

จากผลงานวิจัย “การ ตลาดเชิงประยุกต์สำหรับกระตุ้น และจำแนกกลุ่มประชาชนที่มีความตระหนักรู้เกี่ยวกับการต่อต้านคอร์รัปชัน” โดย คณะจารย์ คณะเศรษฐศาสตร์ และ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ภายใต้แผนงานยุทธศาสตร์เป้าหมาย ด้านสังคม คนไทย 4.0 สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ ผลปรากฏว่าตัวแปรแฝงที่ทำให้เกิดการต่อต้านคอร์รัปชันสูง ในกลุ่มเป้าหมายเดียวกันที่น่าสนใจมาก คือ บรรทัดฐานส่วนตัว และความเป็นชาย โดยพบว่าผู้ที่มีบรรทัดฐานส่วนตัวต่ำ จะต่อต้านคอร์รัปชันต่ำ และผู้ที่มีความเป็นชายต่ำ จะมีการต่อต้านคอร์รัปชันสูง

## ปลุกจิตสำนึกความเท่าเทียมชาย-หญิง ช่วยต้านคอร์รัปชันบรรลุผลยิ่งขึ้น

ศ.ดร.มิ่งสรรพ ขวสอาด ประธานบริหารแผนงานบูรณาการยุทธศาสตร์เป้าหมายคนไทย 4.0 ซึ่งให้การสนับสนุนโครงการวิจัยนี้กล่าวว่า เรื่องคอร์รัปชันเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความสุขของประชาชน อันเป็นเป้าหมายของแผนงานคนไทย 4.0 ที่ผ่านมา ยังไม่เคยมีการนำศาสตร์การตลาดมา



ศ.ดร.เอกก์, ศ.ดร.มิ่งสรรพ, ศ.ดร.ต่อศักดิ์

ใช้ในการสื่อสารการต่อต้านคอร์รัปชัน การวิจัยนี้ถือเป็นการให้องค์ความรู้ใหม่ในการต่อต้านการคอร์รัปชัน โดยจะทำให้ประชาชนมีความเข้าใจและเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น ผลจากการวิจัยบ่งชี้ถึงควรปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การสื่อสาร จากการเน้นภาพที่สื่อถึงความรุนแรง มาเป็นการ

สร้างกระแสการต่อต้านคอร์รัปชันในเชิงไลฟ์สไตล์กับกลุ่มเป้าหมาย เช่น กลุ่มคนที่มีความเป็นชายต่ำ (ไม่ได้แบ่งโดยเพศ แต่โดยบทบาท) หน้าที่ ค่านิยม ที่กำหนดให้หญิงและชาย



แตกต่างกันในแต่ละสังคม) จะมีการต่อต้านคอร์รัปชันสูง เพราะเชื่อว่าไม่ควรเหลื่อมล้ำกันระหว่างเพศ จึงควรปลุกจิตสำนึกและทัศนคติด้านความเท่าเทียมระหว่างชายและหญิงในแง่ความสามารถ การได้รับการยอมรับ ด้านอาชีพหน้าที่การงาน หรืออื่น ๆ ซึ่งจะเป็นแนวทางหนึ่งในการสร้างให้เกิดการต่อต้านคอร์รัปชันได้มากขึ้น”

**ผศ.ดร.ต่อภัสสร วัฒนาค** อาจารย์ประจำคณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาฯ และหัวหน้าคณะวิจัย เผยว่า การศึกษาการคอร์รัปชันในประเทศไทยที่ผ่านมามุ่งเน้นในเชิงประเด็นเป็นหลัก ไม่ได้มีการศึกษาในเชิงบุคคลที่เกี่ยวข้อง ขณะที่การกำหนดนโยบายและกลไกในการต่อต้านคอร์รัปชันก็มีลักษณะจากบนลงล่าง ทำให้ขาดประสิทธิภาพในการแก้ปัญหา และมีส่วนร่วมจากประชาชนน้อย เพราะไม่ได้เกิดจากลักษณะของปัญหาหรือแก่นของปัญหาที่แท้จริง

“คณะวิจัยจึงมุ่งเน้นการศึกษาภาคประชาสังคม โดยนักศาสตร์ด้านการตลาดมาประยุกต์ใช้ นับเป็นครั้งแรกที่มีการเปลี่ยนวิธีการศึกษาการคอร์รัปชันโดยใช้ปัจจัยเชิงสังคมวัฒนธรรม และจิตวิทยา ซึ่งเป็นการจำแนกกลุ่มคนจากวิถีชีวิตที่แตกต่างกัน จากเดิมที่ใช้ปัจจัยเชิงประชากรศาสตร์ เช่น อายุ เพศ และระดับรายได้ โดยคาดหวังว่าผลงานวิจัยใหม่ชิ้น

นี้จะสามารถสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน ทำให้คนไทยกลายเป็นพลเมืองตื่นรู้สู้โกง และเป็นนักข่าวพลเมืองที่ทำหน้าที่สืบสวนสอบสวนข้อเท็จจริงไปด้วย ซึ่งรูปแบบนี้จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในระดับโครงสร้างได้อย่างมาก”

ด้าน ผศ.ดร.

**เอกก์ ภทรธนกุล** อาจารย์ประจำคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาฯ และหนึ่งในทีมวิจัย อธิบายในรายละเอียดว่า ผลจากการนำศาสตร์การตลาดมาประยุกต์ใช้ ทำให้เป็นงานวิจัยแรกที่สามารถจำแนกกลุ่มคนที่ต่อต้านคอร์รัปชัน และลักษณะซ่อนเร้นที่แตกต่างกัน โดยมีการพัฒนาเครื่องวัดการต่อต้านคอร์รัปชันพบว่าระดับการด้านโกงแบ่งออกเป็น 4 มิติ ได้แก่ มิติการรับรู้ประเด็นปัญหา มิติการป้องกัน มิติยื่นหยัด และมิติการระงับปราบปราม ซึ่งวิธีการวัดดังกล่าวจะกลายเป็นเครื่องมือที่นักวิจัยในอนาคตสามารถนำไปใช้เพื่อพัฒนาความรู้ความเข้าใจเรื่องการต่อต้านคอร์รัปชันได้อีกมาก

นอกจากออกแบบการสื่อสารที่เหมาะสมและดึงดูดกลุ่มคนที่ต้องการต่อต้านคอร์รัปชันซึ่งมีความเชื่อในความเป็นธรรม ความเท่าเทียมความไม่เหลื่อมล้ำระหว่างเพศ ให้มีส่วนร่วมมากขึ้นแล้ว เราต้องหกแนวร่วม และต้องสร้างเครือข่ายให้กว้างขึ้นบนแพลตฟอร์มที่มีพลัง เพราะคนไทย 4.0 จะเป็นมนุษย์ที่อยู่กับแพลตฟอร์มตลอดเวลา.