

## บทที่ 2

### การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (Literature Reviews)

จากการศึกษาแนวความคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย เรื่อง “การศึกษาภาพอนาคตของส้มволชนในบทบาทการสร้างเสริมคุณค่าให้กับข้าวหอมมะลิไทย” ผู้วิจัยพบว่า มีทฤษฎีที่สามารถนำมาเป็นกรอบในการวิจัยได้หลายทฤษฎี อาทิ แนวคิดเกี่ยวกับข้าวหอมมะลิไทย แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของส้มволชน แนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาภาพอนาคต รวมไปถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กับการศึกษาภาพอนาคตของส้มволชนในบทบาทการสร้างเสริมคุณค่าให้กับข้าวหอมมะลิไทย เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการวิจัย มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### แนวคิดเกี่ยวกับข้าวหอมมะลิไทย

กรมการค้าต่างประเทศ (Feb 03, 2006) กระทรวงพาณิชย์ ได้กำหนดให้ข้าวหอมมะลิพันธุ์ขาวดอกมะลิ 105 และพันธุ์ กข.15 เป็นสินค้ามาตรฐาน โดยต้องมีปริมาณข้าวหอมมะลิไทย ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 92 ซึ่งในการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยต้องผ่านการตรวจสอบคุณภาพอย่างเข้มงวดจากเซอร์เวย์และมีเจ้าหน้าที่สำนักงานมาตรฐานสินค้ากำกับดูแลอย่างใกล้ชิด ขณะเดียวกันกรมการค้าต่างประเทศได้จัดกิจกรรมและการประชาสัมพันธ์ข้าวหอมมะลิไทย ให้เห็นถึงความสำคัญในฐานะเป็นธัญพืชที่เป็นอาหารหลักของคนไทย และยังมีส่วนสำคัญที่เกี่ยวกับวิถีชีวิตความเป็นไทยและวัฒนธรรมของไทยตั้งแต่อดีตจวบจนถึงปัจจุบัน แฝงอยู่ในรูปของความเชื่อ จิตวิญญาณ ประเพณีและพิธีกรรมต่างๆ มากมาย เช่น การบูชาพระแม่โพสพ เพื่อความอุดมสมบูรณ์ของพืชที่ปลูกตามฤดูกาล ประเพณีการลงแขก ซึ่งแสดงถึงประเพณีอันงดงามที่ก่อให้เกิดความรักความสามัคคีและความเอื้ออาทรต่อกันในสังคมไทย อาทิ พิธีขอฝน ประเพณีบุญบั้งไฟ การโยนครกโยนสากของภาคอีสาน การแห่นางแมวและพระราชพิธีพืชมงคลจรดพระนังคัลแรกนาขวัญ เป็นต้น จนปัจจุบันคุณภาพและความเชื่อถือในข้าวหอมมะลิไทยติดตลาดโลกไปแล้ว นับได้ว่าเป็นความสำเร็จในระดับหนึ่งในความพยายามผลักดันข้าว ซึ่งเป็นผลิตผลทางการเกษตรที่สำคัญที่สุดของประเทศไทย โดยเฉพาะข้าวหอมมะลิไทยซึ่งผลิตได้ประมาณปีละ 3 ล้านตันข้าวสาร เป็นข้าวนาปี ปลูกได้เพียงปีละ 1 ครั้ง พื้นที่เพาะปลูกส่วนใหญ่อยู่ในเขตทุ่งกุลาร้องไห้ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

**กรมการค้าต่างประเทศ** (กุมภาพันธ์ 3, 2550) มีเจตนาอันแน่วแน่ที่จะพัฒนาคุณภาพมาตรฐานข้าวหอมมะลิไทยส่งออกให้ยั่งยืน และเพื่อให้การกำกับดูแลคุณภาพมาตรฐานสินค้าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและครบวงจร จึงมีกิจกรรมส่งเสริมโดยการประสานกับผู้นำ CEO ในภาคอีสาน จัดการสัมมนาให้ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรฐานสินค้าข้าวหอมมะลิไทย และกระบวนการเกี่ยวกับการส่งออก ให้แก่ผู้ประกอบการในท้องถิ่น สถาบันการศึกษา สื่อมวลชน กลุ่มเกษตรกร หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง การฝึกอบรมการตรวจวิเคราะห์ DNA ข้าวหอมมะลิไทยให้กับสถาบันการศึกษาในพื้นที่เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมรองรับการให้บริการแก่ผู้ประกอบการในพื้นที่ การประชาสัมพันธ์เผยแพร่กระตุ้นให้เห็นถึงความสำคัญของการควบคุมคุณภาพมาตรฐาน ตั้งแต่ขั้นตอนการผลิตจนถึงขั้นตอนการส่งออกด้วยการเข้าสู่ระบบ GAP : Good Agricultural Practice หรือระบบป้องกันรักษาคุณภาพ IP : Identity Preservation ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิด/หลักการสอบทานหรือการตรวจสอบย้อนกลับ (traceability) ซึ่งเป็นแนวทางการรักษาคุณภาพแบบยั่งยืน

กิจกรรมต่างๆ ที่ได้ดำเนินการไปนั้นเพื่อยกระดับข้าวหอมมะลิไทยให้เป็นสินค้าตลาดบนที่บ่งบอกถึงคุณภาพดีเลิศ มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ปลูกได้เฉพาะบางท้องที่ มีปริมาณหรือผลผลิต จำกัด สร้างภาพลักษณ์ที่ดีโดยเน้นความเป็นไทยจิตวิญญาณและวิถีชีวิตไทยสู่ตลาดโลก (Thainess to the World) และสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ครัวไทยสู่ครัวโลกโดยการบรรจุข้าวหอมมะลิ ซึ่งเป็นอาหารที่ให้คาร์โบไฮเดรตสู่ภัตตาคารและร้านอาหารไทยทั่วโลก

นอกจากนี้ ยังได้มีกิจกรรมจัดคณะผู้ซื้อในต่างประเทศมาเยือนไทย (in - coming) จัดคณะผู้แทนทางการค้าไทย (trade mission) ไปเจาะตลาดประเทศต่างๆ รวมทั้ง การเข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติ (international trade fair) การสร้างแบรนด์ข้าวหอมมะลิไทย (Branding) ในโครงการความร่วมมือกับองค์กรต่างๆ เช่น บริษัทการบินไทย (มหาชน) จำกัด อสมท. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมภัตตาคารไทย และสมาคมโรงแรมไทยจะเป็นก้าวต่อไปเพื่อทำกิจกรรมประชาสัมพันธ์เชื่อมโยงให้เข้าถึงตัวนักท่องเที่ยวที่มาประเทศไทยกินอาหารไทยและข้าวหอมมะลิไทย โดยมีมุ่งหวังสร้างประสบ-การณ์ที่ดีให้ติดอยู่ในความทรงจำตลอดไป

ในรอบปี 2548 มีผู้จดทะเบียนเป็นผู้ส่งออกสินค้าข้าวหอมมะลิไทยจำนวน 213 ราย ผู้ประกอบการที่ตรวจสอบมาตรฐานสินค้าข้าวหอมมะลิไทย (บริษัทเซอร์เวย์) จำนวน 31 ราย และผู้ตรวจสอบฯ (เซอร์เวย์เยอร์) จำนวน 608 คน สำหรับการส่งออกข้าวหอมมะลิไทยมีปริมาณทั้งสิ้น 2,268,426.92 ตัน มูลค่า 34,447.27 ล้านบาท ประเทศที่นำเข้าจากไทยมากที่สุด 5 อันดับแรกคือ เซเนกัล สหรัฐอเมริกา จีน ฮองกง และไอเวอรีโคสต์ ตามลำดับ ส่วนชนิดข้าวหอมมะลิไทยที่ส่งออกมาที่มากที่สุดคือ ข้าวขาว 100 % ชั้น 2 (<http://www.thaishipper.com/Content/Content.asp?ID=14096>)

## แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน

การพิจารณาบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน จะมีแนวความคิดอยู่อย่างหลากหลาย แต่โดยทั่วไป เมื่อจัดกลุ่มของความคิดจะพบว่า มีแนวคิดเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนที่สำคัญใน 3 บทบาทหน้าที่ด้วยกัน ได้แก่ (www.narinsite.com)

### 1. การทำหน้าที่เป็นผู้พิทักษ์

แนวคิดนี้ เป็นกระแสหลักของสื่อมวลชนในปัจจุบัน ทฤษฎีสำคัญในกลุ่มนี้ได้แก่ ทฤษฎี Functionalism ซึ่งพิจารณาว่าสังคมเป็นระบบหนึ่งที่มีส่วนต่างๆ หรือระบบย่อยมีความเกี่ยวพันติดต่อกันอย่างมีเสถียรภาพ (Stability) และสมดุล (Equilibrium) โดยมีสื่อมวลชนเป็นส่วนหนึ่งของระบบด้วย ระบบย่อยเหล่านี้จะช่วยกันผดุงรักษาระบบใหญ่เอาไว้ อาจจะมีบางช่วงขณะที่ระบบย่อยเกิดความขัดแย้งกัน แต่ในท้ายที่สุดแล้วก็จะกลับเข้าสู่ภาวะสมดุลเอง ในแนวคิดนี้สื่อมวลชนจึงถูกตั้งความคาดหวังว่า จะทำหน้าที่เป็นตัวเชื่อมที่ช่วยสร้างสรรค์และธำรงรักษาเสถียรภาพของสังคม ให้เกิดความสมดุลและเกิดการรวมตัวกันเข้าของทุกส่วน เพื่อให้ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของสังคมคงอยู่ต่อไป

ดังนั้น สื่อมวลชนจึงพยายามที่จะสนองต่อความต้องการของสมาชิกในสังคม ทั้งที่เป็นรายบุคคลและที่เป็นกลุ่มก้อนอย่างสม่ำเสมอ ผลก็คือสื่อมวลชนได้ทำประโยชน์ให้แก่สังคมโดยไม่ได้ตั้งใจ ในแง่ที่สามารถรวมสมาชิกทั้งหมดเข้าไว้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน สื่อมวลชนจึงมีภารกิจหลักในการผดุงรักษาสังคมมากกว่าที่จะเป็นตัวทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้อยู่ภายใต้สมมติฐานที่ว่า สื่อมวลชนมีพลังและมีอิสระ มีเสรีภาพในการทำงานรวมถึงกำหนดทิศทางของสังคมเป็นอย่างมาก เพื่อให้สื่อมวลชนสามารถทำหน้าที่ที่สำคัญที่สุด ตามความคาดหวังของแนวคิดนี้ ในการเชื่อมโยงระบบย่อยต่างๆ ในสังคมให้เกิดการรวมตัวกัน จึงได้มีการตั้งความคาดหวังต่อบทบาทหน้าที่พื้นฐานของสื่อมวลชน (Media Functions Basic) ไว้ 5 ประการด้วยกัน ดังนี้

#### 1.1 การทำหน้าที่รายงานและสอดส่องสังคม (Surveillance) ได้แก่

- หน้าที่ในการให้ข่าวสารเกี่ยวกับเหตุการณ์และเงื่อนไขในสังคม รวมถึงสถานการณ์ของโลก
- หน้าที่ในการบ่งชี้ถึงความสัมพันธ์ของอำนาจ
- หน้าที่เผยแพร่หรือส่งเสริมวัฒนธรรมรวมถึงการปรับปรุงคุณภาพชีวิตและการพัฒนา เพื่อความก้าวหน้า
- หน้าที่เป็นสุนัขเฝ้าบ้าน (Watch Dog)

## 1.2. การทำหน้าที่เชื่อมโยงตีความเหตุการณ์ต่าง ๆ ในสังคม (Correlation) ได้แก่

-การทำหน้าที่ให้คำอธิบาย แปลความหมาย รวมถึงการให้ข้อเสนอแนะและคำ  
วิจารณ์เกี่ยวกับความหมายของเหตุการณ์และข่าวสาร

-การทำหน้าที่ให้การสนับสนุนต่อองค์กรต่างๆ ในสังคมและปทัสถานที่มีอยู่  
เกี่ยวข้องกับสังคม

-การทำหน้าที่อบรมบ่มนิสัยทางสังคม

-การทำหน้าที่ประสานสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมต่าง ๆ ในสังคม

-การทำหน้าที่สร้างความสามัคคี และสร้างประชาชาติ

-การทำหน้าที่กำหนดระดับความสำคัญ และระบุสถานการณ์ที่แตกต่างกัน

## 1.3 การทำหน้าที่ถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรมให้แก่สังคม เป็นนักการศึกษาให้

การศึกษากับสังคม (Transmission) ได้แก่

-การทำหน้าที่นำเสนอวัฒนธรรมหลักที่มีอิทธิพลต่อสังคม และตระหนัก  
ยอมรับถึงวัฒนธรรมย่อยๆ ที่เกิดขึ้นในส่วนต่างๆ รวมถึงการพัฒนาวัฒนธรรมใหม่ๆ ในสังคม

-การทำหน้าที่ผดุงรักษาและส่งเสริมค่านิยมที่ดี ๆ ในสังคม

## 1.4 การทำหน้าที่ให้ความบันเทิงแก่สังคม (Entertainment) ได้แก่ การทำหน้าที่ให้

ความสนุกสนาน บันเทิง และเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ

-การทำหน้าที่ลดความตึงเครียดในสังคม

## 1.5 การทำหน้าที่ระดมพลังการเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในสังคม (Mobilization) ได้แก่

-การหน้าที่รณรงค์เพื่อวัตถุประสงค์ทางสังคม ภายในขอบเขตทางการเมือง  
สงคราม การพัฒนา เศรษฐกิจ การทำงาน และในบางครั้งเป็นเรื่องทางศาสนา

จะเห็นว่าสื่อมวลชนตามแนวคิดนี้ จะทำหน้าที่เป็น “พระเอกขี่ม้าขาว” ที่มา  
ช่วยแก้ไขปัญหาต่างๆ ทางสังคม นับตั้งแต่ปัญหาความลำสมัยทางการเมือง ความเจริญเติบโตทาง  
เศรษฐกิจ และเรื่อยไปจนถึงปัญหาสุขภาพเสพติด การจราจร การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และเอกลักษณ์ของชาติ  
 ฯลฯ สื่อมวลชนตามแนวคิดนี้ จึงมีภาพเป็นพระเอกซึ่งทำหน้าที่ในทางที่ดีที่เป็นคุณประโยชน์ และ  
สร้างสรรค์แก่สังคม

## 2. การทำหน้าที่เป็นผู้ให้ความหมาย

แนวคิดนี้อยู่ในกลุ่มของทฤษฎีวิพากษ์ (Critical Theory) มองว่า สิ่งต่างๆ ในโลกนี้ ไม่ได้มีความหมายอยู่โดยตัวของมันเอง แต่ถูกกำหนดให้มีความหมายขึ้น เช่น ความยาวหรือสั้น ไม่ได้มีความหมายโดยตัวของมันเอง จะมีความหมายก็ต่อเมื่อเรานำสิ่งนั้นไปเปรียบเทียบกับสิ่งอื่น ดังนั้นวัตถุอย่างหนึ่งอาจยาวก็ได้สั้นก็ได้ ขึ้นอยู่กับว่าเราเอามันไปเปรียบเทียบกับอะไร ความยาวหรือสั้นจึงไม่ได้มีความหมายอยู่โดยตัวของมันเอง

แนวคิดนี้มองสังคมว่าประกอบไปด้วยคนกลุ่มต่างๆ ชนชั้นต่างๆ ล้วนมีความขัดแย้ง (Conflict & Contradiction) เป็นด้านหลัก ดังนั้นคนแต่ละกลุ่มก็จะพยายามใช้กลไกทุกอย่างของสังคม รวมทั้งสื่อมวลชนเพื่อจัดการกับความขัดแย้งดังกล่าว เพื่อให้ผลลัพธ์สุดท้ายออกมาเป็นประโยชน์แก่กลุ่มหรือชนชั้นของตนเองให้มากที่สุด ดังนั้นการกำหนดความหมายให้กับสิ่งต่างๆ นั้น เป็นการกำหนดความหมายเพื่อให้ผู้กำหนดความหมายมีอำนาจ คนกลุ่มต่างๆ จึงพยายามแย่งชิงกันกำหนดความหมายของสิ่งต่างๆ ใครที่มีอำนาจมากกว่าจึงสามารถเป็นผู้กำหนดนิยามของสิ่งนั้นๆ เพื่อตนเองได้มากกว่า เช่น เหล้าเถื่อน ปาสมบรูณ์ ถูกกำหนดความหมายโดยผู้มีอำนาจทางการเมือง เหล้าไม่ได้มีความหมายในตัวของมันเองว่าจะเถื่อนหรือไม่ แต่ขึ้นอยู่กับกรกำหนดประเภทของเหล้าว่าเหล้าที่ชาวบ้านดื่มเองว่าเป็นของเถื่อน ทั้งนี้เพื่อให้ผู้กำหนดเป็นผู้มีอำนาจ ปาสมบรูณ์ก็เช่นกัน เป็นการแย่งชิงกันกำหนดความหมายว่าปาสมบรูณ์คืออะไร รัฐพยายามกำหนดความหมายของปาสมบรูณ์ว่าเป็นปาที่ไม่มีคน และปาเป็นของรัฐที่จะเข้าไปควบคุมดูแล แต่ชาวบ้านมองว่าปาสมบรูณ์คือปาที่เกือหนุนกันระหว่างคนกับปา และปาเป็นของผี ผีเป็นผู้ดูแลปา ดังนั้นจึงขึ้นอยู่กับว่าใครจะเป็นผู้มีอำนาจมากกว่าในการกำหนดความหมายให้กับสิ่งนั้น ๆ และหากใครที่ไม่สามารถต่อสู้ในการกำหนดความหมาย ก็จะตกขบวนไปเป็นคนชายขอบ

สำหรับสื่อมวลชน จะทำหน้าที่เป็นเครื่องมือในการกำหนดความหมาย เพื่อสนับสนุนผู้มีอำนาจในสังคม โดยที่สื่อเป็นตัวแทนของชนชั้นกลาง เป็นตัวแทนของผู้มีอำนาจในเมือง ดังนั้นการกำหนดความหมายของสื่อจึงเป็นการกำหนดความหมายที่สนับสนุนส่งเสริมความคิดแบบทุนนิยม ส่งเสริมผู้มีอำนาจในเมือง ส่งเสริมชนชั้นกลาง โดยตีคนกลุ่มน้อย หรือผู้ที่มีอำนาจน้อยกว่าในสังคมให้กลายเป็นคนชายขอบ เช่น พาดหัวข่าวว่า “จับมั้งค้ายาบ้า” เป็นการกำหนดความหมายให้มั้งไปเกี่ยวพันกับการค้ายาบ้า ทั้งที่ผู้ค้ายาบ้าที่เป็นมั้งมีไม่มากนักเมื่อเทียบกับคนที่ค้ายาบ้าในปัจจุบันจริงๆ แต่มั้งก็ถูกกำหนดความหมายให้เป็นคนค้ายาบ้า ตัวอย่างอื่น ๆ เช่น การทำแท้ง โสเภณี การประท้วงของชาวบ้าน คนอ้วน-ผอม ผิวขาว-ดำ การสอบเข้ามหาวิทยาลัยได้-ไม่ได้ สถานภาพของชาย-หญิง คุณค่าของผู้หญิง ฯลฯ สิ่งต่างๆ เหล่านี้ถูกกำหนดความหมายโดยผู้มีอำนาจ และสื่อเป็นเครื่องมือในการกำหนดความหมายนั้น

ดังนั้น แนวคิดนี้จึงมองว่า สื่อมวลชนเองไม่สามารถจะมีอิสระและเสรีภาพในการทำงานได้มากมายนัก ทั้งนี้เพราะสื่อต้องทำงานอยู่ภายใต้กรอบและแรงผลักดันจากกลุ่มพลังต่าง ๆ ในสังคม ด้วยเหตุนี้แนวคิดเรื่องพลังอำนาจของสื่อจึงเป็นเพียงภาพลวงตา สื่อมวลชนเป็นเพียงเครื่องมือให้กลุ่มผู้ปกครอง กลุ่มเจ้าของทุน หรือกลุ่มที่ได้เปรียบมีอภิสิทธิ์และมีอำนาจในสังคม นำเอาไปใช้จัดการกับคนกลุ่มอื่นๆ มากกว่า ภาพลักษณ์ของสื่อมวลชนจึงมักจะออกมาเป็น “ผู้ช่วยผู้ร้าย” หรือมีจะนั้นก็อาจจะกลายเป็น “ผู้ร้าย” ไปเสียเอง สื่อไม่ได้ผูกความเป็นธรรมในสังคม แต่สื่อเป็นเพียงเครื่องมืออย่างหนึ่งของการพยายามรักษาผลประโยชน์หรืออำนาจของคนกลุ่มต่างๆ ในสังคม แม้สื่อจะชอบใจหรือจงใจหรือไม่ก็ตาม แต่ก็ยังเป็นสถานะที่สื่อไม่สามารถเลี่ยงได้

### 3. การทำหน้าที่เป็นผู้ตอบสนองต่อสังคม

แนวคิดนี้ อยู่ในกลุ่มทฤษฎีที่มองผู้ใช้สื่อเป็นสำคัญ ได้แก่ ทฤษฎีการใช้และความพึงพอใจ (The Uses and Gratification Theory) แนวคิดนี้ให้ความสนใจเกี่ยวกับหน้าที่ของสื่อมวลชนในการให้บริการแก่ผู้ใช้สื่อ เพื่อสนองความพึงพอใจของมนุษย์ เป็นแนวคิดที่เชื่อว่าผู้รับสารเป็นผู้กำหนดว่า ตนต้องการอะไร สื่ออะไร และสาระอะไรจึงจะสนองความพึงพอใจของตนเองได้ เป็นการเน้นความสำคัญของผู้รับสาร ในฐานะเป็นผู้กระทำการสื่อสาร ผู้รับสารนั้นไม่ได้เป็นเพียงผู้รับเอาอิทธิพลจากสื่อมวลชนเท่านั้น หากแต่ผู้รับสารจะเลือกใช้สื่อและรับสารที่สามารถสนองความต้องการและความพึงพอใจของตน แนวคิดนี้ เป็นแนวคิดหนึ่งทางด้านการสื่อสารในแง่ผู้รับสาร คือ ตัวจักรในการตัดสินใจ โดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตนเป็นหลัก ซึ่งตั้งอยู่บนสมมติฐานเบื้องต้น ดังนี้

1. ผู้รับสารจะเป็นผู้กระทำการแสวงหาข่าวสารจากสื่อมวลชนเพื่อสนองความพึงพอใจ
2. ผู้รับสารจะเป็นผู้เลือกสื่อจากสื่อทั้งหมดที่มีอยู่
3. ผู้รับสารจะตระหนักว่าสื่อเหล่านั้นจะสนองความต้องการ ความสนใจ และมีความเกี่ยวข้องมากเพียงพอ
4. ผู้รับสารจะใช้สื่อใดๆ โดยไม่รวมถึงการตัดสินใจจากพฤติกรรมการบริโภคสื่อตามความเคยชิน

จากแนวคิดนี้ทำให้เห็นได้ว่า ผู้บริโภคจะเลือกรับสื่อตามความพึงพอใจของตน ดังนั้น สื่อจึงต้องมีการปรับตัวอยู่เสมอ เพื่อตอบสนองต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค ดังนั้นจะเห็นว่าตามแนวคิดนี้ สื่อไม่ได้เป็นทั้งพระเอกขี่ม้าขาว และไม่ได้เป็นทั้งผู้ช่วยผู้ร้ายหรือผู้ร้าย เพราะสื่อไม่ได้มีอิทธิพลเหนือผู้รับสาร แต่ผู้รับสารต่างหากที่เป็นผู้กำหนดวาระให้กับสื่อ ดังนั้นบทบาทหน้าที่ที่แท้จริงของสื่อก็คือการเป็นผู้ตอบสนองต่อสังคมนั่นเอง

## แนวคิดเกี่ยวกับการมองอนาคต

วิกิพีเดีย (สารานุกรม : 2549) กล่าวว่า การมองอนาคต (foresight) เป็นกระบวนการที่ดำเนินการอย่างเป็นระบบ ในการมองไปในอนาคตของวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี เศรษฐกิจ และสังคม เพื่อส่งเสริมให้เอื้อประโยชน์สูงสุดแก่ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม การมองอนาคตไม่ใช่การทำนาย (Forecast) ที่สันนิษฐานอนาคตเพียงรูปแบบเดียว หลักสำคัญของการมองอนาคต คือ การดำเนินการที่เป็นระบบ มีขั้นตอนชัดเจน และมีส่วนร่วมจากผู้ที่มีส่วนร่วมเป็นเจ้าของ (Stakeholders) เพื่อให้เข้าใจถึงแรงผลักดันต่างๆ ทั้งที่เห็นชัดและที่ยังไม่เห็นชัด ซึ่งจะกำหนดรูปแบบของอนาคต และทำให้เห็นเส้นทางที่จะต้องกระทำในวันนี้เพื่ออนาคตที่ดีขึ้น

มีผู้ให้คำนิยาม “การมองอนาคต” (foresight) ไว้มากมายแต่คำนิยามหนึ่งที่เหมาะสมที่สุดคือ “การมองอนาคตเป็นความพยายามอย่างเป็นระบบที่จะคาดการณ์วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม ในระยะยาว เพื่อบ่งชี้เทคโนโลยีพื้นฐานใหม่ๆ และขอบเขตของการวิจัยเชิงยุทธศาสตร์ที่จะเอื้อประโยชน์สูงสุดแก่เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อมและสังคม”

### คำจำกัดความดังกล่าวมีความหมายหลายนัย คือ

- 1) ความพยายามในการมองไปข้างหน้าอย่างเป็นระบบ จึงจะถือเป็น “การมองอนาคต”
- 2) ต้องเป็นการมองไปข้างหน้าระยะยาวประมาณ 10 ปี หรืออาจเป็น 5-30 ปี
- 3) “การมองอนาคต” เป็นเรื่องของกระบวนการ ไม่ใช่วิธีการ และต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของการปรึกษาหารือและร่วมมือกันระหว่าง แวดวงนักวิทยาศาสตร์ ผู้ใช้งานวิจัยและผู้วางนโยบาย
- 4) เป้าหมายหนึ่งของการ “การมองอนาคต” คือ การบ่งชี้เทคโนโลยีพื้นฐานใหม่ ๆ ที่จะเอื้อประโยชน์ต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมในวงกว้าง เทคโนโลยีดังกล่าวนั้นยังอยู่ในขั้นตอนการพัฒนา และต้องได้รับการคัดเลือกเพื่อสนับสนุนด้านงบประมาณอย่างเพียงพอจึงจะสามารถพัฒนาได้อย่างรวดเร็ว
- 5) อีกเป้าหมายหนึ่ง คือ การเน้นการวิจัยเชิงกลยุทธ์ นั่นก็คือ การวิจัยเบื้องต้น ซึ่งคาดว่าจะก่อให้เกิดความร่วมมือในเชิงกว้างที่อาจเป็นพื้นฐานในการแก้ไขปัญหาในเชิงปฏิบัติที่เกิดขึ้นจริงในปัจจุบันหรืออนาคต
- 6) ต้องให้ความสำคัญกับประโยชน์ (และโทษ) ทางสังคมที่อาจเกิดขึ้นจากเทคโนโลยีใหม่ๆ ไม่เฉพาะแค่ผลกระทบทางอุตสาหกรรมและเศรษฐกิจ จำเป็นที่จะต้องเน้นว่า “การมองอนาคต” ไม่ใช่การทำนายเทคโนโลยีที่สันนิษฐานว่าอนาคตมีแค่รูปแบบเดียว และพยายามคาดการณ์ให้ใกล้เคียงที่สุดเท่าที่เป็นไปได้ว่าอนาคตนั้นจะเป็นอย่างไรในทางตรงกันข้าม “การมองอนาคต” ไม่ใช่สิ่งที่คาดการณ์รายละเอียดและกำหนดเวลาของการพัฒนาการอย่างหนึ่งอย่างใด แต่สนใจที่จะร่างอนาคตที่อาจ

เป็นไปได้ในหลายรูปแบบจากหลายชุดสมมติฐานเกี่ยวกับทิศทาง แนวโน้ม และ โอกาสใหม่ๆ ที่น่าจะเกิดขึ้น แต่อนาคตแบบใดที่จะเกิดขึ้นจริงขึ้นอยู่กับทางเลือกในปัจจุบัน “การมองอนาคต” จึงนับเป็นการให้โอกาสในการออกแบบอนาคตผ่านการตัดสินใจอย่างชาญฉลาด

**ผลลัพธ์ของการมองอนาคต :** สิ่งสำคัญในการออกแบบกระบวนการ “การมองอนาคต” คือ การกำหนดจุดมุ่งหมาย ซึ่งเป็นตัวกำหนดลักษณะความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจจุดมุ่งหมายที่เป็นไปได้มี 6 ข้อ มีดังนี้ :

- 1) การกำหนดทิศทาง (Direction Setting)
- 2) การจัดลำดับความสำคัญ (Determining priorities)
- 3) ความสามารถในการคาดการณ์อนาคต (Anticipatory intelligence)
- 4) การสร้างความเป็นเอกฉันท์ (Consensus generation)
- 5) การสนับสนุนการตัดสินใจ (Advocacy)
- 6) การสื่อสารและการศึกษา (Communication and education)

### แนวคิดในการมองภาพอนาคตอื่นๆ

นอกจากเทคนิควิธีการมองภาพอนาคตที่ได้กล่าวไว้แล้วข้างต้น ผู้ศึกษาได้ศึกษาค้นคว้าแนวคิดเกี่ยวกับการมองภาพอนาคต จากนักคิด นักเขียน นักวิชาการท่านอื่น ๆ ซึ่งสามารถรวบรวมไว้ได้ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

#### 1. แนวความคิดในการมองภาพอนาคตของ กิตติวัฒน์ อุชุปาละนันท์

กิตติวัฒน์ อุชุปาละนันท์ (2547) กล่าวในการประชุมเชิงปฏิบัติการ ครั้งที่ 1 เพื่อการเขียนภาพอนาคตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ปี 2566 เมื่อวันที่ 9 ตุลาคม 2547 ณ สวนสามพราน จังหวัดนครปฐม เรื่อง “การเขียนภาพอนาคต (Scenario writing)” มีรายละเอียดเกี่ยวกับการเขียนภาพอนาคต ดังนี้

**ขั้นตอนการพัฒนาภาพอนาคต** ที่สำคัญประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญ 6 ขั้นตอน คือ

1. ระบุปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง (drivers of changes)
2. ระบุแนวโน้ม (Trend)
3. ระบุความไม่แน่นอน (Uncertainties)
4. กำหนดเค้าโครงของภาพอนาคตแต่ละภาพ (Scenario logics)
5. เขียนภาพอนาคตที่เป็นจริงได้ (Scenarios)
6. การพัฒนาวิสัยทัศน์ร่วมกัน

### ความหมายของภาพอนาคต

**ภาพอนาคต** คือ เรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับอนาคตที่เกิดขึ้นจากทางเลือกของการกระทำในปัจจุบัน โดยผูกเรื่องจากความจริงผสมกับจินตนาการเพื่อให้เกิดความคิดใหม่ ๆ โดยมีเค้าโครงเรื่องมาจากแนวโน้มที่สำคัญ โดยมีความไม่แน่นอนเป็นตัวพลิกผันเหตุการณ์

ดังนั้น การเขียนภาพอนาคต หมายถึง การจินตนาการไปในอนาคต และคิดถึงความเป็นไปได้ จากนั้นต้องวางแผนย้อนกลับ จากอนาคตสู่ปัจจุบันด้วย โดยการใช้พลังความคิดสร้างสรรค์ มีปฏิสัมพันธ์สร้างความเข้าใจร่วมกันได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับผู้มีส่วนร่วมเป็นเจ้าของ หรือร่วมในกระบวนการนั้น ๆ (นวพรรษ ดวงพุฒิ, 2549)

**ลักษณะของภาพอนาคตที่ดี** ภาพอนาคตที่ดี จะต้องมียุทธศาสตร์ดังนี้

1. เป็นภาพอนาคต ที่มีโอกาสเป็นความจริงได้
2. เรื่องราวในภาพไม่ขัดแย้งกัน
3. เกี่ยวข้องกับประเด็นที่กำลังสนใจศึกษาอยู่
4. มีเหตุการณ์หรือองค์ประกอบที่ทำให้เกิดความประหลาดใจแบบคิดไม่ถึง

### ประโยชน์ของภาพอนาคต

1. ลดสิ่งขวางกั้นการคิดอย่างสร้างสรรค์เกี่ยวกับอนาคต
2. ได้เรื่องราวชุดหนึ่งเป็นพื้นฐานข้อมูลในการตัดสินใจเพื่อวางกลยุทธ์ที่เหมาะสม สามารถรับมือสถานการณ์ในเรื่องต่างๆ ได้หากเกิดขึ้นจริง
3. เพื่อใช้ตรวจสอบโครงการหรือการตัดสินใจที่ได้กระทำลงไปแล้ว
4. เพื่อหาโอกาสในการสร้างอนาคต เพื่อก้าวกระโดดสู่ความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

### กำหนดเค้าโครงของภาพอนาคตแต่ละภาพ (Scenarios logics)

1. กำหนด Plot ของเรื่องสั้นของภาพอนาคตที่จะเขียนขึ้น
2. แต่ละกลุ่มจะได้ Scenario logics ที่แตกต่างกัน เพื่อให้ได้ภาพอนาคตที่มีโครง

เรื่องแตกต่างกัน

## 2. แนวความคิดในการมองภาพอนาคตของ ชาตรี ศรีไพพรรณ

ชาตรี ศรีไพพรรณ (2547) กล่าวว่า ภาพอนาคต (Foresight) คือ กระบวนการที่ดำเนินอย่างเป็นระบบในการมองไปในอนาคตของวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี เศรษฐกิจ สังคม และปฏิสัมพันธ์ที่มีต่อกันเพื่อใช้ประโยชน์ในการวางแผนที่คำนึงถึงปัจจัยรอบด้าน ทั้งสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม

ความหมายของภาพอนาคต คือ

-เรื่องราวเกี่ยวกับอนาคตที่เป็นจริงได้ หากมีเหตุปัจจัยเพียงพอ

-ภาพอนาคตมิใช่เฉพาะภาพที่น่าจะเป็น (Likely) หรือควรจะเป็น (Desirable) แต่เป็นภาพที่เป็นจริงได้ (Plausible)

-ภาพอนาคต (Scenarios) มิใช่การทำนายอนาคต (Forecasting) โดยอาศัยแนวโน้มจากอดีต

สาเหตุที่ต้องมองภาพอนาคต เพราะ

1. อนาคตเป็นสิ่งไม่แน่นอนที่ไม่มีใครทำนายได้
2. เพื่อคาดการณ์การเปลี่ยนแปลง และวางทิศทางอนาคตที่พึงปรารถนา
3. ปัญหาที่ซับซ้อนและไม่ชัดเจน ทำให้ไม่มีคำตอบที่ถูกต้องเพียงคำตอบเดียว
4. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลายฝ่ายอาจมีผลประโยชน์ขัดแย้งกัน
5. ต้องการวิธีการที่แหวกแนวในการแก้ปัญหาเดิม

ประโยชน์ของการมองภาพอนาคต คือ

1. ใช้ “การเปลี่ยนแปลง” ให้เป็น “โอกาส” ในการสร้างอนาคต
2. จัดลำดับความสำคัญของงาน และทรัพยากรที่ต้องใช้
3. บูรณาการวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเข้ากับความต้องการด้านเศรษฐกิจ สังคม

และสิ่งแวดล้อม

ระดับของการมองอนาคต

- |                    |                       |
|--------------------|-----------------------|
| 1. ระดับนานาชาติ   | 2. ระดับชาติ          |
| 3. ระดับอุตสาหกรรม | 4. ระดับบริษัท/สถาบัน |

### เทคนิคการมองอนาคต

การมองอนาคตใช้การปรึกษาหารือกันอย่างเป็นระบบเทคนิคที่ใช้กันมาก คือ

1. การวาดภาพอนาคต (Scenario writing)
2. การสำรวจแบบเดลฟาย (Delphi surveys)
3. การจัดทำแผนที่นำทาง (Technology Road mapping)
4. การปรึกษาหารือ (Consultation)
5. etc.

### ส่วนประกอบของภาพอนาคต (Foresight) ที่สำคัญคือ

1. โครงสร้างเพื่อรองรับความคิดจากอนาคตสู่ปัจจุบัน (back casting)
2. ภาพอนาคตที่หลากหลายแทนที่ภาพอนาคตภาพเดียว
3. การปรึกษาหารือระหว่างผู้มีส่วนได้เสีย (stakeholders) ให้ความสำคัญต่อความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) ไม่น้อยกว่าการวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ (Systematic)

### ภาพอนาคตที่ดี

1. เป็นภาพที่เป็นจริงได้
2. เรื่องราวในภาพอนาคตต้องไม่ขัดแย้งกัน
3. เกี่ยวข้องกับประเด็นที่สนใจอยู่
4. มีองค์ประกอบที่น่าแปลกใจอยู่บ้าง แต่ไม่จำเป็นต้องเป็นเรื่องแปลกใหม่

ทั้งหมด

### หลักในการมองภาพอนาคตเพื่อการวางแผน

1. วิเคราะห์ปัจจัยการเปลี่ยนแปลง (Key variables) ด้านสังคม เทคโนโลยี เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม การเมือง (Step) อันประกอบด้วยแนวโน้มและความไม่แน่นอน
2. วิเคราะห์ปัจจัยความไม่แน่นอนที่มีความสำคัญสูง
3. สร้างภาพอนาคตจำนวนหนึ่ง จากปัจจัยความไม่แน่นอนที่มีความสำคัญสูง
4. วางกลยุทธ์เพื่อรองรับอนาคตที่ไม่แน่นอน

## เทคนิคการวิจัยอนาคต

### 1. ความหมายของการวิจัยอนาคต (Future Research)

อนาคตศาสตร์ (Futurism) เป็นศัพท์บัญญัติศาสตร์สาขาใหม่ ซึ่งกำลังเป็นที่สนใจของนักวิทยาศาสตร์ในปัจจุบัน แต่ปรัชญาและมโนทัศน์เกี่ยวกับอนาคตศาสตร์มีมานานแล้ว วิทยาการแขนงนี้มุ่งศึกษาและวิเคราะห์อนาคตด้วยเทคนิควิธีการทางวิทยาศาสตร์เพื่อให้มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับอนาคตได้ดียิ่งขึ้น อันจะนำไปสู่การควบคุมและผลักดันในอนาคตให้เป็นไปทางที่มนุษย์ต้องการได้ เป้าหมายที่สำคัญของอนาคตศาสตร์มี 3 ประการ คือ

- 1.1 สร้างภาพอนาคตที่จะเป็นและที่ควรจะเป็น
- 1.2 แสวงหาทางเลือกที่จะดำเนินการในอนาคต
- 1.3 กระตุ้นให้ตระหนักถึงภัยอันตรายที่เกิดขึ้นในอนาคตและหาแนวทางการแก้ไข

ต่อไป

สำหรับการวิจัยอนาคตนั้นเป็นเทคนิคการวิจัยแบบใหม่ซึ่งเป็นระเบียบวิธีการค้นคว้าหาความรู้เกี่ยวกับอนาคตด้วยวิธีการทางวิทยาศาสตร์ (Scientific approach) ความรู้ของอนาคตศาสตร์ประกอบด้วยภารกิจและงานของมนุษย์ในทุกด้าน เช่น ทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การศึกษา เป็นต้น (กฤษฎา กรุดทอง, 2530 : 12-13)

### 2. วัตถุประสงค์การวิจัยอนาคต วัตถุประสงค์สำคัญของการวิจัยอนาคต คือ

2.1 ต้องการเปลี่ยนความคิดที่ว่า “ทุกคนกำลังเดินไปสู่อนาคตที่ควบคุมไม่ได้” ซึ่งแท้ที่จริงแล้วการเดินไปสู่อนาคตมีหลายหนทางให้เลือกได้ สามารถหลบหลีกอนาคตที่ไม่พึงประสงค์ได้ และ

2.2 ต้องการจะขยายแนวความคิดของการพยากรณ์แบบง่าย ๆ ไปสู่การอธิบายผลของกิจกรรมอันหลากหลายที่จะเกิดขึ้น เพื่อเป็นช่องทางที่จะทำให้สามารถกำหนดนโยบายที่มีประสิทธิภาพ จนเป็นผลทำให้สามารถวางเงื่อนไขเพื่อให้เกิดอนาคตที่พึงประสงค์ได้

(ดิลล บัญเรื่องรอด, 2530 : 20)

### 3. วิธีการในการวิจัยอนาคต

วิธีการทำนายภาพอนาคตในแต่ละเทคนิคจะมีวิธีการที่คล้ายคลึงกัน แต่จะแตกต่างกันตรงที่มีความสลับซับซ้อนและความเป็นระบบระเบียบเท่านั้น วิธีการหลักๆ ในการวิจัยอนาคตพอประมวลได้ 3 วิธี คือ

**3.1 การคาดการณ์แนวโน้ม (Trend Projection)** เป็นการคาดการณ์แนวโน้มด้านปริมาณ เช่น การคำนวณสมการเส้นตรง ทำนายแนวโน้มจำนวนนักศึกษา เป็นต้น

**3.2 การเขียนภาพอนาคต (Scenario Writing)** เป็นการสำรวจความเป็นไปได้ของอนาคตจากจินตนาการว่า จะมีอะไรเกิดขึ้น จะมีอะไรดี จะมีอะไรเสีย จะมีผลกระทบอะไร เกิดขึ้นกับใครและหน่วยงานใด เป็นต้น ดังนั้น การเขียนภาพอนาคต จึงหมายถึง ความพยายามในการจินตนาการความเป็นไปได้ในอนาคตบนพื้นฐานของข้อมูลที่มีอยู่จริง และประโยชน์ของภาพอนาคตช่วยให้เข้าใจว่าอะไรเกิดขึ้นในลักษณะของผลจากการตัดสินใจที่เกิดขึ้นนั้น ๆ และ

**3.3 การปรึกษาผู้อื่น (Consulting Others)** การปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิจะช่วยทำให้เกิดภาพที่มีความเข้าใจและสามารถตัดสินใจดีขึ้น ดังนั้น จึงได้มีการพัฒนาวิธีการวิจัยอนาคตหลายวิธีที่ใช้การประมวลผลความรู้จากผู้เชี่ยวชาญ หรือผู้ทรงคุณวุฒิให้ได้ข้อสรุปมติของ ผู้เชี่ยวชาญ หรือผู้ทรงคุณวุฒิ การสร้างภาพอนาคต สร้างได้ใน 2 ลักษณะ คือ รูปแบบ (Model) และการจำลอง (Simulation) ทั้งสองลักษณะเป็นการจำลองเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเพื่อช่วยให้เกิดความเข้าใจได้ดีขึ้น (ฟ้ามูย เรื่องเลิศบุญ, 2539 : 4)

**3.4 พัฒนาการของการวิจัยอนาคต** กฤษดา กรุดทอง (2530 : 13-14) ได้กล่าวถึงพัฒนาการของการวิจัยอนาคตไว้ว่า เริ่มมีมาตั้งแต่ปี ค.ศ.1907 โดย ดี. ซี. กิลฟิลแลม(D.C. Gliffillam) ได้เสนอวิธีการศึกษาอนาคตขึ้นเป็นบุคคลแรก และต่อมาในปี ค.ศ.1930 รัฐบาลอเมริกา ได้สนับสนุนการวิจัยด้านนี้ จนกระทั่งในปี ค.ศ.1944 โอ เค เฟลชเทิม (O.K.Flechtheim) ได้เริ่มใช้คำว่า “ฟิวเจอโรโลยี (Futurology)” ขึ้นมาใช้เรียกวิทยาการที่พัฒนาขึ้น ทำให้การวิจัยอนาคตพัฒนาไปได้ระดับหนึ่ง แต่ยังไม่มีการที่เป็นวิทยาศาสตร์แต่อย่างใด

ในราวทศวรรษ 1960 การวิจัยอนาคตเริ่มมีรูปแบบวิธีการที่ชัดเจนมากขึ้น วิธีการวิจัยอนาคตได้ถูกนำไปใช้ประโยชน์เพื่อกำหนดนโยบายและวางแผน ถือได้ว่าเป็นเทคนิคหนึ่งของการวางแผน ผนวกเข้ากับการวิจัยนโยบาย (Policy Research) ซึ่งได้รับการพัฒนาพร้อมกันในระยะเวลาดังกล่าว ในสหรัฐอเมริกาบริษัท แรนด์ โคออร์ปอเรชัน (Rand Cooperation) ได้วางพื้นฐานการวิจัยด้านนี้อย่างมั่นคงร่วมกับ เอสซีดี (SCD : System Development Cooperation) และสถาบันฮัดสัน (Hudson Institute) เพื่อดำเนินการวิจัยอนาคตแก่กองทัพอากาศสหรัฐ ในปี ค.ศ.1960 นิโคลัสเรสเซอร์ (Nicholas Rescher) และ โอลาฟ เฮลเมอร์ (Olaf Helmer) ได้พัฒนาเทคนิคเดลฟาย (Delphi Technique) มาใช้ศึกษาอนาคต

ต่อมาในปี ค.ศ.1964 โอลาฟ เฮลเมอร์ (Olaf Helmer) และเจมส์ กอร์ดอน (Jame Gordon) ในนามบริษัท แรนด์ ได้ทำการวิจัย Long-Range Forecasting Study เพื่อทำนายเหตุการณ์ทางวิทยาศาสตร์ 103 โครงการ เช่น การลงดวงจันทร์ การเปลี่ยนหัวใจมนุษย์ การติดต่อทางจิต การวิศวกรรมพันธุ เป็นต้น ในทศวรรษนี้ถือว่า การวิจัยอนาคตได้รับการยอมรับเป็นที่เชื่อถือกันทั่วไป

วงการธุรกิจและอุตสาหกรรมได้นำไปใช้ในการวางแผนกำหนดนโยบายเพื่อการดำเนินงานธุรกิจอุตสาหกรรม เช่น เวลคิงเฮาส์ (Westinghouse) , เบลล์ เทเลโฟน (Bell Telephone), เจเนอรัลอิเล็กทริก (General Electric) เป็นต้น โอลาฟ เฮลเมอร์ นักอนาคตวิทยาคนสำคัญ ได้กล่าวว่า การวิจัยอนาคตได้กลายเป็นเครื่องมือที่สำคัญของนักกำหนดนโยบายและวางแผนไปแล้ว

หลังจากปี ค.ศ.1967 เป็นต้น การวิจัยอนาคตได้แพร่หลายเข้าไปในยุโรป เช่น ฝรั่งเศส เยอรมัน และอิตาลี ในปารีส เบอรัตรัง เดอ ของเวเนล (Bertrand de Jonvenel) ได้จัดตั้ง สโมสรแห่งโรมัน (Club of Rome) ผลงานสำคัญของคณะนักวิจัยอนาคตกลุ่มนี้ คือ ในปี ค.ศ.1972 ได้เสนอ “ขีดจำกัดความเจริญ” (The Limit of Growth) ซึ่งสร้างภาพอนาคตในปี ค.ศ.2000 ด้วยการฉายภาพการเปลี่ยนแปลงทางด้านประชากรทรัพยากร การผลิตอาหารและมลภาวะ และในปี ค.ศ.1974 ได้เสนอ “มนุษยชาติ ณ จุดหันเห” (Mankind at The Turning Point) กล่าวถึงทางเลือก และการแก้ไขปัญหาจากความเจริญของมนุษยชาติ

ในช่วงระยะเวลา 10 ปีนี้ (ค.ศ.1960-1969) การวิจัยอนาคตได้พัฒนาก้าวหน้ามาก มีระเบียบวิธีการ (Methodology) เฉพาะของตนเอง นับตั้งแต่นั้นมาการวิจัยอนาคตได้เข้าไปมีบทบาทอย่างสำคัญต่อการตัดสินใจ กำหนดนโยบาย และวางแผนขององค์การธุรกิจต่างๆ การวิจัยด้านนี้เป็นที่สนใจกันอย่างแพร่หลายทั้งกับหน่วยงานราชการ บริษัท และบุคคล ในทางการศึกษามีองค์กรหลายแห่งได้สนใจนำเอาการวิจัยอนาคตใช้กำหนดนโยบายและวางแผนการศึกษา เช่น Rand Cooperation, Institute of Social Science Research, The Institute for Future of Middletown, The Future Group of Glastonbury และ Educational Policy Research Centre เป็นต้น พร้อมกันนี้ได้จัดตั้งโครงการวิจัยอนาคตขึ้นหลายโครงการ เช่น The Futurist Curriculum Project, The Program for The Study of The Future in Education, The Study Commission on Undergraduate Education and The Education of Teachers.

**3.5 รูปแบบการวิจัยอนาคต** การวิจัยอนาคตได้มีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงมาแบ่งออกได้เป็น 3 ขั้นตอน คือ (กฤษดา กรุดทอง, 2530 : 15-16)

**ระยะที่ 1 Phase-I Classical Linear Projection (1960 – 1970)** ในช่วง 10 ปีแรก การวิจัยอนาคตใช้วิธีการฉายภาพแบบการพยากรณ์เชิงเส้นตรง วิธีการนี้ใช้ได้ดีกับการพยากรณ์บางอย่างที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบอื่น ๆ น้อยตัว การวิจัยอนาคตสามารถพยากรณ์ได้โดยใช้ข้อมูลเดิมในระยะเวลาที่ผ่านมา เช่น จากจำนวนนักเรียนในระยะ 4-5 ปีที่ผ่านมาที่กำลังเพิ่มขึ้น หรือสามารถพยากรณ์ได้จากตัวชี้บางตัว เช่น อัตราการเกิด เป็นต้น

**ระยะที่ 2 Phase-II Multiple Alternative Future (1965-1967)** ในช่วงระยะเวลา 2 ปี รูปแบบการวิจัยอนาคตแบบใหม่ได้รับการพัฒนาขึ้นมาใช้ควบคู่กันไปกับวิธีการแบบเดิมซึ่งมีข้อมูลจำกัดอยู่มาก การวิจัยอนาคตแบบที่พัฒนาขึ้นมาใหม่นี้มีหลักสำคัญ คือ อนาคตที่อาจเป็นไปได้นั้นมี

หลายแนวทาง การวิจัยอนาคตพยายามใช้ข้อมูลที่มีการสร้างทางเลือกที่เป็นไปได้มากที่สุด และทางเลือกที่ดีที่สุด ภายใต้ทรัพยากร เวลา งบประมาณที่มีเพื่อนำไปปฏิบัติต่อไป

**ระยะที่ 3 Phase-III Cross- Impact Future (1972 เป็นต้นมา)** ในช่วงระยะเวลา 10 ปี การวิจัยอนาคตได้ขยายแนวความคิดออกไปศึกษาผลกระทบของความรู้เกี่ยวกับอนาคตจากวิทยาการทุกแขนง การนำผลกระทบจากทุกองค์ประกอบมาพิจารณาร่วมกัน จะช่วยให้การสร้างภาพอนาคตมีความสมบูรณ์มากขึ้น

## เทคนิคเดลฟาย (Delphi technique)

### 1. ความเป็นมาและความหมายของเทคนิคเดลฟาย

เทคนิคการวิจัยแบบเดลฟาย เป็นเทคนิคที่ได้รับการยอมรับในหมู่นักวิชาการทางการศึกษาอย่างมากในปัจจุบัน ถูกค้นพบและพัฒนาโดย โอลาฟ เฮลเมอร์ (Olaf Helmer) และ นอร์แมน ดาลกี (Norman Dalkey) นักวิจัยของ บริษัท แรนด์ (Rand Cooperation) เมื่อต้นปี ค.ศ.1960 เพื่อใช้ในการถามและเก็บความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการพยากรณ์ทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

อเล็กซ์ เจ ดูคานิส (Alex J. Ducanis, 1970, อ้างถึงใน นัยนา นุรารักษ์, 2539 : 42) ได้ให้ความหมายของเทคนิคเดลฟายว่า เป็นการทำนายเกี่ยวกับเรื่องราวต่าง ๆ ที่จะเป็นไปได้ในอนาคต เทคนิคนี้ มุ่งที่จะลดผลกระทบหรืออิทธิพลของบุคคลอื่นๆ ในกรณีที่ต้องมีการเผชิญหน้ากัน ในขณะเดียวกันก็เป็นการลดผลกระทบทางด้านความคิดระหว่างผู้เชี่ยวชาญด้วยกัน หรืออาจกล่าวได้อีกอย่างหนึ่งว่า เทคนิคเดลฟาย เป็นวิธีการรวบรวมคำตอบที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันเกี่ยวกับเรื่องที่เราต้องการจะศึกษาในขณะที่ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่ไม่ได้เกี่ยวข้องจะถูกจำกัดลงด้วย

อัลเฟรด รัสป์ จูเนียร์ (Alfred Rasp Jr., 1973 : 29 , อ้างถึงใน ประยูร ศรีประสาธน์, 2523 : 49) ได้ให้ความหมายของเทคนิคเดลฟายว่า เป็นเทคนิคของการรวบรวมการพิจารณาการตัดสินใจที่มุ่งเพื่อเอาชนะจุดอ่อนของการตัดสินใจแต่เดิม ที่จำเป็นต้องขึ้นอยู่กับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญคนใดคนหนึ่ง โดยเฉพาะหรือความคิดเห็นของกลุ่มหรือมติของที่ประชุม

โอลาฟ เฮลเมอร์ และนิโคลัส เรสเซอร์ (Olaf Helmer and Nicholus Rescher อ้างใน ประยูร ศรีประสาธน์, 2523 : 50) ให้คำนิยามของเทคนิคเดลฟายว่า เป็นโครงการจัดทำอย่างละเอียดรอบคอบในการที่จะสอบถามบุคคล ด้วยแบบสอบถามในเรื่องต่างๆ เพื่อที่จะให้ได้ข้อมูลและความคิดเห็นกลับมา สำหรับจุดมุ่งหมายของเทคนิคเดลฟายนั้น มุ่งที่จะรวบรวมการพิจารณาการตัดสินใจและสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในเรื่องเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในอนาคต ในส่วนที่เกี่ยวกับเวลา ปริมาณ และ/หรือ สภาพการณ์ที่ต้องการจะให้เป็น

ทอร์ตัน และคณะ (Thornton and Others, 1975 , อ้างถึงใน นัยนา นุรารักษ์, 2539 : 42) ได้ให้ความหมายของเทคนิคเดลฟายว่า เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการแก้ปัญหาและตัดสินใจในสถานการณ์ต่างๆ เป็นวิธีการที่จะเป็นการซักถามและได้รับความคิดเห็นที่สอดคล้องกันของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

ประยูร ศรีประสาธน์ (2523 : 51) กล่าวถึงความหมายของเทคนิคเดลฟายไว้ว่า เป็นกระบวนการที่จะเสาะหาความคิดเห็นที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน กลุ่มคนเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในอนาคตในเรื่องที่เกี่ยวกับเวลา ปริมาณ และ/หรือ สภาพการณ์ที่ต้องการจะให้เป็นที่นี้โดยใช้วิธีการเสาะหาความคิดเห็นโดยการ**ใช้แบบสอบถามแทนการเรียกประชุม**

สุวรรณา เชื้อรัตนพงศ์ (2523 : 24) ได้ให้ความหมายของเทคนิคเดลฟายว่า เป็นกระบวนการที่รวบรวมความคิดเห็นหรือการตัดสินใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งเกี่ยวกับอนาคตจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้ได้ข้อมูลสอดคล้องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และมีความถูกต้องน่าเชื่อถือมากที่สุด โดยที่ผู้ทำการวิจัยไม่ต้องนัดสมาชิกในกลุ่มผู้เชี่ยวชาญให้มาประชุมพบปะกัน แต่ขอร้องให้สมาชิกแต่ละคนแสดงความคิดเห็นตัดสินใจปัญหาในรูปแบบของการตอบแบบสอบถาม

ดิลก บุญเรืองรอด (2530 : 23) ได้ให้ความหมายของเทคนิคเดลฟายว่า เป็นวิธีการนำความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมาใช้ประโยชน์อย่างมีระบบแบบแผน หรือเป็นการจัดการตัดสินใจของกลุ่ม เป็นเทคนิคของการรวบรวมข้อมูลที่เอาชนะจุดอ่อนของการตัดสินใจของผู้เชี่ยวชาญคนใดคนหนึ่งหรือความคิดเห็นของกลุ่มที่มาประชุมกัน

ประเทือง เพ็ชรรัตน์ (2530 : 38) ให้ความหมายของเทคนิคเดลฟายว่า เป็นกระบวนการหนึ่งของการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เป็นความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ เกี่ยวกับเรื่องราวในอนาคตที่กระจัดกระจายให้สอดคล้องกันอย่างมีระบบ ซึ่งจะนำไปใช้ในการตัดสินใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

ชนิดา รัชพลเมือง (2535 : 59) ได้กล่าวถึง ความหมายของเทคนิคเดลฟายว่า เป็นเทคนิคในการทำนายเหตุการณ์ หรือความเป็นไปได้ในอนาคต โดยอาศัยฉันทามติ หรือ Consensus ของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อสรุปที่เป็นแนวคิดหรือเป็นการทำนายเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นหรือความเป็นไปได้ในอนาคต ข้อสรุปจากฉันทามติของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จะสามารถนำมาใช้ประกอบการตัดสินใจด้านต่างๆ ได้ ทั้งในเชิงวิชาการและบริการ

ความหมายที่กล่าวมาข้างต้น พอสรุปได้ว่า เทคนิคเดลฟาย เป็นกระบวนการหนึ่งของการเก็บรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในอนาคตในเรื่องที่เกี่ยวกับ เวลา ปริมาณ และ/หรือ สภาพการณ์ที่ต้องการจะให้เป็นที่นี้ จากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่กระจัดกระจายกันให้สอดคล้องกันอย่างมีระบบ โดยใช้วิธีการเสาะหาความคิดเห็นจากการตอบแบบสอบถามของผู้เชี่ยวชาญแทนการเรียกประชุม

## 2. ลักษณะทั่วไปของเทคนิคเดลฟาย

ลักษณะทั่วไปของเทคนิคเดลฟาย ผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนที่ร่วมการวิจัยจะไม่ทราบว่าใครบ้างจะมีส่วนออกความเห็น นับเป็นการขจัดอิทธิพลของแต่ละคนที่จะส่งผลต่อความคิดเห็นของคนอื่น สื่อของการแสดงความคิดเห็นจึงมักจะอยู่ในรูปแบบสอบถามหรือสิ่งอื่นที่ไม่ต้องให้ผู้เชี่ยวชาญมาพบกัน แต่จะต้องสอบถามหลายรอบ แต่ละรอบที่ถามไปจะต้องมีการสรุปความคิดเห็นของกลุ่มในรอบที่ผ่านไปให้ทราบด้วยนับเป็นการระดมความคิดเห็นด้วยข้อมูลทางสถิติของกลุ่มที่ดี (ดิลิก บุญเรือง รอด, 2530 : 23) นอกจากนี้ จากคำนิยามของเทคนิคเดลฟายที่ได้กล่าวมาข้างต้น ยังแสดงให้เห็นคุณลักษณะของเทคนิคเดลฟาย ได้ดังนี้ (ประยูร ศรีประสาธน์, 2523 : 51)

2.1 เทคนิคนี้มุ่งแสวงหาความคิดเห็นของกลุ่มคน ด้วยการตอบแบบสอบถาม ดังนั้น ผู้เข้าร่วมโครงการจึงจำเป็นต้องตอบคำถามตามที่ผู้วิจัยได้กำหนดขึ้นในแต่ละรอบ

2.2 เทคนิคนี้ไม่ต้องการให้ความคิดเห็นของผู้อื่นแต่ละคนมีผลกระทบ หรือมีอิทธิพลต่อการพิจารณาตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนั้น ผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคนจะไม่ทราบว่าใครบ้างที่ได้รับการคัดเลือกเข้าอยู่ในโครงการ และจะไม่ทราบ ผู้เข้าร่วมโครงการแต่ละคนมีความคิดเห็นในแต่ละข้ออย่างไร จะรู้เฉพาะคำตอบของตนเองเท่านั้น

2.3 เพื่อให้ผู้เข้าร่วมโครงการแต่ละคนตอบแบบสอบถามด้วยการกลั่นกรองอย่างละเอียด รอบคอบ และเพื่อให้คำตอบที่ได้มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันมากขึ้น ผู้ทำการวิจัยจะแสดงความคิดเห็นของผู้ที่เข้าร่วมโครงการเห็นสอดคล้องต้องกัน ในคำตอบแต่ละข้อของแบบสอบถามที่ตอบไปในครั้งก่อน และความคิดเห็นที่สอดคล้องกันนี้จะแสดงในรูปสถิติ โดยผู้ทำการวิจัยจะจัดส่งไปให้ผู้เข้าร่วมโครงการแต่ละคนได้ทราบ เพื่อพิจารณาว่าจะคงคำตอบเดิมหรือจะเปลี่ยนแปลงคำตอบเดิมประการใดบ้าง ซึ่งจะต้องบอกเหตุผลให้ทราบด้วย

## 3. ข้อจำกัดในการใช้เทคนิคเดลฟาย

สุวรรณา เชื้อรัตนพงศ์ (2528 : 25 – 26) และชนิดา รัชย์พลเมือง (2535 : 62) ได้กล่าวถึงข้อจำกัดในการใช้เทคนิคเดลฟาย ไว้ว่า แม้ว่าเทคนิคเดลฟายจะเป็นการวิจัยที่สามารถรวบรวมความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญได้เป็นอย่างดีวิธีหนึ่ง แต่ในการใช้เทคนิคเดลฟายให้ได้ผลสมบูรณ์ มีข้อควรคำนึงถึง ดังนี้

3.1 ด้านเวลา ผู้ทำวิจัยควรมีเวลามากเพียงพอ โดยทั่วไปใช้เวลาประมาณ 2 เดือนจะเสร็จสิ้น อย่างไรก็ตามอาจใช้เวลาช้าหรือเร็วกว่านั้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญจะส่งแบบสอบถามแต่ละรอบคืนมาช้าหรือเร็วเพียงใด

### 3.2 ด้านผู้เชี่ยวชาญ ในการเลือกสรรผู้เชี่ยวชาญนั้น ผู้วิจัยควรคำนึงถึง

1) **ความสามารถของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ** ควรเลือกผู้ที่มีความรู้ความสามารถเป็นเลิศในสาขานั้นๆ อย่างแท้จริง ควรเป็นผู้รอบรู้และรู้ลึกในประเด็นที่ศึกษาอย่างจริงจัง อาจเป็นผู้ที่ศึกษาเรื่องดังกล่าวมาเป็นเวลานาน เป็นผู้มีตำแหน่งหน้าที่รับผิดชอบหรือมีประสบการณ์โดยตรงกับประเด็นปัญหาที่ศึกษา ไม่ควรเลือกโดยอาศัยความคุ้นเคยหรือการติดต่อได้ง่าย

2) **ผู้วิจัยควรกำหนดคุณสมบัติของผู้เชี่ยวชาญ** เพื่อจัดสรรกลุ่มคนที่ จะเข้าร่วมในการวิจัย หรืออาจอาศัยการสอบถามจากผู้ทรงคุณวุฒิในวงการนั้น ๆ ให้เสนอรายชื่อบุคคลซึ่งควรได้รับการคัดเลือกให้เป็นกลุ่มผู้เชี่ยวชาญการคัดเลือกนี้จำเป็นต้องพิจารณากันอย่างละเอียดรอบคอบ เพื่อให้ได้มาซึ่งผู้ที่จะเหมาะสมจริงๆ และเมื่อคัดเลือกกลุ่มผู้เชี่ยวชาญได้แล้ว ผู้วิจัยควรติดต่อขอความร่วมมือในการวิจัย ในเรื่องของการติดต่อขอความร่วมมือในการวิจัยจากผู้เชี่ยวชาญนั้น ประเทือง เพ็ชรรัตน์ (2530 : 39) ได้เสนอแนะวิธีไว้ว่า ให้หาที่อยู่หรือที่ทำงานพร้อมหมายเลขโทรศัพท์ (ถ้ามี) ของผู้เชี่ยวชาญเก็บไว้เป็นหลักฐาน แล้วส่งจดหมายแจ้งให้ผู้เชี่ยวชาญทราบรายละเอียดของโครงการวิจัย และเหตุผลที่เลือกท่านผู้นั้นเป็นผู้เชี่ยวชาญ พร้อมทั้งขอความร่วมมือไว้ล่วงหน้า

3) **ความร่วมมือของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ** ควรเลือกผู้ที่มีความเต็มใจ ตั้งใจ ยินยอม และสละเวลา และมั่นใจในการให้ความร่วมมือกับงานวิจัย โดยตลอด รวมทั้งความสำคัญแก่การวิจัย จะเป็นตัวแปรคำตอบที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อมั่นของข้อมูลที่ได้รับ

4) **จำนวนผู้เชี่ยวชาญ** ควรเลือกให้มีจำนวนมากเพียงพอ เพื่อจะได้ความคิดเห็นใหม่ ๆ และได้คำตอบที่มีน้ำหนักความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น นักวิจัยบางคนให้ความเห็นว่าผู้เชี่ยวชาญ 5-10 คนในกลุ่มก็มากเพียงพอ แต่บางคนให้ความคิดเห็นว่า จำนวนผู้เชี่ยวชาญ 10-15 คนในกลุ่มเดียวกันก็มากเพียงพอแล้ว โดยทั่วไปไม่มีข้อกำหนดตายตัวว่าควรมีจำนวนผู้เชี่ยวชาญกี่คน แต่จะขึ้นอยู่กับลักษณะของกลุ่มและประเด็นปัญหาที่ศึกษาเป็นสำคัญ หากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีลักษณะเป็นเอกพันธ์ (Homogeneous Group) อาจจำเป็นต้องใช้เพียง 10-15 คน แต่ถ้ากลุ่มมีความแตกต่างกัน มีลักษณะเป็นอเนกพันธ์ (Heterogeneous Group) อาจต้องใช้กลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่ศึกษาเป็นจำนวนมาก

โทมัส แมคมิลแลน (Thomas T. Macmillan, 1971, อ้างถึงในเกษม บุญอ่อน, 2522 : 27-28) ได้เสนอผลการวิจัยเกี่ยวกับผู้เชี่ยวชาญที่จะใช้ในการวิจัยด้วยเทคนิคเดลฟายว่า เท่าไรจึงจะเหมาะสมในการประชุมประจำปี ของสมาคมโรงเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นรัฐแคลิฟอร์เนีย (California Junior Colleges Association) เมื่อปี พ.ศ.2514 พบว่า เมื่อมีจำนวนผู้เชี่ยวชาญตั้งแต่ 17 คนขึ้นไป อัตราการลดลงของความคลาดเคลื่อน (Error) จะมีน้อยมาก

3.3 **แบบสอบถาม** ควรเขียนให้ชัดเจน สละสลวย ง่ายแก่การเข้าใจ นอกจากนี้ การเว้นระยะในการส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มผู้เชี่ยวชาญแต่ละรอบไม่ควรให้ห่างนานเกินไป เพราะอาจมีผลให้ผู้ตอบลืมเหตุผลที่เลือกหรือตอบในรอบที่ผ่านมาได้

3.4 ผู้ทำการวิจัย ผู้ทำการวิจัยต้องมีความละเอียดรอบคอบในการพิจารณาคำตอบ และให้ความสำคัญในคำตอบที่ได้รับอย่างเสมอกันทุกข้อ โดยไม่มีความลำเอียง ไม่ว่าในข้อนั้นๆ จะมีบางคนไม่ตอบก็ตาม ทั้งยังควรมีการวางแผนล่วงหน้าอย่างดีในการดำเนินงานตามขั้นตอนของ กระบวนการวิจัยเทคนิคเคลฟายด้วย

#### 4. ขั้นตอนการดำเนินงานของเทคนิคเคลฟาย

อัลเลน (Allen, 1978 : 123 -125, อ้างถึงใน คิลก บุญเรืองรอด, 2530 : 24) ได้กล่าวถึง ขั้นตอนในการวิจัยด้วยเทคนิคเคลฟายว่า มีขั้นตอนทั่วไป 10 ขั้นตอน ดังนี้

4.1 **ขั้นกำหนดคำถาม** ขั้นแรกผู้วิจัยต้องกำหนดคำถาม โดยเฉพาะคำถามที่ ต้องการอะไรจากผู้เชี่ยวชาญ คำตอบของคำถามนี้จะช่วยให้สามารถเลือกผู้เชี่ยวชาญได้ถูกต้อง

4.2 **ขั้นเลือกผู้เชี่ยวชาญ** เมื่อทราบสิ่งที่ต้องการจากผู้เชี่ยวชาญแล้ว ก็จะช่วยให้ สามารถเลือกผู้เชี่ยวชาญได้

4.3 **ขั้นพัฒนาแบบสอบถามรอบแรก** ในการพัฒนาแบบสอบถามครั้งนี้ โดยทั่วไป แล้วจะใช้คำถามปลายเปิด (Open – Ended Questions) ทั้งนี้เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญได้แสดงความคิดเห็นอย่าง เต็มที่แล้วส่งสำรวจครั้งที่ 1

4.4 **ขั้นวิเคราะห์แบบสอบถาม** คำตอบที่ได้จะถูกนำมาวิเคราะห์ จัดประเภท และ หมวดย่อยให้ง่ายแก่การเข้าใจ

4.5 **ขั้นพัฒนาแบบสอบถามรอบที่สอง** จากคำถามที่ได้จัดหมวดหมู่แล้ว ผู้วิจัย สามารถพัฒนาแบบสอบถามที่มีคำถามประเภทปลายเปิด (Close – Ended Questions) ได้ ซึ่งอาจเป็น แบบให้เรียงลำดับความสำคัญหรือให้ประมาณค่าได้ ทั้งนี้แล้วแต่เรื่องที่ต้องการจะวิจัย แล้วส่งสำรวจ ครั้งที่ 2

4.6 **ขั้นพัฒนาแบบสอบถามรอบที่สาม** ในการนำผลสำรวจครั้งที่ 2 มาวิเคราะห์ จำเป็นต้องวิเคราะห์หาค่ามัธยฐาน (Median) และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range) จากนั้น ให้พัฒนาแบบสอบถามขึ้นใหม่ โดยให้ระบุค่าสถิติทั้ง 2 ประเภทไว้ในแบบสอบถามด้วยพร้อมทั้งระบุ ด้วยว่า ผู้เชี่ยวชาญคนนั้น มีความเห็นอยู่จุดใดในหรือนอกพิสัย แล้วส่งให้ผู้ตอบ (ผู้เชี่ยวชาญ) ตอบใน รอบที่ 3 พร้อมทั้งแสดงเหตุผลประกอบด้วย ซึ่งมัธยฐาน คือ คะแนนตัวที่อยู่ตรงกลางของกลุ่มเมื่อจัด เรียงลำดับคะแนนแล้ว ส่วนพิสัยระหว่างควอไทล์ คือ ผลต่างระหว่างควอไทล์ที่ 3 กับควอไทล์ที่ 1 ถ้า ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์แคบแสดงว่าคำตอบที่วิเคราะห์ได้นั้นมีความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญสอดคล้อง กัน (ประเทือง เพ็ชรรัตน์, 2530 : 40)

4.7 **ขั้นพัฒนาแบบสอบถามรอบที่สี่** เมื่อวิเคราะห์ใหม่มักพบว่า มีผู้ตอบนอกพิสัยพอสมควรให้กำหนดแบบสอบถามครั้งที่ 4 พร้อมค่าสถิติ เช่น เดิม และถามย้ำผู้ตอบนอกพิสัยว่าเพราะเหตุใดจึงยอมรับความเห็นส่วนใหญ่ไม่ได้

4.8 **ขั้นพัฒนาแบบสอบถามรอบที่ห้า** วิเคราะห์ผลของรอบที่ 4 ถ้ายังคงพบความเห็นขัดแย้งมากอยู่เช่นเดิม ให้พัฒนาแบบสอบถามครั้งที่ 5 แสดงค่าสถิติทั้งสองค่า พร้อมทั้งความเห็นขัดแย้ง และสนับสนุนของผู้ตอบเช่นเดิม แล้วส่งย้ำความเห็นอีกครั้ง

4.9 **ขั้นวิเคราะห์ค่ามัธยฐาน (Median)** จากการสำรวจครั้งสุดท้ายจะเป็นค่าตัวแทนคำตอบของกลุ่ม

4.10 **รายงานผล** การเขียนรายงานให้แสดงค่าสถิติเท่าที่วิเคราะห์ไว้ทั้งหมดพร้อมทั้งเหตุผล

เกษม บุญอ่อน (2522 : 27) และ สุวรรณ เชื้อรัตนพงศ์ (2528 : 26) ได้กล่าวถึงหลักการของการกระบวนการวิจัยด้วยเทคนิคเดลฟายไว้อย่างสอดคล้องกันว่า เพื่อให้ได้ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่สอดคล้องกัน และน่าเชื่อถือมากขึ้น จึงต้องถามย้ำความเห็นด้วยการส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มผู้เชี่ยวชาญหลายรอบ โดยทั่วไปมักจะถามความคิดเห็นจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ 3-4 รอบด้วยกัน นอกจากนั้น สุวรรณ เชื้อรัตนพงศ์ (2528 : 27) ยังได้กล่าวเพิ่มเติมว่า โดยทั่วไปมักจะตัดการส่งแบบสอบถามในรอบที่ 4 แล้วใช้ผลในรอบที่ 3 พิจารณาเสนอผลการวิจัย เพราะความคิดเห็นในรอบที่ 3 และรอบที่ 4 มีความแตกต่างกันน้อยมาก นั่นเอง

## 5. ข้อดีและปัญหาของเทคนิคเดลฟาย

ข้อดีและปัญหาของเทคนิคเดลฟาย สุวรรณ เชื้อรัตนพงศ์ (2528 : 27-28), ชนิตา รักษ์พลเมือง (2535 : 67-68), ประยูร ศรีประสาธน์ (2523 : 56-57) และ ประเทือง เพ็ชรรัตน์ (2530 : 41) ได้กล่าวถึงเทคนิคเดลฟายว่ามีข้อดีและปัญหาไว้สอดคล้องกัน พอสรุปได้ ดังนี้

### ข้อดีของเทคนิคเดลฟาย

1. วิเคราะห์ง่าย เทคนิคเดลฟาย ใช้ค่าสถิติเพียง 2 ค่าเท่านั้น คือ มัธยฐาน (Median) กับค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range)
2. ทุ่นเวลา เทคนิคเดลฟายใช้เวลาเพียงระยะสั้น คือ ถ้าให้เวลาผู้เชี่ยวชาญตอบคำถามโดยเฉลี่ยรอบละ 2 สัปดาห์ นับจากวันส่งคำถามไปจนกระทั่งได้รับคำตอบคือ ประมาณ 2-3 เดือนก็เขียนรายงานผลการวิจัยได้ นับเป็นเทคนิคที่มีขั้นตอนการดำเนินการไม่ยากนัก และได้ผลอย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพ

3. มีความเชื่อถือได้มาก ข้อมูลที่ได้จะมีความน่าเชื่อถือมาก เพราะ 1) เป็นคำตอบที่ได้มาจากความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญในสาขาวิชานั้นๆ อย่างแท้จริง 2) ผลผลิตของการวิจัยเทคนิคเดลฟาย ผ่านการพิจารณาไตร่ตรองหลายขั้นตอนจากการข้ถามหลายรอบ จึงเป็นคำตอบที่กลั่นกรองมาอย่างรอบคอบ เพราะความสอดคล้องกันของความคิดเห็นได้มาจากการพิจารณาร่วมกันอย่างละเอียดรอบคอบ ช่วยให้ความเชื่อมั่นของคำตอบที่ได้รับนั้นสูงขึ้น 3) ผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนแสดงความคิดเห็นของตนเองอย่างเต็มที่ และอิสระไม่ได้ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลทางความคิดหรืออำนาจเสียส่วนใหญ่ เพราะผู้เชี่ยวชาญเหล่านั้น จะไม่ทราบว่ามีใครอยู่ในกลุ่มผู้เชี่ยวชาญบ้าง และไม่ทราบด้วยว่าแต่ละคนมีความคิดเห็นอย่างไร และ 4) ผู้เชี่ยวชาญมีโอกาสแสดงความคิดเห็นได้อย่างเท่าเทียมกัน เพราะทุกคนจะตอบแบบสอบถามฉบับเดียวกันทุกขั้นตอน และมีโอกาสปรับเปลี่ยนหรือยืนยันความคิดเห็นของตน จนเกิดความมั่นใจ รวมทั้งยังช่วยให้มีการพิจารณาประเด็นปัญหาได้อย่างลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น

4. ผู้ทำการวิจัยสามารถระดมความคิดเห็นจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญได้โดยไม่จำกัดทั้งในเรื่องของจำนวนผู้เชี่ยวชาญ สภาพภูมิศาสตร์ หรือเวลา

5. ผู้ทำการวิจัยสามารถทำการลำดับความสำคัญของข้อมูล และเหตุผลในการตอบ รวมทั้งความสอดคล้องในเรื่องความคิดเห็นได้เป็นอย่างดี

6. เป็นเทคนิคที่สามารถรวบรวมความคิดเห็น โดยไม่ต้องมีการเรียกประชุม หรือพบปะกันของผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายเป็นอย่างมาก

### ปัญหาของเทคนิคเดลฟาย

1. การคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญ หากผู้เชี่ยวชาญที่ได้รับคัดเลือกมา มิใช่ผู้ที่มีความรู้ความสามารถ หรือเชี่ยวชาญในสาขานั้นอย่างแท้จริง จะทำให้ผลการวิจัยนั้นขาดความเชื่อมั่นได้

2. ไม่ได้ได้รับความร่วมมือ ผู้เชี่ยวชาญไม่เต็มใจ หรือเกิดความเบื่อหน่ายในการตอบแบบสอบถามหลายๆ รอบ เกิดความรู้สึกว่าถูกรบกวนมากเกินไป หรือไม่สามารถให้ความร่วมมือตอบคำถามในการวิจัยได้โดยตลอด ผู้วิจัยก็จะได้คำตอบกลับคืนมาไม่ครบ ทำให้งานล่าช้า และผลการวิจัยขาดความเชื่อมั่นเช่นเดียวกัน

3. การวิจัยแบบเทคนิคเดลฟายนี้ อาศัยข้อมูลจากการรวบรวมความสอดคล้องของความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ โดยเชื่อว่า ผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนจะให้ความคิดเห็นอย่างวัตถุวิสัย ไม่มีอคติ และจะต้องเข้าใจประเด็นปัญหาโดยส่วนรวม และข้อความในแบบสอบถามแต่ละข้อตรงกัน ผู้วิจัยต้องแสวงหากลยุทธ์เพื่อสร้างความเข้าใจในเรื่องดังกล่าวเสียก่อน ซึ่งอาจทำให้ผลการวิจัยไม่น่าเชื่อถือ

4. การกำหนดระยะเวลาของการทำนายเหตุการณ์ในอนาคตเป็นสิ่งที่พึงระวัง เพราะหากกำหนดให้ผู้เชี่ยวชาญทำนายเหตุการณ์ในระยะเวลาอันใกล้ หรือใกล้เคียงเกินไป อาจทำให้ผู้เชี่ยวชาญทำนายได้ด้วยความยากลำบากและเกิดความคลาดเคลื่อนได้

5. ผู้ทำวิจัยขาดความรอบคอบหรือมีความลำเอียงในการวิเคราะห์คำตอบที่ได้รับในแต่ละรอบ

6. แบบสอบถามที่ส่งไปสูญหายระหว่างทาง หรือไม่ได้รับคำตอบกลับคืนมาครบในแต่ละรอบ

นอกจากนั้น จุมพล พูลภัทรชีวิน (2535 : 82) ได้ชี้ให้เห็นปัญหาที่สำคัญอีกประการหนึ่งของเทคนิคเดลฟาย คือ ในการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามในรอบแรกนั้น มักเริ่มด้วยแบบสอบถามหรือแบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้างที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง ซึ่งอาจมีการละเลยแนวโน้มหรือประเด็นสำคัญอื่น ๆ ที่ผู้วิจัยคาดไม่ถึงหรือไม่ทราบไป วิธีนี้อาจเป็นการประเมินค่าความเชี่ยวชาญของผู้เชี่ยวชาญต่ำไป (Underestimate) เพราะไปจำกัดข้อมูลที่ควรได้จากผู้เชี่ยวชาญจากการกำหนดกรอบความคิดของผู้เชี่ยวชาญโดยตัวผู้วิจัย ถึงแม้ว่าจะเป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิดก็ตาม ผู้เชี่ยวชาญก็อาจจะไม่ตอบ เพราะขี้เกียจ หรือเพราะถูกชักนำให้คิดถึงแต่เฉพาะเรื่องที่ถูกถามในแบบสอบถาม ทำให้ลืมประเด็นที่น่าสนใจไป

## เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### การทบทวนวรรณกรรม

เกรียงไกร ทวีโชคกิจเจริญ (2545) ทำการศึกษา เรื่อง “แนวโน้มของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทย” พบว่า เนื้อหาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ส่วนใหญ่ นำมาจากหนังสือพิมพ์ในรูปแบบเล่ม และไม่มีมีการปรับเปลี่ยนเพื่อนำเสนอบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ นอกจากนี้ หนังสือพิมพ์ออนไลน์ยังไม่สนใจในการใช้สื่อปฏิสัมพันธ์มาช่วยในการสนับสนุนหรือพัฒนาการรายงานข่าว และการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อ่านมากนัก ส่วนผลการสำรวจกลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ พบว่า ผู้อ่านส่วนใหญ่เป็น นักเรียน นักศึกษา, การศึกษาสูง, อาศัยในต่างประเทศ และสนใจในเนื้อหาข่าวบันเทิง, คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต, เศรษฐกิจ, การเมืองและกีฬา นอกจากนี้ ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ค่อนข้างพอใจในการนำเสนอในส่วนเว็บบอร์ด และการลบทิ้ง/เพิ่มเติมเนื้อหา รวมทั้งข่าวด่วน และผู้อ่านมีความต้องการมากที่สุดในส่วนการให้บริการข่าวสารเฉพาะบุคคล และการเป็นชุมชนออนไลน์ ส่วนผลของแนวโน้มหนังสือพิมพ์ออนไลน์สามารถสรุปได้ว่า กลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์มีแนวโน้มที่จะมีการขยายตัวเข้าถึงกลุ่มคนในวงกว้างมากขึ้น เนื่องจากการเติบโตของจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ต รวมทั้งมีการเพิ่มเติมเนื้อหาที่แตกต่างจากในฉบับเล่ม และมีการใช้สื่อปฏิสัมพันธ์ในการ

ดึงดูดผู้บริโภคให้หันมาอ่านหนังสือพิมพ์ นอกจากนี้หนังสือพิมพ์ออนไลน์ยังต้องแข่งขันกับสื่อในรูปแบบออนไลน์ และสื่อที่มีอยู่เดิม โดยหนังสือพิมพ์ออนไลน์จะต้องมีการปรับตัวในการแข่งขันโดยการสร้างข้อได้เปรียบเหนือสื่อในรูปแบบเดิม โดยการใช้ศักยภาพของอินเทอร์เน็ตเข้ามาช่วยในการนำเสนอเนื้อหาข่าวมากขึ้น ในขณะที่เดียวกันก็ต้องคำนึงถึงคุณภาพและความน่าเชื่อถือของข่าวเป็นสิ่งสำคัญ เมื่อต้องแข่งขันกับสื่อในลักษณะออนไลน์ ในขณะที่เดียวกันรายได้หลักของหนังสือพิมพ์ออนไลน์จะมาจากการโฆษณา โดยมีรายได้จากการให้บริการฐานข้อมูล, รับสมัครสมาชิก และการให้บริการข่าวสารเฉพาะบุคคลเป็นรายได้รอง ส่วนแนวโน้มทักษะที่จำเป็นสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพคือทักษะในการจัดการและปรับเปลี่ยนข้อมูลให้สอดคล้องกับลักษณะธรรมชาติของสื่อแต่ละชนิด ขณะที่ปัจจัยทางด้านรัฐบาลเป็นปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการเติบโตของหนังสือพิมพ์ออนไลน์

**จิรคุณธ์ บุญยภักดี (2545)** ทำการศึกษา เรื่อง **“บทบาทของนิตยสารในการให้ความรู้เรื่องเพศการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทของนิตยสารในการให้ความรู้เรื่องเพศ”** โดยศึกษาเนื้อหาจากนิตยสาร จำนวน 16 ฉบับ จำแนกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ และ 2 กลุ่มย่อย ดังนี้ 1. กลุ่มแม่บ้าน 2. กลุ่มชาวบ้าน 3. กลุ่มคนรุ่นใหม่หัวลึกลับจากต่างประเทศหรือหัวนอก 3.1 กลุ่มคนรุ่นใหม่หัวลึกลับจากต่างประเทศ หรือหัวนอก 3.2 กลุ่มคนรุ่นใหม่หัวในประเทศ หรือหัวไทย โดยเก็บข้อมูลจากการสุ่มตัวอย่างแบบจับฉลาก (Simple Random Sampling) และเก็บแบบมีระบบ (Systematic Random Sampling) จำนวนทั้งสิ้น 264 ฉบับ คิดเป็น 1,350 ชิ้น โดยเก็บตั้งแต่เดือนมกราคม ถึงเดือนธันวาคม 2543 เป็นเวลา 1 ปี ผลการวิจัยพบว่า เนื้อหาความรู้เรื่องเพศส่วนใหญ่ เกี่ยวข้องกับการแก้ไขปัญหาความไม่เข้าใจกันของการใช้ชีวิตคู่ ในขณะที่เนื้อหาเกี่ยวกับการป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ และการคุมกำเนิดที่เชื่อมโยงกับปัญหาสังคม เช่น โรคเอดส์ การตั้งครภ์แบบไม่พึงประสงค์ และการทำแท้ง กลับพบเป็นส่วนน้อย และมีความคลาดเคลื่อนของเนื้อหาในเรื่องของวิธีการคุมกำเนิดอีกด้วย นอกจากนี้ยังพบว่า ค่านิยมทางเพศที่นำเสนอในนิตยสารก่อนไปในแนวเสรีนิยมแบบมีเงื่อนไข

**นฤมล สาทาชนม์ (2543)** ทำการวิจัย เรื่อง **“อิทธิพลของสื่อโฆษณาทุกประเภท ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของนักศึกษาสถาบันราชภัฏมหาสารคาม”** พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ให้ความสนใจในการเปิดรับสื่อโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์มากที่สุด โดยให้เหตุผลว่า เป็นสื่อที่ให้ทั้งภาพและเสียง ที่น่าสนใจชวนติดตาม รองลงมา คือ สื่อป้ายโฆษณาและสื่ออื่น ๆ สื่อวิทยุกระจายเสียง และสื่อสิ่งพิมพ์ ตามลำดับ ส่วนเรื่องของอิทธิพลของสื่อโฆษณาแต่ละประเภทรู้ พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลการเลือกซื้อสินค้าจากสื่อวิทยุโทรทัศน์มากที่สุด เช่นกัน เพราะเห็นว่า เป็นสื่อที่ให้ทั้งภาพและเสียงมีการพัฒนาแปลกใหม่ ได้รับความสนใจของผู้ซื้อได้ดี รองลงมา คือ สื่อสิ่งพิมพ์, สื่อป้ายโฆษณา และสื่ออื่น ๆ และสื่อวิทยุกระจายเสียง ตามลำดับ ข้อเสนอแนะและข้อปรับปรุง ควรผลิตสื่อโฆษณาที่มี

เนื้อหาไม่เกินความเป็นจริงมากนัก และให้ความสำคัญกับภาษาที่ใช้ในการโฆษณา ควรใช้ภาษาให้ถูกต้องและเหมาะสมโดยเฉพาะตามป้ายโฆษณาและทางสื่อวิทยุโทรทัศน์

สุนีย์ ศรีสมเพชร (2544) ทำการศึกษา เรื่อง “อิทธิพลของสื่อโฆษณากลางแจ้งที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภค-บริโภค” ทำการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ ระหว่าง 20-45 ปี ที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ประชากรร้อยละ 81.87 เปิดรับสื่อโฆษณากลางแจ้ง โดยเปิดรับ 3-5 ครั้งต่อวัน ลักษณะการอ่านป้ายโฆษณา ดังนี้ อ่านทุกครั้งที่ได้รับ และเหตุผลที่อ่านป้ายโฆษณากลางแจ้ง เพราะป้ายติดตั้งอยู่ในบริเวณที่ใช้เป็นเส้นทางสัญจรไปมาเป็นประจำ มีวิธีการอ่านป้าย คือ อ่านแบบคร่าว ๆ ให้พอรู้ อ่านตัวอักษรที่อยู่บรรทัดแรก อ่านชื่อร้านค้า อ่านราคาของสินค้าที่โฆษณา ส่วนประกอบของป้ายที่ช่วยในการจดจำ คือ รูปภาพของสินค้า กระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค ในขั้นการรับรู้และเกิดความต้องการในตัวสินค้า พบว่า ร้อยละ 81.87 ระบุว่า มีการโฆษณาขายสินค้าอุปโภค-บริโภค ผ่านทางป้ายโฆษณากลางแจ้ง ขั้นการแสวงหาข้อมูล กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 73.03 ระบุว่า หลังจากรับรู้และเกิดความต้องการในตัวสินค้าจากการอ่านป้ายโฆษณากลางแจ้ง ทำให้เกิดความสนใจและไปแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติม สำหรับในขั้นการประเมินผล กลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 64.70 มีการประเมินทางเลือกก่อนการตัดสินใจซื้อสินค้า และขั้นการตัดสินใจซื้อ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 56.37 ได้มีการตัดสินใจซื้อสินค้า เมื่ออ่านป้ายโฆษณากลางแจ้ง และขั้นความรู้สึกลังซื้อสินค้า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 30.39 ระบุว่า จะกลับไปซื้อสินค้าอุปโภค-บริโภคอีกหลังจากได้ซื้อสินค้าไปแล้ว ส่วนอิทธิพลของสื่อโฆษณากลางแจ้งที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภค-บริโภค ขั้นการรับรู้ และเกิดความต้องการ จากการศึกษพบว่า กลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 81.87 ระบุว่า สีสีนของป้ายโฆษณา และทำเลที่ตั้งป้ายโฆษณา มีอิทธิพลต่อการรับรู้ และเกิดความต้องการในระดับสูงมาก และสูงตามลำดับองค์ประกอบของสินค้าที่มีอิทธิพลในระดับสูงในขั้นนี้ ได้แก่ ราคาของสินค้า และการส่งเสริมการขาย ส่วนในขั้นตอนอื่นๆ ผลการวิจัยไม่พบว่า ป้ายโฆษณามีอิทธิพลแต่อย่างใด

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ (Expected Results)

1. ภาพอนาคตของสื่อมวลชนในบทบาทการสร้างเสริมคุณค่าให้กับข้าวหอมมะลิ ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายเกี่ยวกับข้าวได้
2. ทำให้ทราบประเด็นของข่าวที่อยู่ในความสนใจของสื่อมวลชนเกี่ยวกับข้าวหอมมะลิ
3. ทำให้ทราบปัญหาและความต้องการของเกษตรกรผู้ทำนาในปัจจุบันผ่านสื่อมวลชน ซึ่งติดตามสถานการณ์ด้านการเกษตรมาระยะเวลาหนึ่ง

## สมมติฐานการวิจัย

1. สื่อมวลชนมีบทบาทในการทำหน้าที่เป็นผู้พิทักษ์คุณค่าของข้าวหอมมะลิไทยได้ในระดับมาก
2. สื่อมวลชนมีบทบาทในการทำหน้าที่เป็นผู้ให้ความหมายและแสดงคุณค่าของข้าวหอมมะลิไทยได้ในระดับมาก
3. สื่อมวลชนมีบทบาทในการทำหน้าที่เป็นผู้ตอบสนองความต้องการของสังคมเกี่ยวกับข้าวหอมมะลิไทยได้ในระดับมาก

## คำนิยามศัพท์เฉพาะ (Operational definition)

การวิจัย เรื่อง “การศึกษาภาพอนาคตของสื่อมวลชนในบทบาทการสร้างเสริมคุณค่าให้กับข้าวหอมมะลิไทย” มีศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย ดังนี้

**ภาพอนาคต** หมายถึง เหตุการณ์ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นกับสังคม หรือเป็นประเด็นที่อยู่ในความสนใจของสื่อมวลชน ในระยะ 10 ปีข้างหน้า

**สื่อมวลชน** หมายถึง ผู้ปฏิบัติหน้าที่ในการรายงานข่าว บรรณาธิการข่าว ผู้สื่อข่าว คอลัมนิสต์ ฯลฯ ในองค์กรสื่อสารมวลชน ในสายข่าวเกษตร หรือกองบรรณาธิการข่าวเกษตร

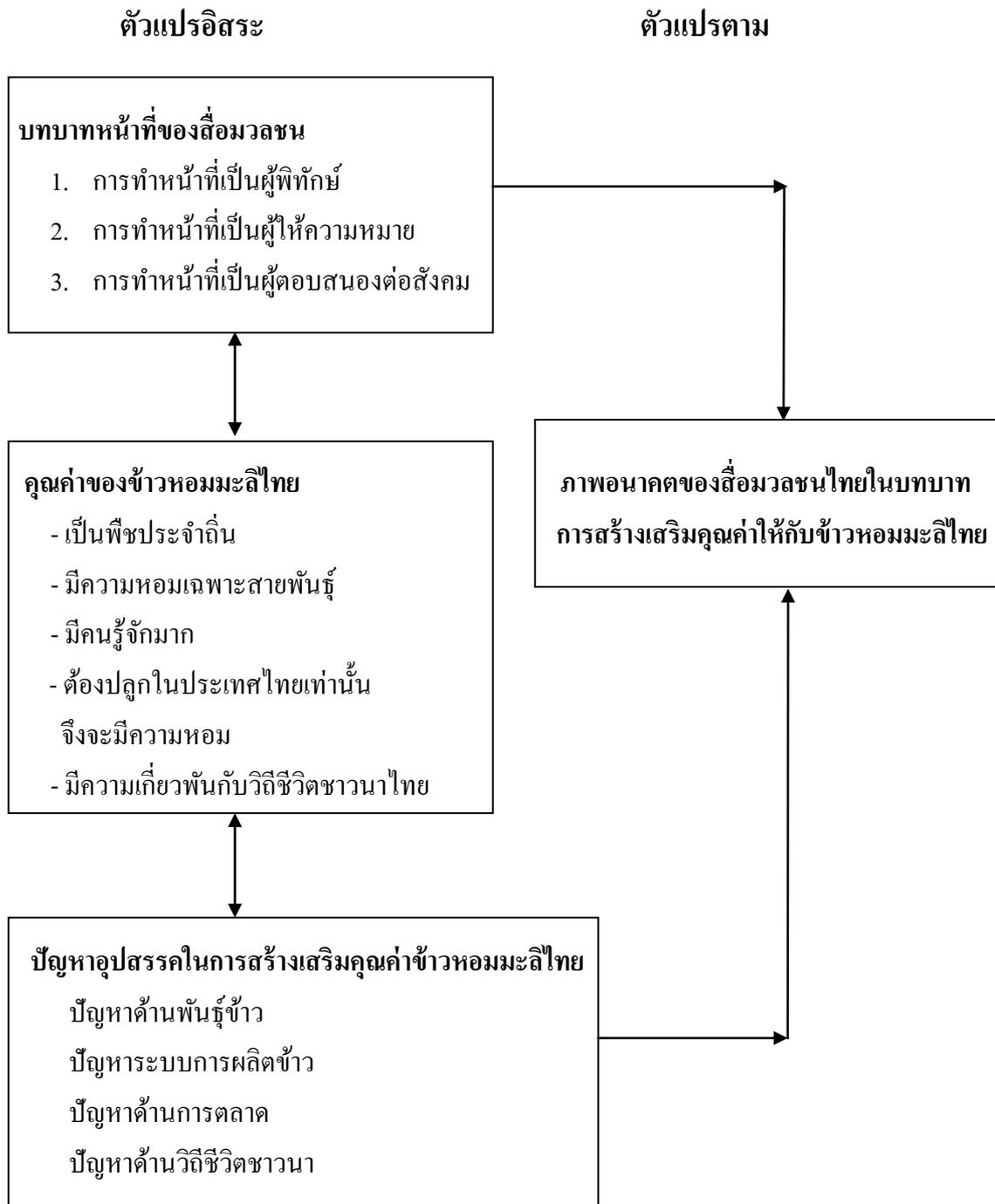
**บทบาท** หมายถึง บทบาทของสื่อมวลชนสายข่าวเกษตร ที่มีต่อการสร้างเสริมคุณค่าให้กับข้าวหอมมะลิไทย

**ข้าวหอมมะลิ** หมายถึง สายพันธุ์ข้าวที่มีถิ่นกำเนิดในประเทศไทย มีลักษณะกลิ่นหอมคล้ายใบเตย สายพันธุ์ ข้าวขาวดอกมะลิ 105 และ กข.15

**ผู้เชี่ยวชาญ** หมายถึง ผู้ที่มีความรู้ทางด้านการสื่อสารมวลชนในสายข่าวเกษตร

## กรอบแนวความคิด (Conceptual Framework of the Study)

จากการศึกษา แนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย เรื่อง “การศึกษา ภาพอนาคตของสื่อมวลชนในบทบาทการสร้างเสริมคุณค่าให้กับข้าวหอมมะลิไทย” สามารถนำมาเขียน เป็นกรอบแนวความคิดในการวิจัย ได้ดังนี้



จากกรอบแนวคิด (Conceptual Framework of the Study) ในการวิจัยดังกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อสภาพอนาคตของสื่อมวลชนในบทบาทการสร้างเสริมคุณค่าให้กับข่าวหอมมะลิไทย ประกอบด้วยปัจจัย 3 ส่วน คือ ปัจจัยบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนทั้ง 3 บทบาท ปัจจัยด้านคุณค่าของข่าวหอมมะลิ และปัจจัยปัญหาอุปสรรคในการสร้างเสริมคุณค่าให้ข่าวหอมมะลิไทย ซึ่งจากกรอบแนวความคิดตรงนี้ สามารถนำไปสร้างเครื่องมือในการดำเนินการวิจัย โดยแตกออกเป็นตัวแปรต่างๆ ตั้งเป็นข้อคำถาม ดังได้อธิบายไว้ในรายละเอียดเกี่ยวกับวิธีการดำเนินการวิจัยต่อไปในบทที่ 3