคาบเกี่ยวซึ่งกันและกัน ทั้งนี้เพราะมีกฎเกณฑ์บางอย่างจากศีลธรรม กฎหมายหรือจารีตประเพณีที่บุคคลหรือสังคมอาจยึดถือมาเป็นกฎเกณฑ์หรือจารีตประเพณี กฎเกณฑ์ส่วนนี้เรียกว่ามโนธรรม ซึ่งหมายถึงกฎเกณฑ์ที่บุคคลมีอยู่ในใจเป็นของตนเอง

เมื่อพิจารณาว่าจริยธรรมเป็นระบบของกฎเกณฑ์ การสร้างเสริมจริยธรรมจึงหมายถึง การสสร้างเสริมให้คนได้รู้จักกฎเกณฑ์ในการจำแนกการกระทำ และปฏิบัติตามกฎเกณฑ์นั้นๆ ทำนองเดียวการเผยแพร่ให้คนรู้กฎหมายและก็คาดหวังให้คนทำตามกฎหมายด้วย เพราะการรู้เพียงกฎเกณฑ์อย่างเดียวยังไม่เพียงพอที่จะทำให้สังคมมีความสงบสุขได้ หากผู้ที่รู้กฎเกณฑ์นั้นๆ ไม่ปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ด้วย การเสริมสร้างจริยธรรมจึงต้องมีเป้าหมายหลักให้คนได้มีพฤติกรรมที่ถูกต้องดีงามตามเกณฑ์ทางจริยธรรม (ธีระพร อุวรรณโณ, 2526: 54)

สุรพันธ์ ฉันทแดนสุวรรณ (2546: 66) กล่าวว่า จริยธรรม เป็นคุณธรรมที่แสดงออกในลักษณะที่ดีงาม ถูกต้องสมควรและเหมาะสม เป็นสิ่งที่พึงปรารถนาและพึงประสงค์ของสังคม

ธิติภพ ชยธวัช (2547: 45) ได้ให้ความหมายของจริยธรรมทางธุรกิจ ว่าหมายถึง การนำหลักจริยธรรมมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจ เพื่อให้ดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างถูกต้อง เหมาะสมอยู่ในแนวทางของศีลธรรม หรือ หมายถึง หลักและมาตรฐานทางศีลธรรมที่ชี้นำพฤติกรรมในโลกธุรกิจเพื่อการตัดสินใจของแต่ละบุคคลภายในองค์กร ภายใต้ข้อขัดแย้งระหว่างวัตถุประสงค์ขององค์กรและค่านิยมที่ถูกต้องตามจริยธรรม

ฉะนั้น คำว่า จริยธรรม จึงมีความหมายที่กว้างขวาง เป็นทั้งหลักการ มาตรฐานของการประพฤติปฏิบัติ การกระทำ การแสดงพฤติกรรมหรือการประพฤติปฏิบัติ ตลอดจนผลที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัตินั้น หลักจริยธรรมทางด้านธุรกิจก็เหมือนกับหลักจริยธรรมทั่วไป เช่น ความไม่ซื่อสัตย์ถือว่าเป็นสิ่งที่ไม่มีจริยธรรมและศีลธรรม เช่นเดียวกันถ้าการดำเนินธุรกิจไม่มีความซื้อสัตย์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นพนักงาน ลูกค้า ผู้ถือหุ้น หรือคู่แข่งขัน ก็ถือว่าเป็นพฤติกรรมที่ไม่มีจริยธรรมทางธุรกิจ การป้องกันคนอื่นจากอันตรายถือว่าเป็นสิ่งที่มีจริยธรรม เช่นเดียวกับกับการที่มีจริยธรรมทางธุรกิจ ในขณะที่บุคคลมีจริยธรรมประจำใจ องค์กรธุรกิจก็ต้องมีหลักจริยธรรมทางธุรกิจขององค์กรด้วย เช่นกัน เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจให้เป็นไปอย่างถูกต้องและเป็นธรรมต่อสังคม

ที่มาของจริยธรรมและการเกิดจริยธรรม

จริยธรรมเป็นสิ่งที่มนุษย์กำหนดขึ้นมามิได้ติดตัวมาแต่กำเนิดไม่ โดยมีจิตแพทย์ชาวออสเตรีย ชื่อ ซิกมันด์ ฟรอย (Sigmund Freud) กล่าวว่ามนุษย์เกิดมาพร้อมกับสันดารดิบ คือ พฤติกรรมที่อิสระไม่ได้ขัดเกลา เป็นธรรมชาติอยากทำอะไรก็ทำตามใจชอบ สะดวกสบายอย่างไรก็ทำอย่างนั้น พฤติกรรมต่างๆนั้นถ้าหากอยู่คนเดียว ไม่มีใครได้รับผลกระทบก็ไม่เป็นไร แต่มนุษย์เป็นสัตว์สังคม (Social animal) ต้องอยู่ร่วมกันเป็นสังคม อยู่กับคนอื่นๆเป็นจำนวนมากพฤติกรรมบางอย่างอาจไม่สบอารมณ์ของอคนอื่นๆในสังคม มนุษย์จึงพร้อมใจร่วมกันตั้งเป็นกฎเกณฑ์จัดระเบียบสังคมขึ้น เรียก ซูเปอร์อีโก (Superego) เป็นปทัสถานของสังคม (บรรทัดฐานสังคม: Social norm) เป็นวินัย ประเพณี วัฒนธรรม จริยธรรม จรรยา มารบาท ฯลฯ เป็นการกระทำที่สังคมปรารถนา ถือเป็นกริยาที่ดี สังคมยอมรับ สิ่งเหล่านี้สังคมกำหนดและคิดขึ้นมาเองภายหลัง เพื่อความสันติสุขของสังคม เป็นการกำหนดกรอบของสังคม

พฤติกรรมดิบดั้งเดิม (Id)
กฎ ศีล ธรรม (Superego) → จริตกริยาที่ปรุงแต่งแล้วตามสังคมปรารถนา (Ego)

ถ้าได้ดัดจริตกริยา หรือ ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมธรรมชาติให้เป็นไปตามที่สังคมกำหนดคือทำ Id ให้เป็นไปตาม Superego จะบังเกิดเป็น Ego คือเป็นคนมีจรรยา มารยาท จริยธรรม นิยมยกย่องว่าเป็นคนดี

เมื่อมนุษย์มาอยู่รวมกันเป็นหมู่เหล่ามีเผ่าพันธุ์จึงต้องกำหนดแนวปฏิบัติต่อกันขึ้น ใครปฏิบัติถูกต้องตามระเบียบก็ถือว่าเป็นผู้มีจริยธรรม ยิ่งสังคมขนาดใหญ่ขึ้น ยิ่งมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกันมากขึ้น จริยธรรมก็ยิ่งพัฒนามากขึ้น จนกระทั่งปัจจุบันมีธุรกิจหลากหลายเกิดขึ้นมาสนองความต้องการของสังคม มนุษย์ก็มีความต้องการจริยธรรมในทางธุรกิจ จึงต้องมีจริยธรรมทางธุรกิจ เพื่อความสมดุลระหว่างธุรกิจและสังคม

การเกิดจริยธรรม อาจแบ่งลำดับขั้นได้ 4 ขั้น คือ

1. การเลียนแบบ เป็นกระบวนการใต้จิตสำนึก มีความสำคัญมากสำหรับบุคคลในองค์การ ในอันที่จะพัฒนาตน โดยเลียนแบบพฤติกรรมของผู้อาวุโส บุคลากรเก่า หรือตัวผู้บริหารทุกระดับ บุคคลเหล่านี้ต้องประพฤติตนเป็นตัวอย่าง เป็นแบบอย่าง ดังนั้นผู้บริหารต้องทำตนเป็นคนมีจริยธรรมสูงเมื่อใกล้ชิดกับลูกน้อง

2. การแนะนำสั่งสอน จากผู้ใหญ่ ครู พระ ญาติ พ่อ แม่ สื่อมวลชน เจ้าหน้าที่รัฐบาล ทั้งโดยตรงและทางอ้อม ให้ดูดซึมทางอารมณ์ การเรียนรูและเจตคติ การสอนแบบให้รู้ตัว (Conscious) ผู้ใหญ่ที่มีวุฒิภาวะพอที่จะใช้เหตุผลและการวิเคราะห์อาจขัดขืนและไม่เชื่อคำแนะนำ แต่การซึมซับจากสิ่งแวดล้อมทั่วๆไปอาจวิเคราะห์จนเกิดจริยธรรมด้วยตนเองโดยอัตโนมัติซึ่งถือว่าเป็นอุดมการณ์ทางจริยธรรมขั้นสูงสุด

3. การลอกเลียนแบบ จากบุคคลที่รัก ศรัทธา ชอบ คลั่งไค้ เช่น ชื่นชอบดารา วีระบุรุษฮีโร่ ก็จะลอกเลียนแบบบุคลิกภาพจริยธรรม เด็กเรียนจากผู้ใหญ่ที่เขานับถือ ฉะนั้นผู้บริหารหรือผู้ใหญ่ในองค์การธุรกิจมีบุคลิกภาพทางจริยธรรมเป็นที่น่าศรัทธาก็อาจเป็นแบบที่ดีแก่เจ้าหน้าที่พนักงาน

4. การสร้างจริยธรรมของตนเอง โดยสร้างมาจากการปรับตนเองในสภาพธรรมชาติกับตนเองในสภาพที่มีจริยธรรมเข้าด้วยกันการปรับจริยธรรมนี้มักจะเกิดเมื่อเปลี่ยนมาอยู่ในสิ่งแวดล้อม ค่านิยมใหม่ ทำให้ละทิ้งจริยธรรมและค่านิยมเก่าก่อน พัฒนา อุปนิสัย ปรับปรุงรูปแบบจริยธรรมของมนุษย์ ซึ่งในกระบวนการนั้น มนุษย์พิจารณาตนเองใน 3 ประเด็น คือ ตัวเราที่เรารู้จัก ตัวเราที่คนอื่นรู้จัก และตัวเราในอุดมคติ ภาพลักษณ์เกี่ยวกับตนเองเหล่านี้จะได้รับอิทธิพลจากผู้อาวุโสกว่า ผู้มีชาติวุฒิ วัยวุฒิ คุณวุฒิสูงกว่า มียศตำแหน่ง หน้าที่การงานสูงกว่า เช่น ครูอาจารย์ พ่อ แม่ ญาติผู้ใหญ่ ข้าราชการผู้ใหญ่ นักบวช หัวหน้า นายจ้าง เพื่อนสนิทและอิทธิพลของกลุ่มสังคม

จะเห็นได้ว่าจากการพัฒนาจริยธรรม 4 ขั้นตอนนี้ จริยธรรมของมนุษย์มิได้อยู่ในภาวะสถิตนิ่ง แต่สามารถเปลี่ยนแปลงไปได้ ตามความเหมาะสมของาถานการณ์

ขอบเขตของจริยธรรมทางธุรกิจ

การกำหนดจริยธรรมทางธุรกิจ โดยส่วนใหญ่จะกำหนดโดยใช้หลักผู้ที่เกี่ยวข้องหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Principle) โดยผู้ประกอบธุรกิจควรมีจริยธรรมต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ คือ เจ้าของหรือผู้ลงทุน ลูกจ้าง ลูกค้า ซัพพลายเออร์ คู่แข่งและสังคม ซึ่งผู้ที่เกี่ยวข้องต่างๆดังกล่าวต่างมีความหวังต่อธุรกิจที่แตกต่างดังนี้ (สุภาพร พิศาลบุตร, 2548: 57)

1. เจ้าของผู้ถือหุ้น โดยความคาดหวังต่อองค์กรธุรกิจคือ ได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนโดยได้ผลกำไรในรูปเงินปันผล ในอัตราที่พอใจ

2. ผู้บริหาร โดยความคาดหวังต่อองค์กรธุรกิจ คือ ได้รับเงินเดือนหรือค่าตอบแทนที่คุ้มกับความสามารถในการบริหารงาน

3. ลูกจ้าง โดยความคาดหวังต่อองค์กรธุรกิจ คือ ได้รับเงินเดือนหรืออัตราจ้างที่พอใจมีความก้าวหน้าและมีสถานภาพในการทำงานที่ดี

4. ลูกค้า ผู้บริโภค โดยความคาดหวังต่อองค์กรธุรกิจ คือ ได้รับสินค้าและบริการที่มีคุณภาพคุ้มกับราคา ได้รับความพึงพอใจจากการใช้สินค้า

5. เจ้าของปัจจัยการผลิตหรือผู้ลงทุน โดยความคาดหวังต่อองค์กรธุรกิจ คือ ได้รับผลตอบแทนในการจำหน่ายปัจจัยการผลิตหรือวัตถุดิบที่เป็นธรรม

6. คู่แข่งขัน โดยความคาดหวังต่อองค์กรธุรกิจ คือ มีการแข่งขันในลักษณะที่เป็นธรรม และเสมอภาค เป็นเพื่อนร่วมอาชีพที่ดีต่อกัน

7. ประชาชนหรือชุมชน โดยความคาดหวังต่อองค์กรธุรกิจ คือ เป็นสมาชิกที่ดีของสังคมไม่ทำให้สภาวะแวดล้อมเสียหายในทุกๆด้านให้ความร่วมมือในกิจกรรมของชุมชนเป็นผู้นำสังคมในสิ่งที่ถูกต้องดีงาม

ความสำคัญและคุณค่าของจริยธรรมธุรกิจ

ธุรกิจมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับจริยธรรม ธุรกิจไม่เพียงแต่ต้องปฏิบัติตามกฎหมายเท่านั้น แต่ต้องทำตามจริยธรรมด้วย การตัดสินค่าทางจริยธรรม เป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินธุรกิจและสังคมกำหนดให้ธุรกิจต้องมีความผิดชอบทางจริยธรรม ถ้าปราศจากความเชื่อถือทางจริยธรรมแล้ว ธุรกิจก็ดำเนินการไปไม่ได้ หากธุรกิจใดประกอบการด้วยจริยธรรมย่อมเป็นที่ยอมรับเชื่อถือได้ และมีความได้เปรียบเชิงธุรกิจ ซึ่งหากประเมินประโยชน์ของจริยธรรมต่อองค์กรธุรกิจแล้ว สามารถจำแนกได้ดังนี้ (พรนพ พุกกะพันธ์, 2545: 44)

1. จริยธรรมก่อให้เกิดความเชื่อถือ (Credit) โดยที่ธรรมชาติของความเชื่อถือจะเกิดขึ้นจากความซื่อสัตย์ในการประกอบธุรกิจหากดำเนินไปอย่างมีจริยธรรมด้วยความซื่อสัตย์แล้วย่อมได้รับความเชื่อถือและได้มาซึ่งเครดิตทางการค้า ซึ่งเป็นปัจจัยที่ได้เปรียบในเชิงการแข่งขันทั้งในด้านการลงทุนและการตลาด

2. จริยธรรมก่อให้เกิดความทุ่มเท (Devotion) จริยธรรมก่อให้เกิดความทุ่มเทของคนทำงาน อันจะนำมาซึ่งประสิทธิภาพอันทรงคุณภาพ (Qualitative Efficiency) ต่อการผลิตที่เต็มกำลัง หากธุรกิจใดประกอบการด้วยความมีจริยธรรม ปฏิบัติต่อพนักงานทุกคนอย่างมีมนุษยธรรมและมีพัฒนาการอย่างต่อเนื่องแล้ว ย่อมเป็นที่รักและผูกพันของพนักงาน ทำให้พนักงานยอมทุ่มเทความสามารถในการผลิตหรือบริการอย่างเต็มกำลัง และนำมาซึ่งผลการผลิตหรือบริการที่ดี

3. จริยธรรมก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี (Good Image) ภาพลักษณ์ที่ดีมีผลต่อตำแหน่งทางการค้าของธุรกิจ (Positioning) และมีผลต่อความภักดีของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าและบริการของธุรกิจ (Brand Royalty) และภาพลักษณ์ทางการค้าที่ดีย่อมมีผลโดยตรงต่อการกำหนดราคา(Pricing) นอกจากนั้นความภักดีต่อสินค้าและบริการยังมีผลโดยตรงต่อยอดขาย (Sale Volume) และยอดขายจะนำมาซึ่งกำไรในการทำธุรกิจ ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า จริยธรรมทางธุรกิจคือที่มาแห่งความร่ำรวย

4. จริยธรรมก่อให้เกิดการลดหย่อนทางกฎหมาย ธุรกิจใดที่มีประวัติจริยธรรมที่ดีงามเมื่อพลาดพลั้งไปมีคดีความกับบุคคลอื่นก็ดี หรือกับรัฐก็ดี ยอมได้รับข้อลดหย่อนในบทลงโทษตามโทษานุโทษที่บัญญัติไว้ตามกฎหมายของแต่ละสังคม

5. จริยธรรมก่อให้เกิดการทำงานอย่างมีความสุข เมื่อทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไม่ว่าจะเป็นผู้ถือหุ้น ผู้ร่วมงานในบริษัท คู่ค้า ผู้บริโภค และสังคม ต่างก็มีจริยธรรมที่ดีต่อกัน ยอมเป็นการสร้างสัมพันธ์อันดีและอบอุ่นขึ้น ทุกฝ่ายจะปฏิบัติหน้าที่ด้วยความสบายใจและไม่มีปัญหาบาดหมางใจกันเกิดขึ้น หรือหากมีบ้างโดยอุบัติเหตุ ก็จะแก้ไขโดยง่าย การทำงานอย่างมีจริยธรรมต่อตนเองและต่อกันและกัน จึงเป็นชีวิตการทำงานที่เป็นความสุข ปราศจากความเครียดใดๆ นอกจากความเครียดจากการแบกความเสี่ยงในอัตราสูงของธุรกิจประเภทนั้นเอง และแม้จะมีความเครียดจากภาระเสี่ยงบ้าง จริยธรรมในการปฏิบัติงานจะช่วยผ่อนคลายและลดความเครียดไปได้มาทีเดียว

สรุปได้ว่าจริยธรรมเป็นเสมือนต้นกำเนิดของความรับผิดชอบต่อสังคม เพราะหากองค์กรธุรกิจมิได้มีความตระหนักถึงจริยธรรมแล้วนั้น แนวทางหรือนโยบายเพื่อสังคมก็ไม่สามารถที่จะเกิดขึ้นมาได้เช่นกัน ในเรื่องของจริยธรรมทางธุรกิจนั้นมีความเกี่ยวข้องกับหลายฝ่าย ซึ่งก็รวมไปถึงจริยธรรมที่องค์กรธุรกิจพึงมีต่อผู้บริโภคด้วย เพราะสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการได้รับจากองค์กรธุรกิจคือ การได้รับสินค้าและบริการที่มีคุณภาพคุ้มกับราคา ได้รับความพึงพอใจจากการใช้สินค้า ดังนั้นเพื่อที่ให้ทุกฝ่ายในสังคมอยู่ร่วมกันได้อย่างปกติสุข และเป็นไปตามหลักจริยธรรมองค์ธุรกิจหรือผู้ผลิตสินค้าจึงต้องมีส่วนในการรักษาสิทธิประโยชน์ของผู้บริโภคด้วยเช่นกัน

แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้

แนวคิดทฤษฎีการรับรู้

การรับรู้เป็นผลเนื่องมาจาการที่มนุษย์ใช้อวัยวะรับสัมผัส (Sensory motor) ซึ่งเรียกว่า เครื่องรับ (Sensory) ทั้ง 5 ชนิด คือ ตา หู จมูก ลิ้น และผิวหนัง

จากการวิจัยมีการค้นพบว่า การรับรู้ของคนเกิดจากการเห็น 75% จากการได้ยิน 13% การสัมผัส 6% กลิ่น 3% และรส 3%

การรับรู้จะเกิดขึ้นมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับสิ่งที่มีอิทธิพล หรือปัจจัยในการรับรู้ ได้แก่ ลักษณะของผู้รับรู้ ลักษณะของสิ่งเร้า

เมื่อมีสิ่งเร้าเป็นตัวกำหนดให้เกิดการเรียนรู้ได้นั้นจะต้องมีการรับรู้เกิดขึ้นก่อน เพราะการรับรู้เป็นหนทางที่นำไปสู่การแปลความหมายที่เข้าใจกันได้ ซึ่งหมายถึงการรับรู้เป็นพื้นฐานของการเรียนรู้ ถ้าไม่มีการรับรู้เกิดขึ้น การเรียนรู้ย่อมเกิดขึ้นไม่ได้ การรับรู้จึงเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้เกิดความคิดรวบยอด ทัศนคติของมนุษย์อันเป็นส่วนสำคัญยิ่งในกระบวนการเรียนการสอนและการใช้สื่อการสอนจึงจำเป็นจะต้องให้เกิดการรับรู้ที่ถูกต้องมากที่สุด ดังคำกล่าวของ ฉลองชัย

สุรวัฒนบูรณ์ (2528: 120) และ วไลพร ภวภูตานนท์ ณ มหาสารคาม (ม.ป.ป. : 125) ที่กล่าวว่า การที่จะเกิดการเรียนรู้ได้นั้นจะต้องอาศัยการรับรู้ที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอันเป็นผลมาจากการได้รับประสบการณ์ การรับรู้มีขบวนการที่ทำให้เกิดการรับรู้ โดยการนำความรู้เข้าสู่สมองด้วยอวัยวะสัมผัส และเก็บรวบรวมจดจำไว้สำหรับเป็นส่วนประกอบสำคัญที่ทำให้เกิดมโนภาพและทัศนคติ ดังนั้นการมีสิ่งเร้าที่ดีและมีองค์ประกอบของการรับรู้ที่สมบูรณ์ถูกต้อง ก็จะทำให้เกิดการเรียนรู้ที่ดีด้วยซึ่งการรับรู้เป็นส่วนสำคัญยิ่งต่อการรับรู้

นอกจากนี้ กระบวนการรับรู้ยังสามารถใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนด้วย ซึ่ง Fleming (1984: 3) ให้ข้อเสนอแนะว่ามีเหตุผลหลายประการที่นักออกแบบเพื่อการเรียนการสอนจำต้องรู้และนำหลักการของการรับรู้ไปประยุกต์ใช้กล่าวคือ

1. โดยทั่วไปแล้วสิ่งต่าง ๆ เช่น วัตถุ บุคคล เหตุการณ์ หรือสิ่งที่มีความสัมพันธ์กันถูกรับรู้ดีกว่า มันก็ย่อมถูกจดจำได้ดีกว่าเช่นกัน

2. ในการเรียนการสอนจำเป็นต้องหลีกเลี่ยงการรับรู้ที่ผิดพลาด เพราะถ้าผู้เรียนรู้ข้อความหรือเนื้อหาผิดพลาด เขาก็จะเข้าใจผิดหรืออาจเรียนรู้บางสิ่งที่ผิดพลาดหรือไม่ตรงกับความเป็นจริง

3. เมื่อมีความต้องการสื่อในการเรียนการสอนเพื่อใช้แทนความเป็นจริงเป็นเรื่องสำคัญที่จะต้องรู้ว่าทำอย่างไร จึงจะนำเสนอความเป็นจริงนั้นได้อย่างเพียงพอที่จะให้เกิดการรับรู้ตามความมุ่งหมาย

กฤษณา ศักดิ์ศรี (2530: 487) กล่าวถึง บทบาทของการรับรู้ที่มีต่อการเรียนรู้ว่า บุคคลจะเกิดการเรียนรู้ได้ดี และมากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับการรับรู้และการรับรู้สิ่งเร้าของบุคคล นอกจากจะขึ้นอยู่กับตัวสิ่งเร้าและประสาทสัมผัสของผู้รับรู้แล้ว ยังขึ้นอยู่กับประสบการณ์เดิมของผู้รู้และพื้นฐานความรู้เดิมที่มีต่อสิ่งที่เรียนด้วย

การรับรู้ (Perception)

การรับรู้ หมายถึง การแปลความหมายจากการสัมผัส โดยเริ่มตั้งแต่ การมีสิ่งเร้ามากระทบกับอวัยวะรับสัมผัสทั้งห้า และส่งกระแสประสาท ไปยังสมอง เพื่อการแปลความ

กระบวนการของการรับรู้ (Process)

เป็นกระบวนการที่คาบเกี่ยวกันระหว่างเรื่องความเข้าใจ การคิด การรู้สึก (Sensing) ความจำ (Memory) การเรียนรู้ (Learning) การตัดสินใจ (Decision making)

Sensing -----> Memory ------> Learning -------> Decision making

กระบวนการของการรับรู้ เกิดขึ้นเป็นลำดับดังนี้

สิ่งเร้าไม่ว่าจะเป็นคน สัตว์ สิ่งของ หรือสถานการณ์ มาเร้าอินทรีย์ ทำให้เกิดการสัมผัส (Sensation) และเมื่อเกิดการสัมผัสบุคคล จะเกิดมีอาการแปล การสัมผัสและมีเจตนา (Conation) ที่จะแปลสัมผัสนั้น การแปลสัมผัส จะเกิดขึ้นในสมอง ทำให้เกิดพฤติกรรมต่างๆ เช่น การที่เราได้ยินเสียงดัง ปัง ปัง ๆ สมองจะแปลเสียงดังปัง ปัง โดยเปรียบเทียบกับเสียง ที่เคยได้ยินว่าเป็น เสียงของอะไร เสียงปืน เสียงระเบิด เสียงพลุ เสียงประทัด เสียงของท่อไอเสียรถ เสียงเครื่องยนต์ระเบิด หรือเสียงอะไร ในขณะเปรียบเทียบ จิตต้องมีเจตนา ปนอยู่ ทำให้เกิดแปลความหมาย และ ต่อไปก็รู้ว่า เสียงที่ได้ยินนั่นคือ เสียงอะไร อาจเป็นเสียงปืน เพราะบุคคลจะแปลความหมายได้ ถ้าบุคคลเคย มีประสบการณ์ในเสียงปืนมาก่อน และอาจแปลได้ว่า ปืนที่ดังเป็นปืนชนิดใด ถ้าเขาเป็นตำรวจ จากตัวอย่างข้างต้นนี้ เราอาจสรุป กระบวนการรับรู้ จะเกิดได้จะต้องมีองค์ประกอบดังต่อไปนี้

1. มีสิ่งเร้า (Stimulus) ที่จะทำให้เกิด การรับรู้ เช่น สถานการณ์ เหตุการณ์ สิ่งแวดล้อม รอบกาย ที่เป็น คน สัตว์ และสิ่งของ

2. ประสาทสัมผัส (Sense Organs) ที่ทำให้เกิดความรู้สึกสัมผัส เช่น ตาดู หูฟัง จมูกได้ กลิ่น ลิ้นรู้รส และผิวหนังรู้ร้อนหนาว

3. ประสบการณ์ หรือความรู้เดิมที่เกี่ยวข้องกับสิ่งเร้าที่เราสัมผัส

4. การแปลความหมายของสิ่งที่เราสัมผัส สิ่งที่เคยพบเห็นมาแล้วย่อมจะอยู่ในความทรงจำของสมอง เมื่อบุคคลได้รับสิ่งเร้า สมองก็จะทำหน้าที่ทบทวนกับความรู้ที่มีอยู่เดิมว่า สิ่งเร้านั้นคืออะไร

เมื่อมนุษย์เราถูกเร้าโดยสิ่งแวดล้อม ก็จะเกิดความรู้สึกจากการสัมผัส (Sensation) โดยอาศัยอวัยวะสัมผัสทั้ง 5 คือ ตา ทำหน้าที่ดูคือ มองเห็น หูทำหน้าที่ฟังคือ ได้ยิน ลิ้นทำหน้าที่รู้รส จมูก ทำหน้าที่ดมคือได้กลิ่น ผิวหนังทำหน้าที่สัมผัสคือรู้สึกได้อย่างถูกต้อง กระบวนการรับรู้ ก็สมบูรณ์แต่จริงๆ แล้วยังมีการสัมผัสภายในอีก 3 อย่างด้วยที่จะช่วยให้เรารับสัมผัสสิ่งต่างๆ

ลำดับขั้นของกระบวนการรับรู้

การรับรู้จะเกิดขึ้นได้ ต้องเป็นไปตามขั้นตอนของกระบวนการดังนี้

ขั้นที่ 1 สิ่งเร้า(Stimulus)มากระทบอวัยวะสัมผัสของอินทรีย์

ขั้นที่ 2 กระแสประสาทสัมผัสวิ่งไปยังระบบประสาทส่วนกลาง ซึ่งมีศูนย์อยู่ที่สมองเพื่อสั่งการ ตรงนี้เกิดการรับรู้ (Perception)

ขั้นที่ 3 สมองแปลความหมายออกมาเป็นความรู้ความเข้าใจโดยอาศัย ความรู้เดิม ประสบการณ์เดิม ความจำ เจตคติ ความต้องการ ปทัสถาน บุคลิกภาพ เชาวน์ปัญญา ทำให้เกิดการตอบสนองอย่างใดอย่างหนึ่ง การรับรู้ (Perception)

ตัวอย่าง ขณะนอนอยู่ในห้องได้ยินเสียงร้องเรียกเหมียวๆๆรู้ว่าเป็นเสียงร้องของสัตว์ และรู้ต่อไปว่าเป็นเสียงของแมว เสียงเป็นเครื่องเร้า (Stimulus) เสียงแล่นมากระทบหูในหูมีปลายประสาท (End organ) เป็นเครื่องรับ (Receptor) เครื่องรับส่งกระแสความรู้สึก (Impulse) ไปทางประสาทสัมผัส (Sensory nerve) เข้าไปสู่สมอง สมองเกิดความตื่นตัวขึ้น (ตอนนี้เป็นสัมผัส) ครั้นแล้วสมองทำการแยกแยะว่า เสียงนั้นเป็นเสียงคนเป็นเสียงสัตว์ เป็นเสียงของแมวสาวเป็นเสียงแมวหนุ่ม ร้องทำไมเราเกิดอาการรับรู้ ตอนหลังนี้เป็น การรับรู้ เมื่อเรารู้ว่าเป็นเสียงของแมวเรียก ทำให้เราต้องการรู้ว่าแมวเป็นอะไร ร้องเรียกทำไมเราจึงลุกขึ้นไปดูแมวตาม ตำแหน่งเสียงมี่ได้ยินและขานรับ สมองก็สั่งให้กล้ามเนื้อปากทำการเปล่งเสียงขานรับ ตอนนี้ทางจิตวิทยาเรียกว่า ปฏิกิริยา หรือการตอบสนอง (Reaction หรือ Response) เมื่อประสาทตื่นตัวโดยเครื่องเร้า จะเกิดมีปฏิกิริยา คือ อาการตอบสนองต่อสิ่งเร้า

กลไกของการรับรู้

กลไกการรับรู้เกิดขึ้นจากทั้ง สิ่งเร้าภายนอกและภายในอินทรีย์ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม อวัยวะรับสัมผัส (Sensory organ) เป็น เครื่องรับสิ่งเร้าของมนุษย์ ส่วนที่รับความรู้สึกของอวัยวะรับสัมผัสอาจอยู่ลึกเข้าไปข้างใน มองจากภายนอกไม่เห็น อวัยวะรับสัมผัส แต่ละอย่างมีประสาทรับสัมผัส (Sensory nerve) ช่วยเชื่อมอวัยวะรับสัมผัสกับเขตแดนการรับสัมผัสต่าง ๆ ที่สมอง และส่งผ่านประสาทมอเตอร์ (Motor nerve) ไปสู่อวัยวะมอเตอร์ (Motor organ) ซึ่งประกอบไปด้วยกล้ามเนื้อและต่อมต่างๆ ทำให้เกิดปฏิกิริยาตอบสนองของอวัยวะมอเตอร์ และจะออกมาในรูปใดขึ้นอยู่กับ การบังคับบัญชาของระบบประสาท ส่วนสาเหตุที่มนุษย์เราสามารถไวต่อความรู้สึกก็เพราะเซลประสาทของประสาทรับสัมผัส แบ่งแยกแตกออกเป็นกิ่งก้านแผ่ไปติดต่อกับ อวัยวะรับสัมผัส และที่อวัยวะรับสัมผัสมีเซลรับสัมผัส ที่มีคุณสมบัติเฉพาะตัวจึง สามารถทำให้มนุษย์รับสัมผัสได้ จิตใจติดต่อกับโลกภายนอกได้โดยการสัมผัส คนตาบอดแม้อธิบายให้ฟังว่าสีแดง สีเขียวเป็นอย่างไร เขาก็จะเข้าใจให้ถูกต้องไม่ได้เลย เพราะเรื่องสีจะต้องรู้ด้วยตา เครื่องมือสัมผัสอย่างหนึ่งก็ทำหน้าที่อย่างหนึ่ง คนหูหนวกย่อมไม่รู้สึกถึงลีลาความไพเราะของเสียงเพลง ดังนั้นการสอนจึงเน้นว่า “ให้สอนโดยทางสัมผัส” การรับรู้นับว่าเป็นพื้นฐานสำคัญของการเรียนรู้ การรับรู้ที่ถูกต้องจึงจะส่งผล ให้ได้รับ ความรู้ที่ถูกต้อง นักเรียนต้องได้การรับรู้ที่ถูกต้อง มิฉะนั้นความรู้ที่รับไปก็ผิดหมด อวัยวะสัมผัส กับการรับรู้ มนุษย์ย่อมมีพฤติกรรม สนองตอบสิ่งแวดล้อมกระบวนการของการรับรู้เป็นสิ่งแรกที่มนุษย์สนองตอบต่อสิ่งแวดล้อมและระบบประสาท อวัยวะสัมผัส เป็นปัจจัยสำคัญของกระบวนการรับรู้ต้องมีความสมบูรณ์จึงจะสามารถรับรู้สิ่งเร้าได้ดีเพราะอวัยวะสัมผัสรับสิ่งเร้า ที่มากระทบประสาทรับสัมผัสส่งกระแสประสาทไปยังสมองเพื่อให้สมองแปลความหมายออกมา เกิดเป็นการรับรู้ และอวัยวะสัมผัสของมนุษย์ มีขีดความสามารถจำกัด กลิ่นอ่อนเกินไป เสียงเบาเกินไป แสงน้อยเกินไปย่อมจะรับสัมผัสไม่ได้ ดังนั้นประเภท ขนาด คุณภาพของสิ่งเร้าจึงมีผลต่อการรับรู้และการตอบสนอง สิ่งเร้าบางประเภทไม่สามารถกระตุ้นอวัยวะสัมผัสของเราได้ เช่น คลื่นวิทยุ

องค์ประกอบของการรับรู้

1. สิ่งเร้าได้แก่วัตถุ แสง เสียง กลิ่น รสต่างๆ
2. สิ่งเร้าได้แก่วัตถุ แสง เสียง กลิ่น รสต่างๆ
3. อวัยวะรับสัมผัส ได้แก่ หู ตา จมูก ลิ้น ผิวหนัง ถ้าไม่สมบูรณ์จะทำให้สูญเสียการรับรู้ได้

4. ประสาทในการรับสัมผัสเป็นตัวกลางส่งกระแสประสาทจากอวัยวะรับสัมผัสไปยังสมองส่วนกลาง เพื่อการแปลความต่อไป

5. ประสบการณ์เดิม การรู้จัก การจำได้ ทำให้การรับรู้ได้ดีขึ้น

6. ค่านิยม ทัศนคติ

7. ความใส่ใจ ความตั้งใจ

8. สภาพจิตใจ อารมณ์ เช่น การคาดหวัง ความดีใจ เสียใจ

9. ความสามารถทางสติปัญญา ทำให้รับรู้ได้เร็ว

ทฤษฎีการรับรู้ของผู้บริโภค

สุภาภรณ์ พลนิกร (2548 : 121-137) อธิบายว่า การรับรู้ (Perception) คือ กระบวนการซึ่งแต่ละคนคัดสรร (Select) จัดระเบียบ (Organize) ตีความหมาย (Interpret) สิ่งที่มากระตุ้นเพื่อให้เกิดภาพในสมองที่มีความหมายและสอดคล้องกันเกี่ยวกับโลกที่บุคคลนั้นสามารถสัมผัสได้ หรือเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการประมวลผลข้อมูลของสมองซึ่งเริ่มจากการรับสัมผัสและตามด้วยการให้ความใส่ใจ

การรับสัมผัสของระบบประสาท (Sensation) เป็นระบบความรู้สึกที่มีการตอบสนองโดยตรงและทันที เมื่อมีสิ่งมากระตุ้น ความไวในการรับสัมผัสนี้เกี่ยวข้องกับ

1. ประสบการณ์ของการรับสัมผัส (Sensation Experience) ซึ่งแปรเปลี่ยนตามคุณภาพของหน่วยรับความรู้สึกด้วย หากได้อยู่ในสถานการณ์ที่มีสิ่งกระตุ้นชนิดนั้นๆมากอยู่ตลอดเวลาหน่วยรับความรู้สึก จึงไม่สามารถแยกความแตกต่างได้

2. ปริมาณหรือความเข้มข้น (Intensity) ของสิ่งกระตุ้นคนจะมีความไวในการรับสัมผัสมากขึ้นเมื่อมีเสียงดังมาก รับประทานอาหารรสเผ็ดมาก เห็นภาพที่มีขนาดใหญ่มากแตะน้ำที่ร้อนมาก เห็นภาพที่เคลื่อนไหว เป็นต้น

ระดับต่ำสุดที่คนรับรู้ได้ (The Absolute Threshold) คือ ระดับต่ำสุดของสิ่งกระตุ้นที่แต่ละ คนสามารถสัมผัสได้ด้วยความรู้สึกต่างๆ หรือกล่าวอีกในหนึ่งว่าเป็นจุดหรือระดับของสิ่งกระตุ้นที่แต่ละคนสามารถบอกความแตกต่างระหว่างการมีกับไม่มีสิ่งที่มากระตุ้นนั้น สำหรับระดับต่ำสุดที่ คนรับรู้ได้นี้เป็นความแตกต่างของแต่ละคนซึ่งเกี่ยวกับปัจจัยในเรื่องการรับสัมผัสของระบบประสาทที่กล่าวมาแล้ว

การปรับตัวของหน่วยรับความรู้สึก (Sensory Adaptation) ผู้บริโภคโดยทั่วไปมีความสามารถในการปรับตัวซึ่งเป็นการปรับตัวของหน่วยรับความรู้สึกของคน เช่น โฆษณาที่นำ

ออกเผยแพร่เป็นระยะเวลาหนึ่งแล้วนั้นผู้บริโภคจะเกิดความเคยชินจนกระทั่งมองไม่เห็นหรือไม่ได้ยินอีก เป็นต้น

ขีดขั้นความแตกต่าง (The Differential Threshold) คือความแตกต่างในระดับน้อยที่สุดที่คนสามารถรับรู้ได้ว่ามีความแตกต่างระหว่าง 2 สิ่งกระตุ้นนั้น หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าความแตกต่างที่สามารถสังเกตเห็นได้

การรับรู้ในระดับต่ำ (Subliminal Perception) คือ การรับรู้สิ่งกระตุ้นในระดับที่ต่ำกว่าระดับจิตสำนึก กล่าวคือ ผู้บริโภคไม่รู้ตัวว่าถูกกระตุ้นจากสิ่งนั้น เนื่องจากพลังหรือความเข้มข้นของสิ่งกระตุ้นนั้นอ่อนมากหรือกระตุ้นเป็นช่วงเวลาที่สั้นมาก เป็นการกระตุ้นที่ต่ำกว่าระดับต่ำสุดที่คนสามารถรับรู้ได้นั่นเอง

กระบวนการการรับรู้ (Perception Process) เนื่องจากผู้บริโภคแต่ละคนได้รับการกระตุ้นเพื่อรับสัมผัสข้อมูลเข้าสู่สมองตลอดเวลา จึงต้องมีการเลือกรับสิ่งกระตุ้น สำหรับปัจจัยที่กำหนดการเลือกรับสิ่งกระตุ้นมี 1) ความคาดหวัง (Expectation) 2) แรงจูงใจ (Motivation) และ 3) การเรียนรู้หรือประสบการณ์ (Experience) นอกจากเลือกรับรู้แล้วยังมีการเลือกอื่นๆ คือ การเลือกที่จะสนใจ และการเลือกที่จะตีความหมายข้อมูล

1. การเลือกที่จะรับรู้ (Perceptual Selection) เป็นระยะที่นักการตลาดให้ความสนใจมากเนื่องจากในการทำความเข้าใจสาระของโฆษณานั้นผู้บริโภคจะต้องให้ความใส่ใจกับโฆษณานั้นๆก่อน โดยทั่วไปแล้วผู้บริโภคมีความตระหนัก หรือรู้ตัวอย่างเสมอในการที่จะเลือกรับข้อมูลใดเข้าสู่สมอง แบ่งเป็น

1.1 รูปแบบหรือกลไก (Patterns or Mechanisms) กลไกสำคัญที่ผู้บริโภคใช้ในการคัดสรรการรับรู้มี 4 วิธี คือ

1.1.1 การเลือกที่จะสัมผัส (Selective Exposure) โดยทั่วไปผู้บริโภคอยากรับรู้เฉพาะสิ่งที่ทำให้ตนมีความสุขหรือสิ่งที่ตนเห็นใจเข้าใจ โดยจะพยายามเลี่ยงการรับรู้ที่ทำให้ตนเจ็บปวดหรือคุกคามตนเอง นอกจากนี้ยังเลือกที่จะสัมผัสโฆษณาที่ทำให้ตนเองแน่ใจว่าได้ตัดสินใจซื้อที่ถูกต้องและฉลาดแล้ว

1.1.2 การเลือกที่จะให้ความใส่ใจ (Selective Attention) ผู้บริโภคมีความพยายามที่จะคัดเลือกให้ความใส่ใจต่อโฆษณาต่างๆ โดยมักจะมีความตระหนักสูงในเรื่องที่สอดคล้องกับความจำเป็น และความสนใจของตน นอกจากนี้ยังชอบรูปแบบของโฆษณาไม่เหมือนกัน บางคนสนใจดูเฉพาะภาพหรือสนใจดูเฉพาะข้อความ บางคนชอบดูกราฟเปรียบเทียบ บางคนสนใจเรื่องความประหยัด บางคนสนใจรูปลักษณ์มากกว่าประโยชน์ที่ควรได้รับจากหน้าที่จริงๆของผลิตภัณฑ์

1.1.3 การป้องกันการรับรู้ (Perceptual Defense) เมื่อผู้บริโภคพบกับสิ่งที่คุกคามตนเองมักจะใช้กลไกของการกลั่นกรองการรับรู้โดยใช้จิตใต้สำนึก หรือไม่จงใจนอกจากนี้ยังเลือกบิดเบือนการรับรู้ข้อมูลเพื่อให้สอดคล้องกับค่านิยม ความเชื่อ ทัศนคติ และความจำเป็นของตน รวมทั้งเปลี่ยนวิธีการรับรู้และลดปริมาณของสิ่งกระตุ้นประสาทสัมผัสด้วย

1.1.4 การสกัดกั้นการรับรู้ (Perceptual Blocking) วิธีนี้ผู้บริโภคจงใจปกป้องตนเองจากสิ่งกระตุ้นด้วยการสกัดกั้นไม่รับเข้ามา

1.2 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกรับสิ่งกระตุ้นมีดังนี้

1.2.1 ลักษณะของสิ่งกระตุ้น (Nature of Stimulus) สิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาดมีหลากหลายชนิดที่ส่งผลกระทบต่อการรับรู้ของผู้บริโภค และปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้สิ่งกระตุ้นหรือโฆษณามีความสามารถในการเรียกความใส่ใจจากผู้บริโภคคือ การเคลื่อนไหว เสียงผิดปกติ ขนาดของสิ่งกระตุ้น ผลจากความตรงข้าม สี และการวางสิ่งกระตุ้นให้อยู่ภายใต้ขอบเขตสายตาของผู้บริโภค

1.2.2 ความคาดหวังของผู้บริโภค (Consumer Expectation) ผู้บริโภคโดยทั่วไปเมื่อมีความคาดหวังว่าจะเห็นสิ่งใดก็มักจะได้เห็นสิ่งนั้น นอกจากนี้สิ่งที่เห็นมักจะขึ้นอยู่กับความคุ้นเคย ประสบการณ์ หรือมีความคาดคิดว่าจะพบเห็น ดังนั้นผู้บริโภคที่คาดว่าจะได้รับอะไรจากผลิตภัณฑ์มักจะมองหาสิ่งนั้นๆ จึงมีโอกาสเห็น อย่างไรก็ตาม สิ่งกระตุ้นที่ขัดแย้งกันอย่างชัดเจนกับความคาดหวังมักจะได้รับการใส่ใจมากกว่าสิ่งที่คาดหวังอยู่ก่อนแล้ว

1.2.3 แรงจูงใจของผู้บริโภค (Consumer Motives) ผู้บริโภคมักจะรับรู้สิ่งต่างๆตามที่ตนมีความจำเป็นหรือมีความต้องการ หากมีความจำเป็นมากเพียงใดก็ยิ่งไม่สนใจสิ่งแวดล้อมที่ไม่เกี่ยวข้องกันมากเพียงนั้น ดังนั้นความสำเร็จในการสื่อสารไปยังผู้บริโภคจึงเกิดจากการมุ่งตอบสนองความจำเป็นที่ผู้บริโภครับรู้ได้

1.2.4 สถานการณ์ (Situation Factors) คือสิ่งกระตุ้นที่อยู่ในสภาพแวดล้อมของการซื้อแต่ไม่ใช่ผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นๆ เช่น ในสถานการณ์ที่มีคนแน่นร้านค้ามักจะทำให้ผู้บริโภคต้องรีบตัดสินใจซื้อ เป็นต้น

2. การจัดระเบียบของการรับรู้ (Perceptual Organization) การจัดระเบียบข้อมูลต่างๆที่มาจากการรับรู้ของสมองเป็นขั้นตอนหนึ่งของการทำความเข้าใจและหาความหมายของสิ่งที่มากระตุ้นนั้น ตามปกติแล้วการรับรู้ข้อมูลเข้าสู่สมองไม่ได้แยกรับทีละข้อมูล ทั้งนี้สมองพยายามจัดกลุ่มหรือจัดหมวดหมู่ของข้อมูลเพื่อให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจและการจดจำ หลักการจัดระเบียบข้อมูลของสมองที่นำมาใช้บ่อยในตลาดมี 3 ข้อคือ

2.1 ภาพและพื้นหลัง (Figure and Ground) พื้นหลังของภาพเป็นสิ่งที่ไม่มีขอบเขตชัดเจนและมีความต่อเนื่องกัน โดยอีกส่วนหนึ่งของภาพมีลักษณะตรงกันข้าม คือ มีความคมชัดและมีขอบเขตชัดเจนเพื่อให้มองเห็นเป็นรูปต่างๆที่ต้องการ โดยทั่วไปผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะจัดระเบียบการรับรู้ให้สัมพันธ์กันในลักษณะของภาพและพื้นหลัง อย่างไรก็ดีรูปแบบในการรับรู้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ด้วย ประสบการณ์จึงมีส่วนสำคัญในการตีความหมายและนักโฆษณาต้องระมัดระวังเพื่อให้สิ่งที่ต้องการให้ผู้บริโภคเห็นนั้นเป็นภาพไม่ใช่พื้นหลัง

2.2 การจัดกลุ่ม (Grouping) ผู้บริโภคแต่ละคนมีแนวโน้มที่จะจัดกลุ่มของสิ่งที่มากระตุ้นเพื่อให้เกิดเป็นภาพที่มีลักษณะง่ายแก่การจดจำและการนึกออกในภายหลังหลักการของการจัดกลุ่มได้นำมาใช้ในการโฆษณาบ่อย2.3 การปิดหรือจบ (Closure) มนุษย์มีความจำเป็นต้องทำสิ่งต่างๆให้จบจึงทำให้จัดระเบียบการรับรู้เพื่อจะได้ภาพที่สมบูรณ์ หากรูปแบบที่นำมากระตุ้นนั้นไม่สมบูรณ์มักจะเกิดการรับรู้ว่าจบโดยพยายามหาส่วนที่ขาดหายไปนั้นด้วยจิตสำนึกหรือจิตใต้สำนึก ข้อความที่ไม่สมบูรณ์ทำให้คนที่ต้องจดจำไว้และมักจดจำได้แม่นยำกว่างานที่จบแล้วเนื่องจากมีความตึงเครียดและต้องใช้ความจำเพิ่มขึ้น นักโฆษณาได้นำแนวคิดนี้มาใช้เพื่อจงใจทำให้ไม่จบเพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคใส่ใจและสนใจหาส่วนที่ยังขาดอยู่

3. การตีความหมายของการรับรู้ (Perceptual Interpretation) คือ การให้ความหมายกับสิ่งที่รับสัมผัสเข้ามาจากหน่วยรับสัมผัสและเป็นส่วนหนึ่งของการทำหน้าที่ในการรับรู้ ผู้บริโภคโดยทั่วไปให้ความหมายกับข้อมูลที่รับเข้ามาโดยใช้ส่วนอื่นประกอบข้อความนั้นๆด้วย ในเรื่องการตีความหมายมีสิ่งที่ควรทราบดังนี้

3.1 ชนิดของการตีความหมาย (Types of Interpretation) การตีความหมายมี 2 ชนิดคือ

3.1.1 การตีความหมายอิงการขบคิด (Cognitive Interpretation) เป็นกระบวนการซึ่งบุคคลจัดสิ่งกระตุ้นไว้ในประเภทของความหมายที่มีอยู่แล้วในปัจจุบัน เป็นกระบวนการที่มีปฏิสัมพันธ์กัน เพราะในการนำข้อมูลใหม่ไปรวมกับข้อมูลเดิมที่มีอยู่แล้วบางครั้งจะต้องเปลี่ยนโครงสร้างและความสัมพันธ์กับข้อมูลที่จัดไว้ในประเภทอื่นๆ

3.1.2 การตีความหมายอิงความรู้สึก (Affective Interpretation) เป็นปฏิกิริยาทางด้านความรู้สึกหรืออารมณ์ที่เกิดขึ้นหลังจากมีสิ่งกระตุ้น หรือมีข้อมูลเข้าสู่สมองการตีความหมายมีทั้งการขบคิดและการอิงความรู้สึก เมื่อสิ่งกระตุ้นนั้นไม่ชัดเจนหรือกำกวม ผู้บริโภคมักจะตีความหมายไปในทางที่ตอบสนองตนเองในเรื่องความจำเป็น ความปรารถนา ความสนใจ ฯลฯ ในการที่แต่ละคนจะสามารถตีความหมายสิ่งที่กระตุ้นได้ตรงกับความเป็นจริงเพียงใดนั้น

ขึ้นกับความชัดเจนของสิ่งกระตุ้น ประสบการณ์ในอดีต แรงจูงใจ และความใส่ใจของบุคคลนั้น ณ เวลาที่มีการรับรู้นั้นด้วย

3.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการบิดเบือนการรับรู้ (Perceptual Distortion) ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการบิดเบือนการรับรู้มี 5 ปัจจัย ดังนี้

3.2.1 รูปลักษณ์กายภาพหรือภายนอก (Physical Appearance) คนโดยทั่วไปมักจะคิดว่าสิ่งใดเมื่อดูภายนอกแล้วดีสิ่งนั้นก็จะดีจริงๆ

3.2.2 การมีแบบแผนตายตัว (Stereotype) ผู้บริโภคแต่ละคนมีจินตภาพเกี่ยวกับความหมายของสิ่งต่างๆที่จัดเป็นกลุ่มๆไว้เพื่อให้เข้าใจง่ายและเกิดความคาดหวังว่าจะเห็นอะไรจากสถานการณ์ใด

3.2.2 ความประทับใจแรกพบ (First Impressions) มีทั้งสิ่งดีและไม่ดีโดยมักจะอยู่ในความทรงจำเป็นเวลานาน และนำมาใช้เป็นพื้นฐานของความคาดหวังในโอกาสต่อมา

3.2.3 การด่วนสรุป (Jump to Conclusion) มีคนจำนวนมากที่สรุปหรือตัดสินใจทั้งที่ยังมีข้อมูลไม่เพียงพอ

3.2.4 ผลกระทบจากการอนุมาน (Halo Effect หรือ Consumer Inference) เกิดขึ้นเมื่อมีการประเมินคนหรือสิ่งของที่ต้องใช้การประเมินหลายด้านประกอบกันแต่แยกประเมินทีละด้านก่อนแล้วนำมาประเมินรวมกัน เพื่อให้ได้ข้อสรุปว่า ดีหรือไม่ดี ใช้ได้หรือใช้ไม่ได้ ทำหรือไม่ทำในบางครั้งคนมีความคิดสรุปไว้แล้วโดยดูจากบางด้าน เมื่อทำการประเมินทีละด้านความคิดสรุปนั้นมักจะส่งผลให้การประเมินแต่ละด้านสอดคล้องกับการประเมินโดยสรุปนั้น

แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการ

Maslow (1970: 159) เชื่อว่าพฤติกรรมของมนุษย์เป็นจำนวนมากสามารถอธิบายโดยใช้แนวโน้มของบุคคลใน การค้นหาเป้าหมายที่จะทำให้ชีวิตของเขาได้รับความต้องการ ความปรารถนา และได้รับสิ่งที่มีความหมายต่อตนเอง เป็นความจริงที่จะกล่าวว่ากระบวนการของแรงจูงใจเป็นหัวใจของทฤษฎีบุคลิกภาพ ของ Maslow โดยเขาเชื่อว่ามนุษย์เป็น “สัตว์ที่มีความต้องการ” (wanting animal) และเป็นการยากที่มนุษย์จะไปถึงขั้นของความพึงพอใจอย่างสมบูรณ์ ในทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow เมื่อบุคคลปรารถนาที่จะได้รับความพึงพอใจและเมื่อบุคคลได้รับความพึงพอใจใน สิ่งหนึ่งแล้วก็จะยังคงเรียกร้องความพึงพอใจสิ่งอื่นๆ ต่อไป ซึ่งถือเป็นคุณลักษณะของมนุษย์ ซึ่งเป็นผู้ที่มีความต้องการจะได้รับสิ่งต่างๆอยู่เสมอ

Maslow (1970: 139) กล่าวว่าความปรารถนาของมนุษย์นั้นติดตัวมาแต่กำเนิดและความปรารถนาเหล่านี้ จะเรียงลำดับขั้นของความปรารถนา ตั้งแต่ขั้นแรกไปสู่ความปรารถนาขั้นสูงขึ้นไปเป็นลำดับ ดังนี้

1. ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological needs)
2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety needs)
3. ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของ (Belongingness and love needs)
4. ความต้องการได้รับความนับถือยกย่อง (Esteem needs)
5. ความต้องการที่จะเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง (Self-actualization needs)

ลำดับ ขั้นความต้องการของ Maslow มีการเรียงลำดับขั้นความต้องการที่อยู่ในขั้นต่ำสุด จะต้องได้รับ ความพึงพอใจเสียก่อนบุคคลจึงจะสามารถผ่านพ้นไปสู่ความต้องการที่อยู่ในขั้น สูงขึ้นตามลำดับดังจะอธิบายโดยละเอียดดังนี้

ความต้องการทางร่างกาย

เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานที่มีอำนาจมากที่สุดและสังเกตเห็นได้ ชัดที่สุด จากความต้องการทั้งหมดเป็นความต้องการที่ช่วยการดำรงชีวิต ได้แก่ ความต้องการอาหาร น้ำดื่ม ออกซิเจน การพักผ่อนนอนหลับ ความต้องการทางเพศ ความต้องการความอบอุ่น ตลอดจนความต้องการที่จะถูกกระตุ้นอวัยวะรับสัมผัส แรงขับของร่างกายเหล่านี้จะเกี่ยวข้องโดยตรงกับความอยู่รอดของร่างกายและของ อินทรีย์ ความพึงพอใจที่ได้รับ ในขั้นนี้จะกระตุ้นให้เกิดความต้องการในขั้นที่สูงกว่าและถ้าบุคคลใดประสบ ความล้มเหลวที่จะสนองความต้องการพื้นฐานนี้ก็จะไม่ได้รับการกระตุ้น ให้เกิดความต้องการในระดับที่สูงขึ้นอย่างไรก็ตาม ถ้าความต้องการอย่างหนึ่งยังไม่ได้รับความพึงพอใจ บุคคลก็จะอยู่ภายใต้ความต้องการนั้นตลอดไป ซึ่งทำให้ความต้องการอื่นๆ ไม่ปรากฏหรือกลายเป็นความต้องการระดับรองลงไป เช่น คนที่อดอยากหิวโหยเป็นเวลานานจะไม่สามารถสร้างสรรค์สิ่งที่มีประโยชน์ต่อโลก ได้ บุคคลเช่นนี้จะหมกมุ่นอยู่กับการจัดหาบางสิ่งบางอย่างเพื่อให้มีอาหารไว้รับ ประทาน Maslowอธิบายต่อไปว่าบุคคลเหล่านี้จะมีความรู้สึกเป็นสุขอย่างเต็มที่เมื่อ มีอาหารเพียงพอสำหรับเขาและจะไม่ต้องการสิ่งอื่นใดอีก ชีวิตของเขากล่าวได้ว่าเป็นเรื่องของการรับประทาน สิ่งอื่นๆ นอกจากนี้จะไม่มีความสำคัญไม่ว่าจะเป็นเสรีภาพ ความรัก ความรู้สึกต่อชุมชน การได้รับการยอมรับ และปรัชญาชีวิต บุคคลเช่นนี้มีชีวิตอยู่เพื่อที่จะรับประทานเพียงอย่างเดียวเท่านั้น ตัวอย่าง การขาดแคลนอาหารมีผลต่อพฤติกรรม ได้มีการทดลองและการวิจัยชีวประวัติเพื่อแสดงว่า ความต้องการทางด้านร่างกายเป็นเรื่องสำคัญที่จะเข้าใจ

พฤติกรรมมนุษย์ และได้พบผลว่าเกิดความเสียหายอย่างรุนแรงของพฤติกรรมซึ่งมีสาเหตุจากการขาด อาหารหรือน้ำติดต่อกันเป็นเวลานาน ตัวอย่างคือ เมื่อสงครามโลกครั้งที่ 2 ในค่าย Nazi ซึ่งเป็นที่กักขังเชลย เชลยเหล่านั้นจะละทิ้งมาตรฐานทางศีลธรรมและค่านิยมต่างๆ ที่เขาเคยยึดถือภายใต้สภาพการณ์ปกติ เช่น ขโมยอาหารของคนอื่น หรือใช้วิธีการต่างๆ ที่จะได้รับอาหารเพิ่มขึ้น อีกตัวอย่างหนึ่งในปี ค.ศ. 1970 เครื่องบินของสายการบิน Peruvian ตกลงที่ฝั่งอ่าวอเมริกาใต้ผู้ที่รอดตายรวมทั้งพระนิกาย Catholic อาศัยการมีชีวิตอยู่รอดโดยการกินซากศพของผู้ที่ตายจากเครื่องบินตก จากปรากฏการณ์นี้ชี้ให้เห็นว่าเมื่อมนุษย์เกิดความหิวขึ้น จะมีอิทธิพลเหนือระดับศีลธรรมจรรยา จึงไม่ต้องสงสัยเลยว่ามนุษย์มีความต้องการทางด้านร่างกายเหนือความต้องการ อื่นๆ และแรงผลักดันของความต้องการนี้ได้เกิดขึ้นกับบุคคลก่อนความต้องการอื่นๆ

ความต้องการความปลอดภัย

เมื่อความต้องการทาง ด้านร่างกายได้รับความพึงพอใจแล้วบุคคลก็จะพัฒนาการไปสู่ขั้นใหม่ต่อไป ซึ่งขั้นนี้เรียกว่าความต้องการความปลอดภัยหรือความรู้สึกมั่นคง (safety or security) Maslow กล่าวว่าความต้องการความปลอดภัยนี้จะสังเกตได้ง่ายในทารกและในเด็กเล็กๆ เนื่องจากทารกและเด็กเล็กๆ ต้องการความช่วยเหลือและต้องพึ่งพออาศัยผู้อื่น ตัวอย่าง ทารกจะรู้สึกกลัวเมื่อถูกทิ้งให้อยู่ตามลำพังหรือเมื่อเขาได้ยินเสียงดังๆ หรือเห็นแสงสว่างมาก ๆ แต่ประสบการณ์และการเรียนรู้จะทำให้ความรู้สึกกลัวหมดไป ดังคำพูดที่ว่า “ฉันไม่กลัวเสียงฟ้าร้องและฟ้าแลบอีกต่อไปแล้ว เพราะฉันรู้ธรรมชาติในการเกิดของมัน” พลังความต้องการความปลอดภัยจะเห็นได้ชัดเจนเช่นกันเมื่อเด็กเกิดความเจ็บ ป่วย ตัวอย่างเด็กที่ประสบอุบัติเหตุขาหักก็ตะรู้สึกกลัวและอาจแสดงออกด้วยอาการ ฝันร้ายและความต้องการที่จะได้รับความปกป้องคุ้มครองและการให้กำลังใจ

Maslow (1970: 156) กล่าวเพิ่มเติมว่าพ่อแม่ที่เลี้ยงดูลูกอย่างไม่กวดขันและตามใจมากจนเกินไปจะ ไม่ทำให้เด็กเกิดความรู้สึกว่าได้รับความพึงพอใจจากความต้องการความปลอดภัย การให้นอนหรือให้กินไม่เป็นเวลาไม่เพียง แต่ทำให้เด็กสับสนเท่านั้นแต่ยังทำให้เด็กรู้สึกไม่มั่นคงในสิ่งแวดล้อมรอบๆ ตัวเขา สัมพันธภาพของพ่อแม่ที่ไม่ดีต่อกัน เช่น ทะเลาะกันทำร้ายร่างกายซึ่งกันและกัน พ่อแม่แยกกันอยู่ หย่า ตายจากไป สภาพการณ์เหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อความรู้ที่ดีของเด็กทำให้เด็กรู้ว่าสิ่งแวดล้อมต่างๆ ไม่มั่นคง ไม่สามารถคาดการณ์ได้และนำไปสู่ความรู้สึกไม่ปลอดภัย

ความต้องการความปลอดภัยจะยังมีอิทธิพลต่อบุคคลแม้ว่าจะผ่านพ้นวัยเด็กไปแล้ว แม้ในบุคคลที่ทำงานในฐานะเป็นผู้คุ้มครอง เช่น ผู้รักษาเงิน นักบัญชี หรือทำงานเกี่ยวกับการ

ประกันต่างๆ และผู้ที่ทำหน้าที่ให้การรักษาพยาบาลเพื่อความปลอดภัยของผู้อื่น เช่น แพทย์ พยาบาล แม้กระทั่งคนชรา บุคคลทั้งหมดที่กล่าวมานี้จะใฝ่หาความปลอดภัยของผู้อื่น เช่น แพทย์ พยาบาล แม้กระทั่งคนชรา บุคคลทั้งหมดที่กล่าวมานี้จะใฝ่หาความปลอดภัยด้วยกันทั้งสิ้น ศาสนาและปรัชญาที่มนุษย์ยึดถือทำให้เกิดความรู้สึกมั่นคง เพราะทำให้บุคคลได้จัดระบบของตัวเองให้มีเหตุผลและวิถีทางที่ทำให้บุคคล รู้สึก "ปลอดภัย" ความต้องการความปลอดภัยในเรื่องอื่นๆ จะเกี่ยวข้องกับการเผชิญกับสิ่งต่างๆ เหล่านี้ สงคราม อาชญากรรม น้ำท่วม แผ่นดินไหว การจลาจล ความสับสนไม่เป็นระเบียบของสังคม และเหตุการณ์อื่นๆ ที่คล้ายคลึงกับสภาพเหล่านี้

Maslow (1970: 144) ได้ให้ความคิดต่อไปว่าอาการโรคประสาทในผู้ใหญ่ โดยเฉพาะโรคประสาทชนิดย้ำคิด-ย้ำทำ (obsessive-compulsive neurotic) เป็นลักษณะเด่นชัดของการค้นหาความรู้สึกปลอดภัย ผู้ป่วยโรคประสาทจะแสดงพฤติกรรมว่าเขากำลังประสบเหตุการณ์ที่ร้ายกาจและ กำลังมีอันตรายต่างๆ เขาจึงต้องการมีใครสักคนที่ปกป้องคุ้มครองเขาและเป็นบุคคลที่มีความเข้มแข็ง ซึ่งเขาสามารถจะพึ่งพาอาศัยได้

ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของ

ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของเป็นความต้องการขั้น ที่ 3 ความต้องการนี้จะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการทางด้านร่างกาย และความต้องการความปลอดภัยได้รับการตอบสนองแล้ว บุคคลต้องการ ได้รับความรักและความเป็นเจ้าของ โดยการสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่น เช่น ความสัมพันธ์ภายในครอบครัวหรือกับผู้อื่น สมาชิกภายในกลุ่มจะเป็นเป้าหมายสำคัญสำหรับบุคคล กล่าวคือ บุคคลจะรู้สึกเจ็บปวดมากเมื่อถูกทอดทิ้งไม่มีใครยอมรับ หรือถูกตัดออกจากสังคม ไม่มีเพื่อน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อจำนวนเพื่อนๆ ญาติพี่น้อง สามีหรือภรรยาหรือลูกๆ ได้ลดน้อยลงไป นักเรียนที่เข้าโรงเรียนที่ห่างไกลบ้านจะเกิดความต้องการเป็นเจ้าของอย่าง ยิ่ง และจะแสวงหาอย่างมากที่จะได้รับการยอมรับจากกลุ่มเพื่อน

Maslow คัดค้านกลุ่ม Freud ที่ว่าความรักเป็นผลมาจากการทดเทิดสัญชาตญาณทางเพศ (sublimation) สำหรับ Maslow ความรักไม่ใช่สัญลักษณ์ของเรื่องเพศ (sex) เขาอธิบายว่าความรักที่แท้จริงจะเกี่ยวข้องกับความรู้สึกที่ดี ความสัมพันธ์ของความรักระหว่างคน 2 คน จะรวมถึงความรู้สึกนับถือซึ่งกันและกัน การยกย่องและความไว้วางใจแก่กัน นอกจากนี้ Maslow ยังย้ำว่าความต้องการความรักของคนจะเป็นความรักที่เป็นไปในลักษณะทั้งการ รู้จักให้ความรักต่อผู้อื่นและรู้จักที่จะรับความรักจากผู้อื่น การได้รับความรักและได้รับการยอมรับจากผู้อื่นเป็นสิ่งที่ทำให้บุคคลเกิด ความรู้สึกว่าตนเองมีคุณค่า บุคคลที่ขาดความรักก็จะรู้สึกว่าชีวิตไร้ค่ามีความรู้สึกอ้างว้าง

และเคียด แค้น กล่าวโดยสรุป Maslow มีความเห็นว่าบุคคลต้องการความรักและความรู้สึกเป็นเจ้าของ และการขาดสิ่งนี้มักจะเป็นสาเหตุให้เกิดความข้องคับใจและทำให้เกิดปัญหาการ ปรับตัวไม่ได้ และความยินดีในพฤติกรรมหรือความเจ็บป่วยทางด้านจิตใจในลักษณะต่างๆ

สิ่งที่ควรสังเกตประการหนึ่ง ก็คือมีบุคคลจำนวนมากที่มีความลำบากใจที่จะเปิดเผยตัวเองเมื่อมีความ สัมพันธ์ใกล้ชิดสนิทสนมกับเพศตรงข้ามเนื่องจากกลัวว่าจะถูกปฏิเสธความรู้สึก เช่นนี้ Maslow กล่าวว่าสืบเนื่องมาจากประสบการณ์ในวัยเด็ก การได้รับความรักหรือการขาดความรักในวัยเด็ก ย่อมมีผลกับการเติบโตเป็นผู้ใหญ่ที่มีวุฒิภาวะและการมีทัศนคติในเรื่องของความรัก Maslow เปรียบเทียบว่าความต้องการความรักก็เป็นเช่นเดียวกับรถยนต์ที่สร้างขึ้นมา โดยต้องการก๊าซหรือน้ำมันนั่นเอง (Maslow 1970: 170)

ความต้องการได้รับความนับถือยกย่อง

เมื่อความต้องการได้รับความรักและการให้ความรักแก่ผู้อื่นเป็นไปอย่างมีเหตุผลและ ทำให้บุคคล เกิดความพึงพอใจแล้ว พลังผลักดันในขั้นที่ 3 ก็จะลดลงและมีความต้องการในขั้นต่อไปมาแทนที่ กล่าวคือมนุษย์ต้องการที่จะได้รับความนับถือยกย่องออกเป็น 2 ลักษณะ คือ ลักษณะแรกเป็นความต้องการนับถือตนเอง (self-respect) ส่วนลักษณะที่ 2 เป็นความต้องการได้รับการยกย่องนับถือจากผู้อื่น (esteem from others)

1. ความต้องการนับถือตนเอง (self-respect) คือ ความต้องการมีอำนาจ มีความเชื่อมั่นในตนเอง มีความแข็งแรง มีความสามารถในตนเอง มีผลสัมฤทธิ์ไม่ต้องพึ่งพาอาศัยผู้อื่นและมีความเป็นอิสระ ทุกคนต้องการที่จะรู้สึกว่าเขามีคุณค่าและมีความสามารถที่จะประสบความสำเร็จ ในงานภารกิจต่างๆ และมีชีวิตที่เด่นดัง

2. ความต้องการได้รับการยกย่องนับถือจากผู้อื่น (esteem from others) คือ ความต้องการมีเกียรติยศ การได้รับยกย่อง ได้รับการยอมรับ ได้รับความสนใจ มีสถานภาพ มีชื่อเสียงเป็นที่กล่าวขาน และเป็นที่ชื่นชมยินดี มีความต้องการที่จะได้รับความยกย่องชมเชยในสิ่งที่เขากระทำซึ่งทำให้รู้สึก ว่าตนเองมีคุณค่าว่าความสามารถของเขาได้รับการยอมรับจากผู้อื่น

ความต้องการได้รับความนับถือยกย่อง ก็เป็นเช่นเดียวกับธรรมชาติของลำดับขั้นในเรื่องความต้องการด้านแรงจูงใจตาม ทัศนะของ Maslow ในเรื่องอื่นๆ ที่เกิดขึ้นภายในจิตนั่นคือ บุคคลจะแสวงหาความต้องการได้รับการยกย่องก็เมื่อภายหลังจาก ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของได้รับการตอบสนองความพึงพอใจของเขา แล้ว และ Maslow กล่าวว่ามันเป็นสิ่งที่เป็นไปได้ที่บุคคลจะย้อนกลับจากระดับขั้นความต้องการ ในขั้นที่ 4 กลับไปสู่ระดับขั้นที่ 3 อีกถ้า

ความต้องการระดับขั้นที่ 3 ซึ่งบุคคลได้รับไว้แล้วนั้นถูกกระทบกระเทือนหรือสูญสลายไปทันทีทันใด ดังตัวอย่างที่ Maslow นำมาอ้างคือหญิงสาวคนหนึ่งซึ่งเธอคิดว่าการตอบสนองความต้องการความรักของเธอ ได้ดำเนินไปด้วยดี แล้วเธอจึงทุ่มเทและเอาใจใส่ในธุรกิจของเธอ และได้ประสบความสำเร็จเป็นนักธุรกิจที่มีชื่อเสียงและอย่างไม่คาดฝันสามีได้ ผละจากเธอไป ในเหตุการณ์เช่นนี้ปรากฏว่าเธอวางมือจากธุรกิจต่างๆ ในการที่จะส่งเสริมให้เธอได้รับความยกย่องนับถือ และหันมาใช้ความพยายามที่จะเรียกร้องสามีให้กลับคืนมา ซึ่งการกระทำเช่นนี้ของเธอเป็นตัวอย่างของความต้องการความรักซึ่งครั้งหนึ่ง เธอได้รับแล้ว และถ้าเธอได้รับความพึงพอในความรักโดยสามีหวนกลับคืนมาเธอก็จะกลับไปเกี่ยว ข้องในโลกธุรกิจอีกครั้งหนึ่ง

ความพึงพอใจของความต้องการได้รับการ ยกย่องโดยทั่วๆ ไป เป็นความรู้สึกและทัศนคติของความเชื่อมั่นในตนเอง ความรู้สึกว่าตนเองมีคุณค่า การมีพละกำลัง การมีความสามารถและความรู้สึกว่ามีชีวิตอยู่อย่างมีประโยชน์และเป็นบุคคลที่มีความจำเป็นต่อ โลก ในทางตรงกันข้ามการขาดความรู้สึกต่างๆ ดังกล่าวนี้ย่อมนำไปสู่ความรู้สึกและทัศนคติของปมด้อยและความรู้สึกไม่พอ เพียง เกิดความรู้สึกอ่อนแอและช่วยเหลือตนเองไม่ได้ สิ่งต่างๆ เหล่านี้เป็นการรับรู้ตนเองในทางนิเสธ (negative) ซึ่งอาจก่อให้เกิดความรู้สึกขลาดกลัวและรู้สึกว่าตนเองไม่มีประโยชน์และสิ้น หวังในสิ่งต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของชีวิต และประเมินตนเองต่ำกว่าชีวิตความเป็นอยู่กับการได้รับการยกย่อง และยอมรับจากผู้อื่นอย่างจริงใจมากกว่าการมีชื่อเสียงจากสถานภาพหรือการได้ รับการประจบประแจง การได้รับความนับถือยกย่องเป็นผลมาจากความเพียรพยายามของบุคคล และความต้องการนี้อาจเกิดอันตรายขึ้นได้ถ้าบุคคลนั้นต้องการคำชมเชยจากผู้อื่นมากกว่าการยอมรับความจริงและเป็นที่ยอมรับกันว่าการได้รับความนับถือ ยกย่อง มีพื้นฐานจากการกระทำของบุคคลมากกว่าการควบคุมจากภายนอก

ความต้องการที่จะเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง

ถึงลำดับขั้นสุดท้าย ถ้าความต้องการลำดับขั้นก่อนๆ ได้ทำให้เกิดความพึงพอใจอย่างมีประสิทธิภาพ ความต้องการเข้าใจตนเองอย่างแท้จริงก็จะเกิดขึ้น Maslow อธิบายความต้องการเข้าใจตนองอย่างแท้จริง ว่าเป็นความปรารถนาในทุกสิ่งทุกอย่างซึ่งบุคคลสามารถจะได้รับอย่างเหมาะสม บุคคลที่ประสบผลสำเร็จในขั้นสูงสุดนี้จะใช้พลังอย่างเต็มที่ในสิ่งที่ท้าทายความสามารถและศักยภาพของเขาและมีความปรารถนาที่จะปรับปรุงตนเอง พลังแรงขับของเขาจะกระทำพฤติกรรมตรงกับความสามารถของตน กล่าวโดยสรุปการเข้าใจตนเองอย่างแท้จริงเป็นความต้องการอย่างหนึ่งของบุคคล ที่จะบรรลุถึงจุดสูงสุดของศักยภาพ เช่น “นักดนตรีก็ต้องใช้

ความสามารถทางด้านดนตรี ศิลปินก็จะต้องวาดรูป กวีจะต้องเขียนโคลงกลอน ถ้าบุคคลเหล่านี้ได้บรรลุถึงเป้าหมายที่ตนตั้งไว้ก็เชื่อได้ว่าเขาเหล่านั้น เป็นคนที่รู้จักตนเองอย่างแท้จริง" Maslow (1970 : 46)

ความต้องการที่จะเข้าใจตนเองอย่างแท้จริงจะดำเนินไปอย่างง่ายหรือเป็นไปโดยอัตโนมัติ โดยความเป็นจริงแล้ว Maslow เชื่อว่าคนเรามักจะกลัวตัวเองในสิ่งเหล่านี้ "ด้านที่ดีที่สุดของเรา ความสามารถพิเศษของเรา สิ่งที่ดีงามที่สุดของเรา พลังความสามารถ ความคิดสร้างสรรค์" Maslow (1970: 58)

ความต้องการเข้าใจตนเองอย่างแท้จริงมิได้มีแต่เฉพาะในศิลปินเท่านั้น คนทั่วๆไป เช่น นักกีฬา นักเรียน หรือแม้แต่กรรมกรก็สามารถจะมีความเข้าใจตนเองอย่างแท้จริงได้ถ้าทุกคนสามารถ ทำในสิ่งที่ตนต้องการให้ดีที่สุด รูปแบบเฉพาะของการเข้าใจตนเองอย่างแท้จริงจะมีความแตกต่างอย่างกว้างขวางจาก คนหนึ่งไปสู่อีกคนหนึ่ง กล่าวได้ว่ามันคือระดับความต้องการที่แสดงความแตกต่างระหว่างบุคคลอย่างยิ่ง ใหญ่ที่สุด

Maslow ได้ยกตัวอย่างของความต้องการเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง ในกรณีของนักวิจัยชื่อ Mark ซึ่งเขาได้วิจัยวิชาบุคลิกภาพเป็นระยะเวลายาวนานเพื่อเตรียมตัวเป็นนัก จิตวิทยาคลีนิค นักทฤษฎีคนอื่นๆ อาจจะอธิบายว่าทำไมเขาจึงเลือกอาชีพนี้ ตัวอย่าง เช่น Freud (2000: 78) อาจกล่าวว่ามันสัมพันธ์อย่างลึกซึ้งกับสิ่งที่เขาเก็บกด ความอยากรู้อยากเห็นในเรื่องเพศไว้ตั้งแต่วัยเด็ก ขณะที่ Adler (1983: 76) อาจมองว่ามันเป็นความพยายามเพื่อชดเชยความรู้สึกด้อยบางอย่างในวัยเด็ก Skinner (1996: 64) อาจมองว่าเป็นผลจากการถูกวางเงื่อนไขของชีวิตในอดีต ขณะที่ Bandura (1973: 43) สัมพันธ์เรื่องนี้กับตัวแปรต่างๆ ทางการเรียนรู้ทางสังคม และ Kelly (1983: 56) อาจพิจารณาว่า Mark กำลังจะพุ่งตรงไปเพื่อที่จะเป็นบุคคลที่เขาต้องการจะเป็นตัวอย่างที่แสดงถึงการมุ่งตรงไปสู่เป้าประสงค์ในอาชีพโดยความต้องการที่จะเข้าใจตนเองอย่างแท้ จริงและถ้าจะพิจารณากรณีของ Mark (2000: 36) ให้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น ถ้า Mark ได้ผ่านกาเรียนวิชาจิตวิทยาจนครบหลักสูตรและได้เขียนวิทยานิพนธ์ระดับปริญญา เอกและในที่สุดก็ได้รับปริญญาเอกทางจิตวิทยาคลินิก สิ่งที่จะต้องวิเคราะห์ Mark ต่อไปก็คือ เมื่อเขาสำเร็จการวิจัยดังกล่าวแล้วถ้ามีบุคคลหนึ่งได้เสนองานให้เขาใน ตำแหน่งตำรวจสืบสวน ซึ่งงานในหน้าที่นี้จะได้รับค่าตอบแทนอย่างสูงและได้รับผลประโยชน์พิเศษหลายๆ อย่างตลอดจนรับประกันการว่าจ้างและความมั่นคงสำหรับชีวิต เมื่อประสบเหตุการณ์เช่นนี้ Mark จะทำอย่างไร ถ้าคำตอบของเขาคือ "ตกลง" เขาก็จะย้อนกลับมาสู่ความต้องการระดับที่ 2 คือความต้องการความปลอดภัย สำหรับการวิเคราะห์ความเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง Maslow กล่าวว่า "อะไรที่มนุษย์สามารถจะเป็นได้เขาจะต้องเป็นในสิ่งนั้น" เรื่องของ

Mark เป็นตัวอย่างง่ายๆ ว่า ถ้าเขาตกลงเป็นตำรวจสืบสวน เขาก็จะไม่มีโอกาสที่จะเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง

ทำไมทุกๆคนจึงไม่สัมฤทธิผลในการเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง (Why Can't All People Achieve Self-Actualization) ตามความคิดของ Maslow ส่วนมากมนุษย์แม้จะไม่ใช่ทั้งหมดที่ต้องการแสวงหาเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ ภายในตน จากงานวิจัยของเขาทำให้ Maslow สรุปว่าการรู้ถึงศักยภาพของตนนั้นมาจากพลังตามธรรมชาติและจากความจำเป็น บังคับ ส่วนบุคคลที่มีพรสวรรค์มีจำนวนน้อยมากเพียง 1% ของประชากรที่ Maslow ประมาณ Maslow เชื่อว่าการนำศักยภาพของตนออกมาใช้เป็นสิ่งที่ยากมาก บุคคลมักไม่รู้ว่า ตนเองมีความสามารถและไม่ทราบว่าศักยภาพนั้นจะได้รับการส่งเสริมได้อย่างไร มนุษย์ส่วนใหญ่ยังคงไม่มั่นใจในตัวเองหรือไม่มั่นใจในความสามารถของตนจึงทำ ให้หมดโอกาสเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง และยังมีสิ่งแวดล้อมทางสังคมที่มาบดบังพัฒนาการทางด้านความต้องการของบุคคล ดังนี้

อิทธิพลของวัฒนธรรม ตัวอย่างหนึ่ง ที่แสดงให้เห็นว่าอิทธิพลของสังคมมีต่อการเข้าใจตนเอง คือแบบพิมพ์ของวัฒนธรรม (cultural stereotype) ซึ่งกำหนดว่าลักษณะเช่นไรที่แสดงความเป็นชาย (masculine) และลักษณะใดที่ไม่ใช่ความเป็นชาย เช่นจัดพฤติกรรมต่างๆ เหล่านี้ ความเห็นอกเห็นใจผู้อื่น ความเมตตากรุณา ความสุภาพและความอ่อนโยน สิ่งเหล่านี้วัฒนธรรมมีแนวโน้มที่จะพิจารณาว่า "ไม่ใช่ลักษณะของความเป็นชาย" (unmasculine) หรือความเชื่อถือของวัฒนธรรมด้านอื่นๆ ซึ่งเป็นความเชื่อที่ไม่มีคุณค่า เช่น ยึดถือว่าบทบาทของผู้หญิงขึ้นอยู่กับจิตวิทยาพัฒนาการของผู้หญิง เป็นต้น การพิจารณาจากเกณฑ์ต่างๆ ดังกล่าวนี้เป็นเพียงการเข้าใจ "สภาพการณ์ที่ดี" มากกว่าเป็นเกณฑ์ของการเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง

ประการสุดท้าย Maslow ได้สรุปว่าการไม่เข้าใจตนเองอย่างแท้จริงเกิดจากความพยายามที่ไม่ถูกต้องของ การแสวงหาความมั่นคงปลอดภัย เช่น การที่บุคคลสร้างความรู้สึกให้ผู้อื่นเกิดความพึงพอใจตนโดยพยายามหลีกเลี่ยง หรือขจัดข้อผิดพลาดต่างๆ ของตน บุคคลเช่นนี้จึงมีแนวโน้มที่จะพิทักษ์ความมั่นคงปลอดภัยของตน โดยแสดงพฤติกรรมในอดีตที่เคยประสบผลสำเร็จ แสวงหาความอบอุ่น และสร้างมนุษยสัมพันธ์กับผู้อื่น ซึ่งลักษณะเช่นนี้ย่อมขัดขวางวิถีทางที่จะเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับปุ๋ยเคมี

แนวคิดด้านปุ๋ย

ปุ๋ย (กระทรวงศึกษาธิการ, 2549: ระบบออนไลน์) หมายถึง สารหรือสิ่งที่ใส่ลงไปในดินเพื่อวัตถุประสงค์ให้ปลดปล่อยธาตุอาหารพืชโดยเฉพาะไนโตรเจน(N) ฟอสฟอรัส (P) และ โพแทสเซี่ยม (K) ที่พืชยังขาดอยู่ ให้พืชได้รับอย่างเพียงพอ โดยพืชสามารถเจริญเติบโตและให้ผลผลิตสูงขึ้น โดยทั่วไปปุ๋ยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ปุ๋ยอินทรีย์และปุ๋ยเคมี

1. ปุ๋ยอินทรีย์ได้แก่ ปุ๋ยที่ได้จากอินทรีย์สาร ซึ่งผลิตขึ้นโดยกรรมวิธีต่างๆและจะเป็นประโยชน์ต่อพืชเมื่อผ่านกระบวนการเปลี่ยนแปลงต่างๆทางชีวภาพ วัตถุดิบที่ใช้ผลิตปุ๋ยอินทรีย์มีด้วยกันหลายประเภทได้ปุ๋ยอินทรีย์ชนิดต่างๆ ได้แก่

1.1 ปุ๋ยคอก วัตถุดิบที่สำคัญได้แก่มูลหมู มูลเป็ด มูลไก่ เป็นปุ๋ยที่ได้รับความนิยมใช้กันอย่างแพร่หลายในสวนผักและผลไม้ ปุ๋ยคอกโดยทั่วไปหากคิดราคาต่อหน่วยธาตุอาหารพืช จะมีราคาแพงกว่าปุ๋ยเคมี แต่จะช่วยปรับปรุงดินให้โปร่งและร่วนซุย ทำให้ช่วยในการเตรียมดินได้ง่ายขึ้นและทำให้การตั้งตัวของต้นกล้าเร็วขึ้น

1.2 ปุ๋ยหมัก ได้แก่ ปุ๋ยที่ได้จากการหมักเศษพืชให้เน่าเปื่อยเสียก่อน แล้วจึงนำไปใส่ดินเป็นปุ๋ย

1.3 ปุ๋ยพืชสด เป็นปุ๋ยที่ได้จากการปลูกพืชบำรุงดิน ได้แก่ พืชตระกูลถั่วต่างๆ แล้วทำการไถกลบเมื่อพืชเจริญเติบโตมากที่สุดซึ่งเป็นช่วงกำลังออกดอก

2. ปุ๋ยเคมี คือ ปุ๋ยที่ได้จากการผลิตหรือสังเคราะห์ทางอุตสาหกรรมจากแร่ธาตุต่างๆ ที่ได้ตามธรรมชาติหรือผลพลอยได้ของโรงงานอุตสาหกรรมบางชนิด ปุ๋ยเคมีแบ่งออกเป็น 2 ชนิด คือ

2.1 ปุ๋ยเดี่ยวหรือแม่ปุ๋ย ได้แก่ ปุ๋ยซึ่งมีธาตุอาหาร คือ N P และ K เป็นองค์ประกอบอยู่ อาจมีหนึ่งหรือสองธาตุแล้วแต่ชนิดของสารประกอบที่เป็นแม่ปุ๋ยนั้นๆ

2.2 ปุ๋ยผสม ได้แก่ปุ๋ยที่มีการนำเอาแม่ปุ๋ยหลายๆชนิดมาผสมรวมกัน เพื่อให้ปุ๋ยที่ผสมได้มีปริมาณและสัดส่วนของธาตุอาหาร N P และ K ตามที่ต้องการ

ประชาชาติธุรกิจ (2550: 19) จีน-บราซิล ทำปุ๋ยเคมีในตลาดโลกปั่นป่วนหนัก หลังเกษตรกรแห่ขยายพื้นที่เพาะปลูกเพิ่มมากขึ้น กระเทือนถึงตลาดปุ๋ยเคมีในประเทศไทย ต้องขึ้นราคาตาม หลังธาตุอาหารหลัก NPK ปรับตัวสูงขึ้น ส่งผลให้เกษตรกรต้องซื้อปุ๋ยเคมีในราคาที่แพงขึ้น

10% เปิดช่อง ปุ๋ยอินทรีย์ เกรดต่ำ/ปุ๋ยปลอมออกอาละวาด โก่งราคาขายเกษตรกรแพงขึ้นถึง 2,000-3,000 บาท/ตัน ในขณะที่ พ.ร.บ.ปุ๋ยฉบับปัจจุบันไม่สามารถเอาผิดได้

นายยุคเลศร์ อุ่นใจ ผู้จัดการฝ่ายส่งเสริมการขาย บริษัท โรจน์กสิกิจเฟอร์ติไลเซอร์ จำกัด เปิดเผยกับ "ประชาชาติธุรกิจ" ว่า นับตั้งแต่ปลายปี 2549 เป็นต้นมา ปุ๋ยเคมี ในตลาดโลกได้ทยอยปรับราคาสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตามปกติ "แม่ปุ๋ย" ที่เป็นธาตุอาหารหลักคือ ไนโตรเจน (N) มักจะมีความผันผวนทางราคาค่อนข้างสูง แต่ฟอสฟอรัส (P) กับโพแทสเซียม (K) ราคาค่อนข้างนิ่ง แต่ปรากฏว่า ปีนี้ภาวะราคาธาตุอาหารหลักทุกตัวผันผวนสูงเหมือนกันหมด ทำให้ผู้ค้าปุ๋ยประเมินแนวโน้มตลาดปุ๋ยเคมีได้ยากลำบากกว่าทุกปีที่ผ่านมา

ตามปกติ ประเทศอินเดีย-บราซิล จัดเป็นประเทศที่มีบทบาทสำคัญต่อการกำหนดราคาปุ๋ยเคมีในตลาดโลก เนื่องจากทั้ง 2 ประเทศเป็นผู้ใช้ปุ๋ยรายใหญ่ แต่ละปีมีความต้องการใช้ปุ๋ยเคมีสูงถึง 40-50 ล้านตัน/ปี มาปีนี้ทางจีน-บราซิลได้เพิ่มปริมาณผลผลิตทางการเกษตร การใช้ปุ๋ยเคมีจึงเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ส่งผลให้ราคาปุ๋ยในตลาดโลกตกอยู่ในภาวะผันผวนทางราคาค่อนข้างสูงนั้น ประกอบกับผลกระทบจากราคา น้ำมันแพง ทำให้มีการปรับค่าระวางขนส่งทางเรือเพิ่มขึ้นไปด้วย ดังนั้นเกษตรกรไทยจึงต้องจ่ายเงินซื้อปุ๋ยในราคาแพงกว่าปีที่ผ่านมามากกว่า 10%

"แม้ว่าปีนี้ปุ๋ยจะมีราคาแพงขึ้น แต่ปริมาณความต้องการใช้ปุ๋ยเคมีภายในประเทศก็ไม่ได้ปรับลดลง เกษตรกร ส่วนใหญ่ต่างห่วงกังวลว่าจะหาซื้อปุ๋ยเคมีไม่ได้มากกว่าเนื่องจากเกษตรกรเล็งเห็นบทบาทสำคัญของปุ๋ยเคมีว่าเป็นสิ่งจำเป็น สามารถเพิ่มปริมาณผลผลิตต่อไร่ให้สูงขึ้นได้ โดยคาดว่าปีนี้ ประเทศไทยมีการนำเข้าปุ๋ยเคมีประมาณ 3.5-3.7 ล้านตัน มูลค่าตลาดประมาณ 30,000 ล้านบาท ซึ่งเป็นสัดส่วนใกล้เคียงกับปีที่ผ่านมา" นายยุคเลศร์กล่าว

ด้านนายศักดิ์เกษม สุนทรภัทร์ หัวหน้าฝ่ายปุ๋ยเคมี สำนักควบคุมพืชและวัสดุการเกษตร กรมวิชาการเกษตรกล่าวว่า หลังจากปุ๋ยเคมีปรับราคาจำหน่ายสูงขึ้น เกษตรกร บางส่วนได้พยายามลดต้นทุนโดยเพิ่มสัดส่วนการใช้ปุ๋ยอินทรีย์และปุ๋ยชีวภาพมากขึ้น แต่ทางกรมวิชาการเกษตรกลับพบว่า มีผู้ผลิตปุ๋ยอินทรีย์คุณภาพต่ำบางราย ได้ใช้การโฆษณาชวนเชื่อให้เกษตรกรหลงเข้าใจผิดว่า สินค้าดังกล่าวเป็นปุ๋ยอินทรีย์คุณภาพสูงและขายในราคาสูงถึง 5,000-7,000 บาท/ตัน ซึ่งเข้าขายหลอกลวงประชาชนเพราะ ความจริงสินค้าปุ๋ยอินทรีย์ที่จำหน่ายในท้องตลาดทั่วไปไม่ควรเกิน 3,000-4,000 บาท/ตัน

มีการตั้งข้อสังเกตว่า พ.ร.บ.ปุ๋ย พ.ศ.2518 ไม่สามารถควบคุมดูแลการผลิต ปุ๋ยอินทรีย์เพื่อการค้า ได้เพราะ พ.ร.บ.ปุ๋ยฉบับดังกล่าวมีอำนาจควบคุมการผลิตและจำหน่ายปุ๋ยเคมีเพื่อการค้าเพียงชนิดเดียว อย่างไรก็ตามขณะนี้ ร่างพระราชบัญญัติปุ๋ยฉบับปรับปรุงแก้ไข พ.ศ.2550

ได้ผ่านการพิจารณาของ สภานิติบัญญัติแห่งชาติ เรียบร้อยแล้ว และคาดว่าจะสามารถประกาศใช้อย่างเป็นทางการในเดือนพฤศจิกายน-ธันวาคมนี้

ซึ่งจะทำให้กรมวิชาการเกษตร สามารถควบคุมการผลิตและจำหน่ายปุ๋ยชีวภาพและปุ๋ยอินทรีย์ให้ได้ตามที่มาตรฐานกำหนด โดยมีหลักเกณฑ์ว่าผู้ประกอบการที่ต้องการผลิตและจำหน่ายปุ๋ยชีวภาพและปุ๋ยอินทรีย์เพื่อการค้าต้องมาขึ้นทะเบียนขออนุญาตผลิตกับกรมวิชาการเกษตร รวมทั้งยังครอบคลุมถึงการผลิตเพื่อการส่งออกคาดว่า จะมีผู้ยื่นขอจดทะเบียนกับกรมวิชาการเกษตรไม่ต่ำกว่า 200 ราย

นายศักดิ์เกษมกล่าวต่อไปว่า ที่ผ่านมา พ.ร.บ.ปุ๋ย พ.ศ.2518 ระบุให้ การควบคุมและกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายปุ๋ยอยู่ภายใต้ คณะกรรมการปุ๋ย ประกอบด้วยตัวแทนภาครัฐและผู้ทรงคุณวุฒิเท่านั้น แต่พระราชบัญญัติปุ๋ยฉบับ พ.ศ.2550 ฉบับปรับปรุงแก้ไข จะเปิดโอกาสให้เกษตรกร-เอกชน ที่เป็นตัวแทนภาคธุรกิจปุ๋ย ผู้เชี่ยวชาญด้านสิ่งแวดล้อม และ ผู้ประกอบการค้าปุ๋ย เข้ามามีส่วนร่วมเป็น คณะกรรมการปุ๋ย เพื่อกำหนดทิศทางนโยบาย กฎระเบียบต่างๆ ในการควบคุมและกำกับดูแลการผลิตและจำหน่ายปุ๋ยคาดว่า จะก่อให้เกิดความสะดวกต่อการค้าและสร้างความเป็นธรรมแก่เกษตรกรผู้ใช้ไปพร้อมๆ กัน

ปุ๋ยอินทรีย์กับปุ๋ยเคมีทำไมต้อง...เกษตรอินทรีย์ ? จากกระแสของการไม่เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค เรื่องการใช้ปุ๋ยเคมีและสารเคมีในภาคการเกษตร มีนัยสำคัญที่น่าสนใจและชวนให้วิจัยลึกลงไปในรายละเอียด เนื่องจากมีการวิจัยและรายงานผลการวิจัยออกมามากมาย ถึงผลกระทบที่เกิดจากการใช้สารเคมีในภาคการเกษตรของนักวิชาการจากทั่วโลก ซึ่งมีทั้งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือระบบนิเวศน์ของห่วงโซ่อาหาร ผลเสียต่อสถานการณ์ของโลกโดยเฉพาะการทำลายชั้นบรรยากาศ ผลกระทบทำให้โครงสร้างและคุณภาพของดินเปลี่ยนแปลง ตลอดจนผลเสียต่อสุขภาพของผู้บริโภคอันเกิดจากการปนเปื้อน หรือสารพิษตกค้างในผลผลิตทางการเกษตรทั้งหมดที่กล่าวมา ได้ส่งผลให้มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกษตรของผู้บริโภค ตลอดจนผลักดันให้ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรที่ปลอดจากสารพิษตกค้างมีความคุ้มค่าทางการตลาดและการลงทุนสำหรับเรื่อง " เกษตรอินทรีย์ " เกษตรอินทรีย์ คืออะไร ? สหพันธ์เกษตรอินทรีย์นานาชาติ (I.F.O.A.M.) ได้ให้คำอธิบายถึงความหมายและคำจำกัดความไว้ว่า " เกษตรอินทรีย์ เป็นระบบการเกษตรที่ผลิตอาหารและเส้นใย ด้วยความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ เน้นที่หลักการปรับปรุงและบำรุงดิน ให้ความสำคัญต่อศักยภาพทางธรรมชาติของพืช สัตว์ และนิเวศน์เกษตรกร ลดการใช้ปัจจัยการผลิตจากภายนอก หลีกเลี่ยงการใช้สารเคมีสังเคราะห์ พยายามประยุกต์ใช้ธรรมชาติเพื่อการเพิ่มผลผลิต และพัฒนาความต้านทานต่อโรคและศัตรูของพืชและสัตว์เลี้ยง " ที่กล่าวมาในข้างต้น เป็นหลักสากลที่สอดคล้องกับเงื่อนไขทางเศรษฐกิจ สังคม

สภาพภูมิอากาศ และวัฒนธรรมท้องถิ่นของชุมชน มีคำแนะนำที่แจกแจงเป็นหลักปฏิบัติที่สำคัญ ได้แก่ หลีกเลี่ยงหรืองดการใช้สารเคมี หรือ สารสังเคราะห์ใดๆในกระบวนการผลิต เช่น ปุ๋ยเคมี หรือ สารเคมีป้องกันและกำจัดศัตรูพืช รวมถึงการไม่ใช้พันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ที่มีการตัดต่อหรือดัดแปลงพันธุกรรม เลี่ยงการสัมผัสโดยตรงหรือป้องกันการปนเปื้อนสารเคมีตามร่างกาย ทั้งจากภายในครัวเรือนหรือจากภายนอก พัฒนาระบบการผลิตที่นำไปสู่แนวทางการเกษตรที่ยั่งยืน เน้นความหลากหลายของพันธุ์พืชและพันธุ์สัตว์ในกระบวนการผลิตในระยะยาว พัฒนาระบบการผลิตที่เน้นการพึ่งพาตนเอง หรือการช่วยเหลือซึ่งกันและกันภายในกลุ่มเรื่องปัจจัยการผลิต เช่น การจัดหาวัสดุทำปุ๋ยบำรุงดิน การจัดการเรื่องโรคศัตรูพืช พันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ แรงงาน และ เงินทุน เป็นต้น ฟื้นฟูและรักษาความอุดมสมบูรณ์ของดินด้วยอินทรีย์วัตถุ เช่น ปุ๋ยหมัก ปุ๋ยคอก หรือ ปุ๋ยพืชสดอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนจัดให้มีการหมุนเวียนธาตุอาหารในแปลงเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด ส่งเสริมให้มีการแพร่ขยายชนิดของสัตว์และแมลงที่เป็นประโยชน์ในระบบนิเวศน์ เพื่อรักษาสมดุลของระบบนิเวศน์ในไร่นา ตลอดจนลดปัญหาการแพร่ระบาดของโรคและแมลง มีมนุษยธรรมในการเลี้ยงสัตว์ " เกษตรอินทรีย์ " มีประโยชน์อย่างไร ? ต้องมองย้อนกลับไปดูว่า สิ่งที่พืชต้องการใช้ในการเจริญเติบโตและให้ผลผลิต คือ ธาตุอาหารหลัก ซึ่งประกอบด้วย ไนโตรเจน (Nitrogen : N), ฟอสฟอรัส (Phosphorus : P) และ โปแตสเซียม (Potasium : K) สำหรับการพัฒนาระบบราก ลำต้น ใบ ดอก และผล ธาตุอาหารรอง ซึ่งประกอบด้วย แคลเซียม (Calsium : Ca), แมกนีเซียม (Magnesium : Mg) และ กำมะถัน (Sulphur : S) สำหรับการพัฒนาสีสรร รส และกลิ่นหอม ธาตุอาหารเสริม ซึ่งประกอบด้วย เหล็ก (Ferrus : Fe), มังกานีส (Manganese : Mn), สังกะสี (Zinc : Zn),ทองแดง (Cupper : Cu), บอรอน (Boron : Bo), โมลิบนัม (Molibnum : Mo), และ คลอริน (Chlorine : Cl) สำหรับเสริมสร้างความแข็งแรงและภูมิต้านทานโรค ในขณะเดียวกัน ดิน ซึ่งเป็นวัตถุธาตุที่เกิดขึ้นเองเป็นชั้นๆตามธรรมชาติ จากแร่ธาตุต่างๆที่สลายตัวเป็นชิ้นเล็กชิ้นน้อย ผสมรวมกับอินทรีย์วัตถุที่เน่าเปื่อยผุและย่อยสลายรวมกันเป็นชั้นบางๆห่อหุ้มผิวโลก และเมื่อมีอากาศและน้ำในปริมาณที่พอเหมาะ จะช่วยทำให้พืชมีการก่อกำเนิดและเจริญเติบโต องค์ประกอบของดินที่มีความสัมพันธ์กับการเจริญเติบโตของพืชที่ดี อนุมานได้ ดังนี้ อนินทรีย์วัตถุ ซึ่งจะมีอยู่ร้อยละ 45 โดยปริมาตร ส่วนใหญ่เป็นชิ้นส่วนที่สลายตัวทางเคมี ฟิสิกส์ และทางชีวเคมีของแร่และหินชนิดต่างๆ ประโยชน์หลักคือเป็นธาตุอาหารของพืช อินทรีย์วัตถุ ซึ่งจะมีอยู่ร้อยละ 5 โดยปริมาตร ส่วนใหญ่จะเป็นชิ้นส่วนที่ได้จากการเน่าเปื่อยของเศษซากพืชซากสัตว์ที่ผุพังทับถมกันอยู่ในดิน ประโยชน์หลักคือเป็นตัวเชื่อมประสานอนินทรีย์วัตถุให้จับตัวกัน รวมทั้งดูดซับและรักษาระดับความชื้นในดินเอาไว้ น้ำ หรือ ความชื้น ซึ่งจะมีอยู่ร้อยละ 25 โดยปริมาตร ส่วนหนึ่งจะแทรกตัวอยู่ตามช่องว่างของก้อนดิน (เยื่อน้ำ) อีกส่วนหนึ่งจะซับอยู่ในอนุภาคของดิน อากาศ ซึ่งจะมีอยู่ร้อย

ละ 25 โดยปริมาตร ส่วนใหญ่เป็น ก๊าซออกซิเจน, ไนโตรเจน และคาร์บอนไดออกไซด์ ประโยชน์หลักคือช่วยเร่งกระบวนการย่อยสลายของซากพืชซากสัตว์ โดยการทำงานของจุลินทรีย์ จุลินทรีย์ซึ่งเป็นสิ่งมีชีวิตหน่วยที่เล็กมากไม่สามารถมองเห็นด้วยตาเปล่า ส่วนใหญ่เป็นพวกเชื้อรา เชื้อแบคทีเรีย เป็นต้น ประโยชน์หลักคือช่วยย่อยสลายเศษซากพืชซากสัตว์ให้เป็นอินทรีย์วัตถุ พร้อมกับปลดปล่อยแอมโมเนียม, ไนเตรท, และซัลเฟต ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการเติบโตของพืช ดังนั้น สรุปในใจความสำคัญได้ว่า " ดินที่ดีที่เหมาะสมกับการเพาะปลูกพืช คือ ดินที่มีธาตุอาหารครบตามที่พืชต้องการ มีอินทรีย์วัตถุ มีความชื้นในดินที่เหมาะสม สภาพดินร่วน โปร่ง มีอากาศถ่ายเทได้ดี " ซึ่งเกษตรอินทรีย์สามารถปรับสภาพทำให้ดินเกิดสภาพดังที่กล่าวมาได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ส่วนที่เป็นหัวใจสำคัญของการคืนสภาพดังกล่าวให้กับดิน คือ " ปุ๋ยอินทรีย์ " ปุ๋ยอินทรีย์ กับ ปุ๋ยเคมี แตกต่างกันอย่างไร ? ปุ๋ยเคมี หรือ ปุ๋ยสังเคราะห์ เป็นปุ๋ยที่ได้จากการสังเคราะห์ขึ้นมาจากสารอนินทรีย์ต่างๆที่เป็นธาตุอาหารหลักที่พืชต้องการ ซึ่งในที่นี้ก็คือธาตุอาหาร N – P – K โดยจะมีกรรมวิธีและกระบวนการผลิตที่จะปรุงแต่งสัดส่วนของธาตุอาหารหลักแต่ละตัวไปตามความชนิดและช่วงอายุของพืช ทั่วไปจะเรียกกันว่า " สูตรปุ๋ย " ซึ่งความหมายของสูตรปุ๋ยจะหมายถึงสัดส่วนของธาตุอาหารหลักแต่ละตัวที่มีอยู่ในเนื้อปุ๋ยรวมทั้งสิ้น 100 ส่วน ตัวอย่างเช่น ปุ๋ยสูตร 15 – 15 – 15 ให้คำอธิบายได้ว่า ในเนื้อปุ๋ย 100 ส่วนจะมี ไนโตรเจน (N) อยู่ 15 ส่วน, ฟอสฟอรัส (P) อยู่ 15 ส่วน และมี โปแตสเซียม (K) อยู่ 15 ส่วน รวมเป็น 45 ส่วน และอีก 55 ส่วนที่เหลือจะเป็นสารเติมแต่งอื่นๆ ซึ่งในที่นี้คือ ดินขาว หรือ สูตร 16 – 8 – 8 จะหมายถึงว่ามีเนื้อปุ๋ยที่เป็นธาตุอาหารรวมแล้วเพียง 32 ส่วน ที่เหลือก็จะเป็นดินขาว ดังนั้น อาจกล่าวโดยรวมได้ว่าอย่างน้อย 40 ส่วนใน 100 ส่วนของปุ๋ยเคมีจะเป็นดินขาว เพราะดินขาวจะมีส่วนช่วยในการปั้นเม็ดให้กลมสวย ทำให้เม็ดปุ๋ยมีความแข็งไม่แตกร่วนในขณะเก็บไว้นานๆ รวมถึงช่วยเหนี่ยวรั้งไนโตรเจน (N) ซึ่งเป็นธาตุอาหารหลักตัวหนึ่งในเนื้อปุ๋ย ไม่ให้สลายตัวไปกับอากาศเร็วเกินไป แต่ดินขาวเองไม่เป็นประโยชน์ต่อต้นพืช ในขณะที่ ปุ๋ยอินทรีย์ หรือ หากจะให้นึกภาพได้ชัดเจนก็คือ ปุ๋ยคอก ปุ๋ยหมัก ปุ๋ยพืชสด และปุ๋ยชีวภาพ ซึ่งเป็นปุ๋ยที่ได้จากมูลสัตว์ เศษซากพืชซากสัตว์ เศษผลผลิตเหลือใช้จากการเกษตรและวัชพืช ที่ผ่านการหมักให้เน่าเปื่อยผุพังอยู่ช่วงเวลาหนึ่งจนสลายตัวกลายเป็นอินทรีย์วัตถุ ธาตุอาหารที่พืชจะได้รับจากปุ๋ยอินทรีย์ มาจากแร่ธาตุต่างๆที่มีอยู่ในมูลสัตว์ เศษซากพืชซากสัตว์ เศษผลผลิตเหลือใช้จากการเกษตรหรือวัชพืช ซึ่งจะมีธาตุอาหารสำหรับพืชอยู่ครบทุกกลุ่ม ไม่เฉพาะเพียงธาตุอาหารหลักเท่านั้น อย่างไรก็ตาม ธาตุอาหารที่ได้จากปุ๋ยอินทรีย์ไม่สามารถกำหนดเป็นสูตรอาหารที่ชัดเจนและแน่นอนได้ ทั้งนี้เพราะสัดส่วนของธาตุอาหารที่ได้ขึ้นอยู่กับว่าเป็นปุ๋ยอะไรและได้จากอะไร เท่าที่มีการตรวจสอบคุณค่าทางอาหารของปุ๋ยอินทรีย์โดยกองเกษตรเคมี กระทรวงเกษตรและสหกรณ์การเกษตร เคยวัดค่า N – P – K ได้สูงสุดไม่เกิน 6 – 10 – 2 เท่านั้น แล้วปุ๋ยเคมี ไม่ดี

ตรงไหน ? สิ่งที่พืชต้องการมากที่สุดในการเจริญเติบโต ก็คือธาตุอาหารทุกๆกลุ่มอย่างเพียงพอ เพื่อที่จะผลิตออกมาเป็นดอกเป็นผลให้กับเกษตรกรผู้ปลูก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ธาตุอาหารหลักหรือ N – P – K ปุ๋ยเคมีเองก็สามารถให้ธาตุอาหารหลักที่เป็นประโยชน์แก่พืชได้มากเท่าที่พืชต้องการ สิ่งนี้เป็นส่วนที่ดีของปุ๋ยเคมี แต่ในข้อเท็จจริงแล้ว ธาตุอาหารหลักไม่ได้เป็นองค์ประกอบส่วนใหญ่ในปุ๋ยเคมี ในทางกลับกัน ปุ๋ยเคมีแต่ละสูตรที่ใช้กันในภาคการเกษตรมีสัดส่วนของธาตุอาหารหลักทุกตัวรวมกันแล้วไม่เกินร้อยละ 50 (ชี้แจงไว้แล้วในข้างต้น) ส่วนที่เหลือเป็นดินขาว (Clay) ซึ่งเป็นสารเติมแต่งทั้งหมด และดินขาวนี้เองที่เป็นข้อเสียของปุ๋ยเคมี เพราะดินขาวซึ่งเป็นอนุภาคขนาดเล็กจะแทรกตัวไปอัดแน่นอยู่ในช่องว่างของดิน เมื่อดินขาวได้รับหรือดูดความชื้นจากดิน ก็จะเปลี่ยนไปมีสภาพคล้ายน้ำแป้งและยึดเกาะเม็ดดินให้จับตัวกันแน่นขึ้น พร้อมกับขับไล่อากาศที่มีอยู่ในดินออกไปจนหมดหรือเหลืออยู่น้อยมาก ดังนั้น แปลงเกษตรที่มีการใช้ปุ๋ยเคมีติดต่อกันมาโดยตลอด ดินจะมีการเปลี่ยนสภาพเป็นแข็งกระด้าง ระบบรากและลำต้นของพืชไม่แข็งแรง เพาะปลูกไม่ได้ผลผลิตที่ดี

สมาคมการค้าปุ๋ยและธุรกิจการเกษตรไทย (2552: 34) ตั้งแต่ต้นปี 2551 เป็นต้นมา เรื่อง “ปุ๋ยแพง” นับว่าเป็นประเด็นที่ได้รับความสนใจสูงสุดจากผู้ที่อยู่ในวงการเกษตรเรื่องหนึ่ง ณ เวลานี้เป็นโอกาสที่ดีที่จะมาทำความเข้าใจกันว่า ปุ๋ยมาจากไหน ทำไมจึงแพง

เมื่อทราบว่าพืชกินอะไรเป็นอาหาร มนุษย์ก็พยายามแสวงหาอาหารมาบำรุงพืช เพื่อว่าพืชจะได้อวบอ้วน น่ากิน ออกดอกออกผลมาก มีรสชาติดี สีสวยงาม ตรงตามความต้องการของมนุษย์ จึงได้มีการวิจัยจนได้รู้ว่าพืชกิน NPK เป็นอาหารหลักและหา NPK มาให้พืชกินได้จากสิ่งที่มีอยู่ในธรรมชาติ แต่กว่าจะมาเป็นเม็ด NPK บรรจุอยู่ในกระสอบได้นั้น นับว่าไม่ใช่เรื่องง่าย ๆ เลย

ปุ๋ย N ก็คือ ปุ๋ยไนโตรเจน(Nitrogen) ซึ่งมีหน้าที่ช่วยเร่งการเจริญเติบโตของต้นและใบ การผลิตปุ๋ยไนโตรเจนจะมีสารตั้งต้นคือ สารแอมโมเนีย ๆ ผลิตจากอากาศซึ่งมีไนโตรเจนเป็นส่วนประกอบทำปฏิกิริยากับไฮโดรเจนซึ่งส่วนใหญ่ได้จากก๊าซธรรมชาติในขบวนการปิโตรเคมี หรือขบวนการผลิตถ่านหิน สารแอมโมเนียนั้นใช้ในการผลิตปุ๋ยไนโตรเจนต่าง ๆ ได้ แก่ ยูเรีย และแอมโมเนียมซัลเฟต เมื่อน้ำมันแพง ก๊าซธรรมชาติก็จะมีราคาแพงด้วย เพราะพอน้ำมันราคาแพง คนก็หันมาใช้ก๊าซธรรมชาติ เป็นธรรมดาที่สินค้าที่มีคนมารุมซื้อกันเยอะ ๆ ก็ขายราคาแพงได้ สินค้าที่ขายแพงแล้วยังมีคนมาซื้อก็ขายแพงขึ้นไปอีกได้ สารแอมโมเนียนั้นนอกจากเป็นปุ๋ยแล้วยังนำไปใช้ประโยชน์อย่างอื่นได้อีกหลายอย่าง เช่น ทำคาร์โปรแล็คตัม ซึ่งใช้ในอุตสาหกรรมเส้นใย ใช้ในอุตสาหกรรมทำความเย็น หรือนำไปใช้ในอุตสาหกรรมผลิตปุ๋ยแอมโมเนียมไนเตรต

ยามหน้าหนาวประเทศในเขตหนาวต้องใช้พลังงานมาก เพราะต้องใช้เครื่องทำความร้อน พลังงานจากถ่านหินและก๊าซธรรมชาติก็จะมีราคาแพง ปุ๋ยก็แพง ยังไม่ใช่หน้าหนาว

น้ำมันก็ยังคงแพงจึงทำให้ปุ๋ยแพงไปด้วย และการที่เอาก๊าซธรรมชาติไปใช้แทนน้ำมันจึงทำให้ปุ๋ยที่สกัดมาจากก๊าซธรรมชาติมีราคาแพงตามไปด้วย

แอมโมเนียนั้น จริง ๆ แล้วมีสภาพที่เป็นก๊าซ ต้องเก็บในถังที่มีความดัน เก็บรักษายาก ขนส่งยาก แล้วนำมาผลิตเป็นยูเรีย หรือผลิตเป็นปุ๋ย NPK สูตรต่าง ๆ ที่เราคุ้นกัน ในประเทศไทยนั้นเท่าที่ทราบผู้ที่สามารถนำเข้าแอมโมเนียได้โดยตรงก็มีอยู่ไม่กี่ราย ทั้งนี้เนื่องจากมีข้อจำกัดในการเก็บรักษา ดังนั้นปุ๋ย N ที่นิยมใช้คือ Urea ปุ๋ยUrea ได้จากการแปรรูปจากแอมโมเนีย(เหลว)เป็นของแข็งหรือเม็ดปุ๋ยยูเรียนั้นมีความสะดวกในการเก็บรักษาและการใช้

แอมโมเนียและยูเรียนี้จะผลิตกันมากในแถบที่มีก๊าซธรรมชาติมาก ก็คือ แถว ๆ ตะวันออกกลางได้ ประเทศซาอุดิอาระเบีย คูเวต และอดีตสหภาพโซเวียต เช่นประเทศยูเครน ที่อยู่ใกล้บ้านเราก็คือ ประเทศอินโดนีเซีย,มาเลเซียและจีน ปีหนึ่ง ๆ ประเทศไทยนำเข้าแอมโมเนียมากกว่าหนึ่งแสนตัน ส่วนยูเรียนำเข้ามากกว่าหนึ่งล้านตัน

ปุ๋ยตัวถัดไป ปุ๋ยตัว P คือ ปุ๋ยฟ อสฟอรัส (Phosphorus) ซึ่งมีหน้าที่ช่วยเร่งการเจริญเติบโตของราก การแตกกอและออกดอก ปุ๋ย P นี้ทำมาจากหินชนิดหนึ่งเรียกว่า หินฟอสเฟต บ้านเราก็พอมี แต่คุณภาพยังไม่เข้ามาตรฐานสากลและมีปริมาณไม่มากพอที่จะลงทุนด้านอุตสาหกรรม ประเทศที่มีมากได้แก่ สหรัฐอเมริกา มอร์อคโค จอร์แดน รัสเซีย จีนเป็นต้น วิธีการผลิตปุ๋ย P นิยมกัน ก็คือ เอาหินฟอตเฟสมาบดละเอียดมาทำปฏิกิริยากับกรดกำมะถัน ก็จะได้กรดฟอสฟอริค กรดฟอสฟอริคนี้ถือเป็นตัวต้นน้ำของปุ๋ย P กรดฟอสฟอริคเป็นของเหลว เก็บยากใช้ยาก ขนส่งยาก จึงมักนำมาทำปฏิกิริยากับแอมโมเนียเป็นแม่ปุ๋ย DAP(Diammonium Phosphate) แม่ปุ๋ย MAP (Monoammonium Phosphate) หรือ ปุ๋ย NPK สูตรต่าง ๆ อย่างที่เรารู้จักกันทั่วไป บริษัทปุ๋ยแห่งชาติ จำกัด (มหาชน) สมัยที่ยังผลิตปุ๋ยก็มีการผลิตกรดฟอสฟอริค จากหินฟอสเฟตและนำกรดฟอสฟอริค ที่ผลิตได้มาทำปฏิกิริยากับแอมโมเนีย เป็นปุ๋ย NPK

สำหรับปุ๋ยตัว P นั้น ถ้าหินฟอสเฟตแพงปุ๋ย P ก็จะแพง และถ้ากรดกำมะถัน (Sulfuric acid)แพงปุ๋ย P ก็จะแพงด้วย นี่ว่ากันเฉพาะวัตถุดิบหลัก ๆ เท่านั้น ปุ๋ย P ตัวสำคัญสำหรับประเทศไทยในปัจจุบันนี้ ก็คือ ปุ๋ย DAP เพื่อเป็นแม่ปุ๋ยสำหรับผลิตปุ๋ย NPK สูตรต่าง ๆ ประเทศไทยจะนำเข้าปุ๋ย P ปีละประมาณห้าแสนตัน จากประเทศอเมริกา มอร์อคโค จีน และจากประเทศอื่น ๆ บ้าง

ปุ๋ยอีกตัวหนึ่ง ปุ๋ยตัว K คือ โพแทสเซี่ยม (Potassium) ซึ่งมีหน้าที่ช่วยในการเพิ่มคุณภาพผลผลิต ช่วยสะสมแป้งและน้ำตาล เพิ่มน้ำหนัก ลดการหักล้ม เพิ่มความต้านทานโรคและแมลง ทำให้ผลไม้มีรสชาติหวานอร่อย ปุ๋ย K นี้เป็นแร่ที่ขุดจากดินได้โดยตรง ที่เรียกกันว่า แร่โพแทช ซึ่งในประเทศไทยมีแร่ชนิดนี้อยู่ที่จังหวัดชัยภูมิ และจังหวัดอุดรธานี แต่ยังไม่มีโอกาสขุดขึ้นมาใช้

ปัจจุบันประเทศไทยนำเข้าจาก อิสราเอล รัสเซีย แคนาดาหรือเยอรมัน ปีหนึ่ง ๆ ก็ประมาณกว่าสี่แสนตัน

นอกจากแม่ปุ๋ยที่นำเข้าดังกล่าวแล้ว เรายังนำเข้าปุ๋ย NPK สูตรต่าง ๆ อีกปีละประมาณเกือบสองล้านตัน เพื่อใช้ในการผลิตพืชผลทางการเกษตร

กลับมาเรื่องปุ๋ยแพงอีกครั้งหนึ่ง สถานการณ์น้ำมันโลกที่ราคาพุ่งขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นประวัติการณ์ โดยปัจจุบันราคาตลาด Nymex อยู่ที่ประมาณ 129 เหรียญสหรัฐฯ ต่อบาร์เรล ทำให้หลายประเทศหันมาส่งเสริมการปลูกพืชพลังงานทดแทน เช่น ข้าวโพด อ้อย มันสำปะหลัง เพื่อผลิตเอธานอล และปาล์มน้ำมัน ถั่วเหลือง เพื่อผลิตไบโอดีเซล ทำให้ราคาพืชอาหารในตลาดโลกปรับตัวเพิ่มขึ้น สำหรับประเทศไทยจะเห็นว่า ข้าว ข้าวโพด มันสำปะหลัง อ้อย และปาล์มน้ำมัน มีราคาสูงอย่างที่ไม่เคยปรากฏมาก่อน กอปรกับปริมาณอาหารสำรองคงคลังทั่วโลกมีระดับต่ำอันเป็นผลมาจากสภาวะโลกร้อน ทำให้เกิดความผันผวนต่อสภาพภูมิอากาศทั่วโลก จึงทำให้ผลผลิตทางการเกษตรได้รับความเสียหาย และจากรายงานขององค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO) ได้ระบุว่าทั่วโลกได้เพิ่มการผลิตไบโอดีเซลและเอธานอล จากปีละ 5 พันล้านแกลลอน ในปี 2543 เป็น 1.5 หมื่นล้านแกลลอนในปี 2550 อีกทั้งการผลิตพืชอาหารในปี 2550 เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 80 จากที่เคยผลิตในปี 2546 การเพิ่มขึ้นดังกล่าวนี้ยังไม่พอเพียงกับความต้องการบริโภคของประชากรโลก ทั้งนี้เพราะถูกนำไปใช้ในการผลิตเป็นพลังงานจำนวนมาก

ในปี 2551 ประเทศต่างๆ ทั่วโลก พยายามเพิ่มผลผลิตโดยการขยายพื้นที่การเพาะปลูกจากเดิม เพิ่มขึ้นอีก 87.5 ล้านไร่ เพื่อให้มีผลผลิตทางการเกษตรเพียงพอต่อความต้องการของประชากรโลก ทั้งพืชอาหารและพืชพลังงานทดแทน ดังนั้น ปุ๋ยเคมีจึงเป็นปัจจัยการผลิตที่สำคัญต่อการเพิ่มผลผลิตของพืช ส่งผลให้ความต้องการใช้ปุ๋ยเคมีเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้หลายประเทศต้องสงวนปริมาณปุ๋ยเคมีไว้ใช้ภายในประเทศ ขณะที่แหล่งผลิตปุ๋ยเคมีของโลกมีไม่เพียงพอต่อความต้องการ ส่งผลให้ราคาปุ๋ยเคมีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังจะเห็นได้จากประเทศจีนประกาศขึ้นภาษีการส่งออกปุ๋ยเคมีจากเดิมร้อยละ 0 ถึงร้อยละ 35 เป็นร้อยละ 100 ถึงร้อยละ 135 โดยมีผลในช่วง 20 เม.ย. – 30 ก.ย. 2551 ขึ้นอยู่กับชนิดของปุ๋ยเคมี เพื่อรักษาปริมาณปุ๋ยเคมีให้เพียงพอต่อการใช้ภายในประเทศ ทำให้เกิดผลกระทบต่อภาพรวมในธุรกิจปุ๋ยเคมีทั่วโลก นอกจากนั้น ขณะนี้หลายประเทศในแถบเอเชียที่มีโรงงานผลิตปุ๋ยเคมี เช่น เวียดนาม ฟิลิปปินส์ ซึ่งเป็นผู้นำเข้าวัตถุดิบจากจีนเป็นหลักประสบปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบบางชนิด ทำให้สูญเสียโอกาสทางการตลาดในธุรกิจ ตลอดจนกระทบต่อการเพาะปลูกและผลผลิตพืชในประเทศดังกล่าว โดยเฉพาะในช่วงฤดูกาลที่กำลังจะมาถึง เป็นผลให้ผู้ผลิตและจำหน่ายทั่วโลกต้องปรับราคาจำหน่ายปุ๋ยเคมีขึ้นสูงตามไปด้วย

สำหรับประเทศไทย ได้ประสบปัญหาต้นทุนปุ๋ยเคมีราคาแพงด้วยเช่นกัน ทั้งนี้เนื่องจากวัตถุดิบในการผลิต ต้องนำเข้าจากต่างประเทศถึงร้อยละ 98 โดยปุ๋ยเคมีที่เป็นธาตุอาหารหลัก ได้แก่ ไนโตรเจน (N) ต้องนำเข้าจากประเทศในแถบตะวันออกกลาง ญี่ปุ่น เกาหลี เยอรมันนี รัสเซีย สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย มาเลเซีย อินโดนีเซีย และจีน ฟอสฟอรัส (P) นำเข้าจากสหรัฐอเมริกา มอร์อคโค จีน อิสราเอล ออสเตรเลีย และตูนีเซีย และโพแทสเซี่ยม (K) นำเข้าจากแคนนาดา รัสเซีย อิสราเอล ยุโรป และจอร์แดน ส่วนปุ๋ยสำเร็จรูป ได้แก่ ปุ๋ยนา (NP) นำเข้าจากเกาหลี ฟิลิปปินส์ ยุโรปและจีน และปุ๋ยพืชไร่พืชสวน (NPK) นำเข้าจาก รัสเซีย เยอรมันนี ฟินแลนด์ นอร์เวย์ และเกาหลี เป็นต้น ซึ่งวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูปดังกล่าวมีปริมาณและแหล่งผลิตจำกัด รวมถึงการค้าระหว่างประเทศที่ต้องแข่งขันสูงในด้านราคาที่ปรับตัวขึ้นอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ได้มาซึ่งปริมาณปุ๋ยเคมีที่เพียงพอต่อความต้องการใช้ในประเทศ จึงทำให้ต้นทุนปุ๋ยเคมีในประเทศมีราคาสูงดังที่เป็นอยู่ทุกวันนี้

หนังสือพิมพ์ข่าวสด (2552: 13) นายประเสริฐ เมฆวัฒนา กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท พรรณธิอร จำกัด ผู้ประกอบกิจการด้านการเกษตรและเกษตรแปรรูป ในเครือทีซีซี ของนายเจริญ สิริวัฒนภักดี เจ้าของกลุ่มบริษัทไทยเบฟ เปิดเผยว่า บริษัทได้จัดตั้งบริษัท เทอราโกร เฟอร์ติไลเซอร์ จำกัด ด้วยทุนจดทะเบียน 490 ล้านบาท เพื่อดำเนินการจัดหาและผลิตปุ๋ยเคมี ภายใต้แบรนด์ปุ๋ย ตรามงกุฎ รวมทั้งได้ใช้งบลงทุนอีก 400 ล้านบาทเพื่อก่อสร้างโรงงานผลิตปุ๋ยเคมีตรามงกุฎ ที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา บนเนื้อที่ 150 ไร่ มีกำลังการผลิตปีละ 2.5 แสนตัน และสามารถขยายกำลังผลิตได้สูงสุดปีละ 1 ล้านตัน ซึ่งการขยายเข้าสู่ธุรกิจปุ๋ยเคมีนั้น เพื่อต่อยอดธุรกิจด้านการเกษตร โดยสัดส่วนจากการผลิต 20% จะรองรับธุรกิจด้านการเกษตรของบริษัท ส่วนอีก 80% จะจำหน่ายค้าปลีกไปยังเกษตรกร พร้อมกันนี้จากการประเมินสภาพตลาดในปัจจุบันพบว่า ไทยมีผู้ผลิตปุ๋ยรายใหญ่ไม่กี่ราย และยังมีช่องว่างในตลาดอีกมาก ทำให้บริษัทได้ตัดสินใจขยายเข้ามาในธุรกิจปุ๋ยเคมี และเป็นการสร้างแบรนด์สินค้าแรกของบริษัท โดยได้เริ่มจำหน่ายสินค้าตั้งแต่ต้นปีที่แล้ว และขณะนี้พร้อมจะทำตลาดเจาะไปยังกลุ่มเกษตรโดยตรง ผ่านตัวแทนจำหน่าย 200 รายทั่วประเทศ นอกจากนี้ยังมีแผนจะจัดโปรโมชั่นในช่วงแนะนำด้วย เพื่อช่วยกระตุ้นให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเข้าถึงตัวสินค้าได้ง่ายขึ้น นายประเสริฐ กล่าวว่า บริษัทคาดว่าภายใน 3 ปีจะสามารถคืนทุนในธุรกิจปุ๋ยเคมีได้ เนื่องจากธุรกิจปุ๋ยเคมีจะได้รับการยกเว้นเรื่องภาษี ทำให้คืนทุนในระยะเวลารวดเร็วเมื่อเทียบกับธุรกิจอื่น และตั้งเป้าหมายจะมีส่วนแบ่งตลาดให้ได้เกือบ 10% ภายในปีนี้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กรณิภา อังคทาภิมณฑ์ (2552: 43) ศึกษาการมีส่วนร่วมของพนักงานต่อการดำเนินกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างเคยเข้าร่วมโครงการบริจาคเงินหรือสิ่งของช่วยเหลือผู้ประสบภัย ส่วนการรับรู้ด้านกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับรู้เกี่ยวกับการจัดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับสูง ผลการวิจัยระดับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับการมีส่วนร่วมในระดับปานกลาง ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปกับระดับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม พบว่าไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้ คือ ธนาคารควรส่งเสริม และสนับสนุนให้พนักงานมีส่วนร่วมในกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของธนาคาร โดยร่วมกำหนดนโยบาย ร่วมประเมินผลและติดตามความต่อเนื่องของรูปแบบการดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อนำไปปรับปรุง และพัฒนาให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรและต่อสังคมโดยรวมให้มากที่สุด รวมทั้งธนาคารควรประชาสัมพันธ์กิจกรรมให้พนักงานทราบอย่างทั่วถึง และควรจัดกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมให้สอดคล้องกับมาตรฐาน ISO 26000 Social Responsibbility ให้มากที่สุด

กรรณิการ์ สิทธิดำรงค์ (2551: 39) ศึกษาปัจจัยที่ผลักดันและสนับสนุนให้มีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการบัญชีเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม : กรณีวิจัยบริษัทในกลุ่มพลังงานและสาธารณูปโภคซึ่งจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยหลักที่มีผลต่อการเปิดเผยข้อมูล คือ เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสาธารณชน และเพื่อให้เป็นไปตามกฎ ระเบียบข้อบังคับของคณะกรรมการกำกับดูแลตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย นอกจากนี้ ปัจจัยภายใน 2 ปัจจัยหลักที่มีผลต่อการเปิดเผยข้อมูล คือ เพื่อสะท้อนให้เห็นว่าบริษัทให้ความสำคัญเกี่ยวกับเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และผู้บริหารของบริษัทให้การสนับสนุนทรัพยากรหรืองบประมาณที่ใช้ในการเปิดเผยข้อมูลในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

ในด้านของอุปสรรคที่ส่งผลต่อการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม พบว่า อุปสรรค 2 อุปสรรคหลักที่ส่งผลต่อการเปิดเผยข้อมูลมากที่สุดส่วนใหญ่มักเกิดในช่วงเริ่มต้นจัดทำเอกสาร หรือรายงานเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม คือ ความเพียงพอของข้อมูลที่ใช้ในการเปิดเผยข้อมูลในช่วงเริ่มต้นจัดทำเอกสาร หรือ

รายงานเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และการขาดแนวทางหรือกรอบที่ชัดเจนในการเปิดเผยข้อมูล

รัตนา รัตนะ (2550: 32) ศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ของ บมจ. กรุงไทย: กรณีวิจัย โครงการกรุงไทยยุววาณิช พบว่าจากการวิจัยการวิจัยวิจัยการดำเนินโครงการกรุงไทยยุววาณิชภายใต้แนวคิดที่เลือกได้นั้น ผลการวิจัยพบว่า เป็นการช่วยเหลือสังคมในมิติแห่งการวิจัยและการเรียนรู้ที่ให้เยาวชนในระดับมัธยมวิจัยตอนปลายมีแนวคิดในเชิงธุรกิจลองทำธุรกิจเพื่อสำรวจความชอบของตนเอง ทำให้เยาวชนวางแผนชีวิตเพื่อเลือกเรียนวิจัยต่อได้ มีความคิดสร้างสรรค์ เข้าใจการดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงการสร้างมูลค่า และผลตอบแทนแก่ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย รู้จักการวางแผน รู้จักการแก้ปัญหาตัดสินใจ การทำงานเป็นทีม สร้างจริยธรรม คุณธรรมและความสุขในองค์การ ซึ่งการปลูกฝังจิตใจเยาวชนให้มีแนวคิดดังกล่าว เป็นการดำเนินการของธนาคารในการช่วยเหลือสังคมและสิ่งแวดล้อมแบบยั่งยืนโดยยึดหลักธรรมาภิบาลและบรรษัทภิบาล

โกวิทย์ สวัสดิ์มงคล (2550: 65) ศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการแก้ไขปัญหามลพิษสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการรถเอกชนร่วมบริการ ขสมก. จากการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ร้อยละ 80.0 เป็นเพศชาย อายุส่วนมากร้อยละ 32.6 อยู่ระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ 40.7 มีการวิจัยระดับปริญญาตรีร้อยละ 28.1 มีระยะเวลาดำเนินธุรกิจอยู่ระหว่าง 11-15 ปี ร้อยละ 31.1 มีจำนวนยานพาหนะในบริษัทน้อยกว่า 4 คัน และร้อยล่ะ 35.5 มีรายได้ของบริษัทต่อปี 1-6 แสนบาท ผู้ประกอบการมีการปฏิบัติโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง สำหรับปัญหาที่เกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจรถร่วม พบว่าภาพรวมอยู่ที่ระดับปานกลาง และความต้องการ การสนับสนุนเพื่อเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมกรณีการแก้ไขปัญหามลพิษสิ่งแวดล้อม ภาพรวมอยู่ที่ระดับปานกลาง และความต้องการ การสนับสนุนเพื่อเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมกรณีการแก้ไขปัญหามลพิษสิ่งแวดล้อม ภาพรวมอยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย คือ ผู้ประกอบการ ควรร่วมกันกำหนดแนวทางการดำเนินธุรกิจรถร่วม จัดกิจกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้พนักงานและผู้อื่นเข้าใจถึงปัญหามลพิษ และสนับสนุนให้พนักงานมีความรู้ในการตรวจสอบและควบคุมเครื่องยนต์ เพื่อแก้ไขปัญหามลพิษทางอากาศ นอกจากนี้ ภาครัฐควรสนับสนุนเงินทุนเพื่อปรับปรุงสภาพเครื่องยนต์ จัดศูนย์ตรวจสอบและบำรุงรักษายานพาหนะให้มากขึ้น ลดหย่อนภาษีอากรนำเข้าอุปกรณ์ที่ช่วยลดมลพิษ ส่งเสริมให้มีเครือข่ายสถานประกอบการเพื่อแก้ไขปัญหามลพิษ และควรประชาสัมพันธ์ให้สังคมรับรู้ถึงองค์กรธุรกิจรถร่วมที่ให้ความร่วมมือปฏิบัติตามกฎหมายอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างกำลังใจในการดำเนินงานและเป็นตัวอย่างที่ดีให้แก่องค์กรธุรกิจอื่น ๆ ต่อไป

กรินไชย ศรีโคกกรวด (2549: 21) ศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์มือสองในเขตจังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 41-50 ปี มีสถานภาพสมรส และจบการวิจัยต่ำกว่าปริญญาตรี มีประสบการณ์การทำงานอยู่ระหว่าง 1 – 10 ปี และมีระยะเวลาก่อตั้งสถานประกอบการอยู่ในช่วง 1-5 ปี มีรายได้ต่อปีอยู่ระหว่าง 1-3 ล้านบาท ส่วนใหญ่มีลูกจ้างอยู่ 1-3 คน ผลการวิจัยภาพรวมเกี่ยวกับระดับปัญหาการคุ้มครองผู้บริโภคของผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์มือสอง ผลการวิจัยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีปัญหาอยู่ในระดับน้อย โดยเฉพาะด้านนโยบายของผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์มือสอง ในประเด็นลูกค้าไม่สามารถทดสอบหรือลองขับรถยนต์ได้ถ้าหากยังไม่ได้ตัดสินใจซื้อ ผลการวิจัยภาพรวมทัศนะของผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์มือสองที่มีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการคุ้มครองผู้บริโภค 5 ด้าน ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากโดยเฉพาะด้านการให้ข่าวสารทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับรถยนต์มือสองหรือบริการ ในประเด็นบริษัทควรให้ข้อมูลที่จะไม่ก่อให้เกิดผลเสียหายหรือการกระทำผิดกฎหมาย และด้านอิสระในการเลือกหารถยนต์มือสองหรือบริหาร ในประเด็นบริษัทควรมีนโยบายที่ไม่เอารัดเอาเปรียบลูกค้าและผู้ซื้อรถยนต์มือสองมีสิทธิที่จะเลือกสินค้าหรือบริหารตามความต้องการของตัวเอง

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย ผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์มือสองควรคำนึงถึง สิทธิการคุ้มครองผู้บริโภคหลักจริยธรรม ความซื่อสัตย์ และความยุติธรรม รวมถึงกลุ่มผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์มือสอง ควรจัดทำนโยบายสร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์มือสองรายอื่น ๆ ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมร่วมกัน และควรส่งเสริมให้ มีการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการจำหน่ายรถยนต์มือสองจัดกิจกรรมที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมโดยเฉพาะการคุ้มครองสิทธิของผู้ซื้อรถยนต์มือสอง

บัณฑิตา ทรัพย์กมล (2544: 39) ศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรภาคธุรกิจ : วิจัยเฉพาะกรณีนิคมอุตสาหกรรมเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าทัศนะของประชากรในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมภายในองค์ประกอบด้วยการจัดสวัสดิการ การเลื่อนตำแหน่งอย่างยุติธรรม การให้เงินเดือนที่เหมาะสม การส่งเสริมด้านการฝึกอบรมให้แก่พนักงาน ภาพรวมอยู่ที่ระดับมากที่สุด สำหรับทัศนะต่อความรับผิดชอบทางสังคมภายนอกองค์กรซึ่งประกอบด้วย การซื่อสัตย์ต่อบริโภค การไม่จ้างแรงงานผิดกฎหมาย การผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนในด้านทัศนคติต่อขอบเขตความรับผิดชอบต่อสังคมซึ่งรวมถึงขอบเขตด้านชุมชนและสวัสดิการ การวิจัยสิทธิผู้บริโภค และด้านศิลปวัฒนธรรม พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับมาก นโยบายด้านความรับผิดชอบต่อสังคม พบว่ามีนโยบายด้านการ

ส่งเสริมการผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพมากที่สุด คือ ร้อยละ 86.5 ในทางตรงกันข้ามองค์กรไม่มีนโยบายด้านการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมมากถึง ร้อยละ 70.5 ในส่วนของกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคม พบว่าองค์กรจัดให้มีกิจกรรมในการผลิตสินค้าที่ดีและมีคุณภาพมากที่สุด คือ ร้อยละ 90.7 ในทางกลับกันองค์ที่ไม่จัดกิจกรรมด้านการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมมากที่สุดอยู่ที่ ร้อยละ 83.4 สำหรับปัจจัยจูงใจในการจัดกิจกรรมอันประกอบไปด้วย การใช้จริยธรรมในการบริหารงาน การตระหนักถึงจรรยาบรรณขององค์กร และการสร้างภาพพจน์ที่ดีต่อองค์กร ภาพรวมอยู่ในระดับมาก สำหรับแนวโน้มในการจัดกิจกรรมในด้านการผลิตสินค้าที่ดีและบริการที่มีคุณภาพมากที่สุดรองลงมา คือการรักษาสภาพแวดล้อม และการบริจาคเงินหรือสิ่งของในงานสาธารณกุศล ซึ่งจะมีการจัดกิจกรรมดังกล่าวต่อเนื่องไปในระยะไกลด้วยคือช่วงปี พ.ศ. 2547 ขึ้นไป ข้อเสนอแนะจากการวิจัย รัฐบาลควรมีส่วนเข้ามาเกี่ยวข้องในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ให้กับองค์การที่มีการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมให้ประชาชนได้รับรู้ รวมทั้งสนับสนุนหลักการบรรษัท ภิบาลให้ขยายออกไปยังองค์กรอื่นๆ เพิ่มมากขึ้นเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อพนักงานและชุมชนมากที่สุด และควรมีการวิจัยขยายผลในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมไปยังภูมิภาคต่างๆ

สรุปผลจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทำให้ทราบถึงความส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของหน่วยงานธุรกิจต่างๆ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่หน่วยงาน หรือสถานประกอบการทุกแห่งจะต้องพึงกระทำ เพราะผลของกระทำจะส่งผลให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม และส่งผลดีต่อหน่วยงาน หรือสถานประกอบการในที่สุด แต่ในทั้งนี้ในการบริหารองค์กร ผู้บริหารหรือผู้ประกอบการจะต้องนำเอาจริยธรรมมาประยุกต์ใช้ในการบริหารงาน ซึ่งจริยธรรมจะเป็นสิ่งที่ควบคุมพฤติกรรมของบุคคลให้กระทำในสิ่งที่ดีงาม และเป็นไปอย่างถูกต้อง ดังนั้นการเกิดจิตสำนึกที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมจึงตามมา โดยกลุ่มที่องค์กรจะต้องเข้าไปรับผิดชอบไม่เพียงต่อผู้ถือหุ้นหรือเจ้าของเท่านั้น แต่องค์การจะต้องเอาใจใส่ต่อสภาพแวดล้อมทางธุรกิจด้วย เช่น ชุมชนลูกจ้าง มหาวิทยาลัยโรงงาน รัฐบาล ศาล และธนาคาร เป็นต้น ซึ่งขนาดของความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นมักจะขึ้นอยู่กับระดับของการตระหนักถึงปัญหาสังคมของผู้บริหารว่าจะพิจารณาปัญหาสังคมในระดับใด โดยบางองค์กรอาจดำเนินการรับผิดชอบภายใต้ที่กฎหมายกำหนดเท่านั้นแต่บางองค์กรอาจดำเนินการนอกเหนือไปจากที่กฎหมายกำหนด คือเข้าไปมีบทบาทและให้การสนับสนุนกิจกรรมทางสังคมโดยตรง สำหรับกิจกรรมที่องค์กรเข้าไปมีส่วนร่วมนั้นมักจะครอบคลุมในด้านความเป็นอยู่ของคนในชุมชน การวิจัย สิ่งแวดล้อม สุขภาพอนามัย วัฒนธรรมและสิทธิของผู้บริโภค ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเป็นการทำให้คุณภาพชีวิตของคนในสังคมดีขึ้น ปัญหาต่าง ๆ ก็จะไม่เกิดขึ้นหรือเกิดน้อยที่สุด หากทุกองค์กรและผู้บริหารหันมาสนใจต่อสภาพแวดล้อมและชุมชนมากขึ้น ดังนั้นผู้บริหารหรือผู้ประกอบการในปัจจุบันไม่ใช่

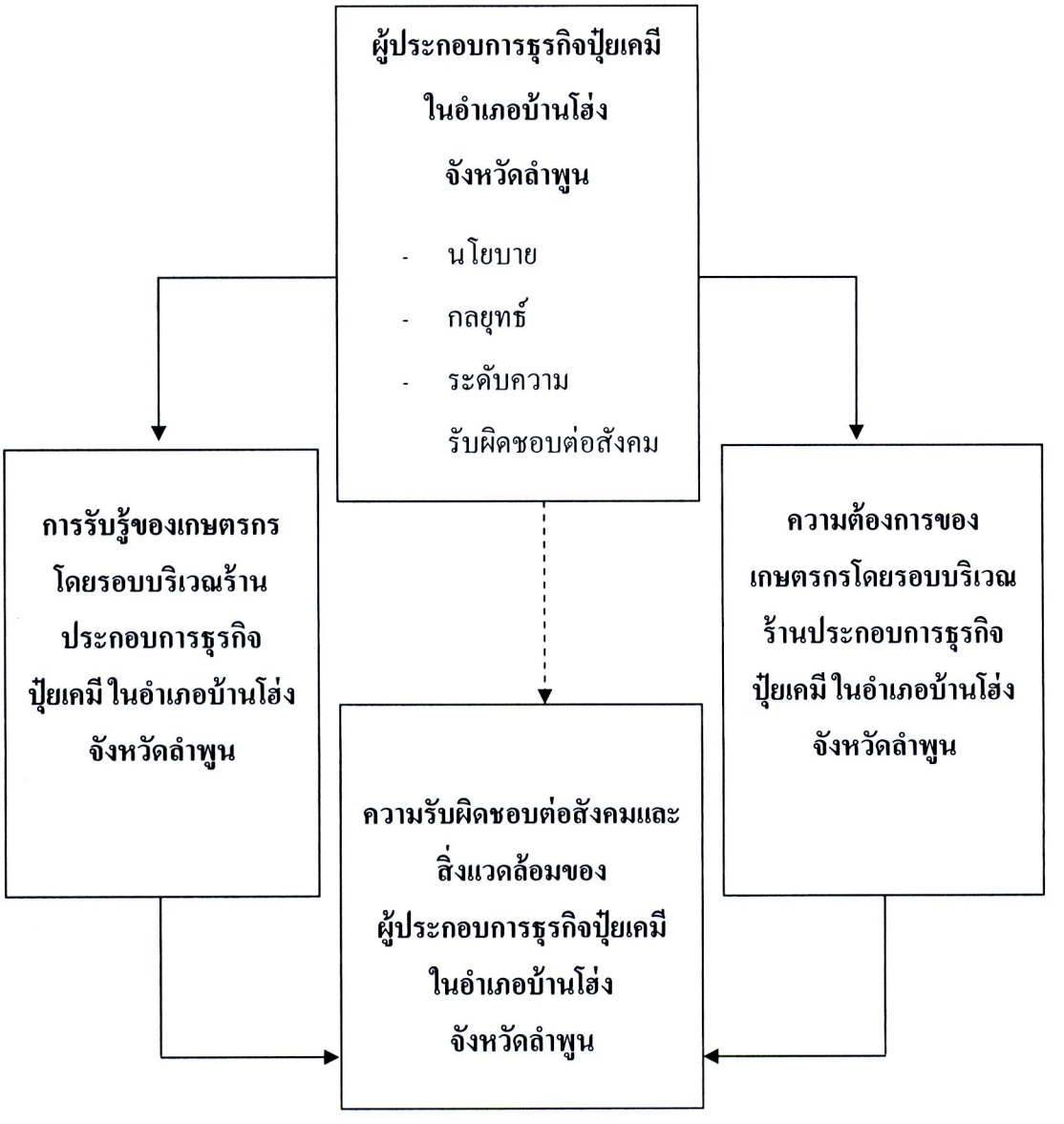
เพียงแต่จะมีความสามารถในการใช้ทรัพยากรขององค์กรธุรกิจให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรเท่านั้น แต่จะต้องเกิดประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมไปพร้อม ๆ กัน

ภาคสรุป

จากการทบทวนบทความ แนวคิด ทฤษฎีและบทความที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ผู้วิจัยมีความเห็นสรุปได้ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม หมายถึง บทบาท หน้าที่ และข้อผูกพันขององค์กรที่มีต่อสังคม โดยผลของการกระทำจะส่งผลให้เกิดประโยชน์ต่อคนในสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม แล้วจะนำไปสู่การพัฒนาสังคมและประเทศชาติได้ในที่สุด โดยความรับผิดชอบจะขึ้นอยู่กับนโยบายขององค์กร และจากกฎข้อบังคับทางกฎหมาย การที่จะให้สังคมโดยส่วนรวมมีคุณภาพ มีสภาพความเป็นอยู่ของประชาชนโดยรวมที่ดีขึ้นนั้น ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน มาร่วมกันสร้างสรรค์ ทั้งภาครัฐและเอกชน ซึ่งในปัจจุบันนั้นมีองค์กรธุรกิจหลายองค์กรที่ได้ดำเนินการในเรื่องของความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม แต่ส่วนใหญ่จะมีแต่เพียงองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่เท่านั้นที่ยื่นมือเข้ามามีส่วนร่วมในเรื่องนี้ ทั้งที่ความเป็นจริงแล้วในเรื่องของความรับผิดชอบต่อสังคมนั้น ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจใดจะอยู่ส่วนของสายงานชนิดไหน หรือมีขนาดขององค์กรเท่าใด ก็สามารถที่จะดำเนินการในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมได้ เพราะถ้าหากองค์กรธุรกิจทุกภาคส่วนมีการดำเนินนโยบายที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมด้านสังคมในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านความเป็นอยู่ของคนในชุมชน การวิจัยสิ่งแวดล้อม สุขภาพอนามัย วัฒนธรรม และสิทธิผู้บริโภค ก็จะทำให้เกิดผลดีกับสังคมโดยส่วนรวม เป็นอีกหนึ่งกำลังที่จะเข้ามามีส่วนช่วยส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับประชาชนทุกคนโดยทั่วกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจะเห็นว่า สิ่งที่มีผลต่อความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการธุรกิจปุ๋ยเคมี ในอำเภอบ้านโฮ่ง จังหวัดลำพูน ประกอบด้วย 2 ส่วนได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจปุ๋ยเคมี และเกษตรกรโดยรอบบริเวณร้านประกอบการธุรกิจปุ๋ยเคมี ซึ่งแสดงไว้ตามกรอบแนวคิด จำแนกได้ดังต่อไปนี้



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย