

การรับรู้และความต้องการข่าวสารการเข้าสู่ประชาคม

เศรษฐกิจอาเซียน ปี 2558

Perception and Need of Information Regarding Entry to ASEAN Economic Community in 2015

ทิพย์พาพร มหาสินไพศาล¹

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงสำรวจครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการรับรู้ข่าวสารของประชาชนต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ปี พ.ศ. 2558 2) ศึกษาความต้องการข่าวสารของประชาชนต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และ 3) ศึกษาปัจจัยที่มีผลกับระดับการรับรู้ข่าวสารของประชาชนต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ปี พ.ศ. 2558 ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีค่าความสอดคล้องของเครื่องมือ (IOC) = .80 และใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอนจากประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 420 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครรับรู้ข่าวสารการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ปี พ.ศ. 2558 จากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ สื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อหนังสือพิมพ์ และมีระดับการรับรู้ข่าวสารการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยรับรู้ข่าวสารของประเทศไทย สิงคโปร์ พม่า มากที่สุด สำหรับความต้องการข่าวสารของประชาชนต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ปี พ.ศ. 2558 พบว่า ต้องการข่าวสารเพื่อการพัฒนาในด้านธุรกิจ ด้านการท่องเที่ยว ด้านการศึกษามากที่สุด โดยต้องการให้นำเสนอข่าวสารผ่านสื่อโทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียงและกิจกรรมพิเศษต่างๆ ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อระดับการรับรู้ข่าวสารการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันไม่สัมพันธ์กับระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน แต่ตัวแปรด้านการศึกษาและประเภทสื่อในการเปิดรับที่แตกต่างกันสัมพันธ์กับระดับการรับรู้ข่าวสารการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ปี พ.ศ. 2558

คำสำคัญ: การรับรู้ข่าวสาร ความต้องการข่าวสาร การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ABSTRACT

The purposes of this survey research were to (1) study the public's perception of information regarding entry to the ASEAN Economic Community (AEC) in 2015, (2) study the information needs of the public regarding entry to the AEC, and (3) study the factors that affect the level of public perception regarding entry to AEC in 2015. Questionnaires with an Index of Congruence value at 0.80 were used to collect data from 420 residents in Bangkok and surrounding provinces selected by the multi-step random sampling method. The data were analyzed using frequency, percentage, mean scores, standard deviation, and one-way analysis of variance (One-way ANOVA).

¹ อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ e-mail:

The results indicated that the residents in Bangkok perceived the information regarding AEC entry in 2015 from television the most, followed by the Internet and newspapers respectively. The level of public perception of the AEC entry was at the moderate level and the information perceived was mostly about Thailand, Singapore and Myanmar. Furthermore, the information needs of the public regarding entry to the AEC in 2015 was about the development of trade, tourism and education respectively. The information should preferably be transmitted via television, the Internet, newspapers, radio broadcasting and special events respectively.

Moreover, it was found that Bangkok residents of different genders, ages, and incomes have no differences in the level of perception of the ASEAN Economic Community. However, differences were found among those with varying education and media exposure.

Keywords: Perception, Need of Information, Entry to the AEC

บทนำ

สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Association of Southeast Asian Nations) หรือ อาเซียน (ASEAN) ประกอบด้วย 10 ประเทศ คือ ราชอาณาจักรกัมพูชา (Kingdom of Cambodia) ราชอาณาจักรไทย (Kingdom of Thailand) เนการา บรูไน ดารุสซาลาม (Negara Brunei Darussalam) สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ (Republic of the Union of Myanmar) สาธารณรัฐฟิลิปปินส์ (Republic of the Philippines) มาเลเซีย (Malaysia) สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (The Lao People's Democratic Republic) สาธารณรัฐสิงคโปร์ (Republic of Singapore) สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม (Socialist Republic of Vietnam) สาธารณรัฐอินโดนีเซีย (Republic of Indonesia) (สำนักความสัมพันธ์ต่างประเทศ, 2555) โดยความร่วมมือของประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ได้มีการขยายความร่วมมือจากประเทศคู่ค้าที่มีอิทธิพล และให้การสนับสนุนอีก 6 ประเทศ คือ จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ อินเดีย ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ (อาเซียน+6) เพื่อให้เกิดการกระตุ้นทางการค้า การลงทุนมีศักยภาพ และเพิ่มขีดความสามารถกับคู่แข่ง ทั้งนี้ การรวมตัวของอาเซียน+6 เน้นการเตรียมข้อตกลงการเปิดการค้าเสรี ซึ่งการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เพื่อเปิดช่องทางการค้าให้เป็นไปอย่างเสรี และผนวกกำลังของแต่ละกลุ่มการค้าเข้าด้วยกัน จะทำให้การค้าเสรีเศรษฐกิจเป็นไปอย่างมั่นคงและมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยในปี พ.ศ. 2558 การรวมตัวเป็นประชาคมอาเซียนนั้นประกอบด้วย ประชาคมการเมืองและความมั่นคงอาเซียน ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน ทำให้

ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนของแต่ละประเทศ สมาชิกต้นตัว และเตรียมพร้อมเข้าสู่ยุคใหม่ของความร่วมมือที่ใกล้ชิดกันยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านเศรษฐกิจและวัฒนธรรม

ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN ECONOMIC COMMUNITY: AEC) ได้กำหนดเป้าหมายไว้ 4 ประการ คือ การสร้างอาเซียนให้เป็นตลาดและฐานการผลิตเดียว การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันกันทางเศรษฐกิจของอาเซียน การพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเสมอภาค การเชื่อมโยงอาเซียนเข้ากับเศรษฐกิจ ดังนั้น ความสำคัญของการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในปี พ.ศ. 2558 ของประเทศไทยจึงมุ่งเน้นให้เกิดประโยชน์ในด้านต่างๆ คือ 1) ประเทศไทยสามารถนำจุดแข็งมาสร้างประโยชน์สูงสุดในการผลิต การส่งออกและการบริการ 2) ประเทศไทยสามารถขยายตัวในด้านการลงทุนได้มากขึ้นเนื่องจากประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนจะอำนวยความสะดวกซึ่งกันและกัน และ 3) ประชาคมอาเซียนจะทำให้ผู้ประกอบการในประเทศไทยเร่งปรับตัวเพื่อเตรียมรับมือกับการเปลี่ยนแปลง รวมถึงการพัฒนาขีดความสามารถเพื่อให้สร้างประโยชน์ได้อย่างเต็มที่ (สักรินทร์ นิยมศิลป์, 2555)

ประเทศไทยจึงต้องเตรียมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงการพัฒนาประเทศในด้านต่างๆ การขยายและเพิ่มขีดความสามารถของทรัพยากรของประเทศ ไม่ว่าจะเป็นปัจเจกบุคคล ชุมชน สังคม หน่วยงาน องค์กรทุกภาคส่วน ดังนั้น จึงมีความจำเป็นที่หน่วยงาน องค์กรที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนต้องมีข้อมูลรอบด้านเพื่อใช้ในการเตรียมพร้อมสำหรับการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในปี พ.ศ. 2558 โดยการสำรวจข้อมูลพื้นฐานเบื้องต้นใน

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารและความต้องการของประชาชนในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของคนไทยจึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง ทั้งนี้ เพื่อหน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการกำหนดทิศทางของการให้ข้อมูลข่าวสารและเตรียมพร้อมในการพัฒนาประชาชนในด้านต่างๆ ผ่านช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

การรับรู้ข่าวสารของบุคคลมีความสำคัญเนื่องจากพฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกมามีพื้นฐานจากการรับรู้จากสิ่งที่เป็นจริง ซึ่งสิ่งที่เกิดจากการรับรู้กับสิ่งที่เป็นจริงอาจจะแตกต่างกัน เมื่อบุคคลเกิดการรับรู้อย่างไร ก็จะเป็นพื้นฐานให้บุคคลยึดถือและปฏิบัติไปตามที่รับรู้ (สุพานิ สฤกษ์วานิช, 2552) นอกจากนี้ การรับรู้ยังเป็นกระบวนการทางความคิด (cognitive process) ที่บุคคลใช้ในการเลือกจัดระเบียบและให้ความหมายสิ่งเร้าที่เป็นสิ่งแวดล้อม (สุธรรมรัตน์โชติ, 2552) ซึ่งการรับรู้และองค์ประกอบที่มีความสำคัญและมีผลต่อการรับรู้ มีขั้นตอนดังนี้ (สุพานิ สฤกษ์วานิช, 2552) คือ เริ่มจากมีสิ่งเร้าจากสภาพแวดล้อมภายนอก จากนั้นจึงมีการสังเกต คนเรามีกระบวนการสังเกตโดยผ่านประสาทสัมผัสในการมองเห็น ได้กลิ่น ได้รับรสชาติ ได้ยิน และได้สัมผัส และสุดท้ายเป็นการเลือกที่จะรับรู้ (perceptual selection) เพราะคนเราไม่สามารถจะรับรู้รับทราบข้อมูลต่างๆ ได้ทั้งหมด อันเนื่องมาจากปัจจัย 2 กลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยภายในตัวผู้รับสาร เช่น บุคลิกภาพ การเรียนรู้และประสบการณ์ แรงจูงใจและความสนใจ ความคาดหวัง ทักษะ ความสามารถ แรงขับและความต้องการ เป็นต้น และปัจจัยจากสภาพแวดล้อมภายนอกของผู้รับสาร เช่น กระแสสังคม เหตุการณ์รอบตัว เป็นต้น การรับรู้จะเกิดขึ้นมากน้อยเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับสิ่งที่มีอิทธิพลหรือปัจจัยในการรับรู้ ได้แก่ ลักษณะของผู้รับรู้ ลักษณะของสิ่งเร้า การที่มนุษย์จะรับรู้และสามารถพัฒนาจนเป็นการเรียนรู้ได้ดีหรือไม่นั้น ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบ ดังนี้ 1) สติปัญญา ผู้มีสติปัญญาสูงกว่าย่อมรับรู้ได้ดีกว่าผู้มีสติปัญญาต่ำกว่า อาทิ ผู้ที่ได้รับการศึกษาที่แตกต่างกันในระดับต่างๆ จะมีการรับรู้และการเรียนรู้ที่แตกต่างกันด้วย 2) การสังเกตและพิจารณาขึ้นอยู่กับความชำนาญและความสนใจต่อสิ่งเร้า และ 3) คุณภาพของจิตในขณะนั้น ถ้ามีความเหนื่อยอ่อน เครียด หรืออารมณ์ขุ่นมัว อาจทำให้แปลความหมายของสิ่งเร้าที่สัมผัสได้ไม่ดี แต่ในทางตรงกันข้าม หากสภาพจิตใจผ่องใส

ปลอดโปร่ง ก็จะทำให้การรับรู้และการเรียนรู้เป็นไปด้วยดี และเป็นระบบ ซึ่ง วิเชียร วิทย์อุดม (2554) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ไว้ดังนี้ คือ ปัจจัยที่เกิดจากผู้รับสาร (factors in the perceiver) โดยตรง ได้แก่ ทักษะ แรงจูงใจ ความสนใจ ประสบการณ์ที่ผ่านมาและความคาดหวัง ปัจจัยที่เกิดจากเป้าหมาย (factors in the target) คุณลักษณะของเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ถูกสังเกตที่ก่อให้เกิดการรับรู้ และปัจจัยที่เกิดจากสถานการณ์ (factors in the situation) สภาพแวดล้อมบริบทรอบๆ วัตถุหรือเหตุการณ์ที่ปรากฏ

ปัจจัยที่ทำให้บุคคลมีการรับรู้ที่แตกต่างกันมีสาเหตุสำคัญที่สามารถสรุปได้ ดังนี้ ปัจจัยที่ 1 ได้แก่ ผู้รับรู้ข่าวสารเอง เพราะการตีความนั้นจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนตัวของผู้รับสาร อาทิ ทักษะ แรงจูงใจ ความสนใจ ประสบการณ์ในอดีต และความคาดหวัง ปัจจัยที่ 2 ได้แก่ เป้าหมายในลักษณะของการรับรู้ ได้แก่ ความใหม่ การเคลื่อนไหว น้ำเสียง ขนาด ภูมิหลัง ความใกล้เคียง ซึ่งผู้รับรู้สามารถสร้างภาพของเป้าหมายที่เห็น และปัจจัยที่ 3 ได้แก่ สถานการณ์หรือสภาพแวดล้อมที่อยู่ภายนอกซึ่งมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของบุคคล การทบทวนแนวคิด ประเด็น ทฤษฎีในเรื่องประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและการรับรู้ของบุคคลที่กล่าวมานี้จะเป็นแนวทางในการศึกษา การสร้างเครื่องมือการวิเคราะห์และผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมถึงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประกอบการอภิปรายผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ดังรายละเอียดที่จะกล่าวถึงต่อไป

Eric C. Thompson จากมหาวิทยาลัยแห่งชาติสิงคโปร์ และ จุลนิ เทียนไทย จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้สำรวจความรู้และความเข้าใจของนักศึกษาจากประเทศสมาชิกอาเซียน 10 ประเทศต่อการพัฒนาการของประชาคมอาเซียน (2551, อังโน สักรินทร์ นิยมศิลป์, 2555) และมีข้อค้นพบว่า นักศึกษาไทยมีทัศนคติคล้ายกับนักศึกษาจากมาเลเซีย และอินโดนีเซียซึ่งมองอาเซียนในแง่บวก แต่จะน้อยกว่ากลุ่มประเทศอินโดจีนซึ่งเป็นสมาชิกใหม่อาเซียน ที่กระตือรือร้นที่จะร่วมมืออย่างใกล้ชิดกับอาเซียน อย่างไรก็ตาม ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับอาเซียนในบางด้านของนักศึกษาไทยยังอ่อนด้อยอยู่มาก เช่น ยังไม่รู้จักรง หรือประวัติศาสตร์อาเซียนดีพอ ในทางตรงกันข้าม ประเทศอาเซียนอื่นกลับรู้จักประเทศไทยมากกว่า และสนใจที่จะเดินทางมาเที่ยวและทำงานในไทยเป็นอันดับต้นๆ ของภูมิภาค จึงจำเป็นที่

นักศึกษาไทยจะต้องพัฒนาตนเอง และชนชาวไทยที่จะเรียนรู้เกี่ยวกับอาเซียนให้มากขึ้น นอกจากนี้ งานวิจัยเรื่อง "การเตรียมบุคลากรเพื่อรองรับการเปิดตลาดอาเซียน" ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ยังพบว่า ภาษาไทยจะมีความสำคัญในการสื่อสารและการมีงานทำ และจะเป็นภาษากลางของกลุ่มประเทศอาเซียนเท่าเทียมกับภาษาอังกฤษ เพราะต่อไปประเทศไทยจะถือเป็นศูนย์กลางของอาเซียน มีการเปิดเสรีการศึกษา ขณะเดียวกันงานวิจัยยังพบว่า นักศึกษาในประเทศเพื่อนบ้าน เช่น สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ล.) ราชอาณาจักรกัมพูชา สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ ต่างสนใจมาเรียนภาษาไทยกันมากขึ้น ("ผลวิจัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย", 2555)

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการสื่อสารเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย พบว่า มีจำนวนน้อยและยังมีความจำเป็นที่จะต้องศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมอีกหลายด้านเพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้ในการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ด้านการเผยแพร่ข่าวสาร และความรู้ไปยังประชาชน ดังนั้น การศึกษาในประเด็นของการรับรู้ข่าวสาร ความต้องการข่าวสาร และปัจจัยที่มีผลกับระดับการรับรู้ของประชาชนต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ปี พ.ศ. 2558 จะทำให้ได้ข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญและมีความสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน โดยหน่วยงานและองค์กรต่างๆ สามารถนำมาเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการเตรียมความพร้อมและการกำหนดทิศทางการสร้างการรับรู้ข่าวสารของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างสอดคล้องและเกิดประสิทธิภาพประสิทธิผลในการขับเคลื่อนทิศทางการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทยต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการรับรู้ข่าวสารของประชาชนต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ปี พ.ศ. 2558
2. เพื่อศึกษาความต้องการข่าวสารของประชาชนต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ปี พ.ศ. 2558
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกับระดับการรับรู้ของประชาชนต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ปี พ.ศ. 2558

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรในการศึกษาค้างนี้ คือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร (50 เขต) และปริมณฑล (29 เขต) มีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 10,376,753 คน (กรมการปกครอง, 2555) การเลือกกลุ่มตัวอย่างนั้นใช้วิธีการเลือกแบบหลายขั้นตอน (Multi-Step Sampling) โดยใช้การจับฉลากเลือกเขตพื้นที่ในกรุงเทพและปริมณฑล และใช้การสุ่มแบบแบ่งกลุ่มตามเขตพื้นที่ที่จับฉลากได้ โดยกระจายให้ครอบคลุมกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยตาราง Yamane ที่ความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้างนี้จำนวน 420 ตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้วิจัยออกแบบและสร้างเครื่องมือวิจัยจากการทบทวนวรรณกรรมที่ศึกษา จากนั้นได้ส่งแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาตรวจสอบประเด็นความถูกต้อง และภาษาที่ใช้ มีค่าความสอดคล้องของเครื่องมือเท่ากับ .80 (IOC = 0.80) แล้วนำแบบสอบถามกลับมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญก่อนนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง

ในการเก็บข้อมูลการวิจัย ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์จากผู้ให้คำตอบโดยตรง (personal interview หรือ face to face interview) เป็นวิธีการที่ส่งเจ้าหน้าที่หรือพนักงานออกไปสัมภาษณ์ผู้ให้คำตอบ และบันทึกคำตอบลงในแบบสอบถาม ระหว่างเดือน สิงหาคม – กันยายน พ.ศ. 2555

ตัวแปรใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ

ตัวแปรอิสระ: ปัจจัยด้านประชากร และประเภทสื่อ

ตัวแปรตาม: การรับรู้ข่าวสาร และความต้องการข่าวสาร

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปสถิติที่ใช้ คือ ร้อยละ (%) ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด คือ ร้อยละ 57.4 รองลงมา

คือ สื่ออินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 16.4) สื่อหนังสือพิมพ์ (ร้อยละ 10.2) สื่อกิจกรรมและสื่อพิเศษ (ร้อยละ 7.4) สื่อวิทยุกระจายเสียง (ร้อยละ 5.5) และสื่ออื่นๆ (ร้อยละ 3.1) ได้แก่ สื่อแผ่นพับ สื่อป้าย ฯลฯ ดังรายละเอียดตามตารางที่ 1

ระดับการรับรู้ข่าวสารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในปี พ.ศ. 2558 ของผู้ตอบแบบสอบถามจากสื่อประเภทต่างๆ โดยรวม พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยระดับการเปิดรับข่าวสารการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจากทุกสื่อโดยรวม ซึ่งจะมีประเด็นในการรับรู้เรื่องการพัฒนาประเทศไทยกับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในด้านภาษามากที่สุด (ร้อยละ 57.9) รองลงมาคือ ด้านเศรษฐกิจ (ร้อยละ 53.3) แรงงาน (ร้อยละ 33.6) การเมือง (ร้อยละ

15.5) วัฒนธรรม (ร้อยละ 13.1) ภาษา (ร้อยละ 12.9) ขนส่ง (ร้อยละ 12.1) และศุลกากร (ร้อยละ 6) ตามลำดับ ดังรายละเอียดในตารางที่ 1

ข้อมูลของประเทศสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับรู้ข่าวสาร พบว่า ได้รับข่าวสารของประเทศไทยมากที่สุด ร้อยละ 70.2 รองลงมา คือ สิงคโปร์ (ร้อยละ 43.8) พม่า (ร้อยละ 36.9) ลาว (ร้อยละ 36.4) เวียดนาม (ร้อยละ 33.8) มาเลเซีย (ร้อยละ 33.6) กัมพูชา (ร้อยละ 28.8) ฟิลิปปินส์ (ร้อยละ 27.4) อินโดนีเซีย (ร้อยละ 23.6) และ บรูไน (ร้อยละ 14.8) ตามลำดับ ดังรายละเอียดตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงการรับรู้ข่าวสารของประชาชนต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ปี พ.ศ. 2558

ประเด็นข่าวสารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	จำนวน (n)	ร้อยละ (%)
ประเภทสื่อที่เปิดรับ		
1. โทรทัศน์	241	57.4
2. อินเทอร์เน็ต	69	16.4
3. หนังสือพิมพ์	43	10.2
4. กิจกรรมและสื่อพิเศษ	31	7.4
5. วิทยุกระจายเสียง	23	5.5
6. สื่ออื่นๆ	13	3.1
การพัฒนาประเทศไทย		
1. ภาษาและการใช้ภาษา	243	57.9
2. เศรษฐกิจ	224	53.3
3. แรงงาน	141	33.6
4. การเมือง	65	15.5
5. วัฒนธรรม	55	13.1
6. ภาษา	54	12.9
7. ขนส่ง	51	12.1
8. ศุลกากร	25	6
ประเทศสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน		
1. ไทย	295	70.2
2. สิงคโปร์	184	43.8
3. พม่า	155	36.9
4. ลาว	153	36.4
5. เวียดนาม	142	33.8
6. มาเลเซีย	141	33.6
7. กัมพูชา	121	28.8
8. ฟิลิปปินส์	115	27.4
9. อินโดนีเซีย	99	23.6
10. บรูไน	62	14.8

ความต้องการข่าวสารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ปี พ.ศ. 2558 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามยังต้องการข่าวสารเพื่อการพัฒนาในด้านธุรกิจมากที่สุด (ร้อยละ 43.8) รองลงมาคือ ด้านการท่องเที่ยว (ร้อยละ 43.6) ด้านการศึกษา

(ร้อยละ 32.9) ด้านอุตสาหกรรม (ร้อยละ 24.0) ด้านสังคม (ร้อยละ 17.6) ด้านวัฒนธรรม (ร้อยละ 14.3) และด้านการเมือง (ร้อยละ 9.3) ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความต้องการข่าวสารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ปี พ.ศ. 2558

ความต้องการข่าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
1. ด้านธุรกิจ/ภาษี	184	43.8
2. ด้านการท่องเที่ยว	183	43.6
3. ด้านการศึกษา	138	32.9
4. ด้านอุตสาหกรรม	101	24.0
5. ด้านสังคม	74	17.6
6. ด้านวัฒนธรรม	60	14.3
7. ด้านการเมือง	39	9.3
รวม	420	100

นอกจากนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้มีการนำเสนอข่าวสารประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนผ่านสื่อโทรทัศน์มากที่สุด ร้อยละ 58.8 รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 12.6) หนังสือพิมพ์ (ร้อยละ 10.5) วิทยู (ร้อยละ 6.9) และกิจกรรมพิเศษต่างๆ (ร้อยละ 5.2) นิตยสาร (ร้อยละ 2.6) และสื่ออื่นๆ (ร้อยละ 2.9) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ปี พ.ศ. 2558 พบว่า เพศ อายุ อาชีพ รายได้ที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อระดับการรับรู้

ข้อมูลข่าวสารการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

แต่ปัจจัยด้านการศึกษาและประเภทสื่อการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันของประชาชนมีผลต่อระดับการรับรู้ข่าวสารการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ปี พ.ศ. 2558 โดยปัจจัยด้านการศึกษามีค่า $F = 9.045$ และ ปัจจัยด้านประเภทสื่อที่เปิดรับข่าวสารมีค่า $F = 8.902$ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ปี พ.ศ. 2558

ปัจจัย		Sum of Squares	df	Mean Square	F	P
เพศ	ภายในกลุ่ม	.141	2	.071	.282	.754
	ระหว่างกลุ่ม	103.959	416	.250		
	รวม	104.100	418			
อายุ	ภายในกลุ่ม	1.749	2	.875	.633	.531
	ระหว่างกลุ่ม	574.637	416	1.381		
	รวม	576.387	418			
การศึกษา	ภายในกลุ่ม	9.932	2	4.966	9.045	.000*
	ระหว่างกลุ่ม	228.397	416	.549		
	รวม	238.329	418			
อาชีพ	ภายในกลุ่ม	.903	2	.452	.531	.588
	ระหว่างกลุ่ม	353.584	416	.850		
	รวม	354.487	418			
รายได้	ภายในกลุ่ม	2.934	2	1.467	.763	.467
	ระหว่างกลุ่ม	799.600	416	1.922		
	รวม	802.535	418			
ประเภทสื่อ	ภายในกลุ่ม	10.914	2	5.457	8.902	.005*
	ระหว่างกลุ่ม	255.019	416	.613		
	รวม	265.933	418			

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

เมื่อนำผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 3 มาเปรียบเทียบเชิงซ้อน (multiple comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยรายคู่ที่แตกต่างกันของระดับการศึกษาที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับการรับรู้ข่าวสารประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยค่าเฉลี่ยรายคู่ที่แตกต่างกัน ได้แก่ ผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีจะมีระดับการรับรู้ข่าวสารประชาคมเศรษฐกิจ

อาเซียนสูงกว่าผู้มีการศึกษาระดับอื่นๆ คือ สูงกว่าผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ระดับอนุปริญญา และระดับมัธยมศึกษา ส่วนผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีจะมีระดับการรับรู้ข่าวสารประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนสูงกว่าผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ซึ่งเป็นปัจจัยในการเลือกรับรู้ข่าวสารของบุคคล โดยถือเป็นปัจจัยภายในด้านสติปัญญา ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับการศึกษากับระดับการรับรู้ข่าวสารการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ด้วยวิธี LSD

(I) การศึกษา	(J) การศึกษา	Mean Difference (I-J)	Std. Error	P
มัธยม	อนุปริญญา	-.16498	.14130	.244
	ปริญญาตรี	-.31630 [*]	.09935	.002
	สูงกว่าปริญญาตรี	-.66077 [*]	.16113	.000
อนุปริญญา	มัธยม	.16498	.14130	.244
	ปริญญาตรี	-.15132	.11392	.185
	สูงกว่าปริญญาตรี	-.49579 [*]	.17049	.004
ปริญญาตรี	มัธยม	.31630 [*]	.09935	.002
	อนุปริญญา	.15132	.11392	.185
	สูงกว่าปริญญาตรี	-.34447 [*]	.13775	.013
สูงกว่าปริญญาตรี	มัธยม	.66077 [*]	.16113	.000
	อนุปริญญา	.49579 [*]	.17049	.004
	ปริญญาตรี	.34447 [*]	.13775	.013

* ระดับนัยสำคัญ 0.05

เมื่อนำผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 3 มาเปรียบเทียบเชิงซ้อน (multiple comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยรายคู่ที่แตกต่างกันของประเภทสื่อ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า ประเภทสื่อที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับการรับรู้ข่าวสารประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยกลุ่มตัวอย่างมีการ

รับรู้ข่าวสารประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์สูงกว่าการรับรู้ผ่านสื่อประเภทอื่นๆ ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต และกิจกรรมพิเศษ นอกเหนือจากนี้ กลุ่มตัวอย่างยังมีการรับรู้ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตสูงกว่าการรับรู้ผ่านสื่อวิทยุ ดังแสดงในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของประเภทสื่อที่เปิดรับกับระดับการรับรู้ข่าวสารการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ด้วยวิธี LSD

(I) ประเภทสื่อ	(J) ประเภทสื่อ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	P.
โทรทัศน์	วิทยุ	.23255	.14787	.117
	หนังสือพิมพ์	-.09408	.10991	.392
	นิตยสาร	-.72199*	.27439	.009
	อินเทอร์เน็ต	-.15677	.09065	.084
	กิจกรรมสื่อพิเศษ	.08446	.12668	.505
วิทยุ	โทรทัศน์	-.23255	.14787	.117
	หนังสือพิมพ์	-.32664	.17403	.061
	นิตยสาร	-.95455*	.30577	.002
	อินเทอร์เน็ต	-.38933*	.16255	.017
	กิจกรรมสื่อพิเศษ	-.14809	.18508	.424
หนังสือพิมพ์	โทรทัศน์	.09408	.10991	.392
	วิทยุ	.32664	.17403	.061
	นิตยสาร	-.62791*	.28933	.031
	อินเทอร์เน็ต	-.06269	.12899	.627
	กิจกรรมสื่อพิเศษ	.17854	.15643	.254
นิตยสาร	โทรทัศน์	.72199*	.27439	.009
	วิทยุ	.95455*	.30577	.002
	หนังสือพิมพ์	.62791*	.28933	.031
	อินเทอร์เน็ต	.56522*	.28258	.046
	กิจกรรมสื่อพิเศษ	.80645*	.29611	.007
อินเทอร์เน็ต	โทรทัศน์	.15677	.09065	.084
	วิทยุ	.38933*	.16255	.017
	หนังสือพิมพ์	.06269	.12899	.627
	นิตยสาร	-.56522*	.28258	.046
	กิจกรรมสื่อพิเศษ	.24123	.14355	.094
กิจกรรมสื่อพิเศษ	โทรทัศน์	-.08446	.12668	.505
	วิทยุ	.14809	.18508	.424
	หนังสือพิมพ์	-.17854	.15643	.254
	นิตยสาร	-.80645*	.29611	.007
	อินเทอร์เน็ต	-.24123	.14355	.094

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สรุปและอภิปรายผล

การศึกษาการรับรู้และความต้องการข่าวสารต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ปี พ.ศ. 2558 เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ข่าวสารของประชาชนต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เพื่อศึกษาความต้องการข่าวสารของประชาชนต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกับระดับการรับรู้ของประชาชนต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ปี พ.ศ. 2558 ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวม และใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-step Random Sampling) จากประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ระหว่างเดือนสิงหาคม – กันยายน พ.ศ. 2555 ตัวแปรที่ศึกษา คือ ปัจจัยด้านประชากร ประเภทสื่อ การรับรู้ข่าวสาร การความต้องการข่าวสาร ใช้สถิติเชิงบรรยายและสถิติเชิงอ้างอิงวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีการรับรู้ข่าวสารการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ปี พ.ศ. 2558 จากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ สื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อหนังสือพิมพ์ และประชาชนยังต้องการให้มีการนำเสนอข่าวสารประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนผ่านสื่อโทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ วิทยุและกิจกรรมพิเศษต่างๆ ตามลำดับ ทั้งนี้ เนื่องจากสื่อถือเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างให้เกิดการรับรู้ของบุคคล ดังที่ สุพานี สฤษฏ์วานิช (2552) กำหนดขั้นตอนของการรับรู้ ว่า เริ่มจากสื่อเป็นสิ่งเร้าจากสภาพแวดล้อมภายนอกแล้ว มีการสังเกตโดยผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของบุคคลแล้วจึงจะเกิดการเลือกที่จะรับรู้ (perceptual selection) เนื่องจากสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีทั้งภาพและเสียงจึงเหมาะกับการสร้างความสนใจและกระตุ้นให้เกิดการรับข่าวสารต่างๆ ตลอดจนใช้เป็นสื่อเพื่อการโน้มน้าวชักจูงใจได้อย่างมีประสิทธิภาพจึงเป็นสื่อที่สามารถสร้างการรับรู้เรื่องประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้มากที่สุด รองลงมาคือ สื่ออินเทอร์เน็ตซึ่งในปัจจุบันถือเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมสูง เนื่องจากสร้างการรับรู้ได้ดีจากกลุ่มที่เป็นเครือข่ายทางสังคมของบุคคล ส่วนสื่อสิ่งพิมพ์นั้นเป็นสื่อที่สามารถให้รายละเอียดข้อมูลข่าวสารของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังเป็นสื่อที่มีมีความคงทนถาวรจึงได้รับความนิยมในการเป็นสื่อที่สร้างการรับรู้ของบุคคลได้อีกประเภทหนึ่ง

ผลการวิจัยยังพบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลมีระดับการรับรู้ข่าวสารของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอยู่ในระดับปานกลาง โดยรับรู้ข่าวสารของประเทศไทย สิงคโปร์ พม่ามากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการสำรวจความรู้และความเข้าใจของนักศึกษาจากประเทศสมาชิกอาเซียน 10 ประเทศ ต่อพัฒนาการของประชาคมอาเซียน (2551 อ้างใน สักกรินทร์ นิยมศิลป์, 2555) ค้นพบว่า ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับอาเซียนในบางด้านของนักศึกษาไทยยังอ่อนด้อยอยู่มาก เช่น ยังไม่รู้จักรงหรือประวัติศาสตร์อาเซียนดีพอ ในทางตรงกันข้าม ประเทศอาเซียนอื่นกลับรู้จักประเทศไทยมากกว่า และสนใจที่จะเดินทางมาเที่ยวและทำงานในไทยเป็นอันดับต้นๆ ของภูมิภาค โดย สักกรินทร์ นิยมศิลป์ (2555) กล่าวว่า นักศึกษาไทยจำเป็นต้องพัฒนาตนเอง และชวนชวนที่จะเรียนรู้เกี่ยวกับอาเซียนให้มากขึ้น ทั้งนี้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องเข้ามาส่งเสริมให้เกิดการรับรู้และตระหนักถึงการรับข่าวสารของประเทศสมาชิกอาเซียนให้กับประชาชนไทยให้มากขึ้น ด้วยการสร้างปัจจัยที่เกิดจากผู้รับสารโดยตรง ได้แก่ ทักษะคิด แรงจูงใจ ความสนใจ ประสบการณ์ที่ผ่านมา และความคาดหวัง หรือปัจจัยที่เกิดจากเป้าหมาย คุณลักษณะของเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ถูกสังเกตที่ก่อให้เกิดการรับรู้ หรือเป็นปัจจัยที่เกิดจากสถานการณ์ (factors in the situation) สภาพแวดล้อมบริบทรอบๆ วัตถุหรือเหตุการณ์ที่ปรากฏ

สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อระดับการรับรู้ข่าวสารการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ตัวแปรด้านการศึกษาและประเภทสื่อในการเปิดรับที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ทำให้ระดับการรับรู้ข่าวสารการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ปี พ.ศ. 2558 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างกันเป็นรายคู่ พบว่า ระดับการศึกษาที่สูงกว่าปริญญาตรีมีความแตกต่างกับทุกระดับการศึกษา และประเภทสื่อนิตยสารมีความแตกต่างกับสื่อทุกประเภทที่เปิดรับด้วยเช่นกัน ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับแนวคิดที่ว่า การรับรู้ข่าวสารของบุคคลแตกต่างกันเนื่องจากพฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกมามีพื้นฐานจากการรับรู้จากสิ่งที่เป็นจริง ซึ่งสิ่งที่เกิดจากการรับรู้กับสิ่งที่เป็นจริงอาจจะแตกต่างกัน เมื่อบุคคลเกิดการรับรู้ว่าจะจะเป็นพื้นฐานให้บุคคลยึดถือและปฏิบัติไปตามที่รับรู้

(สุพานี สฤกษ์วานิช, 2552) โดยที่มนุษย์จะรับรู้และสามารถพัฒนาจนเป็นการเรียนรู้ได้หรือไม่ ขึ้นอยู่กับสติปัญญา ความชำนาญและความสนใจต่อสิ่งเร้าซึ่งมีความแตกต่างกัน และคุณภาพของจิตในขณะนั้น จึงเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ตัวแปรด้านการศึกษาและประเภทของสื่อที่แตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้ของบุคคลแตกต่างกัน

นอกจากนี้ การรับรู้ยังเป็นกระบวนการทางความคิดที่บุคคลใช้ในการเลือกจัดระเบียบและให้ความหมายสิ่งเร้าที่เป็นสิ่งแวดล้อม (สุธรรม รัตนโชติ, 2552) และการรับรู้เริ่มจากมีสิ่งเร้าจากสภาพแวดล้อมภายนอก ทั้งในเชิงปัจเจกบุคคล กลุ่ม ชุมชน สังคม ฯลฯ โดยมีกระบวนการสังเกตผ่านประสาทสัมผัสของมนุษย์ทั้งห้า ซึ่งเป็นช่องทางหรือประเภทสื่อที่ใช้ในการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ และมนุษย์จะเลือกรับรู้ รับทราบข้อมูลต่างๆ ซึ่งจะเลือกรับรู้ข้อมูล ข่าวสารจากปัจจัยภายในตัวผู้รับสารและปัจจัยจากสภาพแวดล้อมภายนอกของผู้รับสาร โดยที่การรับรู้จะเกิดขึ้นมากขึ้นน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับสิ่งที่มีอิทธิพลหรือปัจจัยในการรับรู้ (สุพานี สฤกษ์วานิช, 2552) ดังนั้น การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทยจึงต้องมุ่งกระตุ้นให้ประชาชนเกิดการรับรู้ข่าวสารประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเพิ่มมากขึ้นตามลักษณะของระดับการจัดการเรียนการสอน และการเผยแพร่ข่าวสารไปยังสื่อประเภทต่างๆ โดยสามารถสร้างการรับรู้ข่าวสารในเรื่องของการสร้างอาเซียนให้เป็นตาม และมีฐานการผลิตเดียว การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของอาเซียน การพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเสมอภาค การเชื่อมโยงอาเซียนเข้ากับเศรษฐกิจ

ข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องน่าที่จะได้กำหนดแนวทางในการเข้าถึงข้อมูลของประชาชนจากสื่อหลัก สื่อรองให้เหมาะสม และวางยุทธศาสตร์แผนการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้ให้กับหน่วยงาน องค์กร และประชาชน เพื่อเป็นข้อมูลเตรียมความพร้อมให้กับตนเอง ชุมชน และสังคมต่อไป ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยควรได้มีการศึกษาถึงตัวแปรอื่นที่เกี่ยวข้องเพิ่มมากขึ้น อาทิ ทักษะคิด พฤติกรรม สภาวะแวดล้อม แรงจูงใจของประชาชนต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจ

อาเซียน ใน ปี พ.ศ. 2558 เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการขับเคลื่อนทิศทางการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทยต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ในด้านต่างๆ ให้แก่ผู้วิจัยที่สามารถนำความรู้ที่ได้มาประยุกต์ใช้กับการศึกษาวิจัย ขอบพระคุณผู้ที่ให้ความสนับสนุนและผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ทำให้งานวิจัยชิ้นนี้สามารถสำเร็จลุล่วงเป็นอย่างดี

บรรณานุกรม

- กรมการปกครอง. กระทรวงมหาดไทย. (2555). *รายงานสถิติจำนวนประชากร เดือนธันวาคม พ.ศ. 2554*. สืบค้นจาก: http://stat.dopa.go.th/xstat/pop54_1.html 2555
- “ผลวิจัยจุฬาเผยภาษาไทย ‘บูม’ รับประชาคมอาเซียนเพื่อนบ้านแห่เรียน.” (2555, 3 มกราคม). มติชนออนไลน์. สืบค้นจาก <http://www.matichon.co.th>
- วิเชียร วิทย์อุดม. (2554). *พฤติกรรมองค์กรการ* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพมหานคร: ธนธิ.
- สักรินทร์ นิยมศิลป์. (2555). อาเซียนจากมุมมองของนักศึกษา 10 ประเทศ. *ประชากรและการพัฒนา*. 32 (5), มิถุนายน – กรกฎาคม. สืบค้นจาก www.popterms.mahidol.ac.th/newsletter/showarticle.php?articleid=296
- สำนักความสัมพันธ์ต่างประเทศ. สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ. (2555). *ประเทศสมาชิกอาเซียน*. สืบค้นจาก www1.mod.go.th/admm/aseancountry_thai.pdf
- สุธรรม รัตนโชติ. (2552). *พฤติกรรมองค์กรและการจัดการ*. กรุงเทพมหานคร: ทอปป.
- สุพานี สฤกษ์วานิช. (2552). *พฤติกรรมองค์กรสมัยใหม่: แนวคิดและทฤษฎี* (พิมพ์ครั้งที่ 2). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ทิพย์พพร มหาสินไพศาล
สำเร็จการศึกษา ศศ.ด. (การบริหารการศึกษา) มหาวิทยาลัย
เกษตรศาสตร์ นศ.ม. (นิเทศศาสตร์พัฒนาการ) จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย และ ว.บ. (เกียรตินิยมอันดับสอง สาขา
การประชาสัมพันธ์)มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ปัจจุบัน
ดำรงตำแหน่งเป็นผู้ช่วยคณบดี คณะนิเทศศาสตร์ สถาบันการ
จัดการปัญญาภิวัฒน์ มีผลงานทางวิชาการประเภทงานวิจัย
ได้แก่ The Causal Relationship of Organizational
Performance of Private Higher Education Institutions,

ความคิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครต่อการ
บริหารจัดการให้สภากาชาดไทย, ภาพลักษณ์ของหน่วยงาน
จัดเก็บรายได้ของรัฐ, ทักษะที่มีต่อการรณรงค์ไม่กินหวาน
ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร, สังเคราะห์งานวิจัย
ภาควิชาการประชาสัมพันธ์, ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหาร
โครงการประชาสัมพันธ์ขององค์กร, ทักษะของประชาชน
ในเขตกรุงเทพมหานครต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจ
อาเซียน ฯลฯ บทความวิชาการ ได้แก่ ภาษาในการสื่อสารเพื่อ
สังคมไทย, ยุทธศาสตร์การจัดการความรู้ในมหาวิทยาลัย
เอกชน, การครองใจผู้บริโภคยุคการเปลี่ยนแปลงด้วย
การตลาดเพื่อสังคม, การเตรียมความพร้อมนักสื่อสารองค์กร
กับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ฯลฯ ประเภทตำรา
ได้แก่ การวิจัยการสื่อสารเบื้องต้น, การวิจัยและการประเมินผล
การประชาสัมพันธ์, กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ในธุรกิจบันเทิง
 ฯลฯ