

การชุดรื้อตแรงงานลูกจ้างประเภทเสมียนพนักงาน ผ่านการใช้สมาร์ตโฟน กรณีศึกษา : เสมียน
พนักงานในเขตกรุงเทพมหานคร

นางสาวสรณ์ มานะวานิชเจริญ



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 ที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)

เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของวิทยานิพนธ์ ที่ส่งผ่านทางบัณฑิตวิทยาลัย

The abstract and full text of theses from the academic year 2011 in Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR)

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง
are the thesis authors' files submitted through the University Graduate School.

คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2558

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

The exploitation of white collar workers via smartphone. Case study: the white collar workers in Bangkok.

Miss Sorn Manawanitcharoen



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts Program in Political Economy

Faculty of Economics

Chulalongkorn University

Academic Year 2015

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การชูดรีดแรงงานลูกจ้างประเภทเสมียนพนักงาน ผ่านการ ใช้สมาร์ตโฟน กรณีศึกษา : เสมียนพนักงานในเขต กรุงเทพมหานคร
โดย	นางสาวสรณ์ มานะวานิชเจริญ
สาขาวิชา	เศรษฐศาสตร์การเมือง
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	อาจารย์ ดร.วัชรพงศ์ รติสุขพิมล

คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

.....คณบดีคณะเศรษฐศาสตร์
(ศาสตราจารย์ ดร.วรเวศม์ สุวรรณระดา)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ
(อาจารย์ ดร.นพพล วิทย์วรพงศ์)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(อาจารย์ ดร.วัชรพงศ์ รติสุขพิมล)

.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลิณี มุทธาภิน)

.....กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ แล ดิลกวิทยรัตน์)

สรณ์ มานะวานิชเจริญ : การขูดรีดแรงงานลูกจ้างประเภทเสมียนพนักงาน ผ่านการใช้
 สมาร์ทโฟน กรณีศึกษา : เสมียนพนักงานในเขตกรุงเทพมหานคร (The exploitation of
 white collar workers via smartphone. Case study: the white collar workers in
 Bangkok.) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: อ. ดร.วัชรพงศ์ รติสุขพิมล, 73 หน้า.

บทคัดย่อ

งานวิจัยชิ้นนี้มุ่งศึกษาแนวคิด พฤติกรรมและรูปแบบการขูดรีดแรงงานลูกจ้างประเภท
 เสมียนพนักงาน หรือมนุษย์เงินเดือนในกรุงเทพมหานคร ผ่านสมาร์ทโฟน รวมถึงผล กระทบของการ
 ใช้สมาร์ทโฟนในบริบทการทำงาน ที่มีต่อชีวิตเสมียนพนักงาน ผลการวิจัยบ่งชี้ว่า กลุ่มวิจัย เปิดรับ
 และต้องการเป็นเจ้าของสมาร์ทโฟนด้วยความกระตือรือร้น และยังพบว่าประสิทธิภาพก้าวล้ำของ
 สมาร์ทโฟนนั้น ช่วยเอื้อให้การทำงานเข้าถึงตัวกลุ่มวิจัยได้ตลอดเวลา ซึ่งส่วนมากคือช่วงเวลาที่กลุ่มวิจัย
 ไม่ได้รับค่าจ้าง หรือนอกเวลาทำงาน อันเป็นเวลาที่คุณวิจัยสร้างมูลค่าส่วนเกินให้นายจ้างและบริษัท
 ขูดรีดนั่นเอง แม้ว่าสมาร์ทโฟนจะมีส่วนช่วยเพิ่มกำไรและผลิตภาพให้นายจ้างและบริษัทได้มหาศาล
 แต่นายจ้างมากกว่าร้อยละ 90 ไม่มีท่าทีจะช่วยรับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการใช้สมาร์ทโฟ
 นร่วมกับกลุ่มวิจัย ยิ่งไปกว่านั้น สมาร์ทโฟนยังผลักดันให้กลุ่มวิจัยยอมรับการถูกขูดรีด ส่วนหนึ่งเป็น
 ผลมาจากการที่กลุ่มวิจัยมองว่า การทำงานนอกเวลางานนั้น เป็นโอกาสแสดงตนว่าเป็นลูกจ้าง
 พนักงานที่มีศักยภาพในการทำงาน และสามารถครอบครองเทคโนโลยีที่รองรับการทำงานได้ไม่ว่า
 เวลาสถานที่ใด จึงเป็นเหตุให้มองข้ามเรื่องของการถูกขูดรีดแรงงานที่เกิดขึ้นไปโดยคุณ

นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบอีกด้วยว่า ผลกระทบเชิงลบจากการใช้สมาร์ทโฟนในบริบท
 การทำงานทั้งหมดนั้น ล้วนเอื้อประโยชน์ให้ฝ่ายนายจ้างและบริษัท ในขณะที่ผล กระทบเชิงลบ เช่น
 คุณภาพชีวิตที่แย่งลง หรือ การใช้ชีวิตและการทำงานไม่สมดุลกัน ล้วนตกอยู่กับฝ่ายลูกจ้าง หรือกลุ่ม
 วิจัยทั้งสิ้น กล่าวโดยสรุปได้ว่า การขูดรีดที่เคยเกิดขึ้นกับแรงงานกรรมมาชีพนั้น ในวันนี้ได้เกิดขึ้นกับ
 แรงงานเสมียนพนักงาน หรือมนุษย์เงินเดือนแล้วเช่นกัน ด้วยความช่วยเหลือของเทคโนโลยีสมาร์
 โฟน

สาขาวิชา เศรษฐศาสตร์การเมือง

ปีการศึกษา 2558

ลายมือชื่อนิสิต

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก

5585332229 : MAJOR POLITICAL ECONOMY

KEYWORDS: EXPLOITATION, WHITE COLLAR WORKERS, SMARTPHONE

SORN MANAWANITCHAROEN: The exploitation of white collar workers via smartphone. Case study: the white collar workers in Bangkok.. ADVISOR: WATCHARAPONG RATISUKPIMOL, Ph.D., 73 pp.

Abstract

This research aims to comprehend the concepts, behaviors and patterns of white collar worker exploitation occurred in Bangkok through smartphone using in the work context, along with its effects on white collar workers' lives. The collected data shows the respondents have enthusiastically embraced smartphones. Its advanced performance facilitates work to reach the respondents anytime, which mostly happens at the unpaid time beyond office hours and consequently creates the surplus value for employers to exploit. Even though smartphones help increase profit and productivity for the capitalist companies, more than 90% of employers have shown no interest to share the expenses incurred from smartphone using. Moreover, smartphones drive the respondents to voluntarily accept the exploitation since they seem to perceive that working beyond office hours is the chance to showcase their work potential and their ability to own the technology that enables them to work anywhere anytime. That is why the respondents work beyond office hours on their own volition. Also, the positive effects from smartphone using in the work context are all in employers' favor. Contrastingly, its negative effects such as bad quality of life and work-life imbalance only inflict on employees. In conclusion, the exploitation that has been clearly inflicted on the blue collar workers, is now easily applied to the white collar workers as well thanks to the productiveness of smartphone technology.

Field of Study: Political Economy

Student's Signature

Academic Year: 2015

Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ คือผลผลิตจากความกรุณาของ อาจารย์ ดร.วัชรพงศ์ รติสุขพิมล อาจารย์ ดร.นพพล วิทย์วรพงศ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลลินี มุทธาภิน รongศาสตราจารย์ แล ดิลกวิทยรัตน์ อาจารย์ ที่ปรึกษาและกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ และอีกหนึ่งท่าน ที่จะลืมกล่าวถึงไปไม่ได้ ศาสตราจารย์ ดร.ฉัตรทิพย์ นาถสุภา ผู้ให้คำแนะนำ ความรู้และความช่วยเหลือทางด้านวิชาการ แก่ผู้วิจัยเสมอมา

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ คือผลผลิตจากความรักและกำลังใจ จากบิดามารดา ผู้คอย อยู่เคียงข้างผู้วิจัยมาโดยตลอด

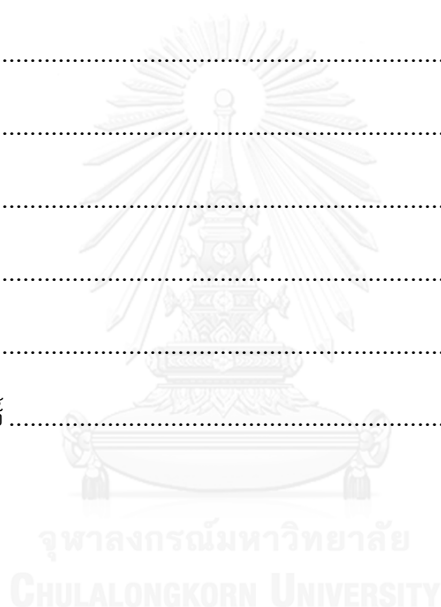
วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ คือผลผลิตจากความหมาย ในการนำองค์ความรู้ที่ศณาจารย์ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ประสิทธิ์ประสาทให้มาประยุกต์ใช้จน เกิดประโยชน์และมุมมองใหม่ ๆ แก่ชีวิตของผู้วิจัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
บทที่หนึ่ง.....	1
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	6
1.3 ขอบเขตการวิจัย	6
1.4 นิยามคำศัพท์เฉพาะ.....	7
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	1
บทที่สอง	2
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	2
2.1 การชูดรีดแรงงาน.....	3
1) เทคนิควิธีชูดรีดมูลค่าส่วนเกินแบบพื้นฐาน.....	4
2) เทคนิควิธีชูดรีดมูลค่าส่วนเกินแบบแยกย่อย.....	7
2.2 ลูกจ้างพนักงาน.....	9
1) ที่มาของลูกจ้างพนักงาน	10
2) เป้าหมายในชีวิตลูกจ้างพนักงาน.....	11
3) ความกังวลของลูกจ้างพนักงาน	11
4) ลูกจ้างพนักงานไทยในปัจจุบัน	13
2.3 เทคโนโลยีสมาร์ทโฟน	19
1) ระบบปฏิบัติการ Android.....	20

2) ระบบปฏิบัติการ iOS	24
2.4 เทคโนโลยีสมาร์ทโฟนกับผลกระทบต่อวิถีชีวิตลูกจ้างพนักงาน.....	28
1) ปัญหางานเข้าถึงตัวได้ตลอดเวลา	28
2) ปัญหาเวลาทำงานถูกขยายออกไป	29
3) ปัญหาปริมาณงานเพิ่มมากขึ้น.....	30
4) ปัญหาการไม่สามารถแยกเรื่องงานออกจากบริบทชีวิตด้านอื่น ๆ	30
2.5 รูปแบบและวัฒนธรรมการทำงานในสำนักงานร่วมสมัย.....	32
2) การเปลี่ยนแปลงด้านนายจ้าง : กลยุทธ์การชูดรีดมูลค่าส่วนเกินแบบแยบยล	38
3) ปัจจัยที่ไม่แปรเปลี่ยน	41
2.6 มูลเหตุของการยอมรับสภาพการชูดรีดแรงงาน	48
1) ยอมเพราะต้องการความสำเร็จ.....	49
2) ยอมเพราะกลัวการสูญเสีย.....	49
3) แรงกดดันจากสังคมในที่ทำงาน.....	50
4) สังคมก้มหน้า	50
2.7 งานวิจัยและงานเขียนเกี่ยวข้องกับการชูดรีดแรงงานและเทคโนโลยีสมาร์ทโฟน.....	51
บทที่สาม	53
การวิจัย.....	53
3.1 การวิจัยภาคเอกสาร.....	53
3.2 การวิจัยภาคสนาม	66
3.2.1. การประมวลผลข้อมูลดิบ	66
1) ข้อมูลจำเพาะ	66
2) ข้อมูลการใช้สมาร์ทโฟนในบริบทการทำงาน	73
3) พฤติกรรมและท่าทีต่อการใช้สมาร์ทโฟนกับการทำงานนอกเวลางาน	4

3.2.2 การวิเคราะห์ผล.....	2
1) พฤติกรรมการบริโภคเทคโนโลยีสมาร์ทโฟนของกลุ่มวิจัย.....	2
2) เทคโนโลยีสมาร์ทโฟนในบริบทการทำงานและผลกระทบจากการใช้นอก เวลางาน.....	3
3) เทคโนโลยีสมาร์ทโฟนกับขบวนการและรูปแบบการชู้ตริตแรงงานที่ เกิดขึ้น.....	1
บทที่สี่.....	1
สรุปผลการวิจัย	1
รายการอ้างอิง	3
ภาคผนวก ก.....	9
ภาคผนวก ข	15
ฐานข้อมูลดิบ.....	15
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์	38



บทที่หนึ่ง

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ธรรมชาติพื้นฐานประการหนึ่งของระบบทุนนิยม คือการสะสมทุนเป็นวงจรมิสิ้นสุด โดยเริ่มจากการนำเงิน (money หรือ M) มาเป็นต้นทุนผลิตสินค้า (commodity หรือ C) แล้วนำเข้าสู่ตลาด เพื่อให้ได้เงินกำไรจากเงินทุนก้อนแรก กลับมาเป็นต้นทุนผลิตสินค้าชุดต่อไป เพื่อนำไปขาย แล้วแปลงเป็นเงินทุนที่มากขึ้นไปเรื่อย ๆ โดยวงจรการสะสมทุนดังกล่าวมีรูปแบบดังต่อไปนี้

$$M - C - M' - C' - M'' - C'' - M''' - C''' - M'''' - C'''' \dots$$

โดยที่ M' คือเงินทุนที่เพิ่มพูนขึ้นจาก M ก้อนแรก หรือกำไรที่ได้จากการขายสินค้าหรือ C เมื่อนายทุนนำ M' มาเป็นเงินทุนก้อนใหม่สำหรับผลิตสินค้าก็จะได้เป็น C' ออกมา เมื่อนำไปขายก็จะได้เป็นกำไรก้อนใหม่ M'' เพื่อมาเป็นต้นทุนผลิตของสินค้า C'' เป็นวงจรต่อยอดทุนต่อไปเช่นนี้ トラバ เท่าที่นายทุนยังรักษากำไรและความได้เปรียบของตนในเกมการแข่งขันของตลาด หรือในระดับที่ยังหา M ก้อนใหม่ที่มีมูลค่ามากขึ้นเข้ามาหมุนในวงจรได้นั่นเอง

นอกจากนี้ สิ่งที่จะช่วยให้นายทุนอยู่รอดในการแข่งขันของตลาดระบบทุนนิยม คือมูลค่าส่วนเกินจากการผลิต (surplus value) ซึ่งได้จากการที่แรงงานผลิตสินค้าหรือบริการ ในจำนวนที่เกินกว่าหรือมีมูลค่ามากกว่าที่ค่าแรงและชั่วโมงการทำงานที่จำเป็นต่อการผลิตสินค้านั้น ๆ ผลิตให้ได้ การได้มูลค่าส่วนเกินนี้ ย่อมหมายถึงกำไรที่มากขึ้น และโอกาสที่จะอยู่เหนือคู่แข่งในตลาดย่อมมากขึ้น ตามไปด้วย (Resnick, 1999) นายทุนส่วนใหญ่จึงไม่ละเลยที่จะขูดรีด (exploitation) เค้นให้แรงงานผลิตส่วนเกินดังกล่าวออกมาให้ได้มากที่สุด วิธีการขูดรีดขั้นพื้นฐานวิธีหนึ่งก็คือ การจ่ายค่าจ้างให้ต่ำที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ และให้แรงงานทำงานให้คุ้มเกินค่าจ้างนั้นมากที่สุด ส่วนที่นายทุนได้เกินมาก็จะเป็น มูลค่าส่วนเกิน หรือแรงงานที่นายทุนได้เปล่ามา โดยไม่ต้องลงแรง จ่ายเงิน หรือเสียอะไรแลกเปลี่ยน (unpaid labor) การขูดรีดส่วนเกินนี้ เป็นกลไกตามธรรมชาติของวิธีการผลิตแบบทุนนิยม ซึ่งผลลัพธ์คือความมั่งคั่งมหาศาลให้นายทุนนำไปลงทุนและแข่งขันในตลาดทุนนิยมได้ต่อไป ตามที่ Friederich Engels ได้อธิบายไว้ในหนังสือ Socialism: Utopian and Scientific ดังต่อไปนี้

...the appropriation of unpaid labor is the basis of the capitalist mode of production and of the exploitation of the worker that occurs under it;...the capitalist buys the labor power of his labourer at its full value as a commodity on the market, he yet extracts more value from it than he paid for;...this surplus value forms those sums of value from which are heaped up the constantly increasing masses of capital in the hands of the possessing classes. (Engels, 1910)

นอกจากนี้การขูดรีดส่วนเกินสามารถเกิดขึ้นได้ทุกที่ที่มีการผลิตมูลค่าส่วนเกินให้นายทุนคักตวง ทั้งในโรงงาน ซึ่งมีชนชั้นกรรมาชีพ (blue collar) ใช้แรงงานทำงานแลกค่าจ้าง และในบริษัทห้างร้าน ซึ่งมีพนักงานที่ใช้ความรู้ความสามารถ (white Collar) ทำงานแลกเงินเดือน (Pena, 2010) และยังสามารถวิเคราะห์ไว้อีกด้วยว่า การขูดรีดส่วนเกินจะดำเนินต่อไปเช่นนี้ トラบเท่าที่ระบบทุนนิยมยังไม่ล่มสลาย (Negri, Hardt, & Zolo, 2008)

เมื่อมูลค่าส่วนเกินคือจุดกำเนิดของกำไรและเงินทุนก้อนใหม่ จึงไม่น่าแปลกใจที่บรรดานายทุนไม่เคยหยุดที่จะคิดหาสารพัดวิธีการขูดรีดมูลค่าส่วนเกิน และวิธีควบคุมการผลิตมูลค่าส่วนเกินนั้นให้ได้มากและเร็วที่สุด ด้วยการนำเทคโนโลยีต่าง ๆ เช่น เครื่องจักร คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตเข้ามาช่วยให้กระบวนการผลิตการทำงานง่ายและเร็วขึ้น รวมถึงการปรับรูปแบบโรงงานและองค์กรในลักษณะที่เอื้อต่อการขูดรีดส่วนเกินมากยิ่งขึ้น จนสามารถเป็นข้อสรุปที่ว่าอัตราการขูดรีดแรงงานในสถานที่ทำงานแต่ละแห่งนั้น จะสูงขึ้นทุกครั้งที่นายทุนเจ้าของกิจการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีการทำงานหรือรูปแบบขององค์กร (Harvey, 2006) โดยปัจจัยที่ผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเหล่านั้น มีทั้งการเล็งเห็นช่องทางในการขูดรีดส่วนเกินได้มากขึ้น การแข่งขันในตลาด รวมถึงลักษณะของงานและตัวแรงงาน ที่แปรเปลี่ยนไปตามยุคสมัยและความต้องการของสังคม

ปัจจุบันเป็นยุคที่พนักงานออฟฟิศ (white collar) มีบทบาทสำคัญต่อการสร้างผลประโยชน์กำไร หรือมูลค่าส่วนเกินให้แก่บริษัทห้างร้านของนายทุนในยุคนี้ โดยพนักงานออฟฟิศดังกล่าวคือ ผู้ที่นำแรงงานที่ไม่เป็นรูปธรรมของตน (immaterial labor) เช่น องค์กรความรู้ ความถนัด ความสามารถ

ในด้านต่าง ๆ เช่น การติดต่อสื่อสาร ประสานงาน หรือความสามารถอื่นใด มาทำให้การผลิตสินค้าและบริการของนายทุนสัมฤทธิ์ผลด้วยดี (Negri et al., 2008) เพื่อแลกกับเงินเดือนและสวัสดิการต่าง ๆ ด้วยเหตุที่แรงงานยุคนี้ไม่ได้มีเพียงกำลังกายแต่ยังมีพลังสมอง ประสบการณ์และความสามารถเป็นส่วนเกินให้ขูดรีด นายทุนจึงได้นำกลวิธีขูดรีดใหม่ ๆ ที่นอกเหนือไปจากการควบคุมเวลาการทำงาน หรือจับจ้องแรงงานขณะทำงาน เช่น การใช้วัฒนธรรมองค์กรเข้าครอบงำ (cultural management practice) ซึ่งทำให้พนักงานรู้สึกกระตือรือร้น พร้อมจะทุ่มเทให้กับการทำงานตลอดเวลา หรือพร้อมจะแข่งขันกันเองเพื่อแสดงศักยภาพการทำงานของตนที่เหนือกว่าผู้อื่น ด้วยความรักและรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งกับองค์กร (Fleming & Spicer, 2004) เป็นต้น จากตัวอย่างการศึกษาที่ผ่านมาพบว่าการครอบงำดังกล่าว สามารถทำให้พนักงานในตำแหน่งที่ปรึกษาด้านการบริหารจัดการ (management consultants) ของบริษัทในเดนมาร์คและสวีเดนมีนิสัย “บ้างาน” กล่าวคือพนักงานจะยอมอุทิศตนให้แก่งาน ทั้งควบคุมตนเอง กัดดันตนเอง และแข่งขันกันเอง เพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพสูงสุด และในกรณีที่เกิดการทำงานผิดพลาด เช่น งานที่ได้รับมอบหมายมีมากเกินไปจนไม่สามารถทำให้เสร็จทันเวลา พนักงานกลุ่มดังกล่าวจะโทษตนเองที่บกพร่องเรื่องจัดสรรเวลาทำงาน ไม่ได้คิดจะโทษนายจ้างหรือองค์กรที่ใช้งานหนักเกินกำลังตน (Muhr, Pedersen, & Alvesson, 2012) นอกจากนี้ยังมีการนำเงินเดือนที่มากขึ้น เงินโบนัส ตำแหน่งที่สูงขึ้นมาเป็นแรงจูงใจ (incentive) ให้พนักงานภักดีต่อองค์กร (Costas & Grey, 2012) ซึ่งเห็นตัวอย่างได้จาก C&S Wholesale Grocers ซูเปอร์มาร์เก็ตค้าส่งที่ทันสมัยและใหญ่ที่สุดในโลก จากรัฐนิวแฮมเชียร์ สหรัฐอเมริกา ซึ่งนิตยสาร Forbes จัดอันดับให้เป็นบริษัทเอกชนที่ใหญ่อันดับต้น ๆ ของสหรัฐอเมริกา โดย C&S มีนโยบายให้ผลตอบแทนเป็นแรงจูงใจแก่พนักงานจัดเก็บสินค้าในโกดัง กล่าวคือพนักงานจะมีฐานค่าจ้างที่เท่ากัน แต่จะได้เงินตอบแทนเพิ่มขึ้นหากทำงานได้รวดเร็วและไม่บกพร่อง ในทางกลับกัน หากทำงานผิดพลาดหรือล่าช้า จะได้รับเงินน้อยลง ทางซูเปอร์มาร์เก็ตให้พนักงานกลุ่มดังกล่าวทำงานร่วมกันเป็นทีม แต่ละทีมจึงแข่งขันกันทำงานอยู่ในที เพราะต่างย่อมต้องการเป็นทีมที่ทำงานได้เร็วที่สุด บางทีมมีการโน้มน้าวให้สมาชิกไม่พักรับประทานอาหาร หรือแม้กระทั่งทำงานตลอดเวลาโดยไม่พัก เพื่อให้ทีมมีสถิติการทำงานที่ดีขึ้น ทีมจะได้เงินตอบแทนมากขึ้น การจ่ายเงินเพิ่มเพื่อเป็นแรงจูงใจดังกล่าว ได้รับความชื่นชมอย่างกว้างขวางในวงการธุรกิจ ซูเปอร์มาร์เก็ต ว่าช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานได้อย่างน่าพอใจ (Monaco, 2014)

นอกจากนี้ นายทุนยุคปัจจุบันยังมีวิธีการขูดรีดส่วนเกินจากพนักงานอีกหนึ่งวิธี คือการใช้เทคโนโลยี ดิจิตอล

เทคโนโลยีดิจิตอล หรือการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านคอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน และ smart gadgets ต่าง ๆ คือเทคโนโลยีทรงประสิทธิภาพที่สุดของยุคปัจจุบัน ที่เอื้อประโยชน์แก่นายทุน เจ้าของกิจการแทบทุกบริษัทได้อย่างคัมค่าในหลาย ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านการเพิ่มพลังการผลิตและ การทำงานของพนักงานให้สะดวกรวดเร็วขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการเป็นเครื่องมือขูดรีดส่วนเกิน จากพนักงานออฟฟิศ (Comor, 2010) ทั้งนี้เพราะทุกวันนี้ พนักงานออฟฟิศเกือบทุกคนมีโทรศัพท์ สมาร์ทโฟน และพกไว้ใกล้ตัวเกือบตลอดเวลา ซึ่งเปิดโอกาสให้เข้าถึงอินเทอร์เน็ตและการติดต่อ สื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้ทุกสถานที่ทุกเวลา ทั้งในที่ส่วนตัวและที่สาธารณะ และนั่น หมายความว่านายจ้างสามารถติดต่อสั่งงานให้ลูกจ้างทำงานได้ตลอดเวลา แม้กระทั่งหลังเลิกงานและ ในยามวิกาล ซึ่งเป็นการขูดรีดส่วนเกินหรือแรงงานได้เปล่า (unpaid labor) จากชั่วโมงการทำงานที่ นอกเหนือจากเวลางานตามปกติ (office hours) นั่นเอง จากการศึกษาของบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจ ด้านเทคโนโลยี Pixmania พบว่าพนักงานในสหราชอาณาจักรที่เข้าถึงอีเมลหรือรับการติดต่อได้ ตลอดเวลานั้น มีชั่วโมงการทำงานเพิ่มขึ้นวันละ 2 ชั่วโมง จากการทำงาน 8 ชั่วโมงเป็น 9-10 ชั่วโมง โดยเฉลี่ย ซึ่ง 2 ชั่วโมงที่เพิ่มขึ้นมานั้น ก็คือเวลาที่เบียดบังการพักผ่อนของพนักงานนั่นเอง เพราะ พนักงานจะใช้เวลาดังกล่าวในการส่งอีเมล โทรศัพท์คุยเรื่องงาน ตรวจสอบแก้ไขเอกสาร ติดตามความ คืบหน้าของงาน ติดต่อลูกค้าหรือผู้เกี่ยวข้องกับงาน ผลการศึกษาชิ้นนี้ยังระบุอีกด้วยว่า พนักงาน บริษัทมากกว่าร้อยละ 90 เข้าถึงอีเมลผ่านโทรศัพท์ได้ และหนึ่งในสามของพนักงานดังกล่าวก็เปิด อีเมลผ่านโทรศัพท์มากกว่า 20 ครั้งต่อวัน เกือบสองในสามมักจะเช็คอีเมลเป็นครั้งสุดท้ายก่อนเข้านอน และเป็นสิ่งแรกที่ทำเมื่อลืมตาตื่นในตอนเช้า ในขณะที่หนึ่งในสามตอบอีเมลตอนกลางดึก (DailyMail, 2012) ในประเทศไทย ก็มีรายงานผลสำรวจที่สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน กับการศึกษาดังกล่าว ข้างต้น กล่าวคือคนไทยนิยมใช้สมาร์ทโฟนเป็นอุปกรณ์เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตสูงสุดในทุกช่วงเวลา ของวัน (สุรางคณา วายุภาพและคณะ, 2558) โดยผู้ที่อยู่ใน Gen X (อายุ 35 – 50 ปี) และ Gen Y (อายุ 15 – 34 ปี) ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ที่อยู่ในวัยทำงานแล้วนั้น จะใช้อุปกรณ์เคลื่อนที่เช่นสมาร์ทโฟน เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตเพื่อรับส่งอีเมล (ร้อยละ 45.2 และร้อยละ 39.5 ตามลำดับ) และพูดคุยผ่าน เครือข่ายสังคมออนไลน์ (ร้อยละ 83 และร้อยละ 86.7 ตามลำดับ) คิดเป็นสัดส่วนที่สูงกว่าคนในช่วง

อายุอื่น เช่น Baby Boomer (อายุ 51 – 69 ปี) ซึ่งเข้าสู่วัยเกษียณ และ Gen Z (อายุน้อยกว่า 15 ปี) ซึ่งเป็นวัยที่ยังไม่ได้เข้ามาเป็นกำลังแรงงาน (สุรางคณา วายุภาพและคณะ, 2558) นอกจากนี้ ผลสำรวจอีกชิ้นหนึ่งยังพบอีกด้วยว่า คนไทยกว่าร้อยละ 85 มีพฤติกรรมพกโทรศัพท์มือถือติดตัวตลอดเวลา แม้จะอยู่ในช่วงกลางวันไปเที่ยวพักผ่อนก็ตาม และผู้ตอบแบบสอบถาม 6 ใน 10 หรือราวร้อยละ 64 ใช้เวลาในวันหยุดพักผ่อนส่วนหนึ่งไปกับการเช็คอีเมลผ่านโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน (ไทยรัฐออนไลน์, 2557)

ในมุมมองของนายทุนย่อมยินดีในการเพิ่มส่วนเกินและผลิตภาพจากสภาพการณ์ดังกล่าวข้างต้น และต้องการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีจากสมาร์ทโฟนนี้ต่อไปเรื่อย ๆ โดยการศึกษาปี 2012 ของ Deloitte ในออสเตรเลีย ได้มีบทสัมภาษณ์ Malcolm Parker ผู้อำนวยการด้านการจัดซื้อจัดจ้างที่ Wyndham Vacation Resorts Asia Pacific มายืนยันประเด็นนี้ Parker กล่าวว่า การใช้สมาร์ทโฟนติดต่อ หรือรับส่งไฟล์ข้อมูลและภาพจากพนักงาน ขณะอยู่นอกออฟฟิศได้นั้น ช่วยเพิ่มผลิตภาพได้จริง (Australian news, 2013) นอกจากนี้ เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีในสมาร์ทโฟน เช่น ระบบ Read receipts ซึ่งจะแจ้งให้ผู้ส่งข้อความไปที่สมาร์ทโฟนผ่านแอปพลิเคชัน Instant messaging เช่น LINE, WhatsApp, BBM (BlackBerry Messenger) ทราบว่าผู้รับได้เปิดอ่านข้อความหรือยัง ในบริบทของการทำงานผ่านสมาร์ทโฟน Read receipts จะแจ้งให้นายจ้างหรือเพื่อนร่วมงานทราบว่าผู้รับข้อความนั้น ๆ รับรู้เรื่องงานที่มอบหมายผ่านข้อความที่ส่งไปเรียบร้อยแล้ว หรือโปรแกรมที่ผู้ผลิตสมาร์ทโฟนพัฒนาขึ้นอย่าง BlackBerry Balance และ Samsung SAFE ที่ช่วยควบคุมการกระจายข้อมูล และปกป้องข้อมูลในเรื่องงานขององค์กรและบริษัทที่ให้พนักงานทำงานผ่านสมาร์ทโฟนให้เป็นความลับและไม่ให้สูญหายนั้น ล้วนแต่เป็นเทคโนโลยีที่ช่วยให้นายทุนสามารถขูดรีดส่วนเกินจากการทำงาน ผ่านการควบคุม สอดส่อง และการติดต่อสื่อสารเรื่องงานระหว่างลูกจ้างได้อย่างง่ายดายและมีประสิทธิภาพ (Comor, 2010)

พนักงานออฟฟิศสมัยนี้จึงเป็นผู้ผลิตมูลค่าส่วนเกินให้นายทุนในรูปแบบของบริษัทขูดรีดได้อย่างมหาศาล โดยนอกจากเงินเดือนและสวัสดิการแล้ว ทางบริษัทแทบไม่ต้องลงทุนอย่างอื่นเพิ่มอีกเลย เพราะส่วนตัวพนักงานก็พร้อมจะลงทุนหาเทคโนโลยีอย่างสมาร์ทโฟน มาเพิ่มพูนศักยภาพในการทำงานของตน และรับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากเทคโนโลยีดังกล่าว เช่น ค่าบริการโทรศัพท์และค่าอินเทอร์เน็ต อุทิศเวลาส่วนตัวทำงานให้โดยที่บริษัทไม่ต้องจ่ายค่าจ้างเพิ่ม รวมถึงบริหารจัดการ

และควบคุมการทำงานของตนเองด้วย (Fleming, 2013) บริษัททำหน้าที่เป็นเพียงแค่ปรสิที่คอยดูค
 คอยชู้ดริตผลประโยชน์แต่เพียงอย่างเดียว (Negri et al., 2008) และผลประโยชน์ที่ชู้ดริตจาก
 พนักงานมาได้นี้ ก็คือหัวใจที่จะทำให้บริษัทเติบโตและอยู่รอดในเวทีการแข่งขันได้ (Maravelias,
 Thanem, & Holmqvist, 2012) ทั้งที่ต้องตกอยู่ในสภาพการทำงานที่ถูกชู้ดริตและเอาเปรียบอยู่
 เช่นนี้ ก็ยังปรากฏว่าพนักงานออฟฟิศปัจจุบันยังคงยอมทำงานเยี่ยงทาสให้แก่บริษัทของตน โดยไม่คิด
 จะปลดแอกตัวเอง (Costas & Grey, 2012) หรือรวมตัวกันเพื่อเรียกร้องสถานภาพการทำงานที่เป็น
 ธรรม เหมือนแรงงานกรรมมาชีพในยุคก่อนเคยทำ **ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเรื่อง การชู้ดริตแรงงาน
 ลูกจ้าง ประเภทเสมียนพนักงาน (white collar workers) ผ่านการใช้เทคโนโลยีสมาร์ตโฟน
 กรณีศึกษา : เสมียนพนักงานในเขตกรุงเทพมหานคร ว่ามีรูปแบบใด ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิต
 พฤติกรรมและท่าทีของมนุษย์เงินเดือนอย่างไรบ้าง และเหตุใดจึงดูเหมือนว่าลูกจ้างพนักงานเหล่านั้น
 ยอมให้นายทุนชู้ดริตแรงงานของตนโดยดุษณี**

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาแนวคิดพื้นฐานของกระบวนการชู้ดริตแรงงาน พฤติกรรมและรูปแบบการชู้ดริต
 แรงงานทั้งแบบทั่วไป และแบบที่อิงประโยชน์จากเทคโนโลยีสมาร์ตโฟน
2. ศึกษาผลกระทบของเทคโนโลยีสมาร์ตโฟนต่อวิถีชีวิตของเสมียนพนักงาน และมูลเหตุของ
 การยอมรับการถูกชู้ดริตแรงงาน
3. เก็บข้อมูลและวิเคราะห์พฤติกรรม ผลกระทบและท่าทีต่อการใช้สมาร์ตโฟนในบริบทการ
 ทำงานของเสมียนพนักงานในเขตกรุงเทพมหานคร ว่ามีส่วนเชื่อมโยงกับประเด็นการถูกชู้ดริตแรงงาน
 ผ่านการใช้สมาร์ตโฟนหรือไม่ อย่างไร

1.3 ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้ประกอบด้วย

1. การวิจัยภาคเอกสาร

ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการขูดรีดแรงงานในระบบทุนนิยม ลูกจ้างประเภทเสมียนพนักงาน เทคโนโลยีสมาร์ทโฟน รวมถึงทฤษฎีและแนวคิดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเชื่อมโยงสู่ความเข้าใจเรื่องพฤติกรรมและรูปแบบการขูดรีดแรงงานเสมียนพนักงานผ่านการใช้สมาร์ทโฟน ผลกระทบต่อวิถีชีวิตและมูลเหตุที่เสมียนพนักงานยอมให้ถูกขูดรีดแรงงาน

2.การวิจัยภาคสนาม

เก็บรวบรวมข้อมูล ประมวลและวิเคราะห์ผลในส่วนของพฤติกรรม ผลกระทบต่อวิถีชีวิต และทำที่ต่อผลอันสืบเนื่องจากการใช้สมาร์ทโฟนในบริบทการทำงาน เพื่อหาข้อสรุปในประเด็นการขูดรีดแรงงานผ่านการใช้สมาร์ทโฟน ด้วยวิธีการออกแบบสอบถามกลุ่มวิจัยที่เป็นลูกจ้างพนักงานในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีการใช้สมาร์ทโฟนเกี่ยวเนื่องกับการทำงาน จำนวน 200 ตัวอย่าง

1.4 นิยามคำศัพท์เฉพาะ

การขูดรีดแรงงาน มาจากคำว่า labor exploitation หมายถึง การที่นายทุนยึดเอามูลค่าส่วนเกิน (surplus value) ที่เกิดขึ้นจากการผลิตของลูกจ้างมาเป็นของตน โดยมูลค่าส่วนเกินดังกล่าว คือ ส่วนต่างระหว่างมูลค่าของสินค้าหรือบริการที่ลูกจ้างผลิตได้กับมูลค่าของค่าจ้างแรงงาน (ฉัตรทิพย์ นาถสุภา, 2555)

แรงงานลูกจ้าง ประเภทเสมียนพนักงาน มาจากคำว่า white collar worker หมายถึง ผู้ที่ใช้ความรู้ความสามารถไม่ใช่แรงงาน ทำงานประเภทเสมียน หรือบริหารและจัดการเอกสารอยู่ตามบริษัทออฟฟิศ และได้รับค่าจ้างเป็นเงินเดือน (Surbhi S, 2015) โดยคนไทยนิยมเรียกลูกจ้างประเภทเสมียนพนักงานนี้ว่า มนุษย์เงินเดือน หรือ พนักงานออฟฟิศ

สมาร์ทโฟน หมายถึง โทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งมีความสามารถในการใช้งานได้เหมือนคอมพิวเตอร์ โดยมี Android หรือ iOS เป็นระบบปฏิบัติการภายในเครื่อง สมาร์ทโฟนสามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ผ่านทั้งระบบ WiFi 3G หรือ 4G รวมถึงดาวเทียมโพลีเคชันต่าง ๆ ได้ จึงแตกต่างจากโทรศัพท์เคลื่อนที่ธรรมดา ที่มีความสามารถหลักเพียงแคโทรและรับส่งข้อความ (AFP, 2012)

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการวิจัยจะช่วยให้แรงงานและผู้ที่เกี่ยวข้องเท่าทันแผนและวิธีการชุดรีดส่วนเกินจากแรงงานของนายทุนยุคปัจจุบัน

2. ผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อการแก้ไขปัญหาแรงงานถูกนายทุนขูดรีด และเป็นประโยชน์ต่อการวางนโยบายให้เป็นธรรม เพื่อคุ้มครองแรงงานมีความรู้มากขึ้น เช่น เป็นข้อพิจารณาในการปรับปรุงกฎหมายคุ้มครองแรงงาน เป็นต้น



บทที่สอง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาทำความเข้าใจแนวคิด พฤติกรรมและรูปแบบการชู้ตรีตแรงงานที่อิงประโยชน์จากเทคโนโลยีสมาร์ทโฟน รวมถึงผลกระทบต่อวิถีชีวิตของเสมียนพนักงานจากการใช้สมาร์ทโฟนนั้น ผู้วิจัยได้ลำดับการศึกษาวิจัยในประเด็นต่าง ๆ ไว้ ดังต่อไปนี้

- 1) การชู้ตรีตแรงงาน ศึกษาแนวคิดและรูปแบบหรือเทคนิควิธีที่นายทุนเลือกใช้
- 2) ลูกจ้างพนักงาน ศึกษาที่มา วิถีชีวิต เป้าหมายและปัญหาที่น่าจะทำให้เสมียนพนักงานถูกชู้ตรีตแรงงานได้โดยง่าย
- 3) เทคโนโลยีสมาร์ทโฟน ศึกษาพัฒนาการและอิทธิพลที่สมาร์ทโฟนมีต่อเสมียนพนักงานในปัจจุบัน โดยเฉพาะในประเด็นความสามารถที่เอื้อต่อกระบวนการชู้ตรีตแรงงาน
- 4) เทคโนโลยีสมาร์ทโฟนกับผลกระทบต่อวิถีชีวิตลูกจ้างพนักงาน ศึกษาหาการเชื่อมโยงว่าเทคโนโลยีสมาร์ทโฟน ก่อให้เกิดผลกระทบต่อวิถีชีวิตลูกจ้างพนักงานในรูปแบบใดในบริบทการทำงานได้บ้าง
- 5) รูปแบบและวัฒนธรรมการทำงานในสำนักงานร่วมสมัย ศึกษาหาการเชื่อมโยงระหว่างความเปลี่ยนแปลงทั้งของฝ่ายนายจ้างและลูกจ้าง ความสมดุลระหว่างงานกับชีวิตส่วนตัว รวมถึงแนวคิดแบบทุนนิยมกับวัฒนธรรมองค์กร
- 6) มูลเหตุของการยอมรับสภาพการถูกชู้ตรีตแรงงาน ศึกษาและประมวลสาเหตุที่มีส่วนทำให้พนักงานลูกจ้างยอมรับสภาพการถูกชู้ตรีตแรงงานอย่างที่เป็นอยู่
- 7) งานวิจัยและงานเขียนเกี่ยวข้องกับการชู้ตรีตแรงงานและเทคโนโลยีสมาร์ทโฟน สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกับงานวิจัยชิ้นนี้

2.1 การขูดรีดแรงงาน

การขูดรีดแรงงาน มาจากคำว่า labor exploitation ซึ่งพจนานุกรม Webster's New World Dictionary (1994) นิยามคำว่า labor ในบริบทที่เกี่ยวข้องไว้ว่าหมายถึง all wage-earning workers as a group (distinguished from capital or management) ซึ่งหมายถึงแรงงาน หรือกลุ่มผู้ทำงานแลกับค่าจ้างค่าแรง และจัดว่าอยู่คนละกลุ่มกับนายทุนหรือผู้บริหาร และนิยามคำว่า exploitation (ค่านามของคำกริยา exploit) ในบริบทที่เกี่ยวข้องไว้ว่าหมายถึง to make unethical use of for one's own advantage or profit; specif., to make profit from the labor of (others) without giving a just return. ซึ่งหมายถึงการใช้ประโยชน์จากผู้อื่นเพื่อผลประโยชน์หรือข้อได้เปรียบของตนอย่างไร้ศีลธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้ผู้อื่นทำงานสร้างผลประโยชน์ให้ โดยไม่ได้ให้ค่าตอบแทนที่เป็นธรรม

การขูดรีดแรงงานในที่นี้จึงหมายถึง การที่นายทุนหรือนายจ้าง (capitalists) เอารัดเอาเปรียบแรงงาน ด้วยการว่าจ้างให้แรงงานทำงานให้ตน แต่กลับให้ค่าตอบแทนที่ไม่สมน้ำสมเนื้อกับผลประโยชน์ที่ตนได้รับจากแรงงาน วิธีการเอาเปรียบดังกล่าวนี้ มีทั้งในรูปแบบของการกดค่าแรงให้ต่ำที่สุด ในขณะที่เดียวกับที่ใช้แรงงานให้ทำงานหนักที่สุด และยังมีวิธีขูดรีดในรูปแบบอื่น ๆ ซึ่งจะกล่าวถึงในรายละเอียดต่อไป

สาเหตุที่นายทุนทั้งหลายต้องการหรือจำเป็นต้องขูดรีดแรงงาน เพราะกำลังแรงงาน (labor power) หรือสินค้า (commodity) ที่นายทุนจ่ายเงินซื้อมาด้วยการจ่ายค่าจ้าง (wage) เพื่อนำมาใช้ผลิตสินค้าและบริการในธุรกิจของตนนั้น (Resnick, 1999) มีมูลค่าบางอย่างแฝงอยู่ และมูลค่าที่ว่านี้ ถือเป็นแหล่งที่มาของผลกำไรสำหรับนายทุนโดยตรงเลยทีเดียว (Spencer, 2008) ยิ่งนายทุนสามารถขูดรีดมูลค่าดังกล่าวได้มากเท่าไร นายทุนก็จะได้ผลประโยชน์กำไรมากขึ้นเท่านั้น

มูลค่าดังกล่าวข้างต้นคือมูลค่าส่วนเกิน (surplus value) ซึ่งได้มาจากกำลังแรงงานที่นายทุนได้เปล่า (unpaid labor) มานั่นเอง ซึ่งอธิบายได้ดังนี้ ในหนึ่งวันทำงาน (workday หรือ W) ประกอบไปด้วยชั่วโมงที่จำเป็นต่อการทำงานหรือการผลิตสินค้าบริการให้เสร็จสมบูรณ์ (necessary labor time หรือ N) ซึ่งกำลังแรงงานในชั่วโมงการทำงานดังกล่าวนี้ นายทุนต้องจ่ายเงินซื้อ ในรูปแบบของการจ่ายค่าจ้างค่าแรง (paid labor) และในหนึ่งวันทำงาน ก็ยังมีชั่วโมงการทำงานส่วนเกินจากชั่วโมง

การทำงานที่จำเป็น (surplus labor time หรือ S) ซึ่งกำลังแรงงานที่ได้มาจากช่วงเวลาการทำงานนี้คือสิ่งที่นายทุนได้มา เปล่า ๆ โดยไม่ได้จ่ายค่าจ้าง หรือให้อะไรแรงงานเป็นการตอบแทน (unpaid labor) ในที่นี้สมมติให้ นายทุนจ้างให้ผู้ขายแรงงานผลิตขนม ซึ่งต้องใช้เวลา 5 ชั่วโมงจึงจะทำเสร็จ N จึงเท่ากับ 5 ส่วน S คือการทำงานอีก 5 ชั่วโมง เพื่อผลิตขนมอีกชุดหนึ่ง ในหนึ่งวันทำงานจึงเขียนเป็นสมการได้ดังนี้ (Resnick, 1999)

$$W = N + S = 5 + 5$$

เมื่อนำขนมไปขายที่ตลาด เงินที่ได้มา ก็จะถูกหักด้วยค่าจ้างตามที่นายทุนตกลงไว้กับผู้ขายแรงงาน รวมถึงต้นทุนการผลิตอื่น ๆ เงินส่วนที่เหลือก็คือกำไร หรือมูลค่าส่วนเกินที่นายทุนสามารถขูดรีดไปได้

มูลค่าส่วนเกินนั้นมีอยู่ 2 ประเภท คือ มูลค่าส่วนเกินสัมพัทธ์ (absolute surplus value) โดยนายทุนสามารถขูดรีดเอามูลค่าส่วนเกินประเภทนี้จากแรงงานได้ด้วยการยืดเวลาการทำงานออกไป เพื่อที่นายทุนจะได้ผลประโยชน์จากเวลาของแรงงานที่ได้เปล่านั้นมากยิ่งขึ้น ประเภทต่อมาคือมูลค่าส่วนเกินสัมพัทธ์ (relative surplus value) โดยนายทุนสามารถขูดรีดส่วนเกินประเภทนี้ด้วยการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยให้การผลิตง่ายและรวดเร็วขึ้น ซึ่งเท่ากับเป็นการลดชั่วโมงการทำงานที่จำเป็นให้สั้นลง และไปเพิ่มชั่วโมงการทำงานส่วนเกิน ซึ่งมอบกำไรให้กับนายทุนเพิ่มขึ้นโดยปริยายนั่นเอง (Spencer, 2008)

1) เทคนิควิธีขูดรีดมูลค่าส่วนเกินแบบพื้นฐาน

มูลค่าส่วนเกิน หรือกำไรถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้นายทุนแต่ละคนรักษาสถานะของธุรกิจตน ให้อยู่รอดในเกมการแข่งขันในตลาดการค้าเสรีของระบบทุนนิยมเอาไว้ได้ จึงไม่น่าแปลกใจที่เหล่านายทุนจะทำทุกวิถีทาง เพื่อจะขูดรีดมูลค่าส่วนเกินให้ได้เท่าหรือมากกว่าที่ตนต้องการ โดยเมื่อต้องเผชิญภาวะที่มีการแข่งขันสูงในตลาด เทคนิควิธีที่นายทุนจะใช้ขูดรีดมูลค่าส่วนเกินเป็นอันดับแรกคือ

(1) การกดอัตราค่าจ้างให้ต่ำ

การกดอัตราค่าจ้างให้ต่ำเข้าไว้ เพื่อจะได้ส่วนเกินเป็นกำไรกลับมาให้นายทุนได้มากยิ่งขึ้น ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจนคือ กรณีการขูดรีดแรงงานอพยพชาวจีนในฝรั่งเศส ที่นายทุนเจ้าของกิจการจัด

เลี้ยง จ้างให้แรงงานอพยพห่อเกี๊ยวราวิโอลิ (ravioli) โดยให้ค่าแรงเพียง 0.50 ยูโรต่อชิ้น แต่นำราวิโอลิไปวางขายในร้านของตนชิ้นละ 3 ยูโร จะเห็นได้ว่าเมื่อหักต้นทุนการจ้างแรงงานแล้ว นายทุนได้กำไรหรือมูลค่าส่วนเกินนี้ถึง 5 เท่า (Gao & Poisson, 2009)

(2) การใช้แรงงานและระบบการผลิตที่มีอยู่ให้เข้มข้นที่สุด

วิธีการที่นายทุนนิยมใช้ในการขูดรีดมูลค่าส่วนเกินลำดับต่อมาก็คือ การใช้แรงงานและระบบการผลิตที่มีอยู่ให้เข้มข้นที่สุด (Harvey, 2006) ซึ่งเห็นตัวอย่างได้จาก กรณีการขูดรีดแรงงานอพยพชาวจีนในฝรั่งเศส ที่นายทุนผู้ทำธุรกิจตัดเย็บเสื้อผ้า ซึ่งเป็นธุรกิจที่แข่งขันกันด้วยความรวดเร็ว เพื่อที่จะก้าวตามกระแสแฟชั่นให้ทัน ใช้ให้แรงงานทำงานอย่างเข้มข้น กล่าวคือ สั่งให้ตัดเย็บเสื้อ 2,000 ตัวตอนเย็นวันศุกร์ให้เสร็จภายในวันจันทร์ โดยแรงงานถูกบีบบังคับให้ทำงานวันละไม่ต่ำกว่า 12-15 ชั่วโมง ในห้องที่มีแสงสว่างไม่เพียงพอ ต้องสูดฝุ่นจากผ้า และยังได้รับค่าจ้างเพียงน้อยนิด (Gao & Poisson, 2009) ดังที่ได้กล่าวไว้แล้วว่า ธุรกิจตัดเย็บ โดยเฉพาะในประเทศผู้นำแฟชั่นอย่างฝรั่งเศสนั้นมีการแข่งขันกันสูง ประกอบกับ อุปสงค์ของเสื้อผ้าในตลาดที่ต้องปรับตัวตามกระแสแฟชั่นได้อย่างฉับพลัน เมื่อโอกาสอำนวยในช่วงฤดูที่นิยมแฟชั่นออกใหม่ (high season) นายทุนย่อมไม่รังรอที่จะรีดกตวงผลประโยชน์ให้ตนเอง ถึงแม้จะแลกมาด้วยการทำงานหนักติดต่อกันกว่า 30 ชั่วโมงของมนุษย์คนอื่น ซึ่งมีเวลาได้หยุดนอนหลับเป็นช่วงสั้น ๆ ไปบนจักรเย็บผ้าก็ตาม (Ceccagno, Rastrelli, Salvati, & Yun, 2010)

(3) การละเลยกฎหมายและผลกระทบให้แรงงาน

นอกจากขูดรีดมูลค่าส่วนเกินทั้งสองประเภทจากแรงงานแล้ว บรรดานายทุนยังมักจะละเลยกฎข้อบังคับบางประการตามกฎหมายแรงงาน ที่ทำให้ตนต้องเสียประโยชน์ แต่เป็นประโยชน์และยุติธรรมต่อแรงงาน นั่นคือ การจ่ายค่าทำงานล่วงเวลาปกติ ล่วงเวลากะกลางคืน การทำงานวันอาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ รวมถึงยังผลกระทบของตนไปให้แรงงานด้วย ดังตัวอย่างการเอาเปรียบแรงงานในอิตาลี ซึ่งตามกฎหมายแล้วนายจ้างจะต้องจ่ายภาษี และจ่ายเงินสมทบเป็นเงินประกันของลูกจ้างแรงงานให้แก่รัฐทุกเดือน แต่นายจ้างเห็นว่าการต้องแบกภาระรายจ่ายตามกฎหมายดังกล่าวนี้ จะไปลดทอนกำไรและความได้เปรียบในการแข่งขันด้านธุรกิจของตน จึงผลัก

ภาระไปให้แรงงานจ่ายเงินส่วนนี้แทน ด้วยการหักเงินที่ตนต้องจ่ายออกจากค่าจ้างของแรงงาน (Ceccagno et al., 2010)

การขูดรีดมูลค่าส่วนเกินและการเอาเปรียบแรงงานต่าง ๆ นี้ เกิดขึ้นได้ทุกที่ทุกเวลา ไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะในโรงงานและแรงงานผู้ใช้แรงงานหนัก (blue collar) เท่านั้น (Pena, 2010) トラバโตที่นายทุนยังคงต้องการกำไรอยู่ ผู้ขายกำลังแรงงานของตนเพื่อแลกกับค่าจ้างหรือเงินเดือนย่อมหนีไม่พ้นการถูกขูดรีด ทั้งนี้รวมถึงแรงงานลูกจ้างพนักงาน (white collar) หรือแรงงานที่ใช้ความรู้ความสามารถในการทำงานด้วย หนึ่งในตัวอย่างการขูดรีดแรงงานลูกจ้างพนักงานนั้น เห็นได้จากกรณีผู้เขียนบทรายการทอล์คโชว์ Fashion Police ที่แพร่ภาพทางสถานีโทรทัศน์ช่อง E! ของประเทศสหรัฐอเมริกา โดยทีมผู้เขียนบท 12 คนต้องเผชิญกับภาวะการทำงานอย่างอัดแน่นและเข้มข้น กล่าวคือต้องเขียนและปรับแก้ไขบท ซึ่งเป็นงานที่จำเป็นต้องใช้เวลาถึง 30-40 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ แต่นักเขียนกลุ่มนี้ถูกทางรายการกดดันให้เขียนบทให้เสร็จภายในเวลา 3 วัน โดยไม่ยอมจ่ายค่าล่วงเวลาที่นักเขียนต้องทำงานเกินวันละ 8 ชั่วโมง ค่าจ้างที่จ่ายให้ถือได้ว่าเป็นค่าจ้างขั้นต่ำที่สุด ที่งานเขียนบทลักษณะนี้ต้องใช้ความสามารถและไหวพริบขั้นสูง อีกทั้งบทรายการที่ได้ออกมานั้น ก็สร้างผลประโยชน์กำไรให้แก่ทางรายการได้มหาศาล ฝ่ายผู้ผลิตรายการรู้ดีว่าการได้เขียนบทให้รายการที่มีผู้ชมนิยมระดับสูงอย่าง Fashion Police นั้น ถือได้ว่าเป็นเครื่องยืนยันศักยภาพของผู้เขียนบท พร้อมทั้งสร้างชื่อเสียงและสถานะในวงการให้ผู้เขียนอีกด้วย จึงมีนักเขียนมือรองอีกมากมายที่คอยหาโอกาสได้มาเขียนงานให้กับรายการนี้ แม้จะเป็นการทำงานให้โดยไม่คิดค่าจ้างก็ตาม เนื่องจากหวังเพียงได้อ้างอิงว่าเคยร่วมงานกับรายการนี้ เมื่อทราบข้อเท็จจริงเหล่านี้ ทางรายการจึงเอาเปรียบทีมนักเขียนบท ด้วยการให้ค่าจ้างที่ต่ำสุด และไม่ได้ให้สวัสดิการใดเลย ซ้ำยังสำคัญอีกด้วยว่า มีนักเขียนอื่นพร้อมจะเข้ามาทำงานแทนที่นักเขียนประจำกลุ่มนี้อีกมากมาย และเมื่อนักเขียนกลุ่มนี้ทนการเอาเปรียบต่อไปไม่ไหว จึงรวมตัวกันเพื่อเรียกร้องความเป็นธรรม และก่อตั้งสหภาพนักเขียน แต่กลับได้รับจดหมายจากทางรายการข่มขู่ว่า หากนักเขียนกลุ่มนี้ยังไม่ยุติข้อเรียกร้อง ทางรายการจะเลิกจ้างไม่ให้เขียนบทรายการอีกต่อไป (Newman, 2013)

จากกรณีตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่าทั้งแรงงานที่ใช้แรงกาย และแรงงานลูกจ้างพนักงานต่างก็ถูกนายทุนขูดรีดมูลค่าส่วนเกินทั้งสัมพันธ์และสัมพันธ์ด้วยวิธีที่เหมือนกัน กล่าวคือ ให้ทำงานอย่างหนักและเข้มข้น ด้วยชั่วโมงการทำงานที่ยาวนานเกิน 8 ชั่วโมงต่อวัน แต่นายจ้างเลี่ยงการจ่ายค่า

ล่วงเวลา ยิ่งกว่านั้น แรงงานทั้งสองกลุ่มยังถูกนายจ้างเอาเปรียบเรื่องสวัสดิการลูกจ้างตามที่กฎหมายกำหนดเหมือนกัน กล่าวคือถ้าไม่ถูกผลกระทบค่าใช้จ่ายมาให้ลูกจ้าง ก็ถูกละเลยหรือถูกข่มขู่หากมีการเรียกร้อง ลูกจ้างพนักงานในยุคนี้ จึงไม่ต่างอะไรกับชนชั้นกรรมาชีพ อย่างที่ศาสตราจารย์ Harley Shaiken ผู้เชี่ยวชาญด้านการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจโลก (Global economic integration) กฎหมายแรงงานและการค้า จากมหาวิทยาลัยแคลิฟอร์เนีย เบิร์กลีย์เคยกล่าวไว้ว่า White collar is the new blue collar. (Kelleher, 2009)

2) เทคนิควิธีชดเชยมูลค่าส่วนเกินแบบแยกย่อย

นอกจากกลวิธีการชดเชยมูลค่าส่วนเกินขั้นพื้นฐานตามปกติวิสัยของนายทุนดังกล่าวแล้ว ปัจจุบันนี้นายทุนยังมีเทคนิคพลิกแพลง เพื่อรีดเค้นมูลค่าส่วนเกินจากแรงงานได้อย่างแยกย่อยขึ้นอีกหลายหลายวิธี

(1) การจ่ายค่าจ้างเป็นรูปแบบของเงินเดือน

ค่าจ้างแบบรายเดือนนั้น เมื่อคำนวณดูแล้ว อาจดูมากกว่าค่าจ้างรายชั่วโมงตามกฎหมาย แรงงานก็จริง แต่แรงงานจะถูกใช้ให้ทำงานปริมาณสูงมาก ซึ่งไม่สามารถทำให้เสร็จได้ในเวลา 8 ชั่วโมงต่อวัน ที่เป็นเช่นนี้เพราะนายทุนนายจ้างส่วนใหญ่จงใจจ้างแรงงานมาให้มีจำนวนน้อยกว่าปริมาณงานที่ต้องทำ เพื่อจะได้เค้นมูลค่าส่วนเกินออกมาให้ได้มากที่สุดจากกำลังแรงงานได้เปล่า (unpaid labor) (Pena, 2010) เมื่อได้รับค่าจ้างเป็นเงินเดือน แรงงานจึงถูกคาดหวังให้ทำงานที่ได้รับมอบหมายให้เสร็จ ไม่ว่าจะต้องใช้เวลาเพิ่มขึ้นจาก 8 ชั่วโมงอีกกี่ชั่วโมงก็ตาม โดยที่ไม่สามารถเบิกค่าทำงานล่วงเวลาได้ เพราะนายทุนนายจ้างจะอ้างว่าได้จ่ายเงินเดือนที่มากกว่าค่าจ้างรายชั่วโมงไปเรียบร้อยแล้ว (Los Angeles Times Editorial, 2014) ซึ่งเมื่อคำนวณดูจะพบว่าลักษณะการจ่ายค่าจ้างแบบนี้เป็นการไปลดค่าจ้างรายชั่วโมงของแรงงานด้วยซ้ำ ตัวอย่างกรณีในประเทศสหรัฐอเมริกา การให้แรงงานทำงานอย่างต่ำสัปดาห์ละ 55 ชั่วโมงเป็นประจำ โดยจ่ายเงินเดือนให้ 40,000 เหรียญสหรัฐ ซึ่งเป็นเงินเดือนที่ควรครอบคลุมการทำงานเพียงสัปดาห์ละ 40 ชั่วโมงเท่านั้น เมื่อคำนวณกลับเป็นค่าจ้างรายชั่วโมงหารเฉลี่ยกับจำนวนชั่วโมงที่ถูกใช้งานจริง แต่เหมาะจ่ายเป็นเงินเดือนที่ตายตัว จะพบว่าแรงงานได้รับค่าจ้างเฉลี่ยเพียง 14.55 เหรียญต่อชั่วโมง ซึ่งน้อยกว่าค่าจ้างรายชั่วโมงตามที่กฎหมายสหรัฐอเมริกากำหนดไว้ที่ชั่วโมงละ 19 เหรียญ (Pena,

2010) การขุดรีดแรงงานในลักษณะดังกล่าว ประธานาธิบดี Barack Obama ก็ตระหนักถึงปัญหานี้ดี และได้หารือกับกระทรวงแรงงาน เพื่อปรับเปลี่ยนกฎหมายกลางเกี่ยวกับการจ่ายค่าล่วงเวลาเสียใหม่ (Los Angeles Times Editorial, 2014)

(2) การใช้แรงจูงใจ

นายทุนจะใช้ความมั่นคงในหน้าที่การงาน สถานะและความก้าวหน้าในอาชีพ หรือเงินเพิ่มเติมจากค่าจ้างเงินเดือน มาเป็นแรงจูงใจให้แรงงานยอมทุ่มเททำงานให้ (Muhr et al., 2012) โดยตัวอย่างการใช้เงินจูงใจ (incentive) ที่ทำให้แรงงานยอมอุทิศกายและใจทำงานสร้างผลประโยชน์ให้นายทุนเจ้าของกิจการนั้น มีให้เห็นจากกรณีพนักงานเลือกสินค้าในโกดังของห้างค้าส่ง C&S ในมลรัฐนิวแฮมเชียร์ ประเทศสหรัฐอเมริกา กล่าวคือพนักงานได้รับค่าจ้างในอัตราประจำอยู่แล้ว แต่ทางห้างสัญญาว่าจะจ่ายเงินให้พิเศษแก่ทีมพนักงานที่ทำงานได้รวดเร็วและแม่นยำ พนักงานจึงแข่งขันกันที่จะเป็นผู้ทำงานได้ไม่ผิดพลาดและรวดเร็วที่สุด หลายคนยอมทำงานโดยไม่พักเหนื่อยหรือพักรับประทานอาหารเลยด้วยซ้ำ (Monaco, 2014)

(3) การสร้างวัฒนธรรมองค์กรครอบงำความคิดและพฤติกรรม

ปลูกฝังและครอบงำให้ลูกจ้างพนักงาน มีความคิดว่า**ต้องพร้อมที่จะทำงานให้บริษัทอยู่ตลอดเวลา** คนที่ไม่พร้อมหรือปฏิเสธการทำงานในวันหยุด จะถูกมองว่าเป็นคนไม่รับผิดชอบ ไม่ทุ่มเทให้แก่งาน เป็นต้น (Fleming & Spicer, 2004)

(4) การทำให้เส้นคั่นระหว่างการทำงานกับชีวิตส่วนตัวไม่ชัดเจน

เมื่อทำให้เส้นคั่นระหว่างการทำงานและชีวิตส่วนตัวของลูกจ้างพนักงานไม่ชัดเจน นายจ้างก็จะสามารถ**ก้าวเข้าไปควบคุมและขูดรีดมูลค่าส่วนเกินจากชีวิตแรงงานในมิติอื่น ๆ นอกเหนือจากมิติของการทำงานได้** ตัวอย่างเช่น การออกไปประชุมเรื่องงานกันที่ร้านกาแฟนอกออฟฟิศ (Fleming & Spicer, 2004) เพื่อให้พนักงานหรือแรงงานรู้สึกผ่อนคลาย เหมือนไม่ได้อยู่ในเวลางาน หากมีงานด่วนเข้ามาในเวลาที่พนักงานพักผ่อนอยู่ที่บ้าน **จะได้มีความคุ้นชินกับการต้องทำงานในสถานที่และเวลาที่ไม่ใช่สำหรับการทำงาน** หรือการให้อิสระบางด้านแก่พนักงาน เพื่อขูดรีดมูลค่าส่วนเกินจากสิ่งที่แรงงานลงทุนเพื่อตนเอง เช่น การที่ร้านขายซีดีอนุญาตให้พนักงานแต่งตัวได้ตามสไตล์ของตน

เพราะทางร้านไม่สามารถคิดหาเครื่องแบบที่แสดงถึงรสนิยมทันสมัยได้ดีเท่ารสนิยมการแต่งตัวส่วนตัวของพนักงานแต่ละคน (Fleming, 2013) หรือแม้กระทั่งการใช้ความห่วงใยเรื่องสุขภาพพนักงานเป็นฉากบังหน้า เพื่อหวังจะเข้าไปควบคุมร่างกายของพนักงานให้มีความแข็งแรง พร้อมทั้งจะทำงานและผลิตมูลค่าส่วนเกินให้นายทุนตักตวงได้มากยิ่งขึ้น เป็นต้น (Maravelias et al., 2012)

2.2 ลูกจ้างพนักงาน

ลูกจ้างพนักงาน หรือที่คนไทยนิยมเรียกว่า มนุษย์เงินเดือน หรือ พนักงานออฟฟิศ มาจากคำว่า *white collar worker* ซึ่งบัญญัติขึ้นโดย C. Wright Mills นักสังคมวิทยาชาวอเมริกัน ในช่วงยุค 1950s (Kelleher, 2009) ซึ่งเป็นช่วงที่มีชนชั้นกลางใหม่ (new middle class) เกิดขึ้นในสังคมอเมริกัน Mills มองว่าชนชั้นใหม่นี้ ศึกษากลุ่มคนที่จะมีบทบาทสำคัญต่อสังคมในศตวรรษที่ 20 (Mills, 1951) เพราะจะเป็นผู้ทำงานขับเคลื่อนให้ระบบทุนนิยมขยายตัวและเติบโต

ชนชั้นกลางใหม่ประกอบด้วย ผู้ที่ใช้ความคิดและทักษะที่ไม่ได้มาจากการออกแรงใช้กล้ามเนื้อ (Mills, 1951) ทำงานจัดการเอกสาร ดูแลเรื่องการเงิน หรือติดต่อสัมพันธ์กับผู้คน ชนชั้นกลางใหม่ไม่ได้เข้าไปทำการผลิตโดยตรง เหมือนอย่างชนชั้นกรรมาชีพ แต่จะได้รับการมอบหมายให้ควบคุมการผลิต ติดตามขั้นตอนการผลิต ดูแลเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการผลิต ให้บริการทางด้านเทคนิคและบุคคล รวมถึงฝึกสอนความรู้ที่จำเป็นต้องใช้ทำงานในสำนักงาน (Mills, 1951) สรุปได้ว่าลักษณะงานที่ชนชั้นกลางใหม่ทำนั้น มีความเป็นกิจวัตรสูง และแบ่งออกเป็นสองระดับ คือระดับพนักงานทั่วไป ทำงานเสมียน ต่าง ๆ ในสำนักงาน และระดับผู้จัดการหรือผู้เชี่ยวชาญ (Lehrer, 1983) และไม่ว่าจะอยู่ในระดับใด ชนชั้นกลางใหม่ส่วนใหญ่จะสวมเสื้อเชิ้ตปกสีขาวมาทำงาน จึงเป็นที่มาของคำว่า *White collar* นั่นเอง (Neufeldt & Sparks, 2002)

สถานที่ทำงานของชนชั้นกลางใหม่หรือลูกจ้างพนักงานนี้ จะมีโต๊ะหรือการแบ่งบริเวณให้นั่งทำงานอย่างเป็นกิจลักษณะประจำอยู่ตามสำนักงาน หรือองค์กรที่ตั้งอยู่บริเวณใจกลางเมือง (Mills, 1951) โดยมีลักษณะเป็นบริษัทหรือสถาบัน เช่น หน่วยงานของรัฐบาล ธนาคาร บริษัทห้างร้าน เกี่ยวกับการผลิต บริษัทประกันภัย เป็นต้น

ลูกจ้างพนักงานมักมีความเป็นปัจเจกสูง เนื่องจากเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ภูมิใจว่างานของตนนั้นมีความมั่นคงและมีโอกาสก้าวหน้า จึงมองไม่เห็นแง่มุมที่ว่าความสามารถ รวมถึงบุคลิกภาพของตนนั้นเป็นเพียงสินค้าให้นายจ้างเลือกซื้อหาได้ในตลาดแรงงาน (Kelleher, 2009)

เมื่อได้ทำความเข้าใจรายละเอียดว่าลูกจ้างพนักงานคือใคร ทำงานแบบใด และมีลักษณะนิสัยอย่างไรแล้ว ในหัวข้อต่อไปจะเป็นการศึกษาทำความเข้าใจที่มา เป้าหมายในชีวิต และความกังวลของลูกจ้างพนักงาน รวมถึงสภาพของลูกจ้างพนักงานไทยในปัจจุบัน

1) ที่มาของลูกจ้างพนักงาน

ชนชั้นลูกจ้างพนักงานนี้เกิดขึ้นและขยายตัวพร้อมกับการเติบโตอย่างรวดเร็วของสังคมนิยม ที่ต้องการกำลังแรงงาน มาช่วยสร้างผลประโยชน์กำไรให้กิจการของนายทุนนายจ้าง โดยนายทุนสามารถนำเวลา พลังงาน ทักษะ ความสามารถ และบุคลิกภาพของลูกจ้างพนักงานมาใช้สร้างผลิตผลได้ตามอรรถยาศัย เนื่องจากลูกจ้างพนักงานนั้น ไม่ได้มีทุน เครื่องมือ หรือวิธีการผลิตเป็นของตนเอง จึงต้องหาเลี้ยงชีพด้วยการขายคุณสมบัติที่ติดตัวมาดังกล่าวให้กับนายทุนผ่านตลาดแรงงาน เพื่อแลกกับเงินเดือนค่าจ้าง (Mills, 1951) ดังที่กล่าวข้างต้นว่า ลูกจ้างพนักงานไม่ได้มองว่าตนเป็นสินค้า ซึ่งตรงกันข้ามโดยสิ้นเชิงกับมุมมองของนายทุน ที่เห็นว่าแรงงานที่ได้จากลูกจ้างพนักงานนั้น คือสินค้าที่ตนสามารถขูดรีดตัดดวงผลประโยชน์ได้ และลูกจ้างพนักงานก็ควรทำตามคำสั่งและมีความสุขกับงานที่นายจ้างมอบหมายให้ทำ (Lehrer, 1983)

จากการที่อุปสงค์ของแรงงานในตลาดแรงงานเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในระบบทุนนิยม จึงทำให้ชนชั้นลูกจ้างพนักงานนี้ ไม่ได้บ่มเพาะอุดมการณ์ หรือมีรากฐานทางความคิดที่มั่นคงสำหรับกลุ่มตน เหมือนอย่างชนชั้นกรรมาชีพและชนชั้นนายทุน ที่ต่างก็มีแนวคิดให้ยึดเหนี่ยวว่าชนชั้นของตนจะต่อสู้เพื่ออะไร เรียกร้องอะไร รักษาผลประโยชน์อะไรให้กลุ่มของตน สิ่งเดียวที่ชนชั้นลูกจ้างพนักงานยึดเหนี่ยวได้จึงมีเพียงลัทธิวัตถุนิยม ที่สังคมนิยมหล่อหลอมขึ้นและเผยแพร่ไปตามสื่อสิ่งพิมพ์ ภาพยนตร์ วิทยุและโทรทัศน์ เพื่อหลอกล่อและตัดดวงผลประโยชน์ ด้วยการกระตุ้นให้ลูกจ้างพนักงานบริโภคนิยม จับจ่ายใช้สอยวัตถุและบริการที่นายทุนผลิตขึ้นนั่นเอง (Mills, 1951)

2) เป้าหมายในชีวิตลูกจ้างพนักงาน

ลูกจ้างพนักงานทุกคนย่อมมุ่งหวังจะมีฐานะมั่นคง ทั้งทางการเงินและการมีสถานะเป็นที่ยอมรับในสังคม ซึ่งการมีครบทั้งสองสิ่งที่กล่าวมานั้น ถือได้ว่าเป็นรางวัลความสำเร็จในชีวิตลูกจ้างพนักงานเลยทีเดียว จากการสำรวจของ Lehrer (1983) พบว่าลูกจ้างพนักงานที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไป จะต้องการครอบครองทรัพย์สินที่มีมูลค่าสูงขึ้น ต้องการความเคารพยำเกรง และตำแหน่งหน้าที่รับผิดชอบที่มากและสำคัญขึ้น ส่วนกลุ่มที่มีอายุน้อยกว่าจะมุ่งหวังให้งานที่มีความหมายต่อชีวิตของตน มอบรายได้และเวลาพักผ่อนที่เพียงพอต่อการนำไปทำกิจกรรมที่ตนสนใจยามว่าง โดยทั้งสองกลุ่มให้ความสำคัญเรื่องการประเมินงานเพื่อปรับเปลี่ยนตำแหน่ง หรือได้รับผลตอบแทนการทำงานอย่างยุติธรรมจากนายจ้าง (Lehrer, 1983)

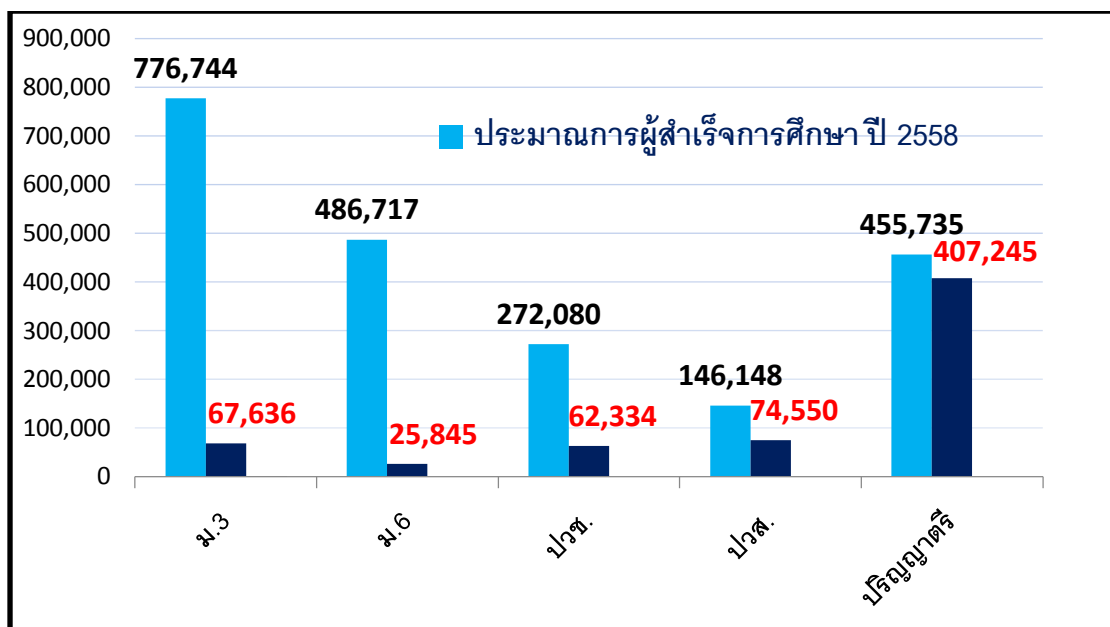
จึงไม่น่าแปลกใจที่งานจะเป็นศูนย์กลางของชีวิตลูกจ้างพนักงาน เพราะนอกจากงานจะเป็นแหล่งรายได้และความมั่นคงทางการเงิน ที่ทำให้ลูกจ้างพนักงานสามารถครอบครองทรัพย์สินและบริการที่ซื้อหาได้ตามต้องการด้วยเงินแล้ว (Mills, 1951) ตำแหน่งหน้าที่การงาน ยังเป็นเครื่องสะท้อนสถานะของลูกจ้างพนักงานแต่ละคนทั้งในที่ทำงานและในสังคมอีกด้วย (Mills, 1951) ลูกจ้างพนักงานส่วนใหญ่จึงปรารถนาโอกาสที่จะได้ทำงานในบริษัทชื่อดังขนาดใหญ่ ได้ทุ่มเททำงานแม้เกินหน้าที่ ให้หัวหน้าได้เห็นผลงาน แล้วเลื่อนตำแหน่งตนให้สูงขึ้น (Mills, 1951) ลูกจ้างพนักงานที่ต้องการความก้าวหน้า หรือหาโอกาสด้านการงานที่ดีขึ้นนั้น จะต้องพัฒนาและขยายความสามารถ ความขยันขันแข็ง ความทุ่มเทของตนให้แก่นายจ้างใหม่ไปเรื่อย ๆ (Mills, 1951)

3) ความกังวลของลูกจ้างพนักงาน

ลูกจ้างพนักงานนั้นมีความกังวลเรื่องความไม่แน่นอนในชีวิต เหมือนมนุษย์ปุถุชนทั่วไป ทั้งเรื่องการเจ็บป่วย อุบัติเหตุ และชีวิตบั้นปลายในยามแก่เฒ่า แต่สิ่งที่ลูกจ้างพนักงานทุกคนวิตกกังวลที่สุดก็คือ กลัวตกงาน (Mills, 1951) ซึ่งความกลัวนี้น่าจะมาจากข้อเท็จจริงที่ว่าในแต่ละปีมีผู้สำเร็จการศึกษาและพร้อมเข้าสู่ตลาดแรงงานจำนวนมาก เช่น ผลประมาณการในปี 2558 นี้ ก็มีผู้เข้าสู่ตลาดแรงงานจำนวนทั้งสิ้นถึง 637,610 คน ในจำนวนนั้นเป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุดจำนวน 407,245 คน คิดเป็นร้อยละ 63.87 ของผู้เข้าสู่ตลาดแรงงาน (กองวิจัยตลาดแรงงาน, 2557)

แผนภูมิที่ 2.1: ประมาณการผู้สำเร็จการศึกษา และผู้เข้าสู่ตลาดแรงงาน ปีพ.ศ.2558

จำนวน (คน)



ที่มา : กองวิจัยตลาดแรงงาน, 2557

และคณะที่ผลิตบัณฑิตระดับปริญญาตรีออกมามากที่สุดสามอันดับแรกได้แก่ คณะบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศ และคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (กองวิจัยตลาดแรงงาน, 2557) ซึ่งล้วนเป็นหลักสูตรที่เตรียมความพร้อมสำหรับการเข้ามาทำงานเป็นลูกจ้างพนักงานทั้งสิ้น นอกจากนี้แล้ว ยังมีผู้ว่างงานอีกนับแสนคน โดยกรมการจัดหางานวิเคราะห์เชิงสถิติแล้วว่าในเดือนมกราคม 2558 จะมีผู้ว่างงานประมาณ 320,000 คน (กรมการจัดหางาน, 2557) ลูกจ้างพนักงานจึงกังวลว่าจะเสียตำแหน่งงานที่ทำอยู่ให้กับผู้ที่จบการศึกษามาใหม่ หรือกังวลว่าต้องกลายเป็นหนึ่งในผู้ว่างงาน ซึ่งจะส่งผลให้ชีวิตของตนและครอบครัวเดือดร้อนเพราะขาดความมั่นคงทางการเงิน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างสะดวกสบาย

ความกังวลต่าง ๆ ดังกล่าวจึงเป็นแรงผลักดันให้ลูกจ้างพนักงานยอมรับสภาพงานหนัก เพื่อสร้างหลักประกันต่าง ๆ ไว้รับมือกับสิ่งที่ตนกังวล โดยยอมทำงานด้วยความอดทนอดกลั้น ถึงจะเกิดความเครียดและปัญหาจากการทำงาน ที่ทำให้อึดอัดใจก็ไม่คิดจะลาออกง่าย ๆ เพราะกลัว

การไม่มีงานทำมากกว่า จึงมีแนวความคิดว่าการได้มีงานทำนั้นถือว่าเป็นโชคดีแล้ว ยังมีผู้ที่ไม่มีงานทำและต้องกลัดกลุ้มกับปัญหาชีวิตมากกว่าตนอีกมาก (Mills, 1951)

นอกจากนี้แม้จะต้องหวนอ้อมขมกลืนในการทำงาน แต่ลูกจ้างพนักงานก็มีหนทางปลดปล่อยและบำบัดความเครียดจากงานได้ ด้วยการนำเงินเดือนไปใช้จ่ายในสิ่งที่ทำให้ตนมีความสุข เช่น ซื้อเสื้อผ้า สินค้าแสดงฐานะต่าง ๆ ไปดูหนังฟังเพลง หรือท่องเที่ยว (Mills, 1951) และมีลูกจ้างพนักงานจำนวนไม่น้อยที่เดียวที่ตั้งตารอวันหยุดพักผ่อน ไม่ใช่เพียงเพราะว่าต้องการหยุดพักจากการทำงานเท่านั้น แต่เป็นเพราะมีความปรารถนาแฉงเร้นที่จะอวดฐานะ ความสำเร็จของตนด้วยนั่นเอง (Mills, 1951)

4) ลูกจ้างพนักงานไทยในปัจจุบัน

จากผลการสำรวจภาวะการทำงานของประชากรไทยโดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ (สสช.) ในเดือนมกราคม ปี 2558 พบว่ามีผู้ทำงานเป็นลูกจ้างเอกชน หรือเป็นลูกจ้างพนักงานนั้นมากเป็นอันดับหนึ่ง โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40.9 ของกลุ่มประชากรตัวอย่างที่มีงานทำทั้งหมด ซึ่งแสดงในตารางที่ 2.1 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2.1: สัดส่วนภาวะการทำงานของประชากรไทย เดือนมกราคม พ.ศ. 2558

สถานภาพทำงาน	ผลรวมทั่วราชอาณาจักร
1. นายจ้าง	2.90 %
2. ลูกจ้างรัฐบาล	9.70 %
3. ลูกจ้างเอกชน	40.90 %
4. ทำงานส่วนตัว	31.00 %
5. ทำงานให้ครอบครัว โดยไม่ได้รับค่าจ้าง	15.40 %
6. การรวมกลุ่ม	0.20 %

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2558

เมื่อได้ทำการศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของลูกจ้างพนักงานไทยผ่านภาพยนตร์โฆษณา สื่อที่สามารถสะท้อนภาพความเป็นจริงในสังคมร่วมสมัยได้นั้น ก็พบข้อสรุปได้ว่า ลูกจ้างพนักงานไทยมีความกังวลเรื่องการถูกไล่ออกจากงาน ให้ความสำคัญต่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ซึ่งเป็นความกังวลที่อยู่คู่กับลูกจ้างพนักงานไม่ว่าที่ใดดังที่กล่าวไว้ข้างต้น และลูกจ้างพนักงานไทยยังต้องมีความอดทนอดกลั้น ขยันทำงานที่ได้รับมอบหมายทุกรูปแบบและทุกเวลาเพื่อให้หัวหน้างานหรือนายจ้างพึงพอใจ และเพื่อสร้างหลักประกันความมั่นคงในหน้าที่การงานด้วยเช่นกัน

(1) ความกลัวเรื่องการถูกไล่ออกจากงาน

เพราะความกังวลว่างานนั้นหายาก หากได้ทำงานแล้วต้องรักษาตำแหน่งไว้อย่างเต็มที่ เพราะยังมีแรงงานในตลาดแรงงานอีกมากที่พร้อมเข้ามาแทนที่นั้น มีตัวอย่างให้เห็นจากภาพยนตร์โฆษณา โออิชิ แบล็ค ที 2 เรื่องที่แพร่ภาพในปีพ.ศ. 2551 (โออิชิ กรุ๊ป, 2551) โฆษณาทั้ง 2 เรื่องนี้ต้องการสื่อสารกับลูกจ้างพนักงาน ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหลักของเครื่องดื่มยี่ห้อดังกล่าว ว่าเครื่องดื่มชนิดนี้สามารถช่วยให้ลูกจ้างพนักงาน หลีกเลี่ยงอาการง่วงหงาวหาวนอน และกลับมากระปรี้กระเปร่าพร้อมสำหรับการทำงาน ซึ่งจะช่วยสร้างหลักประกันความมั่นคงในหน้าที่การงานได้อย่างหนึ่ง เนื้อหาในโฆษณาเป็นการจำลองสถานการณ์ในออฟฟิศ โดยสอดแทรกความเหนือจริง (surreal) และความขบขันเข้ามาเพื่ออรรถรสในการรับชม เรื่องแรกเป็นเรื่องราวของพนักงานชายที่แสดงอาการเหนื่อยล้าและง่วงขณะทำงาน และในทันทีที่พนักงานชายคนดังกล่าวลุกขึ้นจากโต๊ะทำงาน หัวหน้างานก็ให้พนักงานคนใหม่ที่ดูไฟแรงและขยันขันแข็งกว่ามานั่งทำงานแทนที่

ส่วนโฆษณาเรื่องที่สองในชุดเดียวกัน (campaign) เป็นเนื้อหาของพนักงานหญิงที่เปลอสลิปหูกในออฟฟิศ แล้วมีหัวหน้างานท่าทางใจดีนำหมอนมาให้ พนักงานหญิงรู้สึกตื้นตันใจกับการกระทำของหัวหน้ามาก แต่เมื่อเหลือบมามองที่หมอน กลับต้องตกตะลึงเมื่อเห็นข้อความ “ผมไล่คุณออก” สะท้อนให้เห็นว่าอาการง่วงหงาวหาวนอน หรือการแสดงให้เห็นว่าพนักงานไม่ตั้งใจทำงาน เป็นสิ่งไม่พึงปรารถนาสำหรับหัวหน้างานและนายจ้าง

ภาพที่ 2.1: ภาพยนตร์โฆษณาโออิชิ แบล็ค ที เรื่อง New staff



ภาพที่ 2.2: ภาพยนตร์โฆษณาโออิชิ แบล็ค ที เรื่อง Sleep



(2) ลูกจ้างพนักงานทุกคนยอมปรารถนาที่จะได้เติบโตและก้าวหน้าด้านการทำงาน

เนื่องจากงานเป็นแหล่งรายได้และตัวบ่งชี้สถานะในสังคม แต่การจะเจริญก้าวหน้าได้นั้นต้องแลกมาด้วยความทุ่มเทขยันทำงาน เพื่อจะผลักดันตนเองให้ถึงเป้าหมายดังกล่าวได้โดยเร็วและอยู่ให้ห่างจากการถูกลดตำแหน่งและสถานะ อีกตัวอย่างหนึ่งคือ ภาพยนตร์โฆษณาหมากฝรั่งเดนทีน ไอซ์ ที่แพร่ภาพในปี 2555 (แคตเบอร์รี อาดัมส์, 2555) ได้นำข้อเท็จจริงนี้มาเป็นข้อความหลักในการสื่อสารกับลูกจ้างพนักงาน ซึ่งเป็นผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ว่าหมากฝรั่งยี่ห้อนี้สามารถช่วยให้ลูกจ้างพนักงานพร้อมทำงานด้วยความสดชื่น ขยันขันแข็งได้เต็มที่ ปราศจากอาการง่วงหงาวหาวนอน เนื้อหาในโฆษณาเป็นการจำลองสถานการณ์ในออฟฟิศ โดยสอดแทรกความเหนื่อจริงและความขบขันเข้ามาเพื่ออรรถรสในการรับชมเช่นเคย เนื้อเรื่องเกี่ยวกับพนักงานชายคนหนึ่ง ซึ่งทำงานอยู่ในตำแหน่งระดับสูงพอสมควร โดยดูได้จากลักษณะความหรูหราและทันสมัยของออฟฟิศและการแต่งตัวของพนักงานเอง แต่พนักงานคนนี้แสดงอาการง่วงนอนขณะทำงาน จึงส่งผลให้หน้าที่การงานตกต่ำลงเรื่อย ๆ จนถึงระดับยามเฝ้าบริษัท สะท้อนให้เห็นว่าอาการง่วงนอนหรือไม่พร้อมจะทำงานอย่างเต็มที่นั้น เป็นปัจจัยที่ส่งผลเสียโดยตรงต่อความก้าวหน้าด้านการทำงานของลูกจ้างพนักงาน

ภาพที่ 2.3: ภาพยนตร์โฆษณาเดนทีน ไอซ์ เรื่อง Downward



(3) ลูกจ้างพนักงานที่ดี ต้องอดทนอดกลั้น ไม่ปริปากบ่น

ผู้ที่จะเป็นลูกจ้างพนักงานที่ดีนั้น ควรต้องมีลักษณะนิสัยอดทนอดกลั้น ยอมทำงานตามคำสั่งที่ได้รับมอบหมายโดยไม่ปริปากบ่น แม้ว่าจะต้องทำงานที่หนักและเกินเวลาก็ตาม โดยเห็นตัวอย่างได้จากภาพยนตร์โฆษณาแอปพลิเคชันสำหรับช้อปปิ้งออนไลน์ ของห้างเทสโก้โลตัส ที่มีชื่อว่า “ความในใจมนุษย์เงินเดือน” ซึ่งแพร่ภาพในปี 2557 (เทสโก้ โลตัส, 2557) ภาพยนตร์โฆษณาเรื่องนี้ได้จำลองชีวิตการทำงานของพนักงานหญิงในบริษัทแห่งหนึ่ง ซึ่งต้องคอยทำงานตามที่หัวหน้ามอบหมายอย่างไม่หยุดหย่อนไม่ว่าจะเป็นการจัดเตรียมจัดส่งเอกสาร ประสานงาน รวมถึงซื้อขนมและเครื่องดื่มให้หัวหน้า หรือในบางวันก็จำเป็นต้องจัดเตรียมเอกสารการประชุมในเวลาเลิกงาน ที่เพื่อนร่วมงานคนอื่นกลับบ้านกันหมดแล้ว ซึ่งพนักงานหญิงผู้นี้คิดว่าชีวิตการทำงานของตนไม่สามารถเลือก หรือตัดสินใจอะไรได้เองเลย

ภาพที่ 2.4 : ภาพยนตร์โฆษณาเทสโก้ โลตัส เรื่อง ความในใจมนุษย์เงินเดือน (1/3)

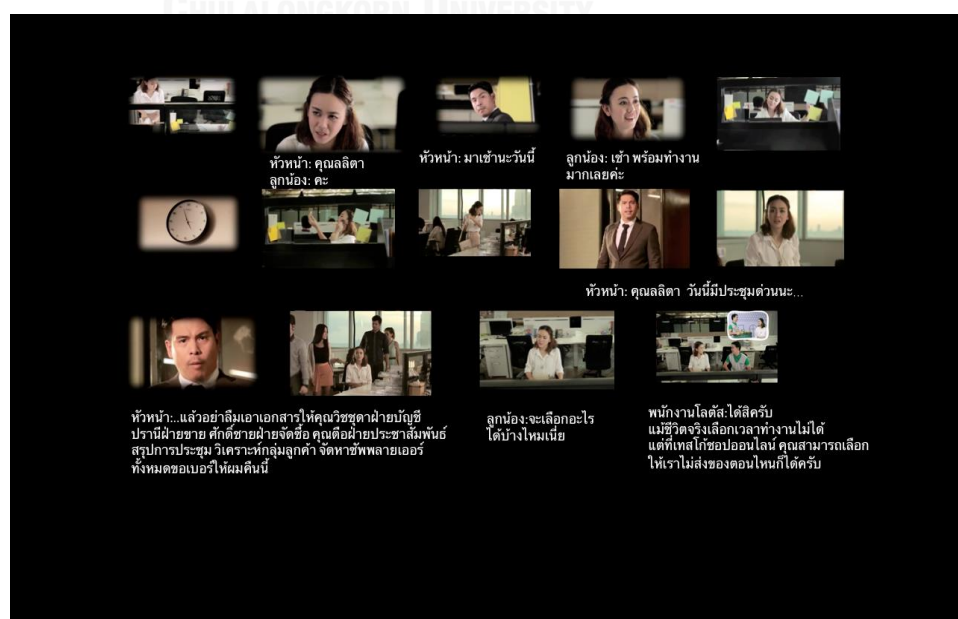


ภาพที่ 2.5 : ภาพยนตร์โฆษณาเทสโก้ โลตัส เรื่อง ความในใจมนุษย์เงินเดือน (2/3)



ในตอนท้ายของโฆษณานั้น ยังตอกย้ำข้อเท็จจริงในชีวิตการทำงานของลูกจ้างพนักงาน ที่ไม่มีสิทธิ์เลือกว่าจะทำงานอะไร อย่างไร เมื่อไรได้ดังที่กล่าวมา แต่ถ้าเป็นชีวิตในด้านการจับจ่ายใช้สอยสินค้าที่เทสโก้โลตัสแล้วนั้น ลูกจ้างพนักงานสามารถเลือกซื้อ เลือกวิธีชำระเงิน เลือกวิธีในการจัดส่งสินค้าได้ตามต้องการ

ภาพที่ 2.6 : ภาพยนตร์โฆษณาเทสโก้ โลตัส เรื่อง ความในใจมนุษย์เงินเดือน (3/3)



จะเห็นได้ว่าภาพยนตร์โฆษณาทั้ง 3 ชุดข้างต้น แม้จะโฆษณาต่างผลิตภัณฑ์และแพ็คเกจต่างปีกัน แต่ก็ล้วนสะท้อนให้เห็นภาพคุณสมบัติในอุดมคติของลูกค้าพนักงานไทย ที่ควรมีความขยันขันแข็งทำงาน อดทนอดกลั้น ตั้งใจทำงานที่ได้รับมอบหมายโดยคุณ

2.3 เทคโนโลยีสมาร์ทโฟน

สมาร์ทโฟน อุปกรณ์ที่คนไทยร้อยละ 81.8 ใช้เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตและยังใช้งานโดยเฉลี่ยวันละ 5.7 ชั่วโมงนั้น (สุรางคณา วายุภาพและคณะ, 2558) ปรากฏขึ้นเป็นครั้งแรกของโลกใน ค.ศ. 1993 โดยเป็นผลงานการประดิษฐ์คิดค้นของบริษัท Bellsouth และ IBM สมาร์ทโฟนเครื่องนี้มีความสามารถในการรับข้อความได้เหมือนกับเครื่องเพจเจอร์ รับส่งอีเมล มีปากกาติดิจิตอล stylus ให้สำหรับเขียนข้อความบนหน้าจอ เพื่อให้ข้อความดังกล่าว มีลักษณะเหมือนลายมือเขียนผ่านทางแป้กซ์ พร้อมทั้งยังมีแบบฟอร์มการเขียนจดหมาย เครื่องคำนวณ และปฏิทินไว้คอยแจ้งเตือนเรื่องการนัดหมาย ที่เชื่อมโยงกับคอมพิวเตอร์เครื่องอื่นได้อีกด้วย (CBC News, 2013) จากจุดเริ่มต้นดังกล่าว ก็ได้มีการพัฒนาสมาร์ทโฟนอย่างต่อเนื่องเรื่อยมา โดยมีบริษัทผู้พัฒนามากมายไม่ได้จำกัดอยู่เพียง Bellsouth และ IBM เท่านั้น จนกระทั่งใน ค.ศ. 2003 ได้เกิดความเคลื่อนไหวที่ดึงดูดความสนใจทั้งผู้พัฒนาเทคโนโลยีสมาร์ทโฟนและผู้บริโภคอีกครั้ง เมื่อบริษัท BlackBerry ผู้ผลิตอุปกรณ์สื่อสารทางไกลรายใหญ่ของประเทศแคนาดา เปิดตัว BlackBerry 6210 โทรศัพท์สมาร์ทโฟนที่มีความสามารถมากขึ้น ทั้งด้านการรับส่งอีเมล รับส่งข้อความ สืบค้นข้อมูลผ่านเว็บเบราว์เซอร์ และยังมีระบบ BlackBerry Messenger Service ที่เปิดโอกาสให้ผู้ที่ใช้สมาร์ทโฟนของ BlackBerry รุ่นดังกล่าวนี้ส่งข้อความสื่อสารถึงกันได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม เนื่องจากเป็นบริการผ่านเว็บ (CBC News, 2013)

ปัจจุบันการพัฒนาเทคโนโลยีทั้งซอฟต์แวร์และฮาร์ดแวร์ของสมาร์ทโฟนนั้นยังคงไม่หยุดนิ่ง และมีสมาร์ทโฟนหลากรุ่นและยี่ห้อมากมายออกสู่ท้องตลาดถึงมือผู้บริโภคทั่วไป รวมทั้งลูกจ้างพนักงานด้วย แต่สมาร์ทโฟนทุกรุ่นและทุกยี่ห้อจะอยู่ภายใต้ระบบปฏิบัติการ (operating system) หนึ่งในสองระบบนี้เท่านั้น คือ Android และ iOS โดยระบบปฏิบัติการทั้งสองจะเป็นตัวขับเคลื่อน สั่งการ และแม้กระทั่งเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของสมาร์ทโฟน ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาว่า

เทคโนโลยีดิจิทัลและสมาร์ทโฟนเข้ามามีบทบาทในบริบทการทำงานของลูกค้าจ้างพนักงานรูปแบบ
ได้บ้าง ผ่านพัฒนาการของระบบปฏิบัติการ Android และ iOS ดังต่อไปนี้

1) ระบบปฏิบัติการ Android

แรกเริ่มนั้น Android ถูกสร้างขึ้นเพื่อให้เป็นระบบปฏิบัติการของกล้องถ่ายภาพ แต่ Google
ได้ติดต่อขอซื้อไปใน ค.ศ. 2005 (Telegraph News, 2014) แล้วนำไปดัดแปลงเป็นระบบปฏิบัติการ
สำหรับสมาร์ทโฟน ซึ่งถูกนำเสนอในค.ศ. 2008 พร้อมกับ T-Mobile G1 **สมาร์ทโฟนระบบ
Android เครื่องแรกของโลก ที่ Google พัฒนาและผลิตร่วมกับ T-Mobile และ HTC
บริษัทผู้ผลิตอุปกรณ์และระบบสื่อสารทางไกลระดับโลก ซึ่งมีวิสัยทัศน์ที่จะเชื่อมโยงมิตินิติการใช้ชีวิต
และการทำงานเข้าด้วยกัน** T-Mobile G1 นั้นนอกจากจะอำนวยความสะดวกคล่องตัวตาม
คุณลักษณะของโทรศัพท์เคลื่อนที่แล้ว ยังเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงได้ ผู้บริโภคจึงสามารถ
สืบค้นข้อมูลในเว็บไซต์ ดาวน์โหลดข้อมูล รับส่งอีเมล รับส่งบทสนทนาแบบทันที (instant
messaging: im) ได้อย่างง่ายดาย พร้อมยังมีกล้องถ่ายภาพความละเอียด 3 ล้านพิกเซล และระบบ
การส่งไฟล์ภาพที่มีประสิทธิภาพอีกด้วย T-Mobile G1มีจำหน่ายทั้งในรูปแบบของหน้าจอสัมผัส
(touch screen) และหน้าจอพร้อมแป้นพิมพ์ (qwerty) (T-Mobile press release, 2008)

เนื่องจาก Android เป็นระบบปฏิบัติการที่ทำงานขับเคลื่อนสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตได้
มากมายหลายยี่ห้อ เช่น Acer, Asus, HTC, Huawei, LG, Kyocera, Motorola, Nexus,
Samsung, Sony, ZTE เป็นต้น ซึ่งมีอุปกรณ์ให้เลือกซื้อครอบคลุมทั้งที่มีราคาแพงและย่อมเยา จึง
สามารถขึ้นเป็นผู้นำตลาดใน 135 ประเทศ เอาชนะระบบปฏิบัติการคู่แข่ง iOS ซึ่งขับเคลื่อนได้เพียง
iPhone และ iPad สมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตของบริษัท Apple ที่เป็นผู้นำตลาดได้เพียงใน 38
ประเทศ รวมทั้งประเทศสหรัฐอเมริกา (Mahapatra, 2013) นอกจากนี้ผู้พัฒนาระบบปฏิบัติการยัง
มองว่า Android แต่ละเวอร์ชันที่พัฒนาขึ้นมานั้น มีส่วนช่วยอำนวยความสะดวกสบายมากมาย
ให้การใช้ชีวิตของผู้บริโภคราบรื่น และหอมหวานยิ่งขึ้น จึงมีธรรมเนียมการตั้งชื่อแต่ละเวอร์ชัน
ตามชื่อขนมหวาน โดย Android ได้รับการพัฒนามาทั้งหมดจนถึงขณะนี้ทำวิจัยขึ้นนี้ 9 เวอร์ชันดังนี้

(1) **Android 1.6 Donut** คือระบบปฏิบัติการ Android เวอร์ชันแรกที่น่าเสนอใน ค.ศ.2008 สามารถเอื้ออำนวยให้สมาร์ทโฟนเชื่อมต่อและสืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต ให้ข้อมูลเกี่ยวกับเส้นทาง และเป็นช่องทางรับชมไฟล์วิดีโอจากอินเทอร์เน็ตได้ (Android, 2015)

(2) **Android 2.0 Éclair** เวอร์ชันที่สองของระบบปฏิบัติการ Android ที่ยังคงมีความสามารถเหมือนกับเวอร์ชันแรก แต่เพิ่มฟังก์ชันในการจัดเก็บแอปพลิเคชัน ให้เป็นลำดับหรืออยู่ในแฟ้มเดียวกันตามความต้องการของผู้ใช้ (Android, 2015)

(3) **Android 2.2 Froyo** เวอร์ชันที่สามของระบบปฏิบัติการ Android ที่เพิ่มระบบสั่งการด้วยเสียง เช่น สั่งให้สมาร์ทโฟนพิมพ์ข้อความตามที่ผู้ใช้พูด เข้ามาเสริมความสามารถที่มีอยู่แล้วในเวอร์ชันก่อน (Android, 2015)

(4) **Android 2.3 Gingerbread** เวอร์ชันที่สี่ของระบบปฏิบัติการ Android นี้มีการพัฒนา ระบบเซนเซอร์บนหน้าจอใหม่ ที่ช่วยยกระดับประสบการณ์การใช้งานสมาร์ทโฟนให้ล้ำหน้าขึ้นอีกขั้น ด้วยการสัมผัสหน้าจอ การแตะเบา ๆ หรือหมุนเอียงหน้าจอที่เป็นไปอย่างง่ายดาย และส่งผลให้การใช้งานฟังก์ชัน ต่าง ๆ ของสมาร์ทโฟนเป็นไปด้วยความสะดวกรวดเร็ว (Android, 2015)

(5) **Android 3.0 Honeycomb** เวอร์ชันที่ห้าของระบบปฏิบัติการ Android นี้คือผลจากการปรับปรุงความสามารถต่าง ๆ ที่ได้รับการพัฒนามาในเวอร์ชันก่อน ๆ เพื่อนำมาใช้กับแท็บเล็ตได้อย่างลงตัว (Android, 2015)

(6) **Android 4.0 Ice cream sandwich** เวอร์ชันที่หกของระบบปฏิบัติการ Android ซึ่งนำการเปลี่ยนแปลงมาให้สมาร์ทโฟน โดยเฉพาะด้านการใช้ search browser เพราะมีการนำ Chrome browser เข้ามารวมเป็นฟังก์ชันหนึ่งของสมาร์ทโฟนระบบ Android ซึ่งจะเอื้อให้ผู้ใช้สมาร์ทโฟนเข้าถึงและสืบค้นข้อมูลในเว็บต่าง ๆ ได้ง่ายและสะดวกขึ้น เนื่องจากมาพร้อมกับฟังก์ชันซูมอัตโนมัติ เพื่อให้เห็นชื่อเว็บไซต์ที่กำลังจะเข้าไปใช้อย่างชัดเจนว่าถูกต้องหรือไม่บนหน้าจอสมาร์ทโฟน และฟังก์ชันแนะนำเว็บไซต์ที่ผู้ใช้กำลังมองหาอยู่เพื่อช่วยประหยัดเวลา นอกจากนี้ยังสามารถเชื่อมโยงกับรายการ bookmarks ที่ผู้ใช้เคยบันทึกเอาไว้ในอุปกรณ์ดิจิทัลชิ้นอื่นให้มาอยู่ในสมาร์ทโฟนที่มี Ice cream sandwich ได้อีกด้วย นอกจากด้านการเข้าถึงเว็บไซต์ดังกล่าวมาแล้ว

Ice cream sandwich ยังปรับปรุงให้ฟังก์ชัน voicemail ใช้งานได้สะดวกขึ้น โดยผู้ใช้สามารถแตะเบา ๆ เพื่อเปิดฟังข้อความได้จากหน้าบันทึกการโทรเข้าและออกได้ทันที (call log) และสามารถเลือกปรับให้ข้อความเล่นซ้ำ ๆ เพื่อจะได้จดข้อความที่ฝากไว้ได้ทัน หรือเร่งความเร็ว ในกรณีที่ต้องฟังข้อความยาว ๆ และยังมีฟังก์ชันการจดบันทึก ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการทำงานของลูกจ้างพนักงานได้เช่นกัน โดยผู้ใช้สามารถจัดเก็บบันทึกต่าง ๆ เป็นหมวดหมู่ ด้วยการแบ่งเป็นสี หรือแบ่งตามลักษณะข้อมูล อีกทั้งยังมีระบบที่ช่วยค้นหาบันทึกต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็วอีกด้วย (Pichai, 2012)

(7) Android 4.1 Jelly Bean เวอร์ชันที่เจ็ดของระบบปฏิบัติการ Android ที่สามารถเปลี่ยนให้สมาร์ทโฟนหรือแท็บเล็ตระบบ Android กลายเป็นอุปกรณ์ที่ใช้ประโยชน์ในเรื่องการทำงานให้กับบริษัทได้ โดยมีฟังก์ชัน restricted profiles ป้องกันไม่ให้ข้อมูลส่วนตัวและข้อมูลเรื่องงานในเครื่องปะปนกัน ตัวอย่างเช่น ผู้ที่ทำงานด้านการขายสามารถทำให้แท็บเล็ตส่วนตัวเป็นเครื่องแสดงรายละเอียดสินค้าบริษัทตนได้ โดยลูกค้าที่มาเปิดดูข้อมูลดังกล่าว จะเข้าถึงได้เฉพาะหน้าที่เจ้าของแท็บเล็ตตั้งค่าเอาไว้เท่านั้น นอกจากนี้ Jelly Bean ยังทำให้ผู้ใช้สามารถส่งอีเมลหรือโทรกลับได้ทันทีจากข้อความแจ้งเตือน (notification) และยังใช้เสียงแทนการพิมพ์ได้เร็วขึ้น โดยสามารถใช้ฟังก์ชันนี้ได้แม้จะไม่ได้เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต และยังมีระบบ Cloud ที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งหมายความว่าข้อมูลและข้อความทั้งหมดในอุปกรณ์ดิจิทัลระบบ Android ทุกเครื่องของผู้ใช้จะได้รับการบันทึกไว้ และดึงมาใช้ข้ามอุปกรณ์ได้เสมอ (Burke & Cohen, 2013)

(8) Android 4.4 KitKat เวอร์ชันที่แปดของระบบปฏิบัติการ Android ที่ปรับปรุงระบบสั่งการด้วยเสียง (voice command) เพียงผู้ใช้พูดคำว่า “OK Google” ก็จะสามารถค้นหาข้อมูลผ่านเว็บ ส่งข้อความ ค้นหาเส้นทาง หรือสั่งให้เปิดเพลงที่ต้องการได้ด้วยเสียง เป็นต้น นอกจากนี้ KitKat ยังทำให้สมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตทำงานหลายสิ่งในเวลาเดียวกันได้รวดเร็วยิ่งขึ้น เนื่องจากการเพิ่มความจำ และปรับปรุงหน้าจอสัมผัสให้ตอบสนองต่อการใช้งานได้รวดเร็วและแม่นยำขึ้น สมาร์ทโฟนที่มาพร้อม KitKat จะมีแอปพลิเคชันที่รวมข้อความประเภทต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น SMS, MMS, Video Call รวมทั้งบทสนทนาประเภท อื่น ๆ ให้รวมอยู่ในหน้าเดียวกัน เพื่อความสะดวกของผู้ใช้ นอกจากนี้ KitKat ยังเอื้อให้การทำงานของลูกจ้างพนักงานง่ายขึ้น ด้วยการทำให้สมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตส่งพิมพ์รูปภาพ เอกสารและหน้าเว็บผ่านเครื่องพิมพ์เครื่องใดก็ได้ที่สามารถเชื่อมต่อกับระบบจัดเก็บข้อมูล Google Cloud ได้ และยังมีแอปพลิเคชัน Quickoffice ที่ให้

ผู้ใช้สามารถเปิด บันทึกลับ เปลี่ยนแปลงแก้ไขเอกสาร หรือเอกสารการนำเสนอได้จากสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ต พร้อมทั้งยังส่งต่อข้อมูลไปให้เพื่อนร่วมงาน หรือส่งข้ามอุปกรณ์ เช่นจากคอมพิวเตอร์ส่งข้อมูลมาเข้าแท็บเล็ต เพื่อมาทำงานสานต่อจากที่ทำค้างไว้เมื่ออยู่นอกบ้านได้ เป็นต้น (Android, 2015)

(9) Android 5.0 Lollipop เวอร์ชันที่เก่า เวอร์ชันล่าสุดของระบบปฏิบัติการ Android ที่มีการนำเสนอไปเมื่อวันที่ 3 พฤศจิกายน พ.ศ. 2557 Lollipop ได้รับการพัฒนาเพื่อให้ อุปกรณ์ดิจิทัลระบบ Android เชื่อมโยงข้อมูลและการทำงานข้ามอุปกรณ์กันอย่างราบรื่น เช่น สามารถนำไฟล์วิดีโอที่เคยเปิดค้างไว้ในทีวี มาเปิดดูต่อได้ทันทีในแท็บเล็ต เป็นต้น และยังมีแอปพลิเคชัน Adroid Beam ที่ผู้ใช้สามารถส่งต่อข้อมูลไปยังอุปกรณ์ Android ที่อยู่ใกล้ ๆ กันได้ เพียงให้อุปกรณ์รับและส่งสัมผัสกันเบา ๆ นอกจากนี้ยังมีการปรับปรุงเครือข่ายการรับสัญญาณอินเทอร์เน็ตให้ราบรื่นไม่สะดุดขณะใช้งาน เช่น เปลี่ยนสัญญาณ Wi-Fi เป็นสัญญาณ Cellular โดยอัตโนมัติ เมื่อผู้ใช้เดินถืออุปกรณ์ออกนอกตัวบ้าน หรือนอกเขตสัญญาณ Wi-Fi จึงทำให้การใช้งานสมาร์ทโฟนในขณะนั้น ๆ ไม่สะดุด ไม่ว่าจะเป็นการพูดคุยโทรศัพท์ หรือ video chat (Android, 2015) และ Lollipop ยังช่วยให้สามารถอ่านข้อความเตือน (notification) ได้ทันทีโดยไม่ต้องปลดล็อกหน้าจอ บันทึกลับเพื่อป้องกันการสูญหายของข้อมูลต่าง ๆ อัตโนมัติ (default saving) โดยที่ผู้ใช้ไม่จำเป็นต้องไปตั้งค่าให้ยุ่งยากและเสียเวลา นอกจากนี้ Lollipop ยังมีแอปพลิเคชันรักษาความปลอดภัยของเครื่อง และข้อมูล Security Enhanced Linux (SELinux) ที่ช่วยป้องกันและปิดช่องโหว่ไม่ให้ข้อมูลรั่วไหลจากอุปกรณ์ดิจิทัลระบบ Android ได้อีกด้วย จนได้รับความไว้วางใจจากบริษัทและหน่วยงาน รัฐบาล ที่ให้ความสำคัญกับมาตรฐานสูงในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล และสำหรับผู้ที่นิยมใช้แท็บเล็ตสำหรับการทำงาน Lollipop ที่เป็นแท็บเล็ต Nexus 9 ซึ่ง Google พัฒนาร่วมกับ HTC นั้น จะทำให้แท็บเล็ตมีความสามารถเหมือน Desktop CPU ทุกประการ และยังมีการออกแบบแป้นพิมพ์ดีด ที่นำไปติดตั้งกับตัวแท็บเล็ตได้ด้วยระบบแม่เหล็ก จึงทำให้ประสบการณ์ทำงานกับแท็บเล็ตนี้ไม่ต่างจากการทำงานกับโน้ตบุ๊กเลยทีเดียว (Gultekin, 2014)

2) ระบบปฏิบัติการ iOS

iOS นั้นถูกพัฒนาขึ้นเพื่อใช้เป็นระบบปฏิบัติการของ iPhone สมาร์ทโฟนของบริษัท Apple แต่เดิมจึงถูกเรียกว่า iPhone Operating System ระบบปฏิบัตินี้มีการนำเสนอพร้อมกับ iPhone เป็นครั้งแรก ในวันที่ 9 มกราคม ค.ศ. 2007 (CBC News, 2013) โดย Steve Jobs ผู้บริหาร Apple ในขณะนั้นได้อธิบายคุณลักษณะ iPhone ว่าเป็น นวัตกรรมที่รวมเอา โทรศัพท์เคลื่อนที่ อุปกรณ์สำหรับฟังไฟล์เสียงและเพลง หรือ iPod และอุปกรณ์สื่อสารไร้สาย ที่มีระบบเชื่อมโยงกับอินเทอร์เน็ตได้อย่างล้ำสมัยในเครื่องเดียว (Apple, 2015b) iOS นั้นได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องมาทุกปี และขณะนี้มียู่ 8 เวอร์ชันดังต่อไปนี้

(1) iPhone OS 1 มีการนำเสนอใน ค.ศ. 2007 เพื่อมาขับเคลื่อนการทำงานให้ iPhone สมาร์ทโฟนที่มีหน้าจอสัมผัสเครื่องแรกตั้งที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น ซึ่งในเวลานั้น ระบบปฏิบัตินี้ยังไม่สามารถทำให้สมาร์ทโฟนรองรับ 3G ได้ ไม่สามารถทำงานหลายอย่างพร้อมกันได้ (multitasking) คัดลอกและวางข้อความไม่ได้ แแนบไฟล์ไปกับอีเมลไม่ได้ รับส่ง MMS หรือข้อความที่มีภาพมาด้วยไม่ได้ แก้ไขข้อความในเอกสารไม่ได้ ใช้เสียงสั่งการโทรออกไม่ได้ แต่สิ่งที่ iPhone OS 1 ทำได้ดีคือ ช่วยให้สมาร์ทโฟนทำงานได้อย่างรวดเร็ว และมีความเสถียรในการเปิดใช้งานแอปพลิเคชันต่าง ๆ (Verge Staff, 2011)

(2) iPhone OS 2 นำเสนอใน ค.ศ. 2008 การใช้งานหลัก ๆ ยังคงเหมือนเดิม แต่ได้มีการเพิ่ม App Store เข้ามาในฟังก์ชันใช้งานของ iPhone เพื่อรวบรวมแอปพลิเคชันต่าง ๆ มาให้ผู้ใช้ได้เลือกดาวน์โหลดได้สะดวกขึ้น (Verge Staff, 2011)

(3) iPhone OS 3 นำเสนอใน ค.ศ. 2009 โดยได้มีการเพิ่มฟังก์ชันการใช้งาน กล่าวคือสามารถตัด คัดลอก เลือก แล้วนำข้อความไปวางในหน้าเอกสารที่ต้องการได้ และมีฟังก์ชัน Spotlight search ช่วยให้ผู้ใช้ค้นหาข้อมูลได้จากทุกแหล่งที่อยู่ในเครื่อง ไม่ว่าจะเป็นจากในเอกสารที่บันทึกไว้ จากอีเมล จากปฏิทิน หรือจากข้อความที่จดบันทึกไว้ เป็นต้น และยังมีเพิ่มฟังก์ชันใช้เสียงสั่งการโทรออก (voice dialing) เข้ามา จึงทำให้ iPhone ในขณะนั้นมีความสามารถเทียบเท่า BlackBerry, Palm OS และ สมาร์ทโฟนที่ใช้ระบบปฏิบัติการ Android นอกจากนี้ยังมีเวอร์ชันย่อย

iPhone OS 3.2 ที่ปรับปรุงเพื่อให้ใช้กับ iPad แท็บเล็ตของ Apple ได้อย่างมีประสิทธิภาพอีกด้วย (Verge Staff, 2011)

(4) iOS 4 นำเสนอใน ค.ศ. 2010 พร้อมกับ iPhone 4 นี่คือนเวอร์ชันแรกที่มีการเปลี่ยนชื่อระบบปฏิบัติการให้สั้นกระชับขึ้นจาก iPhone OS มาเป็น iOS จุดเด่นของระบบปฏิบัติการเวอร์ชันนี้มีมากมาย มีความสามารถในการทำงานหลายอย่างได้ในเวลาเดียวกัน เช่น เขียนอีเมล ในขณะที่ฟังเพลง มีกล้องหน้า ซึ่งทำให้ iPhone 4 เป็นสมาร์ทโฟนยี่ห้อแรกที่ทำให้ผู้ใช้แชทผ่านวิดีโอได้ (face time video chat) สามารถทำให้สมาร์ทโฟนเป็นตัวปล่อยสัญญาณ Wi-Fi โดยให้อุปกรณ์อื่นมาพ่วงต่อสัญญาณได้ (Wi-Fi tethering) สามารถทำให้แอปพลิเคชันทำการอัปเดตหรือดาวน์โหลดตนเองจนเสร็จได้ โดยไม่ต้องเปิดแอปพลิเคชันดังกล่าวทิ้งไว้ สามารถจัดระเบียบหน้าจอได้ ด้วยการจัดเก็บแอปพลิเคชันไว้ในแฟ้มตามต้องการ ซึ่งเป็นความสามารถที่เทียบเท่ากับ Android 4.0 Ice cream sandwich นอกจากนี้ iOS 4 ยังมีโปรเซสเซอร์ที่ทำงานได้เร็วขึ้น มีฟังก์ชันช่วยตรวจตัวสะกด และแก้ไขข้อความที่ผิดได้อย่างรวดเร็ว มีการร่อยต่อข้อความที่โต้ตอบกันผ่านอีเมล มีแอปพลิเคชัน AirPlay ที่ช่วยให้เปิดไฟล์วิดีโอดูข้ามอุปกรณ์ที่มี iOS ได้ เช่น การเปิดไฟล์ใน Apple TV ไว้แล้วดูไม่จบ จึงมาเปิดดูไฟล์ดังกล่าวต่อใน iPad เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีเวอร์ชันย่อย iOS 4.2.1 ที่ปรับปรุงเพื่อให้ iPad มีฟังก์ชันการทำงานได้หลายอย่างเหมือนกับ iPhone 4 (Verge Staff, 2011)

(5) iOS 5 นำเสนอพร้อมกับ iPhone 4s ใน ค.ศ. 2011 จุดเด่นของ iOS เวอร์ชันนี้ก็คือ Siri (speech interpretation and recognition interface) หรือโปรแกรมที่ติดตั้งมากับระบบปฏิบัติการเพื่อช่วยควบคุมให้การทำงานของ iPhone สะดวกและง่ายขึ้น โดยใช้เสียงที่ติดตั้งมาพร้อมกับเครื่อง ผู้ใช้สามารถสั่งการให้ Siri โทรออก เช็คอีเมล สืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต ถ้ามหาเส้นทาง หรือแม้แต่พูดคุยด้วยได้ เพราะ Siri สามารถโต้ตอบกับผู้ใช้ด้วยภาษาพูดที่เป็นธรรมชาติได้ และยังมี iMessage ที่ผู้ใช้ iPhone, iPad หรือ iPod ที่มี iOS 5 นี้ สามารถส่งข้อความถึงกันได้ฟรี เหมือนกับระบบ BlackBerry Message อีกทั้งยังแสดงให้เห็นว่าข้อความที่ส่งไปนั้นผู้รับได้เปิดอ่านแล้วหรือยัง และสามารถส่งข้อความสื่อผสม (multimedia) ที่ไม่ได้มีแต่ตัวหนังสือได้อีกด้วย นอกจากนี้ยังมี iCloud ที่ช่วยเก็บบันทึกและสำรองข้อมูลในอุปกรณ์ที่มี iOS 5 ทุกเครื่องไว้ใน Cloud storage โดยอัตโนมัติเพื่อป้องกันการสูญหาย (Verge Staff, 2011)

(6) iOS 6 นำเสนอใน ค.ศ. 2012 ในเวอร์ชันนี้มีการปรับปรุงศักยภาพของ Siri ให้ล้ำขึ้นไปอีกขั้น กล่าวคือ Siri สามารถรายงานข่าวสารและความคืบหน้าของสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างฉับพลัน ทั้งผลกีฬา ตารางนัดหมาย และข้อมูลต่าง ๆ รวมทั้งยังเอื้อให้ผู้ใช้สามารถเปิดแอปพลิเคชันของตนใช้ได้ทันที เพียงบอกชื่อแอปพลิเคชันตัวนั้น ๆ กับ Siri พร้อมทั้งยังอัปเดตสเตตัสผ่าน Facebook และ Twitter โดยเพียงสั่งการบอก Siri นอกจากนี้ยังมีการปรับปรุงให้การแชทแบบ FaceTime นั้นสามารถเกิดขึ้นได้กับการเชื่อมต่อสัญญาณ Cellular ได้เช่นกัน โดยไม่ต้องเชื่อมต่อกับสัญญาณ Wi-Fi แต่เพียงอย่างเดียวอีกต่อไป (Verge Staff, 2011)

(7) iOS 7 นำเสนอใน ค.ศ. 2013 จุดเด่นของ iOS เวอร์ชันที่ 7 นี้คือความสามารถทำงานหลายอย่างได้ในเวลาเดียวกันอย่างลื่นไหลและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เช่น ในกรณีที่ผู้ใช้ได้รับข้อความแจ้งเตือน (notification) ว่ามีอีเมล หรือข้อความที่สนทนาได้ทันที (im) เข้ามา แอปพลิเคชันที่เกี่ยวข้องจะเริ่มทำการดาวน์โหลดข้อมูลทันที เพื่อที่ผู้ใช้จะได้เปิดพบข้อมูลใหม่ที่เข้ามาได้ทันที โดยไม่ต้องเสียเวลา และในระบบปฏิบัติการเวอร์ชันนี้ยังมีการปรับปรุงระบบการส่งข้อมูล AirDrop ให้สามารถส่งไฟล์ภาพ วิดีโอ และไฟล์ประเภทอื่นได้ด้วยความเร็วที่เพิ่มขึ้น อีกทั้งยังมี FaceTime audio ที่ผู้ใช้สามารถพูดคุยกันได้ฟรีเหมือนการใช้โทรศัพท์ เป็นฟังก์ชันที่เพิ่มขึ้นนอกเหนือจาก FaceTime video chat โดย FaceTime audio นี้สามารถใช้ได้ผ่านการเชื่อมต่อกับ Wi-Fi, LTE หรือ 3G นอกจากนี้ยังมีแอปพลิเคชันที่เอื้อต่อการทำงานของลูกจ้างพนักงานอย่าง iWork ที่ติดตั้งฟรีมากับ iPhone และ iPad ที่มีระบบปฏิบัติการ iOS 7 นี้อีกด้วย โดย iWork ประกอบไปด้วย Keynote แอปพลิเคชันสำหรับทำเอกสารนำเสนอ iPhoto แอปพลิเคชันสำหรับจัดเก็บและแก้ไขภาพ iMovie แอปพลิเคชันสำหรับตัดต่อไฟล์วิดีโอ เป็นต้น (Verge Staff, 2011)

(8) iOS 8 นำเสนอใน ค.ศ. 2014 นี้คือเวอร์ชันล่าสุดของระบบปฏิบัติการ iOS ในขณะนี้ โดยมีจุดเด่นด้านการเชื่อมโยงและส่งต่อข้อมูลระหว่างอุปกรณ์ต่างชิ้นกันได้อย่างราบรื่น กล่าวคือทำให้ iPhone iPad และคอมพิวเตอร์ Mac ทำงานประสานและเชื่อมโยงกันได้แบบไม่สะดุด ตัวอย่างเช่น ปรับแต่งภาพทิ้งไว้ในเครื่องคอมพิวเตอร์ Mac และเมื่อต้องออกมาข้างนอกบ้านก็สามารถปรับแต่งภาพดังกล่าวต่อจนเสร็จได้จาก iPad โดยเริ่มได้จากส่วนที่ทำค้างไว้ทันที หรือในขณะที่ทำงานอยู่ที่หน้าจocomพิวเตอร์ Mac แล้วมีสายเรียกเข้ามาใน iPhone ก็สามารถกดรับโทรศัพท์ได้เลยจากหน้าจอ คอมพิวเตอร์ Mac ในเรื่องการรับส่งข้อความและไฟล์ก็ได้รับการ

พัฒนาขึ้นไปอีกขั้นเช่นกัน กล่าวคือ iOS 8 นี้ เอื้ออำนวยให้ผู้ใช้โพสต์ข้อความบน Facebook หรือตอบกลับข้อความที่ส่งมาจากแอปพลิเคชันอื่น ๆ ได้ทันทีผ่านระบบแจ้งเตือนข้อความเข้า (notification) ซึ่งความสามารถนี้เทียบเท่ากับสิ่งที่ระบบปฏิบัติการ Android ทำได้มาหลายปีก่อนหน้านี้ นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาการส่งข้อความเสียงที่ทำลายตัวเองได้เมื่อผู้รับฟังจบแล้ว บอกสถานที่อยู่ของเครื่อง iPhone จัดระเบียบและกลุ่มการแชทได้ดีขึ้น ส่งไฟล์ภาพและวิดีโอหลาย ๆ ไฟล์ได้พร้อมกัน มีระบบจัดเก็บข้อมูล iCloud ที่ให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงข้อมูลที่จัดเก็บไว้ผ่านอุปกรณ์ Smart gadgets ทุกเครื่อง รวมถึงอุปกรณ์จากค่ายของ Windows PC ด้วย

(9) Mobile First

นอกจากการพัฒนา iOS สำหรับ iPhone, iPad, iPod และคอมพิวเตอร์ Mac แล้ว Apple ยังได้ร่วมมือกับ IBM ออกแบบ Mobile First สำหรับให้พนักงานองค์กรต่าง ๆ ใช้ผ่าน iPhone และ iPad ซึ่งได้มีการนำเสนอไปเมื่อวันที่ 10 ธันวาคม ค.ศ. 2014 **Mobile First** คือแอปพลิเคชันที่เอื้อประโยชน์สำหรับการทำงานเพื่อบริษัทหรือองค์กรโดยเฉพาะ ออกแบบมาเพื่อให้พนักงานบริษัทในวงการต่าง ๆ ทั้งวงการธนาคาร การค้า การเงิน การประกัน การสื่อสารทางไกล องค์กรรัฐบาล หรือแม้แต่การบิน สามารถเข้าถึงฐานข้อมูลของบริษัทได้โดยสมบูรณ์ไม่ว่าจะอยู่ที่ใด เพื่อจะได้ติดต่อเรื่องงาน ตอบคำถาม วิเคราะห์ข้อมูล มีปฏิสัมพันธ์และให้บริการลูกค้าของบริษัทได้อย่างง่ายดาย ถูกต้อง รวดเร็วในทุกที่ทุกเวลา เช่น พนักงานที่ทำงานธนาคาร สามารถใช้แอปพลิเคชันดังกล่าวนี้ดึงฐานข้อมูลมาใช้ในการวิเคราะห์แนวโน้มและรูปแบบการลงทุน เพื่อจะได้นำลูกค้าของธนาคารได้อย่างถูกต้องและถูกจังหวะการลงทุน หรือในกรณีของผู้ที่ทำงานในหน่วยงานราชการ แอปพลิเคชันนี้สามารถช่วยทำให้ขั้นตอนการสื่อสารในองค์กรมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยช่วยลดขั้นตอนที่ทำให้งานล่าช้า ผู้ทำงานจึงติดต่อขอความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภายในองค์กรได้รวดเร็วขึ้น เป็นต้น เรียกได้ว่าแอปพลิเคชันนี้ช่วยให้องค์กรได้เข้าไปอยู่ใกล้ชิดกับการทำงานของพนักงานได้มากขึ้น และยังสร้างความได้เปรียบในเชิงแข่งขัน (competitive advantage) ให้แก่องค์กรและบริษัทที่ให้พนักงานใช้แอปพลิเคชันดังกล่าวนี้ผ่าน iPhone หรือ iPad ได้อีกด้วย (Apple, 2015a)

2.4 เทคโนโลยีสมาร์ทโฟนกับผลกระทบต่อวิถีชีวิตลูกจ้างพนักงาน

ลูกจ้างพนักงานผู้ใช้สมาร์ทโฟน นับตั้งแต่ผู้บริหารระดับสูงไปจนถึงพนักงานที่เพิ่งเริ่มทำงาน ต่างก็ไม่สามารถหลีกเลี่ยงผลกระทบที่มากับเทคโนโลยีสมาร์ทโฟนได้พ้น (Gregg, 2013) นั่นคือปัญหาเกี่ยวกับการทำงาน 4 ประการ ไม่ว่าจะเป็น ปัญหางานเข้าถึงตัวได้ตลอดเวลา เวลาทำงานถูกขยายออกไป ปริมาณงานเพิ่มมากขึ้น และปัญหาการไม่สามารถแยกเรื่องงานออกจากบริบทชีวิตด้านอื่นได้ ซึ่งส่งผลกระทบเป็นลูกโซ่ต่อสุขภาพกาย สุขภาพใจ รวมถึงพฤติกรรมของแรงงานมีความรู้ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) ปัญหางานเข้าถึงตัวได้ตลอดเวลา

ลักษณะการทำงานในบริษัททุกวันนี้ ต้องการให้พนักงานพร้อมที่จะรับรู้ข้อมูลและปฏิบัติงานอยู่ตลอดเวลา (Costas & Grey, 2012) และสมาร์ทโฟนซึ่งรับส่งอีเมลได้นี้ ก็ตอบสนองต่อความต้องการดังกล่าวของบริษัทนายทุนได้เป็นอย่างดี ด้วยการเปิดช่องทางให้งานตามติดชีวิตลูกจ้าง พนักงานออกมานอกออฟฟิศได้สะดวกทุกที่ทุกเวลา (Gregg, 2013) แม้พนักงานจะอยู่ในช่วงวันหยุดพักร้อน ทางบริษัทก็ยังสามารถติดต่อเรื่องงานได้เสมอ โดยเฉพาะด้วยวิธีส่งอีเมล ซึ่งสามารถรวบรวมรายละเอียดเรื่องงานเป็นลายลักษณ์อักษรได้อย่างครบถ้วน อีกทั้งยังมีการระบุวันเวลารับส่งในตัวอีกด้วย ซึ่งหมายความว่านายจ้างหรือเพื่อนร่วมงานจะทราบว่าคุณพนักงานผู้ที่ได้รับอีเมลนั้น ๆ ใช้เวลาเท่าไรในการตอบกลับ (Gregg, 2013) พนักงานจึงแทบไม่มีโอกาสหลบไปพักจากการทำงานได้เลย สมาร์ทโฟนที่รับส่งอีเมลได้จึงเป็นสาเหตุสำคัญประการหนึ่งของความเครียดจากงานของพนักงานบริษัทในยุคปัจจุบัน (Costas & Grey, 2012)

นอกจากนี้ยังมีโปรแกรม read receipt ที่จะแสดงให้เห็นว่าข้อความที่ส่งไปผู้รับได้เปิดอ่านหรือยังในแอปพลิเคชัน im เป็นต้น จึงเพิ่มความกดดันให้พนักงานต้องรีบทำตามคำสั่งที่ได้รับมอบหมายผ่านสมาร์ทโฟน ซึ่งสามารถเกิดขึ้นในเวลาใดก็ได้ ไม่เว้นแม้กระทั่งในยามวิกาล หรือในเวลาส่วนตัวนอกเวลางาน การที่งานเข้าถึงตัวได้ตลอดเวลาเช่นนี้ ส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตในบริบทอื่นของพนักงานเป็นอย่างมาก เช่น ไม่มีเวลาพักผ่อน ไปซื้อข้าวของส่วนตัว ไปออกกำลังกาย หรือไม่สามารถรับนัดพบปะเพื่อนฝูงได้ เนื่องจากไม่สามารถคาดเดาหรือควบคุมเวลาทำงานได้ จึงไม่สามารถวางแผนแบ่งเวลาไปทำกิจกรรมส่วนตัวหรือนัดหมายกับผู้อื่นได้เลย เป็นต้น (Gregg, 2013)

2) ปัญหาเวลาทำงานถูกขยายออกไป

การที่สมาร์ตโฟนเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตได้ จึงเปิดโอกาสให้การทำงานที่เคยมีขอบเขตชัดเจนตายตัว ทั้งด้านเวลาและสถานที่หมดไป เพราะในวันนี้พนักงานไม่จำเป็นต้องนั่งอยู่ในสำนักงานเท่านั้นจึงจะทำงานได้ พนักงานสามารถนำงานออกไปทำต่อในที่ต่าง ๆ เช่นที่บ้าน ร้านกาแฟประจำ หรือแม้แต่ทำงานไปทำในต่างประเทศก็ได้ ชั่วโมงการทำงานจึงไม่ได้สิ้นสุดลงเมื่อพนักงานเดินออกจากที่ทำงานอีกต่อไป แต่ได้ขยายออกไป โดยไม่มีผู้ใดกำหนดได้ว่าจะสิ้นสุดลงเมื่อใด ต้องปล่อยไปตามสถานการณ์ จึงทำให้งานในยุคดิจิทัลนี้เข้าไปล้วงล้ำบริบทอื่น ๆ ในชีวิต กลืนกินเวลา สร้างความกังวล และอาการเสพติดงานให้แก่ชีวิตพนักงาน (Gregg, 2013)

ประเด็นเวลางานขยายตัวออกไปนี้สอดคล้องกับที่ Pekka Himanen นักวิจัยด้านปรัชญาเทคโนโลยี และอาจารย์มหาวิทยาลัยเฮลซิงกิในฟินแลนด์ เคยกล่าวไว้ว่า “...mobile computing devices were based on the need for doing things on the move, when working by any other means was impractical...they supplement one’s regular workday at the office, extending the time spent working.” (Hafner, 2000)

ตัวอย่างการที่สมาร์ตเทคโนโลยีขยายชั่วโมงการทำงานที่เห็นได้ชัด คือกรณีของ Carolyn Layne รองประธานบริษัทฐานข้อมูลซอฟต์แวร์แห่งหนึ่ง ผู้เคยให้สัมภาษณ์หนังสือพิมพ์ The New York Times ไว้ว่าเธอต้องเดินทางไปต่างประเทศเพื่อร่วมประชุมตั้งแต่ 7.00 น. ถึง 24.00 น. แต่เมื่อเสร็จการประชุม เวลาการทำงานของเธอนั้นไม่ได้จบตามไปด้วย เพราะเธอยังต้องเช็คอีเมลและข้อความเสี่ยงที่ส่งมาจากประเทศของเธอ เวลาการทำงานของเธอในวันนั้นจึงขยายขึ้นมาอีก 3 ชั่วโมงเพิ่มเติมจากเวลากว่า 16 ชั่วโมงในห้องประชุมนั่นเอง (Hafner, 2000)

นอกจากนี้ยังมีการศึกษาซึ่งพิมพ์เผยแพร่ในหนังสือพิมพ์ The Daily Mail ของอังกฤษ พบว่าสมาร์ตโฟน หรืออุปกรณ์ที่เข้าถึงอีเมลได้ตลอดเวลาจะทำให้ชั่วโมงการทำงานของลูกจ้างพนักงานเพิ่มขึ้นวันละ 2 ชั่วโมง จากชั่วโมงทำงานโดยเฉลี่ยวันละ 9-10 ชั่วโมง เวลา 2 ชั่วโมงที่เพิ่มขึ้นมานั้นก็คือเวลาที่ไปเบียดบังการพักผ่อนของพนักงานนั่นเอง โดยพนักงานจะใช้เวลาดังกล่าวในการส่งอีเมล โทรศัพท์คุยเรื่องงาน ตรวจสอบแก้ไขเอกสาร ติดตามความคืบหน้าของงาน ติดต่อลูกค้าหรือผู้เกี่ยวข้องกับงาน ผลการศึกษาดังกล่าวยังระบุอีกด้วยว่า พนักงานบริษัทมากกว่าร้อยละ 90 เข้าถึงอีเมลผ่านโทรศัพท์ได้ และหนึ่งในสามของพนักงานดังกล่าวก็เปิดอีเมลผ่านโทรศัพท์มากกว่า 20 ครั้งต่อวัน เกือบสองในสามมักจะเช็คอีเมลเป็นครั้งสุดท้ายก่อนเข้านอน และเป็นสิ่งแรกที่กระทำเมื่อตื่นขึ้นในตอนเช้า ในขณะที่หนึ่งในสามตอบอีเมลช่วงกลางดึก (Daily mail, 2012)

จะเห็นได้ว่าเมื่อเวลาการทำงานโดยรวมขยายยาวนานขึ้น มนุษย์เงินเดือนก็จะมีเวลาเหลือสำหรับพักผ่อน หรือทำภารกิจส่วนตัว หรือศึกษาหาความรู้ตามที่ตนสนใจน้อยลง หรือในบางกรณีแทบไม่มีเวลาเหลือสำหรับทำอย่างอื่นนอกจากงานเลย

3) ปัญหาปริมาณงานเพิ่มมากขึ้น

การที่นายทุนสังเกตเห็นแล้วว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้ได้อย่างแพร่หลายผ่านสมาร์ตโฟนนั้น สามารถสร้างผลประโยชน์กำไรและมูลค่าส่วนเกินให้ธุรกิจตนได้ เนื่องจากเป็นช่องทางที่ช่วยประชาสัมพันธ์ ประสานงาน หรือแม้แต่สร้างกำไรให้สินค้าและบริการของธุรกิจตนได้ จึงมีองค์กรและบริษัทจำนวนมากไม่น้อยที่แสดงความต้องการให้พนักงานของตนหาความรู้ และพัฒนาทักษะการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพิ่มเติม เช่น การเขียนบล็อก การตอบข้อความสนทนาทันที (im) หรือการเขียนโพสต์ Twitter และ Facebook เพื่อพนักงานจะได้มาช่วยส่งข้อความที่เป็นประโยชน์หรือส่งเสริมธุรกิจขององค์กร ซึ่งถือเป็นงานที่นอกเหนือจากงานประจำที่มีปริมาณมากอยู่แล้ว จึงส่งผลให้เกิดการไปเบียดบังเวลาส่วนตัวของพนักงานได้อีกเช่นกัน (Gregg, 2013)

4) ปัญหาการไม่สามารถแยกเรื่องงานออกจากบริบทชีวิตด้านอื่น ๆ

เมื่อบริบทการทำงานได้ก้าวล้ำเข้ามาในบริบทการใช้ชีวิตด้านอื่น ๆ ของลูกจ้างพนักงาน จนดูราวกับว่างานกลายเป็นส่วนที่ไม่สามารถแยกออกจากชีวิตพนักงานไปเสียแล้วนั้น ก่อให้เกิดปัญหาที่พนักงานไม่ควรนิ่งนอนใจอย่าง การเสียสมดุลระหว่างงานกับชีวิตส่วนตัว และอาการเสพติดงาน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

(1) การเสียสมดุลระหว่างงานกับชีวิตส่วนตัว

การที่สมาร์ตโฟนเปิดช่องให้งานล่วงล้ำเข้ามาในชีวิตส่วนตัวของพนักงานมากขึ้นเรื่อย ๆ จนเป็นเหตุให้เวลาในการทำกิจกรรมอื่น ๆ ในชีวิตนอกเหนือจากงาน เช่น พักผ่อน ท่องเที่ยว หรือเรียนทำอาหาร ลดน้อยลงทุกที การจะมีสมดุลระหว่างการงานและการใช้ชีวิตได้นั้น จะต้องได้รับปริมาณงานอย่างเหมาะสม มีจำนวนผู้ร่วมงานและเวลาในการทำงานดังกล่าวที่เพียงพอ โดยผู้บริหารบริษัทต้องมีนโยบายสนับสนุนการทำงานในลักษณะดังกล่าวด้วย จึงจะสร้างความสมดุลให้เกิดขึ้นได้จริง (Muhr et al., 2012)

แต่ลูกจ้างพนักงานยุคนี้ โดยเฉพาะกลุ่ม Generation Y ซึ่งเป็นกลุ่มกำลังแรงงานที่มีจำนวนเพิ่มมากยิ่งขึ้น กลับยอมรับบรรทัดฐานของนายทุนที่ว่า การมีสมดุลระหว่างการงานและชีวิตส่วนตัวคงเป็นไปได้ยากในยุคเศรษฐกิจไม่ดีเช่นนี้ เพราะบริษัทต่าง ๆ ย่อมมุ่งเน้นการทำงานที่สร้างผลประโยชน์

ให้บริษัทอยู่รอดท่ามกลางสภาพเศรษฐกิจมากกว่าเรื่องของความสมดุลระหว่างการทำงานและการใช้ชีวิตของพนักงาน (Islam, Cheong, Yusuf, & Desa, 2011)

การขาดสมดุลระหว่างการทำงานกับการใช้ชีวิตนี้ ส่งผลให้ลูกจ้างพนักงานเกิดพฤติกรรมหมกมุ่นไม่ยอมปล่อยวางเรื่องงาน จากกลุ่มตัวอย่างในสหรัฐอเมริกา ร้อยละ 61 เห็นด้วยว่าสมาร์ตเทคโนโลยีมาทำให้เส้นแบ่งระหว่างงานและชีวิตส่วนตัวของพวกเขาไม่ชัดเจน ร้อยละ 39 อดที่จะเปิดอ่านอีเมลเกี่ยวกับงานไม่ได้ทั้งที่เป็นวันหยุด และร้อยละ 31 ทำใจปิดอุปกรณ์สื่อสารในช่วงสุดสัปดาห์ไม่ได้ เนื่องจากอยู่ในที่ที่มีสัญญาณติดต่อได้อยู่ตลอดเวลา (Hays, 2013d)

ส่วนด้านประเทศในเอเชีย นั้น ยังไม่มีความหวังว่าจะสามารถเปลี่ยนวัฒนธรรมการทำงาน หามรุ่งหามค่ำให้บริษัท จนไม่มีเวลาใช้ชีวิตส่วนตัวได้เลย (PricewaterhouseCoopers, 2009) ดังตัวอย่างในประเทศสิงคโปร์นั้น โดยเฉพาะพนักงานกลุ่ม Generation Y ทำงานเกินกว่าชั่วโมงการทำงาน ที่ระบุในสัญญาจ้างจนเป็นเรื่องปกติ (Tzeun, Wong, Wee, Goh, & Johari, 2009)

(2) อาการเสพติดงาน

ไม่ว่าลูกจ้างพนักงานจะพบปัญหาจากการทำงานรูปแบบใด ก็มักจะหลีกเลี่ยงไม่พ้นความเครียดจากความกดดันเรื่องงาน และมีเวลาหยุดพักจากงานน้อยเกินไป จึงส่งผลกระทบต่อพนักงานจำนวนไม่น้อยไม่สามารถปล่อยวางให้หยุดคิดเรื่องงานได้ จนมี 3 พฤติกรรมดังต่อไปนี้

[1] ใช้เวลาในการทำงานนานเกินไป

[2] ไม่สามารถแยกเรื่องงานออกจากบริบทชีวิตอื่น ๆ ได้ และยังคงคิดถึงงานแม้ไม่ใช่เวลาทำงาน เช่น คอยเช็คและตอบอีเมลอย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากกังวลว่าหากไม่รีบเช็คและตอบอีเมลในขณะที่มีเวลาว่าง เช่น ในวันเสาร์อาทิตย์ จะส่งผลให้ปริมาณงานและความตึงเครียดในงานเพิ่มมากขึ้นในวันที่ต้องเข้าออฟฟิศไปทำงาน (Gregg, 2013)

[3] อุทิศตนทำงาน โดยคาดหวังผลลัพธ์ที่เกินพอดี ไม่ว่าจะเพื่อตอบสนองความต้องการก้าวหน้าของตนเองหรือเพื่อผลประโยชน์กำไรขององค์กรก็ตาม เช่น กรณีที่พบในงานวิจัยเชิงประจักษ์ของ Gregg (2013) ที่มีพนักงานคอยเช็คและตอบอีเมลอยู่ตลอดเวลา โดยอ้างว่าจะได้เตรียมรับมือกับงานด่วนที่มีเข้ามาได้ทันที่

พฤติกรรมทั้ง 3 ประการข้างต้น ล้วนแต่บ่งชี้ถึงอาการเสพติดงานทั้งสิ้น และสอดคล้องกับนิยามของการเสพติดงาน ดังต่อไปนี้

“นิยามและความหมายของการเสพติดงาน...สามารถสรุปออกมาได้ 3 ลักษณะด้วยกันได้แก่

1. บุคคลที่ใช้เวลาในการทำงานเป็นเวลานาน (excessively hard workers)
2. บุคคลที่ไม่สามารถแยกตัวออกจากงาน และยังคงครุ่นคิดถึงการทำงาน แม้ไม่ใช่เวลาทำงาน (compulsive workers)
3. บุคคลที่ทำงานอย่างหนักเพื่อให้ผลลัพธ์ออกมาเกินความคาดหวังและอุทิศตนเองเพื่อตอบสนองต่อความต้องการขององค์กรเกินพอดี” (ณิชากรีย์ ตั้งจิตดี และคณะ, 2556)

แม้จะได้รับมอบหมายให้ทำงานหนัก จนร่างกายเหนื่อยล้า และมีความตึงเครียดมากเพียงใด ลูกจ้างพนักงานส่วนใหญ่ก็พร้อมจะอดทนต่อภาวะการทำงานดังกล่าว โดยไม่คิดต่อต้านขัดขืน แต่จะหาทางออกให้ตนเองด้วยการเผื่อวันหยุดพักผ่อน หรือวันเวลาที่ตนไม่ต้องทำงานหนักตรงหน้า รวมถึงการบำบัดความเครียดจากงาน โดยนำเงินเดือนที่ได้รับไปใช้จ่ายในสิ่งที่ทำให้ตนมีความสุข เช่น ไปท่องเที่ยว หรือไปนวดสปาผ่อนคลาย (Costas & Grey, 2012)

2.5 รูปแบบและวัฒนธรรมการทำงานในสำนักงานร่วมสมัย

รูปแบบการทำงานในสำนักงานนั้น มีทั้งส่วนที่เปลี่ยนแปลงไปตามลักษณะของพนักงานและนายจ้างแต่ละยุคสมัย รวมถึงส่วนที่อยู่คู่กับการบริหารจัดการของบริษัทโดยไม่มีการแปรเปลี่ยนดังต่อไปนี้

1) การเปลี่ยนแปลงด้านลูกจ้างพนักงาน

สำหรับการเปลี่ยนแปลงในด้านการทำงานของลูกจ้างพนักงานยุคปัจจุบันนั้น มีแนวโน้มให้เห็นสามประการ คือเรื่องอุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ใช้ในการทำงาน ลักษณะและความถนัดของพนักงาน รวมถึงความสมดุลระหว่างการทำงานและการใช้ชีวิตส่วนตัวของพนักงาน ดังต่อไปนี้

(1)เทคโนโลยีที่นำมาใช้

การทำงานในปัจจุบันต้องพึ่งพาเทคโนโลยีมากขึ้นในแทบทุกด้าน โดยเฉพาะเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งมีในอุปกรณ์หลากหลายรูปแบบที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ ไม่ว่าจะเป็นสมาร์ทโฟน แท็บเล็ต หรือ

โน้ตบุ๊ก เทคโนโลยีดิจิทัลดังกล่าว ซึ่งได้รับการพัฒนาให้ก้าวล้ำเป็นอย่างมากในยุคนี้ ช่วยให้การ ทำงานเกิดขึ้นได้ทุกที่ทุกเวลา พร้อมทั้งอำนวยความสะดวกเรื่องงานได้อย่างมากมาย เช่น ช่วยให้ พนักงานติดต่อ ประสานงาน หรือเข้าถึงเพื่อนร่วมงานได้ 24 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ช่วยให้การประชุมผ่าน วีดีโอ การแบ่งปันข้อมูลเกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยให้พนักงานส่งข้อความถึงกันได้ทันทีผ่าน แอปพลิเคชัน im ทั้งยังสามารถตรวจสอบสถานะของพนักงานคู่สนทนา ว่าพร้อมรับส่งข้อมูลหรือ สนทนาเรื่องงานประเด็นนั้น ๆ หรือไม่ ผ่านระบบ presence detection and availability status ในสมาร์ตโฟน และอุปกรณ์ดิจิทัลอื่น ๆ ได้อีกด้วย เป็นต้น (Ouye, 2011)

(2) ลักษณะ ความถนัด และความคาดหวังของพนักงานใน Generation Y

จากการประเมินของนักวิจัยสถาบันต่าง ๆ พบว่าอีกไม่นาน ตามบริษัทและองค์กรต่าง ๆ จะเต็มไปด้วยกำลังแรงงานลูกจ้างพนักงานจากประชากรกลุ่ม Generation Y หรือผู้ที่เกิดระหว่าง ปีพ.ศ. 2524 - 2543 ในยุคที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างแพร่หลาย (สุรางคณา วายุภาพและคณะ, 2558) ซึ่งประชากรกลุ่มนี้ได้ก้าวเข้ามาทำงานมากขึ้นเรื่อย ๆ และจะกลายมาเป็นกลุ่มประชากรส่วนใหญ่ขององค์กรในไม่ช้า แทนที่แรงงานกลุ่ม Generation X (ผู้ที่เกิดระหว่างปีพ.ศ. 2508 – 2523 ยุคที่เริ่มมีการใช้โทรศัพท์และอีเมลเป็นช่องทางการสื่อสาร แต่ยังไม่มีการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในประเทศไทย) และ Baby boomer (ผู้ที่เกิดระหว่างปีพ.ศ. 2489 – 2507 ซึ่งเป็นยุคที่เทคโนโลยี การสื่อสารต่าง ๆ ยังไม่แพร่หลาย) (สุรางคณา วายุภาพและคณะ, 2558) ที่กำลังทยอยเกษียณอายุไป ประเทศไทยในขณะนี้ มี Generation Y เป็นกำลังแรงงานอยู่ประมาณร้อยละ 30 (Nation multimedia, 2013) บริษัท PricewaterhouseCoopers ซึ่งทำวิจัยเรื่องกำลังแรงงานที่เป็น Generation Y นี้ร่วมกับ University of Southern California และ The London Business School ได้คาดการณ์ว่าในปี ค.ศ. 2016 พนักงานที่ทำงานให้แก่ PricewaterhouseCoopers ทั่วโลกจะเป็น Generation Y ถึงเกือบร้อยละ 80 (Donovan & Finn, 2013) นอกจากนี้ยังมี การประมาณการอีกด้วยว่าภายในปี ค.ศ. 2025 กำลังแรงงานทั่วโลกจะประกอบไปด้วยคนจาก Generation Y ถึงร้อยละ 75 (Harjani, 2014)

Generation Y คือคำที่มีที่มาจากประเทศสหรัฐอเมริกา โดยการกำหนดและนำมาใช้เป็นครั้งแรก ในนิตยสาร Ad Age เมื่อ ค.ศ. 1993 เพื่อเป็นชื่อเรียกกลุ่มประชากร ซึ่งเติบโตมาในยุคการใช้เทคโนโลยีรูปแบบต่าง ๆ โดยเฉพาะ อินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีการสื่อสาร จึงไม่น่าแปลกใจที่มีผลสำรวจพบว่า จำนวนชั่วโมงการใช้อินเทอร์เน็ตของ Generation Y ชาวไทยโดยเฉลี่ยนั้นคือ 54.2 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ซึ่งสูงที่สุดเมื่อเทียบกับคนจากกลุ่มอายุอื่น ๆ (Baby Boomer, Gen X และ Gen Z หรือผู้ที่เกิดในปีพ.ศ. 2544 เป็นต้นไป) (สุรางคณา วายุภาพและคณะ, 2558) และยังมีผลสำรวจจากประเทศอังกฤษที่พบว่า Generation Y มีโทรศัพท์มือถือในครอบครองถึงร้อยละ 97 และร้อยละ 80 ใช้โทรศัพท์มือถือที่เป็นสมาร์ทโฟน (Hays, 2013c)

เมื่อมีความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีการสื่อสารและการสืบค้นข้อมูลเป็นอย่างดี Generation Y จึงคาดหวังที่จะใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นอินเทอร์เน็ต เครือข่ายสังคมออนไลน์ อีเมล มาเอื้อให้การทำงานง่ายและเร็วยิ่งขึ้น มีประสิทธิภาพมากขึ้น ช่วยเพิ่มความยืดหยุ่นหรืออิสระในการทำงาน (Donovan & Finn, 2013) และทำให้การติดต่อประสานงานระหว่างทีมงานราบรื่นยิ่งขึ้น (Tzeun et al., 2009) Generation Y นั้น ถือได้ว่าเป็นผู้กำหนดทิศทางการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารในที่ทำงาน ด้วยการเป็นผู้นำและเผยแพร่พฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีดังกล่าวไปยังประชากรแรงงานกลุ่มอื่นด้วย (Islam et al., 2011) มีผลสำรวจมากกว่าหนึ่งชิ้นพบว่า Generation Y มองว่าภายในระยะเวลาอีก 5 ปี วิธีการสื่อสารหลักภายในบริษัทและองค์กรต่าง ๆ จะประกอบไปด้วยอีเมล โทรศัพท์ รวมถึงการแชทส่งข้อความแบบทันที (im) (Hays, 2013a, 2013c) หนึ่งในรูปแบบของเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่กลุ่ม Generation Y ชื่นชอบและมีความถนัดในการใช้งานนั่นเอง ซึ่งการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์นี้ จะส่งผลดีให้แก่การทำงานของบริษัทองค์กรได้เป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นเครื่องมือที่ช่วยกระจายข้อมูล ข้อความ ข่าวสาร ระหว่างนายจ้างและลูกจ้าง ให้สื่อสารกันได้อย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น ทั้งยังช่วยสร้างเครือข่ายการติดต่อระหว่างพนักงาน ลูกค้า และประสานความร่วมมือระหว่างองค์กร ได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกด้วย (Hays, 2013c)

ข้อดีประการหนึ่งของการนำเทคโนโลยีการสื่อสารมาใช้ในการทำงานคือ การเอื้ออำนวยให้ พนักงานมีเวลาการทำงานที่ยืดหยุ่นมากขึ้น โดยสามารถทำงานเวลาใดและที่ใดก็ได้ ไม่จำเป็นต้องเป็นที่สำนักงานเสมอไป และความยืดหยุ่นในการทำงานดังกล่าวนี้เอง ได้กลายเป็น

หนึ่งในปัจจัยหลัก ที่ทำให้พนักงาน Generation Y มีความพอใจในหน้าที่การงานของตน

(Donovan & Finn, 2013) พนักงานกลุ่ม Generation Y นั้นไม่ได้มีปัญหาต่อการต้องทำงานให้บริษัทนานเกินวันละ 8 ชั่วโมง トラบไคที่พวกเขา มีสิทธิ์เลือกได้ว่าจะทำงานให้เสร็จในช่วงเวลาไหนของวัน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หลังจากเวลาทำการทั่วไปตั้งแต่ 9.00 น. ถึง 17.00 น. (Dhawan, 2012) พนักงานกลุ่มนี้ยังทราบอีกด้วยว่าความเป็นอิสระและความยืดหยุ่นในการทำงานดังกล่าวต้องแลกมาด้วยการถูกนายจ้างคาดหวังให้พร้อมที่จะทำงานตลอด 24 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ซึ่งพนักงาน Generation Y นั้นรับเงื่อนไขข้อนี้ได้ หากพวกเขาสามารถลุกออกจากโต๊ะทำงานไปเดินเล่นเวลาใดก็ได้เช่นกัน (Asghar, 2014) ในปัจจุบันเริ่มมีองค์กรบริษัทจำนวนไม่น้อยที่ตระหนักถึงความต้องการและอุปนิสัยการทำงานในเรื่องความยืดหยุ่นของพนักงานกลุ่ม Generation Y และได้ปรับลักษณะการทำงาน เพื่อดึงดูดให้พนักงานกลุ่มนี้อยากทำงานให้กับบริษัทของตน ตัวอย่างเช่น บริษัท Best Buy ได้มีนโยบายเน้นความสำคัญที่ผลลัพธ์ของงานเพียงอย่างเดียว ทำให้พนักงานสามารถออกไปนั่งทำงานที่ใดเวลาใดก็ได้ トラบไคที่ทำงานที่ได้รับมอบหมายเสร็จตามเวลาที่บริษัทกำหนด นโยบายดังกล่าวนี้ช่วยเพิ่มผลผลิตภาพให้ Best Buy ได้ถึงร้อยละ 41 และยังลดการลาออกของพนักงานได้มากถึงร้อยละ 90 เลยทีเดียว (Dhawan, 2012)

นอกจากนี้พนักงานกลุ่ม Generation Y ยังมีเป้าหมายในชีวิตและลักษณะนิสัยที่เด่นชัดประจำกลุ่ม ซึ่งล้วนส่งผลต่ออุปนิสัยการทำงานได้โดยตรง คือเป้าหมายที่มุ่งสร้างความมั่งคั่งให้ชีวิต พนักงานกลุ่ม Generation Y จึงให้ความสำคัญและมุ่งหวังการได้รับผลตอบแทนจากการทำงานในรูปแบบของเงินมากกว่าปัจจัยอื่น ๆ ซึ่ง Generation Y ในหลายประเทศ มีเป้าหมายดังกล่าวที่สอดคล้องกัน ทั้งในประเทศมาเลเซียที่ให้ความสำคัญเรื่องเงินค่าตอบแทนมากกว่าโอกาสฝึกฝนและพัฒนาตน (PricewaterhouseCoopers, 2009) ในประเทศสหรัฐอเมริกา เงินคือแรงจูงใจหลักที่ดึงดูดให้พนักงาน Generation Y อยากทำงานให้กับบริษัทนั้น ๆ (Hays, 2013d) หรือในประเทศญี่ปุ่นเงินก็เป็นปัจจัยสร้างความพึงพอใจในการทำงานให้พนักงาน Generation Y เช่นกัน (Hays, 2013b) และในประเทศจีนที่ Generation Y กว่าร้อยละ 64 ยอมรับว่าต้องการความร่ำรวยเงินทองจากการทำงาน เพราะเป็นเครื่องแสดงถึงความสำเร็จในหน้าที่การงาน และจะได้มีหน้ามีตาในสังคม (Hays, 2013a) ในเมื่อการสร้างรายได้คือเป้าหมายสำคัญในชีวิตพนักงาน Generation Y จึงพร้อมที่จะทุ่มเททำงานหนักเพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน เพื่อมีเงินรายได้สูง ๆ ตามที่ตนต้องการ

(Islam et al., 2011) ความทะเยอทะยานด้านความก้าวหน้า ซึ่งเป็นลักษณะนิสัยประจำกลุ่ม Generation Y ก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัย ที่ผลักดันให้พนักงานกลุ่มนี้ยอมทำงานหนักหามรุ่งหามค่ำเช่นกัน Generation Y ในประเทศไทยนั้น ให้ความสำคัญต่อความทะเยอทะยานที่จะเติบโตและก้าวหน้า ในเรื่องงานมากกว่าประสบการณ์ และการฝึกพัฒนาตน (Mujtaba, Manyak, Murphy, & Sungkhawan, 2010) เช่นเดียวกับที่ Generation Y ในประเทศสิงคโปร์ ก็ให้ความสำคัญเรื่อง ความก้าวหน้าเป็นอันดับหนึ่ง นำหน้าปัจจัยเรื่องความสมดุลของงานและชีวิตส่วนตัว และ ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างเพื่อนร่วมงาน (Tzeun et al., 2009) คาดหวังในตัวเองสูง มีความ รับผิดชอบ ยึดผลสัมฤทธิ์ของเป้าหมายที่ตนวางไว้เป็นที่ตั้ง ลักษณะนิสัยของ Generation Y ดังกล่าวนี้อาจทำให้พนักงานกลุ่มนี้มีอุปนิสัยการทำงานที่ชอบทำงานให้เสร็จรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพกว่า เพื่อนพนักงานของตน โดยมุ่งที่จะทำงานที่ได้รับมอบหมาย ให้สำเร็จลุล่วงด้วยดีในเวลาอันสั้น (Armour, 2005) ซึ่งหมายความว่า พนักงานกลุ่มนี้จะต้องสามารถควบคุมและจัดการตนเองได้เป็นอย่างดี จึงจะสามารถทำงานอย่างมีประสิทธิภาพดังกล่าวได้ ความสามารถจัดการตนเองได้นี้ ถือเป็น ทักษะที่พนักงาน Generation Y จะขาดเสียมิได้ เพราะหากขาดทักษะข้อนี้ ก็จะทำให้ไม่สามารถ รับมือกับอุปสรรคและความยืดหยุ่นในการทำงานที่กลุ่มตนปรารถนาได้ และจะส่งผลให้การทำงาน ล้มเหลว ไม่มีประสิทธิภาพ (Islam et al., 2011) ถึงแม้ว่าด้านหนึ่ง Generation Y นั้นอยากจะ ทำงานอย่างอิสระไม่มีใครมาควบคุม แต่ในอีกด้านหนึ่งพนักงานกลุ่มนี้ ก็มีอุปนิสัยชื่นชอบและให้ ให้ความสำคัญต่อการทำงานเป็นทีม เนื่องจากพนักงานกลุ่มนี้มองว่า เพื่อนร่วมงานคือเพื่อน ซึ่งมี ส่วนสำคัญที่จะทำให้การทำงานมีความสุข (Islam et al., 2011)

(3) ความสมดุลระหว่างงานกับชีวิตส่วนตัว

การเปลี่ยนแปลงด้านการทำงานที่เด่นชัดประการต่อมาคือความสมดุลระหว่างการทำงาน และการใช้ชีวิตส่วนตัวของลูกจ้างพนักงาน (work/life balance) โดยในช่วงเวลาสิบกว่าปีที่ผ่านมา เทคโนโลยี ได้เข้ามาทำให้เส้นแบ่งการทำงานและชีวิตส่วนตัวของพนักงานทั่วโลกไม่ชัดเจนมา โดยตลอด (Hays, 2013b) ดังที่กล่าวไว้ข้างต้นว่าเทคโนโลยีรวมทั้ง เครื่องข่ายสังคมออนไลน์ช่วยให้มี ความอิสระและความยืดหยุ่นในการทำงานได้เป็นอย่างมาก แต่ในขณะเดียวกันก็เปิดช่องให้งาน

ล่งล้ำเข้ามาในชีวิตส่วนตัวของพนักงานมากขึ้นเป็นลำดับ เทคโนโลยีดังกล่าวจึงถือเป็นดาบสองคมสำหรับชีวิตพนักงาน Generation Y ด้วยเช่นกัน (Hays, 2013d) พนักงาน Generation Y มองว่า การจะมีสมดุลระหว่างการทำงานและการใช้ชีวิตได้นั้น จะต้องได้รับปริมาณงานอย่างเหมาะสม มีเวลาในการทำงานที่เพียงพอ และผู้บริหารบริษัทต้องสนับสนุนการทำงานในลักษณะนี้ แต่ Generation Y ก็ยอมรับว่าการมีสมดุลระหว่างการทำงานและชีวิตส่วนตัวคงเป็นไปได้ยากในยุคเศรษฐกิจถดถอยเช่นนี้ เพราะบริษัทต่าง ๆ ย่อมมุ่งเน้นการทำงานที่สร้างผลประโยชน์ให้บริษัทอยู่รอดท่ามกลางสภาพเศรษฐกิจมากกว่าเรื่องของความสมดุลระหว่างการทำงานและการใช้ชีวิตของพนักงาน (Islam et al., 2011) ในประเทศพัฒนาแล้วจะให้ความสำคัญกับเรื่องนี้มาก โดยให้อิสระความยืดหยุ่นในการทำงานของพนักงาน หรือให้ทำงานจากที่บ้านได้ (PricewaterhouseCoopers, 2009) แต่ถึงกระนั้นก็ยังมีการมี Generation Y ในประเทศสหรัฐอเมริกาถึงร้อยละ 61 เห็นด้วยว่าเทคโนโลยีมาทำให้เส้นแบ่งระหว่างงานและชีวิตส่วนตัวของพวกเขาไม่ชัดเจนร้อยละ 39 อดที่จะเปิดอ่านอีเมลเกี่ยวกับงานไม่ได้ทั้งที่เป็นวันหยุด และร้อยละ 31 ของ Generation Y ในประเทศสหรัฐอเมริกา ทำใจปิดอุปกรณ์สื่อสารในช่วงสุดสัปดาห์ไม่ได้ เนื่องจากอยู่ในพื้นที่ที่มีสัญญาณติดต่อได้อยู่ตลอดเวลา (Hays, 2013d) ส่วนทางด้านประเทศในเอเซียนั้น ไม่มีความหวังว่าจะเปลี่ยนวัฒนธรรมการทำงานให้บริษัทงัดคืนได้เลยด้วยซ้ำ (PricewaterhouseCoopers, 2009) เช่นในประเทศสิงคโปร์ พนักงาน Generation Y ส่วนใหญ่มองว่าการทำงานในสิงคโปร์ไม่เคยมีสมดุลระหว่างงานและชีวิตส่วนตัวเลย เนื่องจาก Generation Y ในประเทศสิงคโปร์นั้นทำงานเกินกว่าชั่วโมงการทำงานที่ระบุในสัญญาจ้างเป็นปกติอยู่แล้ว (Tzeun et al., 2009) หรือในประเทศจีน พนักงาน Generation Y ถึงร้อยละ 68 ยอมรับว่าอดไม่ได้ที่จะต้องเปิดอ่านอีเมลเกี่ยวกับงานอยู่ตลอด และร้อยละ 64 ไม่ยอมปิดเครื่องมือสื่อสารจากการทำงานแม้จะเป็นวันหยุดสุดสัปดาห์ก็ตาม (Hays, 2013a)

2) การเปลี่ยนแปลงด้านนายจ้าง : กลยุทธ์การชดเชยมูลค่าส่วนเกินแบบแยกย่อย

ดังที่กล่าวแล้วข้างต้นว่า การเปลี่ยนแปลงไม่ได้เกิดขึ้นแต่เฉพาะในบริบทการทำงานของพนักงานเท่านั้น ในบริบทการทำงานและความต้องการของนายทุน หรือเจ้าของกิจการบริษัทก็แปรเปลี่ยนไปตามยุคสมัยและสภาพแวดล้อมทางธุรกิจเช่นกัน เป็นที่ทราบกันดีว่าการประกอบธุรกิจในสังคมทุนนิยมปัจจุบันมีการแข่งขันกันสูงมาก และเหล่านายทุนนั้นตระหนักดีว่าเทคนิควิธีการบริหารจัดการ รวมถึงการชดเชยพนักงานรูปแบบเดิม ๆ นั้นไม่สามารถสร้างผลประโยชน์กำไรในระดับที่น่าพอใจได้อีกต่อไป การจะสร้างความได้เปรียบในเกมการแข่งขันกับบริษัทคู่แข่งในยุคนี้ **นายทุนจำเป็นต้องอาศัยการชดเชยชั่วโมงการทำงานที่ได้เปล่า (unpaid labor time) จากความคิดและจิตใจของพนักงาน รวมถึงบุคลิกภาพและรสนิยมที่บ่งบอกตัวตนของพนักงานให้ได้เพิ่มมากยิ่งขึ้น (Fleming & Spicer, 2004)**

ชั่วโมงการทำงานที่ได้เปล่า หรือไม่ต้องจ่ายค่าแรงตอบแทนนี้ หมายถึงช่วงเวลาที่พนักงานทำงานให้เพื่อผลประโยชน์ของบริษัททั้งที่ล่วงเลยเวลาที่ตกลงว่าจ้างกันไว้ กล่าวคือล่วงเลยเวลาเลิกงานของบริษัท เกินกว่า 8 ชั่วโมงต่อวัน หรือเกิน 40 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ รวมถึงล่วงล้ำเข้ามาในวันหยุด วันพักร้อน หรือเวลาส่วนตัวอื่น ๆ ในชีวิตของพนักงาน โดยที่พนักงานไม่ได้รับเงินล่วงเวลา (overtime payment) จากนายจ้าง ผลประโยชน์ที่นายจ้างได้รับโดยตรงจากชั่วโมงการทำงานที่ได้เปล่านี้นั้นแน่นอนว่านอกจากจะช่วยลดค่าใช้จ่ายแล้ว นายจ้างยังจะได้ผลิตภาพที่เพิ่มมากขึ้น (Fleming, 2013) ซึ่งล้วนเป็นผลประโยชน์ที่เป็นความได้เปรียบทางธุรกิจของนายจ้างทั้งสิ้น (Fleming, 2013) นายจ้างสมัยนี้จึงต้องการให้เกิดชั่วโมงการทำงานที่ได้เปล่า และใช้ประโยชน์จากเวลาในชีวิตส่วนตัวของพนักงานเป็นอย่างมาก

การแข่งขันในเชิงธุรกิจสมัยนี้ต้องอาศัยความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ บุคลิกภาพที่เป็นมิตร สร้างความประทับใจแก่ผู้ที่ได้ติดต่อสัมพันธ์กัน และความมีจิตใจที่ไม่ย่อท้อ พร้อมทุ่มเทเวลา พลังกาย และพลังสมองของพนักงานเพื่อทำงานสร้างผลิตภาพแก่บริษัทให้ได้มากที่สุด ซึ่งบริษัททั้งหลายทราบดีว่าคุณลักษณะดังกล่าวไม่ใช่สิ่งที่บริษัทสร้างขึ้นได้เอง เพราะเป็นสิ่งที่สั่งสมติดตัวมากับตัวตนของพนักงาน โดยอาจมาจากอุปนิสัยที่มีอยู่แล้ว หรือการลงทุนฝึกฝนและเรียนรู้ส่วนตัวของพนักงานเอง ถึงจะสร้างขึ้นเองไม่ได้ แต่ผู้บริหารบริษัทยุคใหม่มักมองเห็นช่องทางในการยึดมาครอบครองโดยไม่ต้องเสียค่าตอบแทนได้ จึงได้เปลี่ยนตรรกะการบริหารงาน จากเดิมที่มุ่งเน้นการ

สร้างค่านิยมหรือวัฒนธรรมการทำงานตามรูปแบบที่ฝ่ายบริหารเป็นผู้กำหนด เปลี่ยนมาเป็นการยึดเอาความคิดสร้างสรรค์ ประสบการณ์ รวมทั้งคุณลักษณะของพนักงานที่มีประโยชน์ มาเป็นทรัพยากรที่ใช้สอยได้ตามอรรถยาศัยของบริษัท (Fleming, 2013)

การจะยึดคุณลักษณะดังกล่าวมาครอบครองนั้นไม่อาจทำได้ด้วยการใช้อำนาจสั่งการ บังคับ (authority) หรือการกดขี่ขูดรีดผลประโยชน์จากพนักงานอย่างเห็นได้ชัดเหมือนเช่นในอดีต เนื่องจากมีกฎหมายคุ้มครองแรงงานมาช่วยปกป้องพนักงาน ผู้บริหารบริษัทในยุคศตวรรษที่ 21 ยุคที่อำนาจเปลี่ยนรูปแบบกลายเป็นสิ่งที่มองไม่เห็น แต่กลับมีอำนาจน่าหวั่นเกรงยิ่งกว่าเดิม จึงต้องใช้เทคนิควิธีการเข้าไปขูดรีด ควบคุม จัดการและล่อหลอกใช้ประโยชน์จากพนักงานอย่างแยบยล (manipulation) เพื่อจะได้ตัดดวงผลประโยชน์มากมายจากพนักงาน โดยที่พนักงานไม่รู้ตัวและไม่ทันได้ลู่คิด (Mills, 1951) โดยใช้วิธีการดังต่อไปนี้

(1) ปลุกฝังค่านิยมเรื่องหน้าที่ความรับผิดชอบและการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร

การล่อหลอกใช้ประโยชน์จากพนักงานอย่างแยบยลนี้ ได้ผลดีถึงขนาดมีการแนะนำให้ฝ่ายบุคคลบริษัทต่าง ๆ นำไปประยุกต์ใช้ (Mills, 1951) โดยหลักการคือ การเข้าไปครอบงำและควบคุมความรู้สึกรู้สึกนึกคิดและตัวตนของพนักงาน (Mills, 1951) ให้พนักงานยอมทำตามความประสงค์ของนายจ้างหรือเพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัท โดยที่นายจ้างไม่จำเป็นต้องเอ่ยปากสั่งการออกมาโดยตรง (Mills, 1951) ตัวอย่างของวิธีการดังกล่าวนี้เห็นได้จากงานวิจัยของ Kunda (1992) ที่พบว่า มีหน่วยงานที่ได้ทำการครอบงำความคิดของพนักงาน โดยใช้วิธีปลุกฝังค่านิยม เช่น มีคำขวัญที่สะท้อนถึงปรัชญาและเป้าหมายของบริษัทที่อยู่รอบตัวพนักงาน หรือคอยกระตุ้นพนักงานด้วยวิธีต่าง ๆ ให้พนักงานรู้สึกว่าเป็นคนขององค์กร มีหน้าที่ความรับผิดชอบในองค์กรนั้นอยู่ตลอดเวลา ส่งผลให้เกิดการอุทิศตนเองทำงานให้องค์กรมากขึ้นเรื่อย ๆ จนถึงขั้นที่ว่ามีพนักงานหลายคนไม่สามารถแบ่งแยกเวลาทำงานและเวลาส่วนตัวออกจากกันได้ และนำมาสู่ปัญหาครอบครัวและสุขภาพ เพราะไม่มีเวลาให้แก่คนในครอบครัว อดนอนอดกินมากเกินไปและพักผ่อนน้อย จนทำให้เกิดความเครียดและร่างกายอ่อนล้า (Fleming & Spicer, 2004)

(2) จัดกิจกรรมที่สร้างความสนิทสนมเป็นกันเองในหมู่พนักงานรวมถึงผู้บริหาร

นอกจากการปลูกฝังค่านิยมดังกล่าวแล้ว ยังมีเทคนิควิธีอื่น ๆ อีกด้วย เช่น การสร้างสังคมการทำงานที่มีลักษณะเป็นกันเองสูง เพื่อล่อหลอกให้พนักงานมีความรู้สึกที่ดีต่อบริษัท (Mills, 1951) จนยอมทุ่มเททำงานให้ บางรายอาจตกอยู่ในภาวะเกรงใจเพื่อนร่วมงานจนไม่กล้าปฏิเสธเมื่อต้องทำงานนอกเหนือจากเวลางาน หรือสร้างธรรมเนียมปฏิบัติในการทำงาน ที่คาดหวังให้พนักงานทุกคนทุ่มเทและมีความพร้อมที่จะทำงานให้บริษัททุกเมื่อ ทั้งที่เป็นวันเสาร์อาทิตย์ การทำงานล่วงเวลา หรือการทำงานแม้ขณะพักร้อน และผู้ที่ปฏิเสธการทำงานนอกเวลางานก็จะได้รับแรงกดดันจากเพื่อนร่วมงาน ในบางบริษัทถึงกับมีจุดมุ่งหมายที่จะทำให้งานไม่ได้จบอยู่แค่นั้นที่ทำงานเท่านั้น แต่ยังสามารถติดตามเข้าไปในบริบทอื่นของชีวิตพนักงานได้อีกด้วย โดยบริษัทจะใช้เป้าหมายในชีวิต หรือความปรารถนาที่จะก้าวหน้าของพนักงานมาเป็นแรงผลักดัน (Fleming & Spicer, 2004) และล่อหลอกว่าการยอมอุทิศตนทำงานหนักนั้นเป็นความต้องการของตัวเอง

(3) ทำให้พนักงานรู้สึกว่าสามารถกำหนดเป้าหมายและผลตอบแทนการทำงานได้ด้วยตนเอง

อีกรูปแบบหนึ่งในการล่อหลอกใช้ประโยชน์จากพนักงานอย่างแยบยล ที่ก่อให้เกิดผลประโยชน์และยังแบ่งเบาภาระของบริษัทไปได้อย่างมาก คือการให้พนักงานแต่ละคนมีวัฒนธรรมบริหารจัดการตนเอง (self management culture) ด้วยการสร้างมาตรฐานการทำงานให้พนักงานรู้สึกว่า การจะประสบความสำเร็จในหน้าที่การงานได้นั้น ต้องแสดงความรับผิดชอบ ความทุ่มเททำงานหนัก เพื่อสร้างประโยชน์สูงสุดให้กับบริษัท (Muhur et al., 2012) พนักงานที่อยู่ในวัฒนธรรมดังกล่าวนี้ จะมีลักษณะเด่นอยู่สองลักษณะ คือ บริหารจัดการตนเองได้ (self organization) และไม่เคยหยุดพัฒนาตนเอง (self development) กล่าวคือ พนักงานจะคิดวางแผนด้วยตนเองว่าควรทำงานอย่างไรถึงจะมีประสิทธิภาพและได้ผลลัพธ์ที่ดีที่สุด พร้อมทั้งคอยควบคุมตนเองให้ทำงานที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จ แม้จะหมายถึงการต้องทำงานในเวลาที่ยาวนานกว่าชั่วโมงทำงานที่จะได้รับค่าตอบแทนจากนายจ้างก็ตาม ซึ่งการทำงานในลักษณะนี้ ก็คือชั่วโมงการทำงานที่บริษัทได้เปล่า พร้อมผลประโยชน์มากมายสำหรับเจ้าของกิจการ และเมื่อเปรียบเทียบกันแล้วผลประโยชน์ที่บริษัทได้รับนั้น มีมูลค่ามากกว่าการขูดรีดพนักงานโดยใช้อำนาจและการควบคุมโดยตรงอีกด้วย (Fleming, 2013) และในกรณีที่ทำงานไม่สำเร็จ เนื่องจากความคาดหวังของบริษัทนั้นไม่สอดคล้องกับศักยภาพของพนักงาน เช่น มอบหมายให้ทำงานที่ยากหรือมีปริมาณมากเกินไป พนักงานที่อยู่ในวัฒนธรรมบริหารจัดการ

ตนเองนี้มักโทษตนเอง ที่จัดการเวลา หรือมีความสามารถไม่เพียงพอ โดยจะไม่กล่าวโทษหรือแสดงความไม่พอใจในเรื่องการมอบหมายงานของบริษัท นอกจากนี้ สิ่ง que บริษัทจะได้รับจากพนักงานกลุ่มนี้ก็คือศักยภาพในการทำงานที่เพิ่มขึ้นจากการชวนขยายพัฒนาตนเอง ไม่ว่าจะเป็นการไปเข้าร่วมสัมมนา พัฒนาบุคลิกภาพ ฝึกอบรมองค์ความรู้ต่าง ๆ เพื่อมาใช้ในการทำงาน โดยพนักงานรับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นด้วยตนเอง (Fleming, 2013) กล่าวได้ว่าบริษัทสามารถชู้ดรีด และตัดวงผลประโยชน์มหาศาลเหล่านี้ได้อย่างสะดวกง่ายดาย โดยไม่ต้องลงทุนเสียค่าใช้จ่าย หรือลงแรงมาควบคุมสอดส่องการทำงานของพนักงานเลย (Fleming, 2013)

3) ปัจจัยที่ไม่แปรเปลี่ยน

แม้ว่าลักษณะของพนักงานและตัวนายทุนจะเปลี่ยนไปอย่างไร แต่มีสองปัจจัยที่ยังคงที่เสมอนั้นคือ แนวคิดพื้นฐานของนายทุนเจ้าของกิจการ และวัฒนธรรมที่มีอยู่ในทุกองค์กรการทำงาน

(1) แนวคิดของนายทุน

พร้อมอุทิศเวลา กำลังสมอง กำลังกาย ทุ่มเทและยอมทำทุกสิ่งทุกอย่าง เพียงเพื่อให้ธุรกิจของตนเติบโต และสร้างผลประโยชน์กำไรในระดับที่ตนพึงพอใจได้ คือธรรมชาติของนายทุน นายจ้างนักธุรกิจทุกคน (Mills, 1951) แนวคิดพื้นฐานของนายทุนจึงเกี่ยวข้องกับการสร้างผลกำไรให้สูงที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ การคำนวณส่วนได้ส่วนเสีย และความคุ้มค่าจากสิ่งที่ได้ลงทุนไป นายทุนต่างตระหนักดีว่าพนักงาน หรือแรงงานมนุษย์นั้นเป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญต่อบริษัทของตนไม่แพ้เงินทุน (Dahl & Morgan, 1983) เพราะพนักงานคือผู้ที่ทำกิจกรรมต่าง ๆ ให้กิจการบริษัทดำเนินได้ และยังเป็นผู้ผลิตผลกำไรให้บริษัทได้อีกด้วย การว่าจ้างพนักงานแต่ละคนนั้นไม่ต่างจากการลงทุนเท่าใดนัก เพราะนายจ้างจะต้องรับผิดชอบจัดเตรียมสถานที่และอุปกรณ์การทำงานให้พนักงานจ่ายเงินเดือน ให้สวัสดิการ เสียภาษี จ่ายเงินสมทบกองทุนสวัสดิการพนักงาน และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจ้างงาน (Dahl & Morgan, 1983) ซึ่งถือได้ว่าเป็นสิ่งหนึ่งในการลงทุนที่สำคัญอย่างยิ่งสำหรับบริษัท และเมื่อลงทุนไปแล้ว ก็ย่อมคาดหวังจะได้ผลตอบแทนที่คุ้มค่ากลับคืนมา (Dahl & Morgan, 1983) แน่แน่นอนว่านายทุนย่อมคาดหวังว่าพนักงานที่ลงทุนว่าจ้างแต่ละคนนั้น จะทำงานอย่างมีประสิทธิภาพร้อยละ 100 ตลอดทั้งวันให้แก่บริษัท แต่ในความเป็นจริงแล้ว พนักงานไม่ใช่

เครื่องจักร ที่สามารถทำงานได้อย่างแม่นยำและรวดเร็ว โดยไม่ต้องหยุดพักกายและใจ ระดับประสิทธิภาพการทำงานขั้นต่ำที่นายทุนทั่วไปยอมรับได้ จึงอยู่ที่ร้อยละ 70 เพราะเป็นระดับที่พนักงานทำงานสร้างผลประโยชน์ให้แก่บริษัทอย่างคุ้มค่าเงินเดือนที่นายทุนลงทุนจ่ายไป (Nolan, 1983) นายทุนจึงมีเทคนิควิธีที่จะมาประเมินผลการทำงานเพื่อวัดความคุ้มค่าของการว่าจ้างพนักงานคนนั้น ๆ รวมถึงการใช้หลักบริหารจัดการการทำงานในบริษัท (work management) ซึ่งได้แก่การนำหลักวิทยาศาสตร์มาคำนวณและวิเคราะห์หาราคาที่แน่นอนที่ต้องจ่ายให้แรงงาน และกระบวนการผลิตขั้นตอนต่าง ๆ พร้อมทั้งคำนวณหาวิธีที่จะลดค่าใช้จ่ายดังกล่าวให้บริษัทได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Nolan, 1983) โดยเริ่มจากการวัดปริมาณงานที่พนักงานลูกจ้างแต่ละคนทำได้ ด้วยการให้พนักงานแต่ละคนกรอรายละเอียด ว่าได้รับมอบหมายให้ทำงานอะไรบ้าง ก็ขึ้น พร้อมบันทึกระยะเวลาที่ใช้ไปในการทำงานขึ้น นั้น ๆ (Nolan, 1983) ในขณะเดียวกันก็เตรียมสถานที่ทำงานให้อยู่ในลักษณะที่นายจ้างสามารถควบคุม และสอดส่องการทำงานของพนักงานได้ (Fleming & Spicer, 2004) เช่นจัดให้พนักงานนั่งทำงานอยู่ในห้องที่พนักงานระดับหัวหน้าสามารถมองเห็นงานบนหน้าจอคอมพิวเตอร์ที่พนักงานระดับลูกน้องทำอยู่ได้ เป็นต้น เทคนิควิธีจัดการดังกล่าวนี้ จะแสดงผลชี้วัดถึงความคุ้มค่าในการจ้างพนักงานแต่ละคน ช่วยบ่งชี้ได้ว่าพนักงานคนนั้น ๆ สร้างผลิตภาพและประโยชน์ให้บริษัทอย่างเพียงพอ และเหมาะสมกับเงินเดือนที่ได้รับหรือไม่ ตามมุมมองของนายจ้างนั้น พนักงานที่ทำงานให้ได้อย่างคุ้มค่า ก็คือพนักงานที่ทำงานให้บริษัทได้อย่างรวดเร็ว แม่นยาราวกับว่าไม่รู้จักความเหน็ดเหนื่อย ยิ่งพนักงานปฏิบัติงานในลักษณะดังกล่าวได้หรือใกล้เคียงมากเท่าไร ก็จะมีก่อให้เกิดผลประโยชน์แก่นายจ้างมากขึ้นเท่านั้น ซึ่งผลประโยชน์ดังกล่าวนี้ ส่วนมากมีมูลค่ามากกว่าเงินเดือนที่จ่ายให้พนักงานคนนั้นเสียอีก เนื่องจากเมื่อพนักงานทุ่มเททำงานหนักเพื่อบริษัท ก็จะทำให้ค่าเฉลี่ยของเงินเดือนต่อสัดส่วนงานที่ทำนั้นถูกลง (Nolan, 1983)

นอกจากเทคนิควิธีการวัดความคุ้มค่าของการจ้างพนักงานดังกล่าวแล้ว ก็ยังมีเทคนิคในการสร้างแรงจูงใจให้พนักงานทุ่มเททำงานให้บริษัทเพิ่มมากขึ้นจากระดับมาตรฐานร้อยละ 70 เป็นร้อยละ 120 ได้ด้วยการให้เงินอัดฉีด (incentive) เป็นค่าตอบแทนพนักงานเพิ่มเติมจากเงินเดือน (Nolan, 1983) หรือในบางบริษัทอาจมีการนำความมั่นคงในหน้าที่การงานและสิทธิพิเศษที่เหนือกว่าพนักงานคนอื่น ๆ มาใช้เป็นแรงจูงใจสำหรับผลักดันศักยภาพการทำงานของพนักงานด้วยเช่นกัน (Mills, 1951)

(2) วัฒนธรรมองค์กร

เมื่อใดก็ตามที่มีคนรวมกลุ่มกันเพื่อร่วมทำกิจกรรมบางอย่าง มีปฏิสัมพันธ์กัน มีความสนใจ มีจุดมุ่งหมาย ความร่วมมือ หรือมิตรภาพร่วมกัน ย่อมก่อให้เกิดเป็นวัฒนธรรมรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งขึ้นมา โดยมีลักษณะเป็นไปตามจุดมุ่งหมายของกลุ่ม สภาพความสัมพันธ์และลักษณะของคนในการรวมกลุ่มนั้น ๆ (Goffee & Jones, 1996) แน่ใจว่าการที่มีคนจำนวนหลายสิบคนขึ้นไปมารวมตัวกันเพื่อทำงานให้องค์กรหรือบริษัทแห่งใดก็ตาม ย่อมก่อให้เกิดเป็นวัฒนธรรมประจำองค์กรนั้น ๆ (corporate culture) ซึ่งเป็นสิ่งสะท้อนบุคลิกลักษณะของตัวองค์กร เป็นเครื่องบ่งชี้ถึงการให้คุณค่าและทิศทางการบริหารการดำเนินงาน รวมถึงจุดมุ่งหมายขององค์กร (Goffee & Jones, 1996) นอกจากนี้วัฒนธรรมองค์กรยังสามารถสร้างค่านิยม ครอบงำจิตใจ และควบคุมพฤติกรรมของพนักงานในองค์กรได้อีกด้วย (Fleming & Spicer, 2004)

หากใช้มุมมองตามแบบสังคมวิทยาเพื่อทำความเข้าใจวัฒนธรรมองค์กรแต่ละที่นั้น พบว่าองค์กรใดก็ตาม จะมีลักษณะร่วมอยู่สองลักษณะด้วยกัน อาจมากหรือน้อยต่างกัน ขึ้นอยู่กับธรรมชาติและบุคลิกขององค์กรนั้น ๆ ลักษณะแรกคือการเข้าสังคม (sociability) ซึ่งสมาชิกในกลุ่มจะมีสายสัมพันธ์ ความเป็นกันเองและมีความเป็นมิตรสูง และลักษณะที่สอง คือการเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน (solidarity) ที่สมาชิกในกลุ่มจะมีความมุ่งมั่นในการประกอบภารกิจให้ลุล่วงไปด้วยดี โดยไม่มีความสัมพันธ์ส่วนตัวเข้ามาเกี่ยวข้อง (Goffee & Jones, 1996)

หากองค์กรใดต้องการเพิ่มหรือลดลักษณะดังกล่าวในวัฒนธรรมขององค์กร ก็มีเทคนิควิธีที่ทำได้ง่าย ๆ ในกรณีที่ต้องการเพิ่มลักษณะการเข้าสังคมนั้นมีอยู่ 5 วิธีการดังต่อไปนี้

[1] คัดเลือกคนที่จะเข้ามาเป็นพนักงาน โดยใช้แนวคิดและความสนใจไปในทางเดียวกับพนักงานส่วนใหญ่ในองค์กร หรือมีแนวโน้มที่จะเข้ากันได้กับเพื่อนร่วมงานคนอื่น ๆ ในองค์กรมาเป็นเกณฑ์การคัดเลือก

[2] จัดกิจกรรมสานสัมพันธ์ระหว่างพนักงานทั้งในและนอกออฟฟิศ เช่น จัดงานเลี้ยงสังสรรค์ พาพนักงานไปท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ เป็นต้น

[3] ลดความเป็นทางการระหว่างพนักงาน หรือพิธีรีตองในบริษัทลง เช่น อนุญาตให้พนักงาน แต่งตัวไปรเวทมาทำงานได้ จัดสถานที่ให้พนักงานทุกระดับมาพบปะสังสรรค์กันอย่างเท่าเทียม เช่น ห้องรับประทานอาหารกลางวัน หรือพื้นที่สำหรับออกกำลังกาย เป็นต้น

[4] กำจัดสิทธิพิเศษ เพื่อให้พนักงานทุกคนรู้สึกได้ถึงการปฏิบัติอย่างเท่าเทียม เช่น ทุกคน ได้รับโบนัสเท่ากันหมด ไม่มีการเตรียมที่จอดรถพิเศษไว้ให้ผู้บริหาร พนักงานทุกคนมีสิทธิ์ได้รับ ผลประโยชน์จากบริษัทอย่างเท่าเทียม เป็นต้น

[5] ดูแลพนักงานเหมือนเพื่อนและคนในครอบครัว เช่น อนุญาตให้พนักงานหญิงลาไป ดูแลสามีที่ป่วยหนักได้สามเดือน โดยที่ยังได้รับเงินเดือน และเมื่อกลับมาทำงานก็อนุญาตให้ทำงานใน เวลาที่ยืดหยุ่น จนกว่าสามีจะหายดี เป็นต้น (Goffee & Jones, 1996)

สำหรับกรณีที่ต้องการเพิ่มลักษณะการเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันนั้น ก็สามารถทำได้โดยใช้ 4 วิธีการดังต่อไปนี้

[1] ให้พนักงานรับรู้ความเคลื่อนไหวของคู่แข่งทางธุรกิจอยู่เสมอ ผ่านทั้งการสั่งงาน อีเมล จดหมายภายในองค์กร บันทึกลง ประภาศ เป็นต้น

[2] สร้างความรู้สึกจำเป็นเร่งด่วน โดยผู้บริหารอาจมีสโลแกนหรือคำขวัญที่แสดงถึงเป้าหมาย ที่อยากจะให้บริษัทไปให้ถึง โดยสื่อสารเป้าหมายเหล่านั้นให้พนักงานทุกคนจำจนขึ้นใจ ตัวอย่างของ ผู้ใช้วิธีการเช่นนี้จนประสบความสำเร็จคือ Gerard van Schaik อดีตประธานบริหาร Heineken ผู้มี เป้าหมายให้ Heineken ขยายตลาดไปได้ทั่วโลก จึงส่งข้อความ Paint the World Green หรือทำให้ โลกเป็นสีเขียว ให้พนักงานทุกคนระลึกไว้ในทุกขณะทำงาน ข้อดีที่น่าสนใจของข้อความดังกล่าวคือ มีความชัดเจน มีจุดเน้นย้ำเพียงจุดเดียว และกระตุ้นให้เกิดการปฏิบัติงาน และสามารถช่วยให้บริษัท บรรลุเป้าหมายได้จริง เพราะทุกวันนี้ Heineken เป็นเบียร์ที่ขยายตลาดไปทั่วโลกได้สำเร็จจริง ๆ เพราะพนักงานช่วยกันเปลี่ยนโลกให้เป็นสีเขียว ด้วยการทำให้สีเขียวของขวดเบียร์ Heineken ไป วางขายอยู่ทั่วทุกมุมโลกได้สำเร็จนั่นเอง

[3] กระตุ้นให้พนักงานอยากได้รางวัลตอบแทน เช่น การตอบแทนด้วยเงินโบนัสอย่างงาม ประกาศชื่นชมความสามารถให้เป็นที่ประจักษ์ทั่วกัน在公司 เลื่อนตำแหน่งให้แก่พนักงานที่มีความ

ทะเยอทะยานและมุ่งมั่นในการทำงาน จนยกระดับมาตรฐานการทำงานให้สูงขึ้น และมอบรางวัลแก่พนักงานเหล่านี้ในแบบที่เป็นรูปธรรมเห็นได้ชัด เช่น Mary Kay บริษัทเครื่องสำอางของมลรัฐเท็กซัส ประเทศสหรัฐอเมริกา จะมอบรถยนต์คาดิแลคส์ให้แกพนักงานที่ทำยอดขายได้สูงที่สุด จนกลายเป็นประเพณีอันโด่งดังอย่างหนึ่งที่อยู่กับบริษัท และดึงดูดให้มีคนอยากเข้ามาร่วมงานกับบริษัทนี้ เป็นต้น

[4] สนับสนุนให้พนักงานยึดมั่นในเป้าหมายขององค์กร โดยผู้บริหารจะส่งพนักงานให้ย้ายไปทำงานตามแผนกต่าง ๆ บางกรณีอาจมีการส่งให้ไปทำงานในสาขาต่างประเทศ เพื่อสลายวัฒนธรรมการทำงานย่อยของแต่ละแผนกและสาขา ให้เหลือเพียงวัฒนธรรมหลักขององค์กรเท่านั้น ตัวอย่างบริษัทที่ใช้วิธีนี้ได้อย่างประสบความสำเร็จคือ Disney โดยจะมีการส่งพนักงานที่เป็นดาวรุ่งด้านการทำงาน มีความมุ่งมั่นสูง ไปทำงานในแผนกต่าง ๆ 5 แผนก ปีละแผนก โดยพนักงานดังกล่าวจะเป็นผู้นำเอายุทธวิธีและจุดมุ่งหมายขององค์กรไปเผยแพร่ตามแผนกที่ตนย้ายไปทำงานด้วย ซึ่งเป็นการเพาะเมล็ดพันธุ์ด้านวิสัยทัศน์และความคิดให้แต่ละแผนกคิดเห็นและมีหลักยึดถือตรงกันทั้งบริษัท (Goffee & Jones, 1996)

(2.1) รูปแบบวัฒนธรรมองค์กร

วัฒนธรรมองค์กรนั้นมีอยู่ 4 รูปแบบด้วยกัน ทุกรูปแบบจะมีลักษณะร่วมกันอยู่สองประการ คือ มีลักษณะการเข้าสังคม และการเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวเหมือนกัน ซึ่งจะอยู่ในระดับที่แตกต่างกันไป ตามรูปแบบของวัฒนธรรมองค์กร ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

การเข้าสังคม	สูง	วัฒนธรรมองค์กรแบบเครือข่าย (networked organization)	วัฒนธรรมแบบสหภาพ (communal organization)
	ต่ำ	วัฒนธรรมองค์กรแบบแยกส่วน (fragmented organization)	วัฒนธรรมองค์กรแบบรับจ้าง (mercenary organization)
		ต่ำ	สูง
		การเป็นน้ำหนึ่งใจเดียว	

[1] **วัฒนธรรมองค์กรแบบเครือข่าย** (networked organization) มีลักษณะการเข้าสังคมสูง แต่การเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวต่ำ กล่าวคือเป็นวัฒนธรรมแบบที่เพื่อนร่วมงานสนิทสนมเป็นมิตรกัน มักทักทายกันเมื่อเดินสวนกันตามโถงทางเดิน ไปทานอาหารกลางวันด้วยกันเป็นกลุ่ม หรือทำกิจกรรม กระชับความสัมพันธ์ส่วนตัว เช่น จัดงานเลี้ยงวันเกิดให้กันในที่ทำงาน มีทีมกีฬาประจำบริษัท ซึ่งมีพนักงานเป็นสมาชิกในทีม ตั้งชื่อเล่นหรือสมญานามไว้เรียกกันในที่ทำงาน เป็นต้น (Goffee & Jones, 1996) วัฒนธรรมองค์กรแบบเครือข่ายนี้จะลดความสำคัญเรื่องชั้นของพนักงาน (hierarchy) ระบบระเบียบ รวมถึงความเหมาะสมถูกต้องต่าง ๆ เนื่องจากสายสัมพันธ์ส่วนตัว ระหว่างพนักงานมีบทบาทสำคัญมากกว่า เช่น การที่พนักงานคนหนึ่งจะได้ก้าวหน้าในหน้าที่การงานนั้น อาจไม่ได้มาจากความสามารถ แต่มาจากความสนิทสนมกับผู้มีตำแหน่งเลื่อนขั้นให้พนักงานคนนั้นได้ เป็นต้น (Goffee & Jones, 1996) ดังนั้นภายใต้วัฒนธรรมรูปแบบนี้จึงมีการเมืองภายในค่อนข้างสูง เนื่องจากพนักงานแต่ละคนมักใช้เวลาไปในการทำให้เป้าหมายส่วนตัวของตนสัมฤทธิ์ผล จนละเลยเป้าหมายของบริษัท (Goffee & Jones, 1996) นอกจากนี้วัฒนธรรมแบบเครือข่าย ที่มีลักษณะการเข้าสังคมสูงแบบนี้ ยังเปิดโอกาสให้นายทุนเข้ามาทำให้เส้นคั่นระหว่างบริบทของงานและชีวิตส่วนตัวของพนักงานไม่ชัดเจน ด้วยการนำกิจกรรมที่มักเกิดขึ้นนอกบริบทของงานเข้ามาไว้ในที่ทำงาน เช่น อนุญาตให้สวมชุดนอนหรือชุดอยู่บ้านมาทำงาน อนุญาตให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในที่ทำงาน และนำกิจกรรมที่ควรเกิดขึ้นในที่ทำงานออกไปทำข้างนอก เช่น ให้เอางานกลับไปทำที่บ้าน เป็นต้น เมื่อเส้นคั่นระหว่างงานและชีวิตส่วนตัวไม่ชัดเจนแล้ว นายทุนก็จะสามารถเข้าไปล่วงล้ำเวลาในชีวิตส่วนตัวของพนักงาน จนก่อให้เกิดชั่วโมงการทำงานได้เปล่า หรือการขูดรีดตนเอง ดังที่ได้กล่าวไว้ในหัวข้อข้างต้นได้อีกด้วย (Fleming & Spicer, 2004)

[2] **วัฒนธรรมองค์กรแบบรับจ้าง** (mercenary organization) มีลักษณะการเข้าสังคมต่ำ แต่มีความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวสูง เป็นองค์กรแบบที่ให้ความสำคัญเรื่องผลประโยชน์ หรือผลผลิตขององค์กรเป็นหลัก ความสนใจของพนักงานแต่ละคนจะสอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร มีการแบ่งแยกชัดเจนระหว่างงาน และการสานความสัมพันธ์ส่วนตัวกับเพื่อนร่วมงาน โดยส่วนมากพนักงานที่อยู่ในวัฒนธรรมแบบนี้จะให้ความสำคัญเรื่องงานมาก่อนชีวิตส่วนตัว และน้อยครั้งที่พนักงานจะจัดกิจกรรมนอกออฟฟิศร่วมกัน หากมีก็จะเป็นในรูปแบบการฉลองความสำเร็จของบริษัท ที่สามารถเอาชนะบริษัทคู่แข่งได้ เป็นต้น วัฒนธรรมองค์กรแบบนี้จะไม่ยอมรับการทำงานที่ต่ำกว่ามาตรฐาน

ที่กำหนด พนักงานผู้ที่ไม่สามารถทำงานให้บริษัทได้อย่างเต็มที่ จะถูกให้ออก หรือต้องปรับปรุงพัฒนา ตนจนทำงานเป็นที่น่าพอใจให้ได้ภายในเวลาที่บริษัทกำหนด (Goffee & Jones, 1996) นอกจากนี้ ด้วยความที่วัฒนธรรมแบบนี้ มุ่งเน้นกิจกรรมที่สร้างประโยชน์กำไรให้บริษัท และไม่ให้ความสำคัญ เรื่องความสัมพันธ์ที่เพื่อน พนักงานจึงไม่ลังเลที่จะแข่งขันกันเอง จนส่งผลให้มาตรฐานการทำงาน ในองค์กรรูปแบบนี้ยิ่งสูงขึ้นเรื่อย ๆ (Goffee & Jones, 1996)

[3] วัฒนธรรมองค์กรแบบแยกส่วน (fragmented organization) มีลักษณะการเข้าสังคม ต่ำ ความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวของพนักงานก็ต่ำ พนักงานในวัฒนธรรมองค์กรแบบนี้จะมีความเป็นปัจเจกสูง กล่าวคือ มีความรู้สึกและแสดงออกถึงความเป็นสมาชิกขององค์กรต่ำ เนื่องจากพนักงานจะคิดว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มวิชาชีพเสียมากกว่าเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร จุดมุ่งหมายการทำงาน ของพนักงานในองค์กรแบบนี้คือการทำให้ตนเอง ไม่ใช่เพื่อองค์กร เมื่อต้องตอบคำถามเกี่ยวกับ หน้าที่การงานของตน พนักงานในองค์กรรูปแบบนี้มักตอบด้วยชื่อของอาชีพ เช่น เป็นศัลยแพทย์ เป็น ทนายความ เป็นสถาปนิก โดยละเว้นชื่อขององค์กรที่ตนทำงานอยู่ด้วย และมักไม่ยอมทำกิจกรรม สังสรรค์หรือเข้าสังคมร่วมกับเพื่อนร่วมงาน เพราะมองว่าเป็นกิจกรรมที่ทำให้เสียเวลา แต่ทุกคนจะมุ่ง ทำแต่งงานในหน้าที่ตน บางคนนางานกลับไปทำที่บ้าน และมาที่บริษัทเฉพาะเวลาประชุม หรือเวลาที่ จำเป็นเท่านั้น เพื่อนร่วมงานจะไม่ทราบความคืบหน้าหรือเนื้องานของกันและกัน วัฒนธรรมแบบนี้ เหมาะสมกับพนักงานที่ชอบทำงานคนเดียว และจัดสรรชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัวชัดเจน (Goffee & Jones, 1996)

[4] วัฒนธรรมแบบสหภาพ (communal organization) มีลักษณะการเข้าสังคมสูง และมีความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันสูงเช่นกัน องค์กรที่มีวัฒนธรรมรูปแบบนี้มักพบได้ในบริษัทเล็ก ๆ ที่เพิ่งจะ เริ่มก่อตั้ง โดยที่ผู้ก่อตั้งบริษัทและพนักงานรุ่นแรก ๆ จะช่วยกันทุ่มเททำงานให้แก่บริษัท ฝ่าฟัน อุปสรรคและเติบโตไปพร้อม ๆ กัน กล่าวคือพนักงานทุกคนรู้สึกว่าการทำงานเพื่อบริษัทก็เหมือนกับการ ทำเพื่อตนเอง ซึ่งจะทำให้พนักงานและผู้บริหารองค์กรรูปแบบนี้มีความสนิทสนมกันทั้งในและนอก ออฟฟิศ ตัวอย่างรูปแบบขององค์กรแบบนี้เห็นได้จากบริษัท Apple Computer ในระยะเริ่มแรก นั้นเอง ที่พนักงานทุกระดับมีเป้าหมายและแนวคิดไปในทางเดียวกัน และมุ่งมั่นที่จะทำให้บริษัท เติบโต แล้วคืนผลประโยชน์กำไรมาให้ทุกคนที่มีส่วนร่วม ทุกคนในองค์กรจึงได้มีความรู้สึกเป็นน้ำหนึ่ง ใจเดียวกัน (Goffee & Jones, 1996)

(2.2) การปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมองค์กร

วัฒนธรรมองค์กรนั้นมีการปรับเปลี่ยนกันได้ตามจุดมุ่งหมายขององค์กรหรือวิสัยทัศน์ของผู้บริหาร ดังตัวอย่างในกรณีของ Philips บริษัทอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้ายิ่งใหญ่ของเนเธอร์แลนด์ ที่ถูกแรงบีบคั้นจากการแข่งขันทางธุรกิจ จนทำให้ Jan D. Timmer ประธานบริหารของ Philips ในขณะนั้นต้องตัดสินใจเปลี่ยนวัฒนธรรมองค์กร จากที่เคยเป็นแบบเครือข่าย ซึ่งมีความภักดีและความเป็นมิตรกันในองค์กรอย่างเหนียวแน่นนั้น เปลี่ยนมาเป็นวัฒนธรรมองค์กรแบบรับจ้าง (Goffee & Jones, 1996) เนื่องจากในช่วงกลางทศวรรษ 1980s บริษัทเกือบล้มละลาย พ่ายแพ้และเสียส่วนแบ่งทางการตลาดให้กับคู่แข่ง การที่แต่เดิม Philips มีวัฒนธรรมแบบเครือข่าวนั้น ก่อให้เกิดเกมการแบ่งพรรคแบ่งพวกกันภายในบริษัท จนส่งผลกระทบต่อการทำงานระหว่างแผนกคั่นค้ำ และวิจัย กับแผนกวางแผนการตลาดในขณะนั้น พนักงานไม่มีความเกรงใจและเกรงกลัวพนักงานระดับหัวหน้าของตน ไม่ใส่ใจเป้าหมายของบริษัท พนักงานทำงานตามอำเภอใจ เพราะไม่มีใครคอยมาควบคุม ถ้า Philips ต้องการจะรอดพ้นวิกฤตครั้งนี้ ทางบริษัทต้องเปลี่ยนวัฒนธรรมองค์กรเสียใหม่ ให้เป็นแบบรับจ้าง หรือสหภาพ เพียงเพื่อที่จะรักษากิจการไม่ให้อุดตันได้เท่านั้น แล้วจึงจะมีสิทธิ์ไปคิดถึงแผนการกอบกู้ให้ Philips ก้าวกลับขึ้นมาเป็นผู้นำและเอาชนะบริษัทคู่แข่งได้อีกครั้ง Timmer จึงเริ่มปรับองค์กรด้วยการตั้งมาตรฐานการทำงาน และตั้งเป้าหมายการทำงานไว้อย่างเคร่งครัด โดยที่พนักงานแต่ละคนต้องรับผิดชอบในการทำให้เป้าหมายดังกล่าวนั้นประสบผลสำเร็จ นอกจากนี้ Timmer ยังจัดประชุมผู้บริหารบ่อยขึ้น และเน้นย้ำถึงจุดประสงค์ ขั้นตอนการทำงาน และคุณค่าที่บริษัทให้ความสำคัญอย่างชัดเจน พนักงานคนใดที่ไม่สามารถมุ่งมั่นทุ่มเทให้เป้าหมายดังกล่าวของบริษัทได้ จะถูกให้ออก ด้วยวิธีการเหล่านี้ทำให้ความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันของพนักงาน Philips นั้นสูงขึ้น จนมีผลประกอบการที่ดีขึ้นตามมา (Goffee & Jones, 1996)

2.6 มูลเหตุของการยอมรับสภาพการขาดขีดแรงงาน

แม้การถูกขาดขีดมูลค่าส่วนเกินผ่านการมอบหมายงานหนัก จนไม่มีเวลาพักผ่อน สำหรับตนเองและครอบครัว ทั้งยังเกิดความเครียดจากงาน จนบางคนมีปัญหาสุขภาพ และมีอาการเสียดัดงาน แต่ก็ไม่มีที่ท่าว่าลูกจ้างพนักงานจะเรียกร้องให้เกิดการเปลี่ยนแปลงใด ๆ เกี่ยวกับสภาพการทำงานที่ส่งผลเสียดังกล่าว โดยน่าจะมาจากมูลเหตุ 4 ประการ คือ 1. ต้องการความสำเร็จและ

ความก้าวหน้าด้านการงาน 2. กลัวการสูญเสีย 3. ได้รับแรงกดดันจากสังคมในที่ทำงาน และ 4. สภาพสังคมก้มหน้า (phubbing culture) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) ยอมเพราะต้องการความสำเร็จ

ลูกจ้างพนักงานจำนวนไม่น้อยยอมให้งานล่วงล้ำเข้ามาในบริบทอื่นของชีวิตตน เนื่องจากรู้สึกว่างานคือเครื่องแสดงให้เห็นถึงความสำเร็จ นำไปสู่เงินทองและความพึงพอใจในชีวิต (Gregg, 2013) เมื่อมีความคิดมากเท่าใด ก็จะมุ่งมั่นทุ่มเทขยันทำงาน และให้ความสำคัญต่อการทำงานยิ่งกว่าเรื่องอื่นในชีวิตมากเท่านั้น โดยเฉพาะพนักงานผู้มีตำแหน่งระดับกลาง และมีความมุ่งมั่นจะก้าวหน้าในหน้าที่การงานนั้น มักแสดงความเต็มใจในการเตรียมตนเองให้พร้อมสำหรับการทำงานให้บริษัท เช่น ตื่นแต่เช้าตรู่ เพื่อมาเช็คอีเมลเรื่องงานอย่างเป็นทางการก่อนไปทำงาน เพื่อที่ว่าเมื่อไปถึงที่ทำงานแล้วจะได้ทำงานได้ทันที เพราะรู้ล่วงหน้าจากการเช็คอีเมลแล้วว่าในวันนั้นต้องเตรียมทำงานอะไรบ้าง (Gregg, 2013) หรือในบางกรณีพนักงานก็เต็มใจทำงานแม้ว่าตัวเองจะไม่ได้อยู่ในออฟฟิศก็ตาม เพียงเพราะว่างานทำให้ตนรู้สึกดี มีความสำคัญ มีคุณค่าต่อทีมงาน และรู้สึกดีต่อตนเอง (Gregg, 2013)

2) ยอมเพราะกลัวการสูญเสีย

ความกลัวว่าจะสูญเสียรายได้ เสียตำแหน่งงานที่ทำอยู่ให้แก่ผู้ที่จบการศึกษามาใหม่ หรือกลัวว่าต้องกลายเป็นผู้ว่างงาน ซึ่งจะส่งผลให้ชีวิตของตนและครอบครัวเดือดร้อนเพราะขาดความมั่นคงทางการเงิน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ดำรงชีวิตอยู่อย่างสะดวกสบาย ความกังวลและกลัวต่าง ๆ ดังกล่าว จึงน่าจะเป็นหนึ่งในแรงผลักดันให้ลูกจ้างพนักงานไทยมีความอดทนอดกลั้นขยันทำงานที่ได้รับมอบหมายทุกรูปแบบและทุกเวลา เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่หัวหน้างานหรือนายจ้าง และเป็นการสร้างหลักประกันความมั่นคงในหน้าที่การงาน เพื่อรับมือกับสิ่งที่ตนกังวลนั่นเอง แม้จะเกิดความเครียดและปัญหาจากการทำงาน ที่ทำให้ยึดอัดใจก็ไม่คิดจะลาออกง่าย ๆ เพราะกลัวการไม่มีงานทำมากกว่า จึงมีแนวความคิดว่าการได้มีงานทำนั้นถือว่าเป็นโชคดีแล้ว ยังมีผู้ที่ไม่มีการงานทำและต้องกลัดกลุ้มกับปัญหาชีวิตยิ่งกว่าตนอีกจำนวนมาก (Mills, 1951)

มีตัวอย่างจากงานวิจัยเชิงประจักษ์ว่า ลูกจ้างพนักงานบางรายนั้นหวาดวิตกว่าจะถูกเลิกจ้างหรือไม่ก้าวหน้าด้านการงานมากจนกระทั่ง ต้องแสดงให้เห็นเพื่อนร่วมงานเห็นว่าตนขยันขันแข็ง คอยเช็คอีเมลเรื่องงาน และพร้อมที่จะทำงานผ่านระบบออนไลน์อยู่ตลอดเวลาเลยทีเดียว (Gregg, 2013)

3) แรงกดดันจากสังคมในที่ทำงาน

การทำงานในบริษัทยุคนี้ส่วนใหญ่จะต้องทำงานร่วมกัน หรือประสานงานกันเป็นทีม จึงมีแรงกดดันจากเพื่อนร่วมงาน ที่ทำให้พนักงานรู้สึกว่าเป็นต้องตอบอีเมลเรื่องงานในฉบับพลันทันที เนื่องจากเพื่อนร่วมงานนั้นรอข้อมูล หรือคำตอบเพื่อที่จะนำไปปฏิบัติงานต่อได้ (Gregg, 2013) หรือในบางกรณี พนักงานกลัวว่าเพื่อนร่วมงานจะมองว่าไม่มีความรับผิดชอบ ไม่ทุ่มเทให้งาน หรือไม่ขยันทำงานหากไม่รีบตอบอีเมล หรือรับโทรศัพท์เรื่องงาน ซึ่งเห็นได้จากกรณีตัวอย่างของพนักงานรายหนึ่งซึ่งทำงานที่บ้าน

“I think that if I’m working from home, unless I reply instantly, they’ll think that I’m baking a chocolate cake...Lisa uses email to perform her competence and diligence for those who are still in the office even though she is not, partly to overcome the perceptions others may have of working from home.” (Gregg, 2013)

4) สังคมก้มหน้า

สังคมก้มหน้า คือสังคมที่สมาชิกแต่ละคนมีพฤติกรรมก้มหน้าทำกิจกรรมจากอุปกรณ์สื่อสารที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ เช่น สมาร์ทโฟนและแท็บเล็ต โดยกิจกรรมที่ผู้คนนิยมก้มหน้าทำบนอุปกรณ์ดังกล่าว ส่วนใหญ่คือการแชท การอัปโหลดภาพที่ตนถ่ายไว้ขึ้นแอปพลิเคชัน เช่น Instagram โพสต์ข้อความทาง Facebook และ Twitter หรือดูรายการทีวีที่พลาดชมไป เป็นต้น พฤติกรรมดังกล่าวนี้ในภาษาอังกฤษเรียกว่า phubbing เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจากความนิยมสมาร์ตโฟนที่แพร่หลายเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ และเป็นพฤติกรรมที่น่าเป็นห่วง เนื่องจากการ phubbing นี้ ทำให้ผู้คนจดจ่ออยู่กับสิ่งที่ปรากฏบนหน้าจอของอุปกรณ์สื่อสารตรงหน้ามากเกินไป จนไม่ใส่ใจสิ่งที่เกิดขึ้นรอบตัว ไม่ได้สังเกตปฏิกริยาของคนรอบข้าง และขาดสติ “...ใคร ๆ ก็ ฟับ กันทุกที่ ทุกเวลา แม้แต่จะเดิน กิน เรียนหนังสือ หรือแม้แต่ในวินาทีเสี่ยงชีวิต อย่างการเดินข้ามถนนก็ตาม” (Positioning magazine, 2013)

ด้วยลักษณะดังกล่าวจึงได้บ่มเพาะให้ผู้คนจำนวนมาก รวมทั้งลูกจ้างพนักงานสมัยนี้มีนิสัยจดจ่ออยู่กับสิ่งที่เกิดขึ้นบนหน้าจอสี่เหลี่ยมตรงหน้าเท่านั้นอยู่แทบทั้งวัน จนมีวิสัยทัศน์ที่คับแคบ ไม่ได้ไตร่ตรองถึงสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิต ว่าตนกำลังทรมาณจากความเครียดที่ต้องทำงานเสมือนไม่มีวันหยุด หรือถูกบริษัทขูดรีดใช้งานอย่างเอารัดเอาเปรียบเกินไปหรือไม่ สมาร์ทโฟนในมือมันทำให้

ปริมาณงานที่ต้องรับผิดชอบเพิ่มขึ้นหรือไม่ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดเรื่อง iTime ของ Ben Agger (2011) ที่ว่าด้วยเรื่องของห้วงเวลา ณ ขณะปัจจุบันที่ผู้ใช้และอยู่กับอุปกรณ์สมาร์ตเทคโนโลยีอย่างสมาร์ตโฟน โดย iTime นี้มีแต่ช่วงเวลาปัจจุบัน ไม่มีอดีตหรืออนาคต

“iTime – an eternal present that has no depth, nor... futures. People who exist in iTime...They accept the world for what it is – the people on their contact list, their bookmarked URLs, the consumer possibilities that exist online...Although the flattened, de-historicized iTime of a manically connected eternal present immerses people so deep in everyday life that they don’t question their strange participation in the electronic grids of power and capital, the new means of production are also vehicles of critique and consciousness raising.” (Agger, 2011)

ด้วยเหตุผลหลัก 4 ประการข้างต้นนี้ จึงเป็นเหตุผลว่าเหตุใดลูกจ้างพนักงานจึงเพิกเฉย ไม่มีท่าทีต่อต้าน หรือเรียกร้องความเป็นธรรมเกี่ยวกับสภาพการทำงานอย่างหนักและเอารัดเอาเปรียบที่พวกตนเผชิญอยู่เลย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

2.7 งานวิจัยและงานเขียนเกี่ยวข้องกับการชู้ตรีตแรงงานและเทคโนโลยีสมาร์ตโฟน

จากการศึกษาและทบทวนแนวคิดทฤษฎีดังกล่าวข้างต้น พบว่างานวิจัยและแนวคิด โดยเฉพาะของ Costas and Grey (2012), Fleming (2013), Fleming and Spicer (2004) และ Gregg (2013) ช่วยให้ข้อมูลเป็นอย่างดี ในประเด็นบริบทการทำงานล่วงล้ำเข้ามาในบริบทการใช้ชีวิตอื่น ๆ ของลูกจ้างพนักงานในปัจจุบัน โดยอิงประโยชน์จากประสิทธิภาพของเทคโนโลยีสื่อสารอย่าง อินเทอร์เน็ตและสมาร์ตโฟน ข้อมูลดังกล่าวยังได้สะท้อนให้เห็นพฤติกรรมและท่าทีของลูกจ้างพนักงานต่อการใช้สมาร์ตโฟนในบริบทการทำงาน ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการนำไปเป็นพื้นฐานสำหรับออกแบบสอบถาม เพื่อทำการวิจัยภาคสนามในลำดับต่อไป อย่างไรก็ตามงานวิจัยข้างต้นไม่ได้เชื่อมโยงประเด็นการชู้ตรีตแรงงานกับเทคโนโลยีสมาร์ตโฟนโดยตรง อีกทั้งข้อมูลที่ได้ ล้วนเป็นข้อมูล

ของกลุ่มตัวอย่างและกรณีศึกษาในต่างประเทศทั้งสิ้น งานวิจัยเรื่อง การชูดรีดแรงงานลูกจ้าง ประเภท
เสมียนพนักงาน ผ่านการใช้เทคโนโลยีสมาร์ทโฟน กรณีศึกษา : เสมียนพนักงานในเขต
กรุงเทพมหานคร จึงน่าจะเป็นงานที่ศึกษาเรื่องการชูดรีดแรงงานผ่านเทคโนโลยีสมาร์ทโฟน โดยใช้
กลุ่มวิจัยเป็นชาวไทยชั้นแรก ๆ



บทที่สาม

การวิจัย

3.1 การวิจัยภาคเอกสาร

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อการทำวิจัยครั้งนี้ สามารถวิเคราะห์ผลเบื้องต้นเพื่อตอบวัตถุประสงค์ 2 ข้อแรกของการทำวิจัย แยกเป็นประเด็นได้ดังนี้

1) การศึกษาแนวคิดพื้นฐานของกระบวนการขูดรีดแรงงาน พบว่า

นายทุนโดยทั่วไปพร้อมจะทำทุกวิถีทาง เพื่อขูดรีดมูลค่าส่วนเกิน (surplus value) ได้แก่ ชั่วโมงการทำงานที่นายทุนได้เปล่า โดยไม่ต้องจ่ายค่าแรงตอบแทนแรงงานลูกจ้างให้ได้เท่าหรือมากกว่าที่ตนต้องการ เนื่องจากมูลค่าส่วนเกินหรือกำไร คือ ปัจจัยที่จะช่วยต่อยอดและรักษา สถานภาพทางธุรกิจของนายทุนให้อยู่รอดในเกมการแข่งขันในตลาดการค้าเสรีของระบบทุนนิยมได้ ดังที่ Harvey (2006) กล่าวเอาไว้ว่า “...capitalists...are forced by competition to reinvest at least a part of the surplus value they appropriate in order to ensure their own reproduction as a class.” (p.158)

2) พฤติกรรมและรูปแบบการขูดรีดแรงงานทั้งแบบทั่วไปและแบบแยกย่อย พบว่า

ช่วงเวลาที่ลูกจ้างพนักงานทำงานเพื่อผลประโยชน์ของบริษัท ทั้งที่ล่วงเลยเวลาที่ตกลงว่าจ้าง กันไว้

รวมถึงล่วงล้ำเข้ามาในวันหยุด วันพักร้อน หรือเวลาส่วนตัวอื่น ๆ ในชีวิตของพนักงาน โดยที่พนักงาน ไม่ได้รับเงินล่วงเวลา (over time payment) จากนายทุนนายจ้าง ผลประโยชน์ที่นายทุนได้รับจาก ชั่วโมงการทำงานได้เปล่านี้นี้ ก็คือกำไรจากการได้ผลิตภาพที่เพิ่มขึ้น โดยไม่ต้องจ่ายค่าจ้างแรงงานเพิ่ม ซึ่งเป็นการผลิตมูลค่าส่วนเกินให้นายจ้างขูดรีดนั่นเอง ดังที่ Spencer (2008) อธิบายไว้ว่า

“Unpaid labour time was equal to the labour time that was performed by the worker for the benefit of the capitalists. During unpaid labour time, the worker produced ‘surplus value’ that is, an amount of new value in excess of

the value of labour power, and this provided the essence of the capitalist's profit...profit was based on the exploitation of workers by capitalists.” (p.54)

อนึ่ง สามารถประมวลรูปแบบของการขูดรีดแรงงานได้ดังนี้

(1) การขูดรีดแรงงานแบบทั่วไป ด้วยการจ่ายค่าจ้างเป็นเงินเดือน

การได้รับค่าจ้างเป็นเงินรายเดือนไม่ใช่รายชั่วโมงเหมือนอย่างแรงงานกรรมมาชีพนั้น ทำให้นายทุนมีข้ออ้างในการเรียกร้องหรือกดดันให้แรงงานมีความรู้ทำงานที่ได้รับมอบหมายให้เสร็จ แม้ว่าจะต้องใช้เวลาเพิ่มจาก 8 ชั่วโมงเป็นอีกกี่ชั่วโมงต่อวันก็ตาม โดยที่แรงงานไม่สามารถเบิกค่าทำงานล่วงเวลาตามชั่วโมงการทำงานที่เกินมาได้ เพราะนายทุนนายจ้างจะอ้างว่าได้จ่ายเงินเดือนที่มากกว่าค่าจ้างรายชั่วโมงไปเรียบร้อยแล้ว “Once a pay scale surpasses timesheet surveillance, there has long been an expectation upon workers that they will perform duties when and as required.” (Gregg, 2013)

รูปแบบการขูดรีดส่วนเกินด้วยการจ่ายค่าจ้างเป็นเงินเดือนนี้เกิดขึ้นทั่วโลก รวมทั้งในประเทศสหรัฐอเมริกา และยังเป็นปัญหาที่ประธานาธิบดีบารัค โอบาม่ากล่าวถึงเพื่อให้กรมแรงงานของสหรัฐปรับเปลี่ยนกฎในการจ่ายเงินค่าทำงานล่วงเวลาให้ทันสมัยขึ้นด้วย ตามที่บทความบรรณาธิการในหนังสือพิมพ์ Los Angeles Times ของสหรัฐได้รายงานเอาไว้

“Under federal labor law, if you are an employee making, say \$11.50 an hour...- you would be entitled to time-and-a-half for every hour beyond 40 hours a week. However, if you earn \$460 a week in salary you often are not entitled to overtime no matter how many extra hours you work – even though your salary works out to \$ 11.50 an hour. The differing treatment of hourly and salaried workers is an invitation to exploitation... paying them a salary rather than an hourly wage and deny them overtime...This is the sort of exploitation President Obama spoke about in March when he instructed the Labor Department to update the federal overtime rules.” (Los Angeles Times Editorial, 2014)

(2) การขูดรีดแรงงานแบบแยกแยะ

เทคนิควิธีที่นายทุนนายจ้างใช้เพื่อขูดรีดลูกจ้างพนักงานอย่างแบบยลนั้น มีหลากหลายรูปแบบ อาทิเช่น

[1] ใช้วัฒนธรรมองค์กรเป็นเครื่องมือ

นายทุนปัจจุบันทราบดีว่าการสร้างวัฒนธรรมการทำงาน ที่จูงใจให้พนักงานยินยอมพร้อมใจทุ่มเททำงานเกินเวลาเพื่อผลประโยชน์ของบริษัท จะนำมาซึ่งมูลค่าส่วนเกินให้ขูดรีดได้อีกมหาศาล และมูลค่าส่วนเกินดังกล่าวนี้ถูกผลิตขึ้นในเวลาส่วนตัวของพนักงาน “The widespread use of culture management practices in particular has been shown to encroach insidiously into the hitherto untapped areas of workers’ private lives.” (Fleming & Spicer, 2004)

จึงมีการปลูกฝังวัฒนธรรมการทำงาน ที่ส่งเสริมให้พนักงานอุทิศชีวิตให้การทำงานเพื่อความก้าวหน้าในอาชีพ ด้วยการยกย่องให้เกียรติพนักงานที่ไม่มีบริบทชีวิตด้านอื่นเลยนอกจากการทำงาน และทุ่มเททำงานสัปดาห์ละ 90-120 ชั่วโมง “...corporate professionals for whom working weeks of 90 to 120 hours are not unusual and lack of any life outside of work is regarded as a “badge of honour” ...” (Costas & Grey, 2012) ด้วยแรงจูงใจดังกล่าวพนักงานก็ยังมีแนวโน้มที่จะยอมถูกขูดรีดโดยไม่รู้ตัว โดยเริ่มต้นที่การทำงานยาวนานเกินกว่าชั่วโมงการทำงานที่ควรจะเป็น “...there is a strong culture of seeing the ideal employee as one who sacrifices everything for the career (Meriläinen, Tienari, Thomas, & Davies, 2004), it easily drives them to extreme work hour.” (Muhr et al., 2012) รวมถึงการบริหารจัดการตนเอง คิดวางแผนว่าควรทำงานอย่างไรถึงจะได้ผลลัพธ์ที่ดีขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งจะเป็นการสร้างแรงกดดันให้เพื่อนร่วมงานยอมถูกขูดรีดตามไปด้วย โดยเฉพาะเพื่อนร่วมงานใหม่ที่เพิ่งเข้ามาทำงาน ซึ่งต้องพยายามปรับตัวให้เป็นที่ยอมรับและเข้ากับวัฒนธรรมการทำงานขององค์กร “...the work-task that gives extra energy or the feeling of never being good enough, and therefore the constant need to perform better. This is especially salient for newcomers...” (Muhr et al., 2012)

[2] นำความก้าวหน้าในหน้าที่การงานมาเป็นสิ่งจูงใจ

ความมั่นคงในหน้าที่การงาน ความก้าวหน้าในอาชีพ การพิจารณาขึ้นเงินเดือน หรือเงินโบนัสตอบแทน ซึ่งมีค่าเพียงน้อยนิดเมื่อเทียบกับมูลค่าส่วนเกินที่นายทุนจะได้ คือเทคนิควิธีง่าย ๆ แต่ได้ผล ที่นายทุนนิยมใช้เพื่อเป็นแรงจูงใจและแรงผลักดันให้แรงงานลูกจ้างพนักงานยอมถูกขูดรีด ด้วย

การเต็มใจทุ่มเททำงาน “Instrumental motives, like job security, wage increases, status, and promotion, are part of the picture and in some work integral to commitment and improvements in competence and performance.” (Muhr et al., 2012)

[3] การถกฉวยประโยชน์จากการลงทุนของตัวลูกจ้างพนักงานเอง

นายทุนยังสามารถดึงดวงผลประโยชน์จากสิ่งทีลูกจ้างพนักงานลงทุนเองเพื่อการทำงานให้นายทุน ซึ่งถือเป็นการสร้างมูลค่าส่วนเกินให้ โดยที่นายทุนไม่ต้องลงทุนลงแรงอะไรเลย ไม่ว่าจะเป็นการที่ลูกจ้างพนักงานลงทุนขวนขวายพัฒนาตน ไปฝึกอบรมองค์ความรู้ต่าง ๆ เพื่อมาใช้ในการทำงาน พัฒนาบุคลิกภาพให้เหมาะสมกับการทำงาน รวมถึงการแสวงหาอุปกรณ์และเทคโนโลยีที่มาอำนวยความสะดวกให้การทำงานราบรื่น โดยลูกจ้างพนักงานรับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเองทั้งหมด ซึ่งตรงกับมุมมองของนักคิดอย่าง Hardt และ Negri ที่เห็นว่ามีการใช้อำนาจเข้าไปครอบงำแรงงานหรือพนักงานถึงระดับชีวะให้ผลิตความมั่งคั่งให้แก่นายทุน ผู้ซึ่งพร้อมจะแสวงประโยชน์และครอบครองมูลค่าที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาตนในด้านต่าง ๆ ของลูกจ้างพนักงาน

“According to Hardt and Negri (2009), this entails the “bio-political production” of wealth, extracting value by enclosing shared moments of development (whether personal, technological, social, etc.) that would have never been possible within the unimaginative climate of the corporate form.” (Fleming, 2013)

3) การขูดรีดแรงงานที่อิงประโยชน์จากเทคโนโลยีสมาร์ทโฟน พบว่า

เทคโนโลยีสมาร์ทโฟนอาจไม่ได้ถูกคิดค้นมาเพื่อเป็นเครื่องมือให้นายทุนนายจ้างใช้ขูดรีดแรงงานลูกจ้างพนักงาน แต่ความสามารถในการลบบล็อกจำกัดด้านสถานที่และเวลาในการทำงาน และเปิดช่องทางติดต่อเพื่อนร่วมงานได้ตลอดเวลาของสมาร์โฟนนั้น กลับทำให้สมาร์โฟนกลายเป็นส่วนสำคัญในกระบวนการขูดรีดแรงงานลูกจ้างพนักงาน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

(1) ความสามารถของการก้าวข้ามข้อจำกัดด้านสถานที่และเวลาในการทำงาน

ความสามารถของเทคโนโลยีสื่อสารอย่างสมาร์ทโฟนนั้น เอื้อให้นายทุนเข้ามาซื้อตราดิมูลค่าส่วนเกินจากลูกจ้างพนักงานได้สะดวกง่ายดายและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ด้วยการช่วยลดข้อจำกัดเรื่องสถานที่และเวลาทำงานของลูกจ้างพนักงาน เนื่องจากสมาร์ทโฟนแต่ละเครื่อง ไม่ว่าจะเป็นระบบปฏิบัติการ Android หรือ iOS นั้นมีระบบเชื่อมโยงอินเทอร์เน็ต ทำให้เชื่อมต่อกับเว็บไซต์ต่าง ๆ ได้ มีโปรแกรมสำหรับรับส่งอีเมลและส่งข้อความสนทนาแบบทันที (im) มีแอปพลิเคชันที่ช่วยให้ประสานงานหรือนัดหมายเรื่องงานได้ รวมทั้งมีฟังก์ชันอื่น ๆ ที่อำนวยความสะดวกให้ทำงานได้ทุกสถานที่ แม้ผู้ใช้จะอยู่ไกลบริษัทที่ทำงานเพียงใดก็ตาม ก็ไม่ใช่ปัญหาอีกต่อไป

“...social networking sites, calendar scheduling devices, chat programs and above all email bring a raft of opportunities and requirements for work-related contact...Like never before, communications technologies grant access to the workplace beyond physical constraints...” (Gregg, 2013)

(2) การทำให้ติดต่อเพื่อนร่วมงานได้ตลอดเวลา

สมาร์ทโฟนนอกจากจะช่วยเอื้อให้การทำงานสะดวกง่ายดายได้ทุกที่ดังกล่าวกว่าข้างต้นแล้ว ยังทำให้การติดต่อประสานงาน หรือเข้าถึงเพื่อนร่วมงานเกิดขึ้น 24 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ได้อีกด้วย โดยผ่านอีเมล และแอปพลิเคชันอย่าง instant messaging หรือ im เป็นช่องทางหลักในการติดต่อสื่อสาร ซึ่งนอกจากจะให้ผู้รับส่งข้อความ รูปภาพและไฟล์วิดีโอถึงกัน โทรศัพท์ข้ามประเทศ หรือจัดการประชุมผ่านวิดีโอได้แล้ว ผู้ใช้ยังสามารถตรวจสอบสถานะของคู่สนทนา ว่าพร้อมรับส่งข้อมูลหรือสนทนาเรื่องงานประเด็นนั้น ๆ หรือไม่ ผ่านระบบ presence detection and availability status ในสมาร์ทโฟน “And now synchronous – or simultaneous with others – tools are being added: video and audio conferencing, data sharing, instant messaging, presence detection, availability status, reputation, and knowledge capture.” (Ouye, 2011) รวมทั้งยังมีฟังก์ชันเปิดฟังข้อความได้จากหน้าบันทึกการโทรเข้าและออกได้ทันที (call log) และสามารถเลือกปรับให้ข้อความเล่นซ้ำ ๆ เพื่อจะได้จดข้อความที่ฝากไว้ได้ทัน หรือเร่งความเร็ว ในกรณีที่ต้องฟังข้อความยาว ๆ

“Your voicemails will appear alongside your outgoing, incoming, and missed calls in your phone’s call log and you can just simply touch them to play them. You can slow down the playback of the message which is great for when someone is telling you their callback number, or you even speed playback up, so you can quickly listen to longer messages.” (Pichai, 2012)

4) การศึกษาผลกระทบของเทคโนโลยีสมาร์ทโฟนต่อวิถีชีวิตของเสมียนพนักงาน พบว่า

ลูกจ้างพนักงานผู้ใช้สมาร์ทโฟน นับตั้งแต่ผู้บริหารระดับสูงไปจนถึงพนักงานที่เพิ่งเริ่มทำงาน ต่างก็ไม่สามารถหลีกเลี่ยงผลกระทบที่มากับเทคโนโลยีสมาร์ทโฟนได้พ้น “...and the tyranny of the mobile phone among senior executives and junior on-call workers alike.” (Gregg, 2013) นั่นคือปัญหาเกี่ยวกับการทำงาน ซึ่งส่งผลกระทบเป็นลูกโซ่ต่อสุขภาพกาย สุขภาพใจ รวมถึงพฤติกรรมของแรงงานมีความรู้ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

(1) ปัญหางานเข้าถึงตัวได้ตลอดเวลา

ลักษณะการทำงานในบริษัททุกวันนี้ ต้องการให้พนักงานพร้อมที่จะรับรู้ข้อมูลและปฏิบัติงานอยู่ตลอดเวลา “...the problem of contemporary corporate life...the need for constant availability and the information overload that people have to deal with...” (Costas & Grey, 2012) และสมาร์ทโฟนซึ่งรับส่งอีเมลได้นี้ ก็ตอบสนองต่อความต้องการดังกล่าวของบริษัทนายทุนได้เป็นอย่างดี ด้วยการเปิดช่องทางให้งานตามติดชีวิตลูกจ้างพนักงานออกนอกออฟฟิศได้สะดวกทุกที่ทุกเวลา “The email-equipped mobile phone and wireless laptop are just the latest in a range of always-on devices offering ample opportunity for work to follow us out of the office.” (Gregg, 2013) แม้ลูกจ้างพนักงานจะอยู่ในช่วงวันหยุดพักร้อน ทางบริษัทก็ยังสามารถติดต่อลูกจ้างพนักงานในเรื่องงานได้เสมอ โดยเฉพาะด้วยวิธีส่งอีเมล ซึ่งสามารถรวบรวมรายละเอียดเรื่องงานเป็นลายลักษณ์อักษรได้อย่างครบถ้วน อีกทั้งยังมีการระบุวันเวลารับส่งในตัวอีกด้วย ซึ่งหมายความว่านายจ้างหรือเพื่อนร่วมงานจะทราบว่าพนักงานผู้ที่ได้รับอีเมลนั้น ๆ ใช้เวลาเท่าไรในการตอบกลับ “...email analytics programs, tools that could chart hours of work according to when emails were sent.” (Gregg, 2013) พนักงานจึงแทบไม่มีโอกาสหลบไปพักจากการทำงานได้เลย สมาร์ทโฟนที่รับส่งอีเมลได้จึงเป็นสาเหตุสำคัญประการหนึ่งของความเครียดจากงานของลูกจ้างพนักงานในยุคปัจจุบัน

“E-mail means that instant demands of a varied nature can be placed on the individual, regardless of time and place...with the advent of 3G mobile phone technology, for employees to respond to e-mail while on holiday. It is thus not surprising that people often regard e-mails as the main source of overload and stress...” (Costas & Grey, 2012)

นอกจากนี้ยังมีโปรแกรม read receipt ที่จะแสดงให้เห็นว่าข้อความที่ส่งไปผู้รับได้เปิดอ่าน หรือยังในแอปพลิเคชัน im เป็นต้น จึงเพิ่มความกดดันให้ลูกจ้างพนักงานต้องรีบทำตามคำสั่งที่ได้รับ มอบหมายผ่านสมาร์ทโฟน ซึ่งสามารถเกิดขึ้นในเวลาใดก็ได้ ไม่เว้นแม้กระทั่งในยามวิกาล หรือในเวลา ส่วนตัวนอกเวลางานของลูกจ้างพนักงาน การทำงานเข้าถึงตัวได้ตลอดเวลาเช่นนี้ ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินชีวิตในบริบทอื่นของลูกจ้างพนักงานเป็นอย่างมาก เช่น ไม่มีเวลาพักผ่อน ไปซื้อข้าวของส่วนตัว ไปออกกำลังกาย หรือไม่สามารถรับนัดพบปะเพื่อนฝูงได้ เนื่องจากไม่สามารถคาดเดาหรือควบคุม เวลาทำงานได้ จึงไม่สามารถวางแผนแบ่งเวลาไปทำกิจกรรมส่วนตัวหรือนัดหมายกับผู้อื่นได้เลย เป็น ต้น

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

“...the expectation of availability placed on them by management prevents the most commonplace activities, from grocery shopping to gym membership – even the solitude of the daily commute...the inability to predict or control working hours, which creates “a contortionist approach to the planning of one’s time”” (Gregg, 2013)

(2) ปัญหาเวลาทำงานถูกขยายออกไป

การที่สมาร์ทโฟนเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตได้ จึงเปิดโอกาสให้การทำงานที่เคยมีขอบเขต ชัดเจนตายตัว ทั้งด้านเวลาและสถานที่หมดไป เพราะในวันนี้พนักงานไม่จำเป็นต้องนั่งอยู่ในสำนักงาน เท่านั้นจึงจะทำงานได้ พนักงานสามารถนำงานออกไปทำต่อในที่ต่าง ๆ เช่นที่บ้าน ร้านกาแฟประจำ หรือแม้แต่ทำงานไปทำในต่างประเทศก็ได้ ชั่วโมงการทำงานจึงไม่ได้สิ้นสุดลงเมื่อพนักงานเดินออก

จากที่ทำงานอีกต่อไป แต่ได้ขยายออกไป โดยไม่มีผู้ใดกำหนดได้ว่าจะสิ้นสุดลงเมื่อใด ต้องปล่อยไปตามสถานการณ์ จึงทำให้งานในยุคดิจิทัลนี้เข้าไปล้วงล้ำบริบทอื่น ๆ ในชีวิต กลืนกินเวลา สร้างความกังวล และอาการเสพติดงานให้แก่ชีวิตลูกจ้างพนักงาน

“...a workplace no longer governed by “clock time” but by the unpredictable schedule of rolling “events” (Adkins 2009). Online technologies are a key factor in making today’s jobs feel variously invasive, compelling, consuming, readily available, anxiety, provoking, addictive...” (Gregg, 2013)

นอกจากนี้ยังมีการศึกษาซึ่งพิมพ์เผยแพร่ในหนังสือพิมพ์ The Daily Mail ของอังกฤษ พบว่า สมาร์ทโฟน หรืออุปกรณ์ที่เข้าถึงอีเมลได้ตลอดเวลา นั้นจะทำให้ชั่วโมงการทำงานของลูกจ้างพนักงานเพิ่มขึ้นวันละ 2 ชั่วโมง จากชั่วโมงทำงานโดยเฉลี่ยวันละ 9-10 ชั่วโมง เวลา 2 ชั่วโมงที่เพิ่มขึ้นมานั้น ก็คือเวลาที่ไปเบียดบังการพักผ่อนของพนักงานนั่นเอง โดยพนักงานจะใช้เวลาดังกล่าวในการส่งอีเมล โทรศัพท์คุยเรื่องงาน ตรวจสอบแก้ไขเอกสาร ติดตามความคืบหน้าของงาน ติดต่อลูกค้าหรือผู้เกี่ยวข้องกับงาน ผลการศึกษาดังกล่าวยังระบุอีกด้วยว่า พนักงานบริษัทมากกว่าร้อยละ 90 เข้าถึงอีเมลผ่านโทรศัพท์ได้ และหนึ่งในสามของพนักงานดังกล่าวก็เปิดอีเมลผ่านโทรศัพท์มากกว่า 20 ครั้งต่อวัน เกือบสองในสามมักจะเช็คอีเมลเป็นครั้งสุดท้ายก่อนเข้านอน และเป็นสิ่งแรกที่กระทำเมื่อตื่นขึ้นในตอนเช้า ในขณะที่หนึ่งในสามตอบอีเมลช่วงกลางดึก

“More than 90 per cent of office workers have an email-enabled phone, with a third accessing them more than 20 times a day... Nearly two-thirds say they often check work emails just before they go to bed and as soon as they wake up, while over a third have replied to one in the middle of the night.”
(Daily mail, 2012)

จะเห็นได้ว่าเมื่อเวลาการทำงานโดยรวมขยายยาวนานขึ้น ลูกจ้างพนักงานก็จะมีเวลาเหลือสำหรับพักผ่อน หรือทำภารกิจส่วนตัว หรือศึกษาหาความรู้ตามที่ตนสนใจน้อยลง หรือในบางกรณีแทบไม่มีเวลาเหลือสำหรับทำอย่างอื่นนอกจากงานเลย

(3) ปัญหาปริมาณงานเพิ่มมากขึ้น

การที่นายทุนสังเกตเห็นแล้วว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้ได้อย่างแพร่หลายผ่านสมาร์ตโฟนนั้น สามารถสร้างผลประโยชน์กำไรและมูลค่าส่วนเกินให้ธุรกิจตนได้ เนื่องจากเป็นช่องทางที่ช่วยประชาสัมพันธ์ ประสานงาน หรือแม้แต่สร้างกำไรให้สินค้าและบริการของธุรกิจตนได้ จึงมีองค์กรและบริษัทจำนวนไม่น้อยที่แสดงความต้องการให้พนักงานของตนหาความรู้ และพัฒนาทักษะการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพิ่มเติม เช่น การเขียนบล็อก การตอบข้อความสนทนาทันที (im) หรือการเขียนโพสต์ Twitter และ Facebook เพื่อพนักงานจะได้มาช่วยส่งข้อความที่เป็นประโยชน์หรือส่งเสริมธุรกิจขององค์กร ซึ่งถือเป็นงานที่นอกเหนือจากงานประจำที่มีปริมาณมากอยู่แล้ว จึงส่งผลให้เกิดการไปเบียดบังเวลาส่วนตัวของพนักงานได้อีกเช่นกัน

“Web 2.0 technologies actually equated to a widening suite of additional work demands. On top of an already heavy email load, employees were attending rotating training sessions to learn how to navigate and contribute to staff wikis, digital content delivery services, and online data-processing software. Whether it was contributing to a work blog, answering Instant Messages, or carrying the Twitter feed for the corporation, workers were increasingly coerced into online participation...” (Gregg, 2013)

(4) ปัญหาการไม่สามารถแยกเรื่องงานออกจากบริบทชีวิตด้านอื่น ๆ

เมื่อบริบทการทำงานได้ก้าวล้ำเข้ามาในบริบทการใช้ชีวิตด้านอื่น ๆ ของลูกจ้างพนักงาน จนดูราวกับว่างานกลายเป็นส่วนที่ไม่สามารถแยกออกจากชีวิตลูกจ้างพนักงานไปเสียแล้วนั้น ก่อให้เกิดปัญหาที่ลูกจ้างพนักงานไม่ควรนิ่งนอนใจ เช่น การเสียสมดุลระหว่างงานกับชีวิตส่วนตัวและอาการเสพติดงาน โดยเฉพาะในกลุ่ม Generation Y

“...constantly struggle to find the balance...particular junior consultants, often feel that there is no such thing as “balance” in the face of understaffed projects and client’s interest in exploiting consultants as much as possible.” (Muhr et al., 2012)

แต่ลูกจ้างพนักงานยุคนี้ โดยเฉพาะกลุ่ม Generation Y ซึ่งเป็นกลุ่มกำลังแรงงานที่มีจำนวนเพิ่มมากยิ่งขึ้น กลับยอมรับตรรกะของนายทุนที่ว่า การมีสมดุลระหว่างการทำงานและชีวิตส่วนตัวคงเป็นไปได้ยากในยุคเศรษฐกิจไม่ดีเช่นนี้ เพราะบริษัทต่าง ๆ ย่อมมุ่งเน้นการทำงานที่สร้างผลประโยชน์ให้บริษัทอยู่รอดท่ามกลางสภาพเศรษฐกิจมากกว่าเรื่องของความสมดุลระหว่างการทำงานและการใช้ชีวิตของพนักงาน

“Gen Y thinks that the key challenges to establishing work-life harmony are workload, time, and a lack of support from senior management. During the current economic downturn, it is important to recognize that these challenges may prove to be even more difficult to surmount, as organisations shift their core emphases to issues of economic viability and survival.” (Islam et al., 2011)

การขาดสมดุลระหว่างการทำงานกับการใช้ชีวิตนี้ ส่งผลให้ลูกจ้างพนักงานเกิดพฤติกรรมหมกมุ่นไม่ยอมปล่อยวางเรื่องงาน จากกลุ่มตัวอย่างในประเทศสหรัฐอเมริกา นั้น ร้อยละ 61 เห็นด้วยว่าสมาร์ตเทคโนโลยีมาทำให้เส้นแบ่งระหว่างงานและชีวิตส่วนตัวของพวกเขาไม่ชัดเจน ร้อยละ 39 อดที่จะเปิดอ่านอีเมลเกี่ยวกับงานไม่ได้ทั้งที่เป็นวันหยุด และร้อยละ 31 ทำใจปิดอุปกรณ์สื่อสารในช่วงสุดสัปดาห์ไม่ได้ เนื่องจากอยู่ในพื้นที่ที่มีสัญญาณติดต่อได้อยู่ตลอดเวลา

“Almost two thirds (61 percent) agree technology is blurring the boundaries between social life and work, 39 percent can’t resist looking at work emails on holiday and just under one in three find it hard to switch off at weekends due to constant connectivity.” (Hays, 2013d)

ส่วนด้านประเทศในเอเชีย นั้น ยังไม่มีความหวังว่าจะสามารถเปลี่ยนวัฒนธรรมการทำงาน หามรุ่งหามค่ำให้บริษัท จนไม่มีเวลาใช้ชีวิตส่วนตัวได้เลย “Most developed countries will emphasize more on work life balance or work from home but Asia remains unchanged, where we will work late nights.” (PricewaterhouseCoopers, 2009) ดัง

ตัวอย่างในประเทศสิงคโปร์นั้น โดยเฉพาะพนักงานกลุ่ม Generation Y ทำงานเกินกว่าชั่วโมงการทำงาน ที่ระบุในสัญญาจ้างจนเป็นเรื่องปกติ

“The results showed that both Gen Y and the Other Generations are in agreement that Gen Y-ers work longer hours than what is typically stipulated in work contracts (usually 8 to 8.5 hours a day).” (Tzeun et al., 2009)

แม้จะได้รับมอบหมายให้ทำงานหนัก จนร่างกายเหนื่อยล้า และมีความตึงเครียดมากเพียงใด ลูกจ้างพนักงานส่วนใหญ่ก็พร้อมจะอดทนต่อภาวะการทำงานดังกล่าว โดยไม่คิดต่อต้านขัดขืน แต่จะหาทางออกให้ตนเองด้วยการเผื่อวันหยุดพักร้อน หรือวันเวลาที่ตนไม่ต้องทำงานหนักตรงหน้า รวมถึงการบำบัดความเครียดจากงาน โดยนำเงินเดือนที่ได้รับไปใช้จ่ายในสิ่งที่ทำให้ตนมีความสุข เช่น ไปท่องเที่ยว หรือไปนวดอโรมาฟอนคลาย

“Instead individuals seem to largely seek to develop strategies to maneuver and cope with, rather than directly challenge the intensification and extensification of work (e.g., Flemming & Spicer, 2004; Kärreman & Alvesson, 2009; Whittle, 2008)...by constructing escape attempts that allow them to fantasize a self and a life different to that experienced in the present...” instead of joining a trade union, people sought private solutions... a nice holiday or an aromatherapy.”” (Costas & Grey, 2012)

5) มูลเหตุของการยอมรับการถูกขูดรีดแรงงาน พบว่า

แม้การถูกขูดรีดมูลค่าส่วนเกินผ่านการมอบหมายงานหนัก จนไม่มีเวลาพักผ่อน สำหรับตนเองและครอบครัว ทั้งยังเกิดความเครียดจากงาน จนบางคนมีปัญหาสุขภาพ และมีอาการเสพติดงาน แต่ก็ไม่มีที่ทว่าลูกจ้างพนักงานจะเรียกร้องให้เกิดการเปลี่ยนแปลงใด ๆ เกี่ยวกับสภาพการทำงานที่ส่งผลเสียดังกล่าว โดยสาเหตุหลักที่วิเคราะห์ได้จากการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในบทที่สองนั้น เป็นเพราะ

(1) ยอมเพราะต้องการความสำเร็จ

ลูกจ้างพนักงานจำนวนไม่น้อยยอมให้งานล่วงล้ำเข้ามาในบริบทอื่นของชีวิตตน เนื่องจากรู้สึกว่างานคือเครื่องแสดงให้เห็นถึงความสำเร็จ นำไปสู่เงินทองและความพึงพอใจในชีวิต

“...this is a result of the sense of fulfillment and gratification many workers derive from their job, which makes them susceptible to letting professional duties spill into other times and spaces.” (Gregg, 2013)

หรือในบางกรณีลูกจ้างพนักงานก็เต็มใจทำงานแม้ว่าตัวจะไม่ได้อยู่ในออฟฟิศก็ตาม เพียงเพราะว่างานทำให้ตนรู้สึกดี มีความสำคัญ มีคุณค่าต่อทีมงาน และรู้สึกดีต่อตนเอง

“Even though you’ve got an ‘out of office’ on...it still can be a bit hard for people. Staying in touch therefore had the twin benefit of being “appreciated by the team and it makes me feel better.” (Gregg, 2013)

(2) ยอมเพราะกลัวการสูญเสีย

ความกลัวว่าจะสูญเสียรายได้ เสียตำแหน่งงานที่ทำอยู่ให้แก่ผู้ที่จบการศึกษาขึ้นมาใหม่ หรือกลัวว่าต้องกลายเป็นผู้ว่างงาน ซึ่งจะส่งผลให้ชีวิตของตนและครอบครัวเดือดร้อนเพราะขาดความมั่นคงทางการเงิน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ดำรงชีวิตอยู่อย่างสะดวกสบาย ความกังวลและกลัวต่าง ๆ ดังกล่าว จึงเป็นแรงผลักดันให้ลูกจ้างพนักงานไทยมีความอดทนอดกลั้นขยันทำงานที่ได้รับมอบหมายทุกรูปแบบและทุกเวลา เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่หัวหน้างานหรือนายจ้าง และเป็นการสร้างหลักประกันความมั่นคงในหน้าที่การงาน เพื่อรับมือกับสิ่งที่ตนกังวลนั่นเอง

“But income security – the fear of unemployment or under-employment – is more important. An undertow of anxiety about sickness, accident, or old age must support eagerness for work, and gratification may be based on the compulsion to relieve anxiety by working hard. Widespread unemployment, or fear of it, may even make an employee happily thankful for any job,

contented to be at any kind of work when all around there are many workless, worried people.” (Mills, 1951)

(3) แรงกดดันจากสังคมในที่ทำงาน

การทำงานในบริษัทยุคนี้ส่วนใหญ่จะต้องทำงานร่วมกัน หรือประสานงานกันเป็นทีม จึงมีแรงกดดันจากเพื่อนร่วมงาน ที่ทำให้พนักงานรู้สึกว่าจะจำเป็นต้องตอบอีเมลเรื่องงานในฉบับพลันทันที เนื่องจากเพื่อนร่วมงานนั้นรอข้อมูล หรือคำตอบเพื่อที่จะนำไปปฏิบัติงานต่อได้ “The perception that other co-workers might be waiting for responses and actions is a recurring reason employees give for logging in to read email outside the office.” (Gregg, 2013) หรือในบางกรณี พนักงานกลัวว่าเพื่อนร่วมงานจะมองว่าไม่มีความรับผิดชอบ ไม่ทุ่มเทให้งาน หรือไม่ขยันทำงานหากไม่รีบตอบอีเมล หรือรับโทรศัพท์เรื่องงาน ซึ่งเห็นได้จากกรณีตัวอย่างของพนักงานรายหนึ่งซึ่งทำงานที่บ้าน

“I think that if I’m working from home, unless I reply instantly, they’ll think that I’m baking a chocolate cake...Lisa uses email to perform her competence and diligence for those who are still in the office even though she is not, partly to overcome the perceptions others may have of working from home.” (Gregg, 2013)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

(4) สังคมกัมหน้ำ

กิจกรรมที่ผู้คนนิยมกัมหน้ำทำบนสมาร์โฟนนั้น ส่วนใหญ่คือการแชท การอัปโหลดภาพที่ตนถ่ายไว้ขึ้นแอปพลิเคชัน เช่น Instagram โพสต์ข้อความทาง Facebook และ Twitter หรือดูรายการทีวีที่พลาดชมไป เป็นต้น ลักษณะดังกล่าวจึงได้บ่มเพาะให้ผู้คนจำนวนมาก รวมทั้งลูกจ้าง พนักงานสมัยนี้มีนิสัยจดจ่ออยู่กับสิ่งที่เกิดขึ้นบนหน้าจอสี่เหลี่ยมตรงหน้าเท่านั้นอยู่แทบทั้งวัน จนมีวิสัยทัศน์ที่คับแคบ ไม่ได้ไตร่ตรองถึงสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิต ว่าตนกำลังทรมานจากความเครียดที่ต้องทำงานเสมือนไม่มีวันหยุด หรือถูกบริษัทขูดรีดใช้งานอย่างเอาเปรียบเกินไปหรือไม่ สมาร์โฟนในมือนั้นทำให้ปริมาณงานที่ต้องรับผิดชอบเพิ่มขึ้นหรือไม่

ด้วยเหตุผลหลัก 4 ประการข้างต้นนี้ จึงเป็นเหตุผลว่าเหตุใดลูกจ้างพนักงานจึงเพิกเฉย ไม่มีท่าทีต่อต้าน หรือเรียกร้องความเป็นธรรมเกี่ยวกับสภาพการทำงานอย่างหนักและเอาไรด์เอาเปรียบที่พวกตนเผชิญอยู่เลย

จากการวิเคราะห์ดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปประเด็น ที่นอกจากจะช่วยตอบคำถามการวิจัยได้เบื้องต้นแล้ว ยังเป็นประโยชน์ต่อการออกแบบสอบถาม ซึ่งจะนำไปใช้ในภาคสนามอีกด้วย ไม่ว่าจะเป็น ประเด็นพฤติกรรมการใช้สมาร์โฟนของลูกจ้างพนักงาน โดยเฉพาะในบริบทการทำงาน ประเด็นผลกระทบของสมาร์โฟนที่มีต่อวิถีชีวิตลูกจ้างพนักงาน ประเด็นการเชื่อมโยงพฤติกรรมการใช้สมาร์โฟนของลูกจ้างพนักงานกับรูปแบบการชู้ตรีดแรงงานที่อิงประโยชน์จากสมาร์โฟน รวมถึง ประเด็นมูลเหตุของการยอมรับสภาพการถูกชู้ตรีดแรงงานของลูกจ้างพนักงาน

3.2 การวิจัยภาคสนาม

การวิจัยภาคสนามครั้งนี้ ต้องการศึกษากฎการ ผลกระทบต่อวิถีชีวิต และท่าทีต่อผลอันสืบเนื่องจากการใช้สมาร์โฟนในบริบทการทำงานนอกเวลาของลูกจ้างพนักงาน เพื่อหาข้อสรุปในประเด็นการถูกชู้ตรีดแรงงานผ่านการใช้สมาร์โฟน ด้วยวิธีการออกแบบสอบถามกลุ่มวิจัย ที่เป็นลูกจ้างพนักงานในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้มีการใช้สมาร์โฟนเกี่ยวกับการทำงาน จำนวน 200 ตัวอย่าง

ในการนี้ผู้วิจัยได้เก็บและรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม แยกตามเพศ วัย สถานะสมรส การศึกษา สายงานอาชีพ ภาระทางเงิน ฯลฯ โดยออกเก็บข้อมูลระหว่าง 4 พ.ย. – 13 ธ.ค. พ.ศ. 2558 ในเขตกรุงเทพมหานครชั้นใน ซึ่งประมวลผลได้ดังนี้

3.2.1. การประมวลผลข้อมูลดิบ

1) ข้อมูลจำเพาะ

(1) เพศและอายุ

ในส่วนของ เพศ และอายุ ในงานวิจัยชิ้นนี้นั้น มีการคัดเลือกและสุ่มเลือกตัวอย่าง เพื่อ กำหนดให้ได้ตัวแทนเพศชายและเพศหญิง จำนวนกลุ่มละ 100 คนเท่า ๆ กัน ในกรณีของเพศ ทางเลือกนั้น มีการระดมมาในแบบสอบถามจำนวนน้อยมาก ผู้วิจัยจึงได้ตัดกลุ่มเพศทางเลือกออกใน ขั้นตอนการประมวลผลแบบสอบถาม สำหรับข้อมูลเรื่อง อายุ แบบสอบถามได้จัดแบ่งเป็น 3 ช่วงวัย ได้แก่

- กลุ่มวัยเจนเนอเรชั่น วาย (ช่วงอายุระหว่าง 15 – 34 ปี)
- กลุ่มวัยเจนเนอเรชั่น เอ็กซ์ (ช่วงอายุระหว่าง 35 – 50 ปี)
- กลุ่มวัยเบบี้บูม (อายุ 51 ปีขึ้นไป)

ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับช่วงเวลาพัฒนาการของเทคโนโลยีสมาร์ตโฟน แต่เนื่องจากมีผู้ตอบ แบบสอบถามที่มีอายุในวัยเบบี้บูม (อายุ 51 ปีขึ้นไป) นั้นมีจำนวนน้อยมาก ผู้วิจัยจึงได้สุ่มเลือกจำกัด เฉพาะกลุ่มวัยเจนเนอเรชั่นวายและกลุ่มวัยเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ เพียง 2 กลุ่ม กลุ่มละ 100 คน เท่า ๆ กัน อย่างไรก็ตาม เมื่อเปรียบเทียบผลจากการประมวลผลข้อมูลในส่วนของข้อมูลจำเพาะ เมื่อใช้เพศ กับช่วงวัยเป็นตัวแปรอิสระ พบว่าตัวแปรอิสระช่วงวัยนั้นจะบ่งชี้ความแตกต่างของกลุ่มวิจัยได้อย่าง ชัดเจนกว่าการใช้ตัวแปรอิสระเพศ

(2) สถานะสมรส จากการประมวลผลแบบสอบถาม 200 ตัวอย่าง พบว่า

ตารางที่ 3.1 แสดงสถานะสมรสของกลุ่มตัวอย่างแยกตามช่วงวัย

สถานะสมรส	โสด	สมรส	สมรส+บุตร	รวม
เจนวาย	92	7	1	100
เจนเอ็กซ์	63	19	18	100
รวม	155	26	19	200
คิดเป็นร้อยละ	77.50	13.00	9.50	100.00

เจนวาย เป็นโสด 92 คน แต่งงาน 8 คน มีบุตร 1 ราย

เจนเอ็กซ์ เป็นโสด 63 คน แต่งงาน 37 คน มีบุตร 18 ราย

รวมคิดเป็นแต่งงานและมีบุตรร้อยละ 9.50 แต่งงานร้อยละ 13.00 และเป็นโสดร้อยละ 77.50 ตามลำดับ

(3) ระดับการศึกษา พบว่า

ตารางที่ 3.2 แสดงวุฒิการศึกษาแยกตามช่วงวัย

การศึกษา	ก่อนปริญญาตรี	ปริญญาตรี	หลังปริญญาตรี	รวม
เจนวาย	2	73	25	100
เจนเอ็กซ์	5	54	41	100
รวม	7	127	66	200
คิดเป็นร้อยละ	3.50	33.00	63.50	100.00

เจนวาย มีการศึกษาระดับก่อน ปริญญาตรี 2 คน หลัง ปริญญาตรี 25 คน และปริญญาตรี 73 คน ตามลำดับ

เจนเอ็กซ์ มีการศึกษาระดับก่อน ปริญญาตรี 5 คน หลัง ปริญญาตรี 41 คน และปริญญาตรี 54 คน ตามลำดับ

รวมกลุ่มวิจัยทั้ง 200 คน มีระดับการศึกษา ก่อนปริญญาตรีอยู่ที่ร้อยละ 3.50 หลังปริญญาตรีร้อยละ 33.00 และปริญญาตรีร้อยละ 63.50 ตามลำดับ

(4) สายงานอาชีพปัจจุบัน พบว่า

ตารางที่ 3.3 สายงานอาชีพปัจจุบันแยกตามช่วงวัย

สายงาน...	ตลาด/..	บัญชี/..	เลข/..	บุคคล/..	ปรึกษา/	อื่น ๆ	รวม
เจนวาย	30	23	19	8	3	10	100
เจนเอ็กซ์	24	21	14	16	14	18	100
รวม	54	44	33	24	17	28	200
คิดเป็นร้อยละ	27.00	22.00	16.50	12.00	8.50	14.00	100

คำอธิบาย

ตลาด = การตลาด/โฆษณา/ประชาสัมพันธ์/ฝ่ายขาย

บัญชี = บัญชี/การเงิน/ฝ่ายจัดซื้อ

เลข = เลขานุการ/ธุรการ/เอกสาร-ข้อมูล-วิชาการ/ติดต่อราชการ

บุคคล = ฝ่ายบุคคล/กฎหมาย/ไอที

ปรึกษา = ที่ปรึกษาด้านต่าง ๆ /ฝ่ายวางแผนพัฒนา/ฝ่ายฝึกอบรม-สัมมนา

อื่น ๆ ได้แก่ ดีไซน์เนอร์ วิศวกร สถาปนิก นักวิจัย ฝ่ายผลิต-โรงงาน สื่อมวลชน นักแปลข่าว พนักงานด้านสาธารณสุข ธนาคาร ออร์แกนไนเซอร์ และ GB (ทำทุกหน้าที่/ฝ่ายสนับสนุน)

จากผลของการประมวล พบว่า กลุ่มวิจัยมีอาชีพอยู่ในกลุ่มสายงานที่ปรึกษาร้อยละ 8.50 สายงานอื่น ๆ ร้อยละ 12.00 ฝ่ายบุคคลร้อยละ 14.00 สายงานเลขาร้อยละ 16.50 ฝ่ายบัญชีร้อยละ 22.00 และฝ่ายการตลาดร้อยละ 27.00% ตามลำดับ

(5) อายุงานปัจจุบันและรายได้ต่อเดือน

ตารางที่ 3.4 อายุงานปัจจุบันและรายได้ต่อเดือนแยกตามช่วงวัย

	อายุงานปัจจุบัน			รวม
	<3 ปี	<8 ปี	>8 ปี	
*เจนวาย	53	35	12	100
**เจนเอ็กซ์	-	19	81	100
รวม	53	54	93	200
ร้อยละ	26.50	27.00	46.50	100.00

จากผลการประมวล พบว่า กลุ่มวิจัยที่มีอายุงานปัจจุบัน มากกว่า 8 ปีอยู่ที่ร้อยละ 26.50 น้อยกว่า 8 ปีร้อยละ 27.00 และน้อยกว่า 3ปีร้อยละ 46.50 ตามลำดับ โดยที่

*กลุ่มเจนวายมีอายุงานระหว่าง 1 – 12 ปี

* ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.1 ปี *ฐานนิยม คือ 1ปี, 2 ปี (19 ราย, 19 ราย)

**กลุ่มเจนเอ็กซ์มีอายุงานระหว่าง 5 – 30 ปี

**ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 12.8 ปี **ฐานนิยม คือ 10 ปี (23 ราย)

ตารางที่ 3.5 รายได้ต่อเดือนแยกตามช่วงวัย

	รายได้ต่อเดือน			รวม
	< 3หมื่นบาท	<5หมื่นบาท	>5หมื่นบาท	
*เงินวาย	69	17	14	100
**เงินเอ็กซ์	48	29	23	100
รวม	117	46	37	200
คิดเป็นร้อยละ	58.50	23.00	18.50	100.00

ส่วนรายได้ต่อเดือน พบว่า กลุ่มวิจัย ที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 5หมื่นบาทคิดเป็นร้อยละ 18.50 น้อยกว่า5หมื่นบาทร้อยละ 23.00 และน้อยกว่า3หมื่นบาทร้อยละ58.50 ตามลำดับ โดยที่

*กลุ่มเงินวายมีรายได้ต่อเดือน ระหว่าง 12,000 – 70,000 บาท

*ค่าเฉลี่ย อยู่ที่ 29,460 บาท/เดือน *ฐานนิยม คือ 20,000 บาท (14 ราย)

**กลุ่มเงินเอ็กซ์มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 15,000 – 70,000 บาท

**ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 38,530 บาท/เดือน **ฐานนิยม คือ 50,000 บาท (18 ราย)

(6) ภาระทางการเงิน

ตารางที่ 3.6 ภาระทางการเงินแยกตามช่วงวัย

ภาระ	ผ่อนบ้าน	ผ่อนรถ	ผ่อนมือถือ	ค่าเรียน	ดูแล..	อื่น ๆ
เจนวาย	23	23	12	16	18	2
เจนเอ็กซ์	36	28	11	18	13	1
รวม	59	51	23	34	31	3
คิดเป็นร้อยละ	29.50	25.50	11.50	17.00	15.50	1.50

คำอธิบาย

ค่าเรียน = ส่วนของตนเอง 24 ราย ของบุตร 10 ราย

ดูแล... = ดูแลพ่อแม่/ เครือญาติ

อื่น ๆ ได้แก่ บัตรเครดิต ค่าเช่าบ้าน

ผลจากการประมวล พบว่ากลุ่มวิจัยมีภาระทางการเงินเรื่องภาระอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 1.50 ผ่อนมือถือร้อยละ 11.50 ดูแลพ่อแม่/เครือญาติร้อยละ 15.50 ค่าเล่าเรียนทั้งในส่วนของตนเองและบุตรหลานร้อยละ 17.00 ผ่อนรถร้อยละ 25.50 และผ่อนบ้านร้อยละ 29.50 ตามลำดับ

ข้อสังเกต ภาระการผ่อนบ้านของเจนวาย:เจนเอ็กซ์มีสัดส่วนเป็น 2 : 3

ภาระการผ่อนรถของเจนวาย:เจนเอ็กซ์มีสัดส่วนเป็น 3 : 4

ภาระการดูแลพ่อแม่/เครือญาติของเจนวาย:เจนเอ็กซ์มีสัดส่วนเป็น 3 : 2

2) ข้อมูลการใช้สมาร์ทโฟนในบริษัทการทำงาน

(1) ระยะเวลาที่เริ่มใช้สมาร์ทโฟน

ตารางที่ 3.7 ระยะเวลาที่เริ่มใช้สมาร์ทโฟนแยกตามช่วงวัย

เริ่มใช้สมาร์ทโฟน	<1 ปี	<3 ปี	>3 ปี	รวม
เจนวาย	1	14	85	100
เจนเอ็กซ์	1	14	85	100
รวม	2	28	170	200
คิดเป็นร้อยละ	1.00	14.00	85.00	100.00

ผลจากการประมวล พบว่า กลุ่มวิจัยเริ่มใช้สมาร์ทโฟนไม่เกิน 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 1.00 ไม่เกิน 3 ปี ร้อยละ 14.00 และนานเกินกว่า 3 ปี ร้อยละ 85.00 ตามลำดับ สอดคล้องใกล้เคียงกันในทุกกลุ่มตัวแปรอิสระ

(2) ยี่ห้อและรุ่นของสมาร์ทโฟนที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน

ตารางที่ 3.8 ยี่ห้อและรุ่นของสมาร์ทโฟนที่ใช้อยู่แยกตามช่วงวัย

ยี่ห้อ	ไอโฟน	ซัมซุง	อื่น ๆ	รวม
เจนวาย	69	24	7	100
เจนเอ็กซ์	54	31	15	100
รวม	123	55	22	200
คิดเป็นร้อยละ	61.50	27.50	11.00	100.00

ข้อมูลเพิ่มเติม อื่น ๆ ได้แก่ Sony, LG, Huawei, Oppo, Asus, Lenovo, Nokia, Vivo, Acer

และ I-mobile

ผลจากการประมวล พบว่า กลุ่มวิจัยใช้สมาร์ทโฟนยี่ห้ออื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 11.00

Samsung ร้อยละ 27.50 และ iPhone ร้อยละ 61.50 ตามลำดับ สอดคล้องใกล้เคียงกันในทุกกลุ่มตัวแปรอิสระ

(3) ราคาและการได้มาซึ่งสมาร์ทโฟน

ตารางที่ 3.9 ราคาเครื่องและผู้ซื้อแยกตามช่วงวัย

ราคา	<1 หมื่นบาท	<2 หมื่นบาท	>2 หมื่นบาท	รวม	ซื้อเอง	อื่น ๆ	รวม
เจนวาย	8	14	78	100	97	3	100
เจนเอ็กซ์	18	20	62	100	97	3	100
รวม	26	34	140	200	194	6	200
คิดเป็นร้อยละ	13.00	17.00	70.00	100.00	97.00	3.00	100.00

ผลจากการประมวล พบว่า กลุ่มวิจัยซื้อสมาร์ทโฟนในราคาไม่เกิน 1หมื่นบาทคิดเป็นร้อยละ 13.00 ไม่เกิน 2หมื่นบาทร้อยละ17.00 และเกินกว่า 2หมื่นบาทร้อยละ 70.00 ตามลำดับ สอดคล้องใกล้เคียงกันในทุกกลุ่มตัวแปรอิสระ และออกเงินซื้อเองร้อยละ 97.00 มีเพียงร้อยละ 3.00 ที่บริษัทมีส่วนและหรือจัดหาให้ และ

*ราคาสมาร์ทโฟนอยู่ระหว่าง 3,000-38,000 บาท * ค่าเฉลี่ยราคาอยู่ที่ 21,296 บาท/เครื่อง

*ฐานนิยม คือ 23,000 & 25,000 บาท (iPhone 5 /5 s)

ข้อมูลเพิ่มเติม เจนวาย ค่าเฉลี่ย/เครื่องอยู่ที่ 22,312 บาท

เจนเอ็กซ์ ค่าเฉลี่ย/เครื่องอยู่ที่ 20,280 บาท

ประมาณ 3 ใน 4 ของกลุ่มเจนวาย ซื้อสมาร์ทโฟนที่มีราคาสูงกว่า สองหมื่นบาท

(4) ค่าใช้จ่ายรายเดือนและผู้จ่าย

ตารางที่ 3.10 ค่าบริการสมาร์ทโฟนรายเดือนและผู้จ่ายแยกตามช่วงวัย

ค่าบริการ	<500 บาท	<800 บาท	>800 บาท	รวม	จ่ายเอง	อื่น ๆ	รวม
เจนวาย	36	33	31	100	88	12	100
เจนเอ็กซ์	28	29	43	100	84	16	100
รวม	64	62	74	200	172	28	200
คิดเป็นร้อยละ	32.00	31.00	37.00	100.00	86.00	14.00	100.00

ผลจากการประมวล พบว่า กลุ่มวิจัยจ่ายค่าโทรศัพท์ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 100 – 2,500 บาท โดยส่วนที่น้อยกว่า 800 บาทคิดเป็นร้อยละ 31.00 น้อยกว่า 500 บาทร้อยละ 32.00 และมากกว่า 800 บาทร้อยละ 37.00 ตามลำดับ และค่าใช้จ่ายข้างต้นกลุ่มวิจัยจ่ายเองทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ 86.00 มีเพียงร้อยละ 14.00 เท่านั้นที่บริษัทจ่ายตามจริงหรือ 600 บาท หรือจ่ายเพียงบางส่วนระหว่างร้อยละ 20-50

*ค่าใช้จ่ายรายเดือนอยู่ระหว่าง 100-2,500 บาท *ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 784.40 บาท/เดือน

*ฐานนิยม คือ 500 บาท (24 ราย)

(5) ความถี่ของการใช้สมาร์ทโฟนในบริบทของการทำงาน

ตารางที่ 3.11 ความถี่ของการใช้สมาร์ทโฟนกับการทำงานให้บริษัทแยกตามช่วงวัย

ความถี่	ประจำ	บ่อยครั้ง	ครั้งคราว	น้อยครั้ง	ไม่เคย	รวม
เจนวาย	48	17	24	9	2	100
เจนเอ็กซ์	59	18	18	5	-	100
รวม	107	35	42	14	2	200
คิดเป็นร้อยละ	53.50	17.50	21.00	7.00	1.00	100.00

ผลจากการประมวล พบว่า กลุ่มวิจัยมีการใช้สมาร์ทโฟนเกี่ยวเนื่องกับการทำงานให้บริษัท ส่วนที่ไม่เคยเลยคิดเป็นร้อยละ 1.00 น้อยครั้งร้อยละ 7.00 บ่อยครั้งร้อยละ 17.50 เป็นครั้งคราวร้อยละ 21.00 และเป็นประจำร้อยละ 53.50 ตามลำดับ สอดคล้องใกล้เคียงกันในทุกกลุ่มตัวแปร

(6) ผลกระทบจากการใช้สมาร์ทโฟน

ตารางที่ 3.12.1 ผลกระทบต่อชีวิตการทำงานจากการใช้สมาร์ทโฟนแยกตามช่วงวัย (1/2)

ผลกระทบ	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
เจนวาย	94	90	67	35	31	16	50
เจนเอ็กซ์	92	82	75	39	36	18	45
รวม	186	172	142	74	67	34	95
คิดเป็นร้อยละ	93.00	86.00	71.00	37.00	33.50	17.00	42.50

ตารางที่ 3.12.2 ผลกระทบต่อชีวิตการทำงานจากการใช้สมาร์ทโฟนแยกตามช่วงวัย (2/2)

ผลกระทบ	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)
เจนวาย	50	20	35	24	30	32	23
เจนเอ็กซ์	45	18	38	26	17	33	22
รวม	95	38	73	50	47	65	45
คิดเป็นร้อยละ	42.50	19.00	36.50	25.00	23.50	32.50	22.50

คำอธิบาย

ผลกระทบ = ผลกระทบต่อชีวิตการทำงานที่เกิดจากการใช้สมาร์ทโฟน

- (1) = ช่วยให้ติดต่อและแชร์ข้อมูลเรื่องงานกับเพื่อนร่วมงานได้สะดวกรวดเร็ว
- (2) = ช่วยให้มีความพร้อมทำงานได้ทุกที่ ทุกเวลา
- (3) = มีส่วนช่วยให้ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานสนิทสนมเป็นกันเองมากขึ้น
- (4) = ช่วยอำนวยความสะดวกให้ทุ่มเททำงานให้บริษัทได้เต็มที่
- (5) = ทำให้งานเข้าถึงตัวได้ตลอดเวลา แสดงว่าเป็นคนเก่งและสำคัญของบริษัท
- (6) = เปิดโอกาสให้ก้าวหน้าในหน้าที่การงาน
- (7) = ทำให้มีนิสัยคอยเช็คอีเมลหรือข้อความเรื่องงานทุกครั้งที่มีโอกาส
- (8) = ทำให้กังวลและหยุดคิดเรื่องงานไม่ได้
- (9) = ทำให้เส้นคั่นระหว่างงานและชีวิตส่วนตัวไม่ชัดเจน
- (10) = ทำให้ชั่วโมงการทำงานยาวนานขึ้น ปริมาณงานมากขึ้น แต่เงินเดือนเท่าเดิม

- (11) = ทำให้ต้องเตรียมพร้อมที่จะทำงานอยู่ตลอด จนมีเวลาทำกิจส่วนตัวน้อยลง
- (12) = ทำให้คอยจดจ่ออยู่กับงานหรือกิจกรรมบนหน้าจอมาร์ทโฟน จนไม่ได้ใส่ใจหรือพิจารณาสิ่งที่เกิดขึ้นรอบตัว
- (13) = ทำให้เครียด เพราะไม่รู้ว่าจะถูกตามตัวให้ทำงานที่ไหน และเมื่อใด

ผลจากการประมวล พบว่า ผลกระทบด้านบวกหรือที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงาน ได้แก่ ช่วยให้ติดต่อและแชร์ข้อมูลเรื่องงานกับเพื่อนร่วมงานได้สะดวกรวดเร็ว คิดเป็นร้อยละ 93 ช่วยให้มีความพร้อมทำงานได้ทุกที่ ทุกเวลาร้อยละ 86 และมีส่วนช่วยให้ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานสนิทสนมเป็นกันเองมากขึ้นร้อยละ 71 ตามลำดับ นับเป็นผลกระทบ 3 อันดับแรก

อันดับที่ 4 ทำให้มีนิสัยคอยเช็คอีเมลหรือข้อความเรื่องงานทุกครั้งที่มีโอกาส อยู่ที่ร้อยละ 42.50

อันดับที่ 5 ช่วยอำนวยความสะดวกให้ทุ่มเททำงานให้บริษัทได้เต็มที่ ร้อยละ 37.00

อันดับที่ 6 ทำให้เส้นคั่นระหว่างงานและชีวิตส่วนตัวไม่ชัดเจนร้อยละ 36.50 ถือเป็นผลกระทบแง่ลบที่มีเปอร์เซ็นต์สูงสุด

อันดับที่ 7 ทำให้งานเข้าถึงตัวได้ตลอดเวลา แสดงว่าเป็นคนเก่งและสำคัญของบริษัทร้อยละ 33.50

อันดับที่ 8 ทำให้คอยจดจ่ออยู่กับงานหรือกิจกรรมบนหน้าจอมาร์ทโฟน จนไม่ได้ใส่ใจหรือพิจารณาสิ่งที่เกิดขึ้นรอบตัวร้อยละ 32.50

อันดับที่ 9 ทำให้ชั่วโมงการทำงานยาวนานขึ้น ปริมาณงานมากขึ้น แต่เงินเดือนเท่าเดิมร้อยละ 25.00

อันดับที่ 10 ทำให้ต้องเตรียมพร้อมที่จะทำงานอยู่ตลอด จนมีเวลาทำกิจส่วนตัวน้อยลงร้อยละ 23.50

อันดับที่ 11 ทำให้เครียด เพราะไม่รู้ว่าจะถูกตามตัวให้ทำงานที่ไหนและเมื่อใดร้อยละ 22.50

อันดับที่ 12 ทำให้กังวลและหยุดคิดเรื่องงานไม่ได้ร้อยละ 19.00

อันดับสุดท้าย เปิดโอกาสให้ก้าวหน้าในหน้าที่การงานร้อยละ 17.00

ทั้งนี้อันดับผลกระทบของการใช้สมาร์ทโฟนลดหลั่นสอดคล้องตรงกันในทุกกลุ่มตัวแปร

ข้อมูลเพิ่มเติม มีความเห็นว่า “ช่วยในการแก้ไขปัญหาฉุกเฉินในเรื่องงานได้” “เวลาส่วนตัวน้อยไป ถ้านำสมาร์ทโฟนมาใช้ร่วมกับการทำงาน ไม่มีความเป็นส่วนตัว” และ”หมดเวลากับเรื่องไร้สาระเยอะเกินไป”

จากการประมวลข้อมูลข้างต้น จะเห็นได้ว่าผลกระทบจากการใช้สมาร์ทโฟนที่มีต่อชีวิตการทำงาน 5 อันดับแรกนั้นล้วนมีส่วนเพิ่มผลผลิตภาพให้การทำงานทั้งสิ้น ในขณะที่ผลกระทบ 5 อันดับท้ายนั้น ส่วนใหญ่เป็นผลกระทบที่เป็นโทษต่อสุขภาพและคุณภาพชีวิตของลูกจ้างพนักงาน มีเพียงอันดับสุดท้ายที่เป็นคุณต่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงานของตัวลูกจ้างพนักงาน

3) พฤติกรรมและท่าทีต่อการใช้สมาร์ทโฟนกับการทำงานนอกเวลางาน

(1) มีการใช้สมาร์ทโฟนในเรื่องใดบ้าง

ตารางที่ 3.13 การใช้สมาร์ทโฟนนอกเวลางานแยกตามช่วงวัย

ใช้ในกรณี	ไม่เคยใช้	โทรศัพท์	อีเมล	แชร์-แชต	อินเทอร์เน็ต
เจนวาย	5	74	76	77	63
เจนเอ็กซ์	6	78	58	77	59
รวม	11	152	134	154	122
คิดเป็นร้อยละ	5.50	76.00	67.00	77.00	61.00

คำอธิบาย

ไม่เคยใช้ = ไม่เคยต้องใช้สมาร์ทโฟนไปกับการทำงานนอกเวลางาน และหรือในวันหยุด

โทรศัพท์ = เคยใช้โทรศัพท์พูดคุยเรื่องงาน

อีเมล = เคยรับ-ส่งหรือเช็คอีเมลเรื่องงาน

แชต-แชต = เคยแชตข้อมูล หรือแชตถามไถ่ หรือเกี่ยวกับเรื่องงานผ่านแอปพลิเคชันต่าง ๆ

อินเทอร์เน็ต = เคยใช้อินเทอร์เน็ตหาข้อมูลที่เป็นต้องใช้เกี่ยวกับเรื่องงาน

ผลจากการประมวล พบว่า กลุ่มวิจัยใช้สมาร์ทโฟนเพื่อแชต-แชตข้อมูลเกือบเท่ากับใช้เพื่อโทรศัพท์ คืออยู่ที่ร้อยละ 77.00 และร้อยละ 76.00 ตามลำดับ ส่วนการใช้รับ-ส่งอีเมล และใช้ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อหาข้อมูลจำเป็นที่ต้องใช้เกี่ยวกับการทำงาน อยู่ที่ร้อยละ 67.00 และร้อยละ 61.00 ตามลำดับ มีเพียงร้อยละ 5.50 เท่านั้นที่ไม่เคยใช้สมาร์ทโฟนไปกับการทำงานนอกเวลางาน

(2) พฤติกรรมและท่าทีต่อการรับหรือปฏิเสธการติดต่องานผ่านสมาร์ทโฟนนอกเวลางาน

ตารางที่ 3.14 เหตุผลของการรับสายติดต่อเรื่องงานนอกเวลางานแยกช่วงวัย

รับเพราะ	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	*อื่น ๆ
เจนวนาย	53	49	34	19	7	-
เจนเอ็กซ์	53	64	46	13	6	3
รวม	106	113	80	32	13	3
คิดเป็นร้อยละ	53.00	56.50	40.00	16.00	6.50	1.50

โดย

- (1) = คิดว่าเป็นกรณีเร่งด่วน หรือมีความจำเป็นจริง ๆ
- (2) = เปิดสมาร์ทโฟนและอินเทอร์เน็ตให้ติดต่อดีตลอดเวลาอยู่แล้ว
- (3) = ถือเป็นหน้าที่ตามปกติ
- (4) = แสดงถึงความทุ่มเท รับผิดชอบงาน
- (5) = หวังจะได้รับความก้าวหน้าด้านการทำงานและการเงิน

***อื่น ๆ ...** จะเลือกรับเฉพาะบางคนที่คุณคิดว่าน่าจะเป็นเรื่องด่วนเท่านั้น” “ขึ้นกับว่าใครโทรมา” “พอเดาได้ว่าธุระอะไร” “ถ้าไม่สะดวกก็ไม่รับ” “รับเพราะอาจจะมีเรื่องสำคัญที่เพื่อนร่วมงานต้องการความช่วยเหลือ”

ผลจากการประมวลข้อมูล พบว่า เหตุผลที่รับสายนอกเวลางานเพราะ **เหตุผลอื่น ๆ** คิดเป็นร้อยละ 1.50 **หวังจะได้รับความก้าวหน้าด้านการทำงานและการเงิน** คิดเป็นร้อยละ 6.50 **แสดงถึงความทุ่มเทรับผิดชอบงาน** คิดเป็นร้อยละ 16.00 **ถือเป็นหน้าที่ตามปกติ** คิดเป็นร้อยละ 40.00 **คิดว่าเป็นกรณีเร่งด่วนหรือมีความจำเป็นจริง ๆ** คิดเป็นร้อยละ 53.00 และเปิดเครื่องให้ติดต่อดีตลอดเวลาอยู่แล้วคิดเป็นร้อยละ 56.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 3.15 เหตุผลที่จำใจรับ/ไม่รับสายการติดต่องานนอกเวลางานแยกช่วงวัย

จำใจรับ /ไม่รับ	จำใจรับ เพราะ...					ไม่รับ เพราะ...		
	(1)	(2)	(3)	(4)	*อื่น ๆ	(5)	(6)	** อื่น ๆ
เจนวาย	11	11	7	-	2	5	2	-
เจนเอ็กซ์	7	5	3	2	3	6	4	5
รวม	18	16	10	2	5	11	6	5
คิดเป็นร้อยละ	9.00	8.00	5.00	1.00	2.50	5.50	3.00	2.50

คำอธิบาย

- (1) = กลัวจะถูกหัวหน้าและเพื่อนร่วมงานมองว่าไม่ให้ความร่วมมือ
- (2) = เกรงใจ ไม่กล้าปฏิเสธ
- (3) = อาจหมายถึงความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน
- (4) = มีภาระครอบครัว หรือภาระทางการเงินที่ไม่อาจเสี่ยงต่อการถูกให้ออกจากงานได้

*อื่น ๆ ...อยากรู้มากกว่าว่าเป็นเรื่องอะไร ไม่มีคนอื่นให้ข้อมูลได้

**อื่น ๆ ...ยังไงก็ไม่ให้ติดต่อได้ เวลาพักผ่อน-ใช้เวลาดูงานเต็มที่ จ-ศ แล้วทุกคนต้องพัก แต่ยกเว้นกรณีจำเป็น

- (5) = ถือเป็นเวลาส่วนตัว หรือเวลาของครอบครัว บริษัทไม่มีสิทธิ์เข้ามาเบียดบัง
- (6) = เกรงว่าหากยอมรับครั้งหนึ่งแล้ว ก็จะมีมาอีกเรื่อย ๆ ไม่จบสิ้น

ผลจากการประมวลข้อมูล พบว่า เหตุผลที่ทำให้กลุ่มวิจัยอยู่ในภาวะจำใจรับคือ การมีภาระครอบครัวหรือภาระทางการเงินที่ไม่อาจเสี่ยงต่อการถูกให้ออกจากงานได้คิดเป็นร้อยละ 1.00 เหตุผลอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ2.50 การไม่รับอาจส่งผลกระทบต่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงานคิดเป็นร้อยละ5.00 เกรงใจไม่กล้าปฏิเสธคิดเป็นร้อยละ8.00 และกลัวจะถูกหัวหน้าและเพื่อนร่วมงานมองว่าไม่ให้ความร่วมมือคิดเป็นร้อยละ9.00 ตามลำดับ

ในส่วนของผู้ที่ไม่รับสายจะอ้างว่าเป็นเวลาส่วนตัวหรือเวลาของครอบครัว บริษัทไม่มีสิทธิ์เข้ามาเบียดบัง คิดเป็นร้อยละ5.50 เกรงว่าหากยอมรับครั้งหนึ่งแล้วก็จะมีอีกเรื่อย ๆ ไม่จบสิ้นคิดเป็นร้อยละ3.00 และเหตุผลอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ2.50 ตามลำดับ

(3) พฤติกรรมและท่าทีต่อสิทธิพึงได้จากการทำงานนอกเวลางานผ่านการใช้ สมาร์ตโฟน

ตารางที่ 3.16 เหตุผลของการไม่เบิกค่าล่วงเวลาแยกช่วงวัย

ไม่เบิกเพราะ	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	*อื่น ๆ
เจนนาย	37	10	13	3	4	3
เจนเอ็กซ์	44	12	9	1	3	3
รวม	81	22	22	4	7	6
คิดเป็นร้อยละ	40.50	11.00	11.00	2.00	3.50	3.00

โดย

(1) = ถือเป็นหน้าที่ที่ต้องทำอยู่แล้ว

- (2) = ได้รับการบอกกล่าวว่า ที่บริษัทไม่มี OT หรือเงินเดือนมากกว่า15,000บาทไม่มีสิทธิ์เบิก OT
- (3) = เพื่อนร่วมงานไม่มีใครเบิกกัน
- (4) = บริษัทชดเชยให้แบบจัดเลี้ยงสังสรรค์หรือพาไปเที่ยว
- (5) = ไม่รับสายเรื่องงานนอกเวลางานและหรือในวันหยุดอย่างเด็ดขาด

*อื่น ๆ ...”บริษัทไม่มีนโยบายจ่าย” “ถ้าเป็นไปได้ ไม่อยากรับงานในวันหยุด เนื่องจากอยากทุ่มเทเวลาให้กับ ครอบครัว” “มีการเหมาจ่ายค่าโอทีในแต่ละเดือนอยู่แล้ว” “เป็นเรื่องเล็ก ๆ น้อย ๆ ที่นาน ๆ มาที” “นิดหน่อย จีบ ๆ ” “บริษัทไม่มีนโยบายให้งานมาทำที่บ้าน”

ผลจากการประมวล พบว่า เหตุผลที่กลุ่มวิจัยไม่คิดจะเบิกค่าล่วงเวลาเพราะ **บริษัทชดเชยให้ด้วยการจัดเลี้ยงสังสรรค์หรือพาไปเที่ยว**คิดเป็นร้อยละ2.00 เหตุผลอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ3.00 **ไม่รับสายนอกเวลางานเด็ดขาด**คิดเป็นร้อยละ3.50 **ได้รับการบอกกล่าวว่าที่บริษัทไม่มีOTหรือเงินเดือนมากกว่า 15,000 บาทไม่มีสิทธิ์เบิก**คิดเป็นร้อยละ11.00 **เพื่อนร่วมงานไม่มีใครเบิกกัน**คิดเป็นร้อยละ11.00 และ**ถือเป็นหน้าที่ที่ต้องทำอยู่แล้ว**คิดเป็นร้อยละ 40.50 ตามลำดับ

ข้อสังเกตเพิ่มเติม มีการกล่าวถึง “**จิตสำนึกในหน้าที่**” เป็นเหตุผลของการยอมรับการติดต่อกนอกเวลางานและการไม่เบิกค่าล่วงเวลา คิดเป็นเปอร์เซ็นต์ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 40 หรือคิดเป็นสัดส่วน

ตารางที่ 3.17 เหตุผลที่จำใจไม่เบิกและเบิกค่าล่วงเวลาแยกช่วงวัย

จำใจไม่เบิก /เบิก	จำใจไม่เบิกเพราะ			เบิกเพราะ.
	(1)	(2)	(3)	(4)
เจนวาย	10	5	4	30
เจนเอ็กซ์	6	8	2	20
รวม	16	13	6	50
คิดเป็นร้อยละ	8.00	6.50	1.50	25.00

- โดย (1) = กลัวจะถูกหาว่าคิดเล็กคิดน้อยไม่มีน้ำใจช่วยบริษัท
 (2) = ไม่แน่ใจว่าเบิกไปแล้วจะได้หรือเปล่า
 (3) = กลัวถูกบริษัทเพ่งเล็ง และจะส่งผลต่อการได้โบนัสหรือขึ้นเงินเดือน
 (4) = ถือเป็นสิทธิ์โดยชอบ

ผลจากการประมวล พบว่า กลุ่มวิจัยให้เหตุผลที่จำใจไม่เบิกเพราะ กลัวถูกเพ่งเล็งและจะส่งผลต่อการได้โบนัสหรือขึ้นเงินเดือนคิดเป็นร้อยละ 1.50 ไม่แน่ใจว่าเบิกไปแล้วจะได้หรือเปล่าคิดเป็นร้อยละ 6.50 และกลัวจะถูกหาว่าคิดเล็กคิดน้อยไม่มีน้ำใจช่วยบริษัทคิดเป็นร้อยละ 8.00 ตามลำดับ

ส่วนกลุ่มวิจัย จำนวนร้อยละ 25.00 จะเบิกค่าล่วงเวลาเพราะถือเป็นสิทธิ์โดยชอบ

ข้อสังเกตเพิ่มเติม มีกลุ่มวิจัยจำนวนร้อยละ 75.00 ที่ไม่คิดจะเบิกค่าล่วงเวลา และส่วนที่จำใจไม่เบิกนั้นมีจำนวนน้อย กล่าวคือ มีเพียงร้อยละ 9.00 หมายความว่า มีกลุ่มวิจัยที่ไม่คิดจะเบิกค่าล่วงเวลาด้วยความสมัครใจอยู่ถึงร้อยละ 66.00

ในภาพรวม ผลของการประมวลข้อมูล ชี้ว่า คำตอบของช่วงวัยเจนวายและช่วงวัยเจนเอ็กซ์ ล้วนมีแนวโน้มไปในทิศทางเดียวกัน ในแทบทุกประเด็นคำถามของแบบสอบถาม (มีค่าต่างกัน ระหว่างร้อยละ 0 ถึงร้อยละ 9) ยกเว้น

ประเด็นการเบิกค่าล่วงเวลาตามสิทธิ์ การต้องเตรียมพร้อมรับงานจนเวลาทำกิจของตน น้อยลง การใช้สมาร์ทโฟนยี่ห้อ iPhone การใช้เครื่องสมาร์ทโฟนราคาแพงกว่า2หมื่นบาท และการใช้สมาร์ทโฟนในการรับส่งอีเมล กลุ่มเจนวายจะมีจำนวนมากกว่าระหว่าง ร้อยละ 10 ถึง ร้อยละ 18

ส่วนประเด็นการอ้างว่าเปิดเครื่องสมาร์ทโฟนอยู่แล้ว ประเด็นภาระการผ่อนบ้าน กลุ่มเจนเอ็กซ์จะมีจำนวนมากกว่่า คืออยู่ระหว่างร้อยละ 13 ถึง ร้อยละ 15

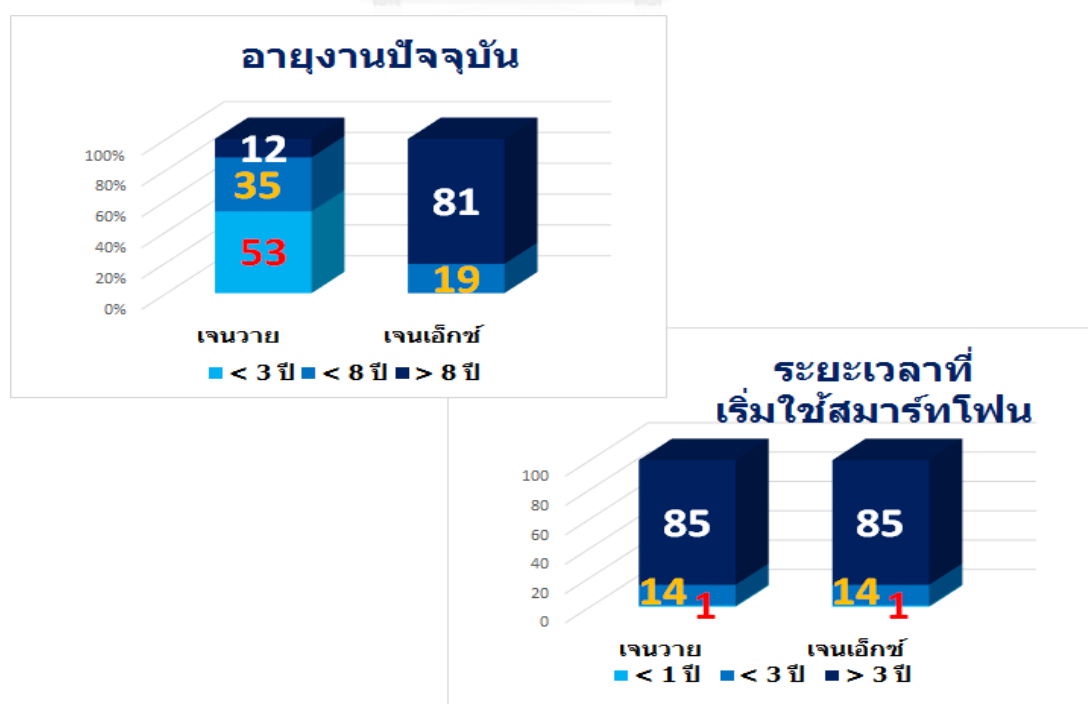
3.2.2 การวิเคราะห์ผล

1) พฤติกรรมการบริโภคเทคโนโลยีสมาร์ทโฟนของกลุ่มวิจัย

(1) กลุ่มวิจัยกับการเปิดรับและการเข้าถึงเทคโนโลยีสมาร์ทโฟน

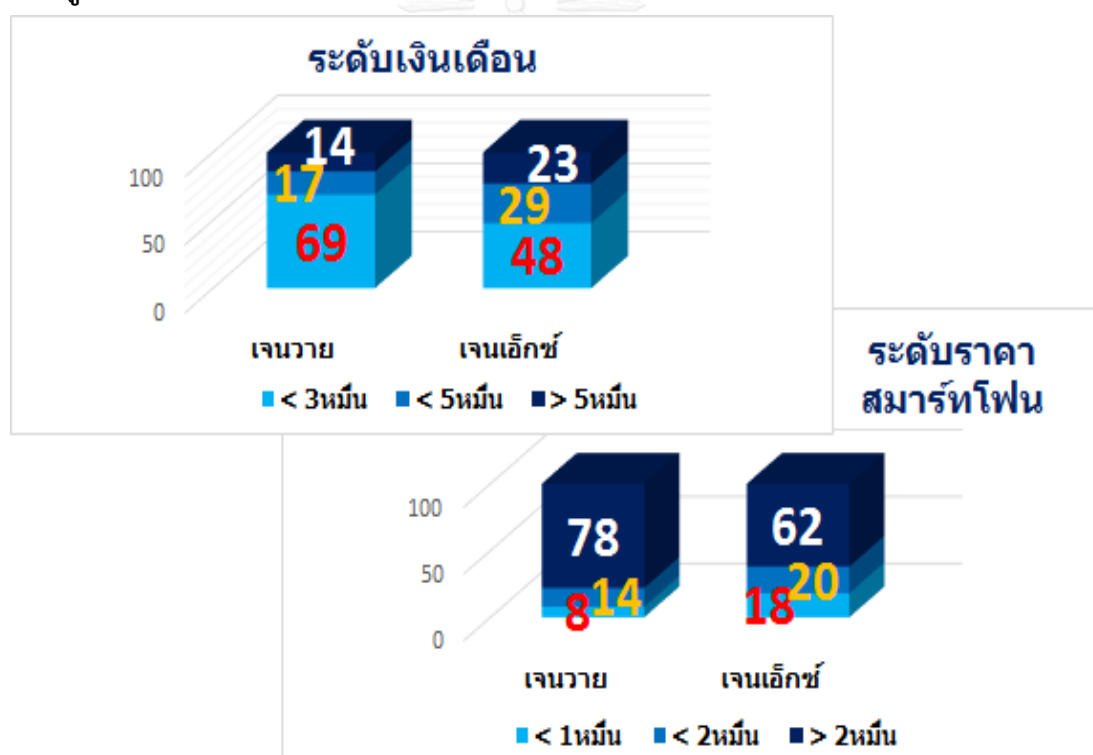
[1] การเปิดรับและเข้าถึงเทคโนโลยีสมาร์ทโฟนอย่างรวดเร็วและแพร่หลาย

แผนภูมิที่ 3.1 เปรียบเทียบอายุงานกับระยะเวลาที่เริ่มใช้สมาร์ทโฟนของกลุ่มวิจัย



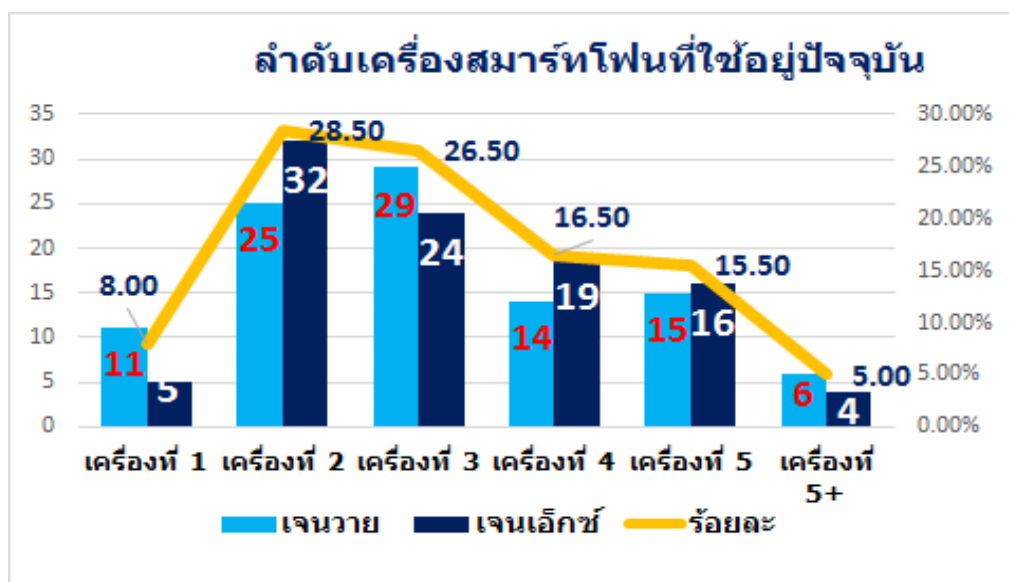
เทคโนโลยีสมาร์ทโฟนมีพัฒนาการแบบก้าวกระโดด และเป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลายในหมู่ผู้บริโภคในช่วง 5-6 ปีมานี้ แต่เมื่อเปรียบเทียบอายุงานของกลุ่มวิจัยกับระยะเวลาที่กลุ่มวิจัยเริ่มใช้สมาร์ทโฟนตามแผนภูมิข้างต้น เห็นได้ชัดว่าทุกกลุ่มตัวแปรแม้จะมีอายุงานแตกต่างกันไปตามวิถีการทำงานของแต่ละกลุ่ม แต่กลับเริ่มใช้เทคโนโลยีสมาร์ทโฟนในช่วงระยะเวลาที่เท่า ๆ กันทุกกลุ่มตัวแปร จึงอนุมานได้ว่ากลุ่มวิจัยทั้งหมดเปิดรับและเข้าถึงเทคโนโลยีสมาร์ทโฟนอย่างรวดเร็วและกว้างขวาง

[2] การเลือกใช้เทคโนโลยีสมาร์ทโฟนราคาสูง
แผนภูมิที่ 3.2 เปรียบเทียบระดับเงินเดือนกับระดับราคาเครื่องสมาร์ทโฟน



ข้อมูลจากแผนภูมิที่ 3.2 ชี้ว่า แม้กลุ่มวิจัยจะมีฐานเงินเดือนต่างระดับกัน แต่ก็เลือกซื้อสมาร์ทโฟนในระดับราคาเหมือน ๆ กัน กล่าวคือ กลุ่มวิจัยตั้งแต่ร้อยละ 62.00 ถึงร้อยละ 78.00 จะเลือกซื้อสมาร์ทโฟนในระดับราคาสองหมื่นบาทขึ้นไป ซึ่งก็คือ สมาร์ทโฟนที่มีประสิทธิภาพในการทำงานของเครื่องและเทคโนโลยีภายในสูงที่สุดในกลุ่มสมาร์ทโฟนด้วยกัน จึงอนุมานได้ว่า กลุ่มวิจัยทุกกลุ่มตัวแปรส่วนใหญ่ (มากกว่า 3 ใน 5) เลือกที่จะซื้อสมาร์ทโฟนที่มีเทคโนโลยีระดับสูง

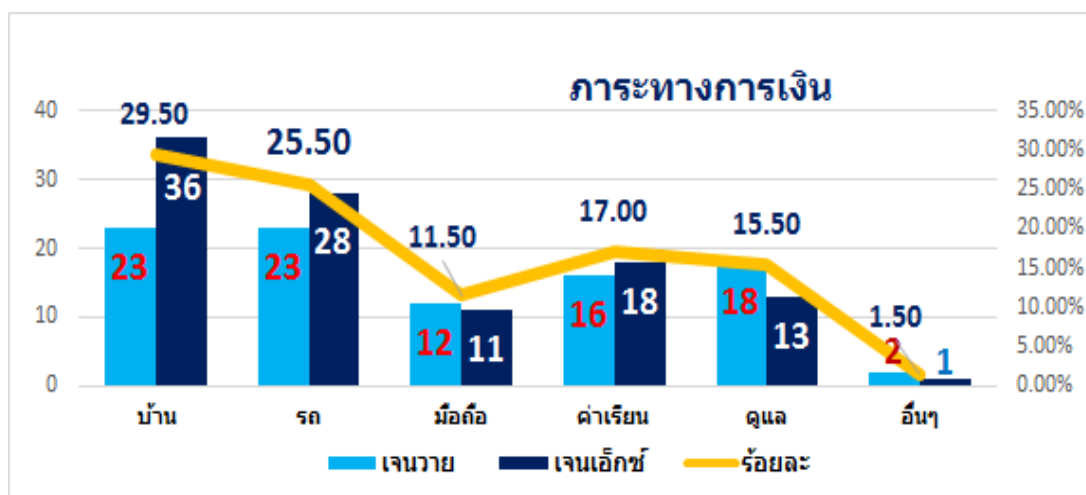
[3] อัตราเฉลี่ยของการเปลี่ยนเครื่องใหม่
แผนภูมิที่ 3.3 ลำดับเครื่องสมาร์ทโฟนที่ใช้อยู่ปัจจุบัน



จากการประมวลข้อมูลเบื้องต้น พบว่ามีกลุ่มวิจัยมากกว่า 3 รายที่ระบุว่า จะเปลี่ยนสมาร์ทโฟน เครื่องใหม่ต่อเมื่อเครื่องที่ใช้อยู่เสียใช้การไม่ได้ อย่างไรก็ตาม ข้อมูลตามแผนภูมิที่ 3.4 ชี้ว่า มีเพียงร้อยละ 8.00 ของกลุ่มวิจัยทั้งหมดเท่านั้น ที่ยังใช้สมาร์ทโฟนเครื่องแรกอยู่ ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มที่เปลี่ยนสมาร์ทโฟนเป็นเครื่องที่ 5 แล้วเกือบเท่าตัว ขณะที่กลุ่มที่ใช้สมาร์ทโฟนเป็นเครื่องที่ 2 และเครื่องที่ 3 รวมกันแล้วมีมากถึงร้อยละ 55.00 และมีผู้เปลี่ยนเครื่องสมาร์ทโฟนมากกว่า 5 ครั้งอยู่ที่ร้อยละ 5.00 ซึ่งวิเคราะห์ในเบื้องต้นได้ว่า การเปลี่ยนเครื่องใหม่มิใช่เพื่อทดแทนเครื่องเก่าที่เสียอย่างแน่นอน แต่น่าจะเปลี่ยนเครื่องเพื่อจะได้เทคโนโลยีใหม่ ๆ และประสิทธิภาพการทำงานของเครื่องที่เร็วขึ้น และหรือเพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ ซึ่งจะได้วิเคราะห์ในลำดับต่อ ๆ ไป ในขั้นนี้หากวิเคราะห์จากภาพรวม จะเห็นค่าทางสถิติชี้ว่า มีการเปลี่ยนเครื่องสมาร์ทโฟนเฉลี่ย 3.215 เครื่องต่อคน กล่าวคือ กลุ่มวิจัยแต่ละคนโดยเฉลี่ยเปลี่ยนเครื่องสมาร์ทโฟนมาแล้วไม่น้อยกว่า 2 ครั้ง และเมื่อวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลที่ว่าร้อยละ 85.00 ของทุกกลุ่มตัวแปรใช้สมาร์ทโฟนมาแล้วเกิน 3 ปีขึ้นไป หรือคือ ระหว่าง 3- 5 ปี (หากถือว่าสมาร์ทโฟนเป็นที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายในช่วงเวลาไล่เลี่ยกับการเปิดประมูลคลื่น 3G Spectrum Auction เมื่อเดือนตุลาคม พ.ศ. 2555 (Manager, 2012)) จึงเท่ากับว่ามีค่ามัธยฐานอยู่ที่ 4 ปี ซึ่งอนุมานได้ว่า กลุ่มวิจัยจะเปลี่ยนสมาร์ทโฟน เครื่องใหม่ทุก ๆ 15 เดือน

[4] การเป็นปัจจัยใหม่สำหรับชีวิตยุคปัจจุบัน

แผนภูมิที่ 3.4 แสดงภาระทางการเงิน

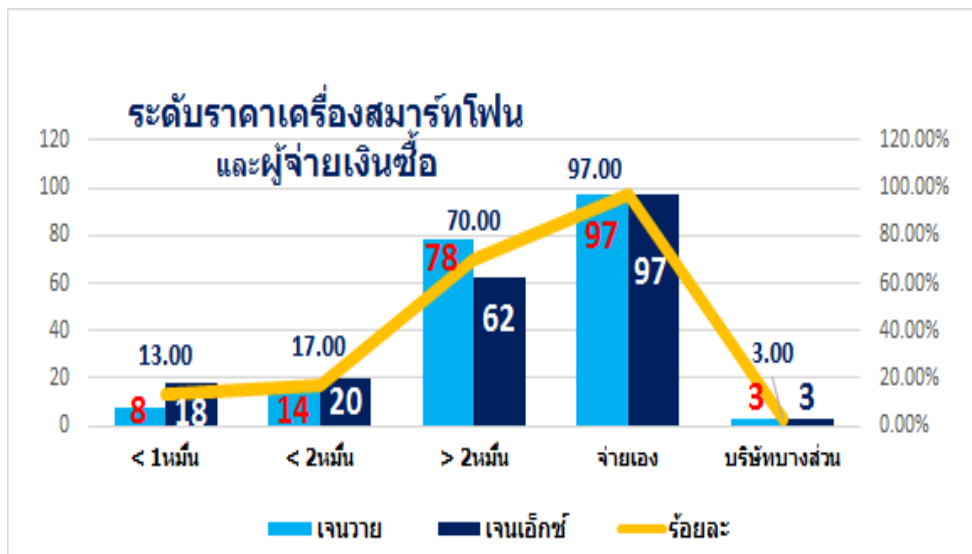


จากโครงการลดหนี้ของรัฐบาลที่ผ่านมา จนถึงโครงการบ้านประชารัฐของรัฐบาลปัจจุบัน ไม่ว่าจะเกิดขึ้นเพื่อประชานิยมหรือเพื่อเป็นมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจเฉพาะหน้า ล้วนยืนยันว่าบ้านและรถเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการดำเนินชีวิตของคนยุคปัจจุบัน และหากพิจารณาข้อมูลตามแผนภูมิที่ 3.4 ประกอบ ทั้งบ้านและรถต่างก็เป็นภาระทางการเงินที่ผูกพันไว้กับระบบเงินผ่อน จึงวิเคราะห์ในเบื้องต้นได้ดังนี้ ประการแรกทั้งบ้านและรถเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการดำเนินชีวิตประจำวัน ประการที่สอง ทั้งสองสิ่งมีราคาสูงเกินกว่าความสามารถในการชำระเงินซื้อได้เสร็จในครั้งเดียวได้ ในแผนภูมิที่ 3.4 ยังแสดงให้เห็นว่ามีการผ่อนเครื่องสมาร์ตโฟนรวมอยู่ด้วย

(3) ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสมาร์ทโฟน

[1] ระดับราคาเครื่องสมาร์ทโฟนและผู้จ่ายเงินซื้อ

แผนภูมิที่ 3.5 ระดับราคาเครื่องสมาร์ทโฟนและผู้จ่ายเงินซื้อ



จากแผนภูมิที่ 3.5 ชี้ว่าร้อยละ 70.00 ของกลุ่มวิจัยเลือกที่จะซื้อสมาร์ทโฟนในราคาที่สูงกว่าสองหมื่นบาท ซึ่งอนุมานได้ว่า กลุ่มวิจัยให้ความสนใจที่จะเข้าถึงประสิทธิภาพการใช้งานในระดับสูงสุด เป็นเป้าหมายหลักในการตัดสินใจเลือกซื้อสมาร์ทโฟนมาใช้ โดยที่ไม่สนใจว่าบริษัทจะช่วยออกค่าใช้จ่ายในส่วนนี้หรือไม่ก็ตาม และจากข้อมูลเพิ่มเติมทำให้ทราบว่า สมาร์ทโฟนที่บริษัทจัดหาให้ นั้น (ซึ่งมีน้อยมาก กล่าวคือมีเพียงร้อยละ 3.00) มีราคาอยู่ในระดับไม่เกินสามพันบาท ทำให้กลุ่มวิจัยส่วนหนึ่งที่ได้รับ สมาร์ทโฟนจากบริษัทมาใช้งาน ตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนที่มีราคาสูงกว่ามาใช้ควบคู่ไปด้วย

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาลงลึกในรายละเอียด (โปรดดูตารางที่ 3.4 และตารางที่ 3.8 หน้า 68 และ 71 ประกอบ) พบว่ามีความแตกต่างและความเหมือนในรายละเอียดอยู่ 3 ประเด็นดังต่อไปนี้

- กลุ่มเงินวาย ยอมจ่ายเงินซื้อสมาร์ทโฟนเฉลี่ยเครื่องละ 22,312 บาท ในขณะที่มีเงินเดือนเฉลี่ยอยู่ที่ 29,460 บาท ส่วนกลุ่มเงินเอ็กซ์จ่ายเงินซื้อสมาร์ทโฟนในราคาต่ำกว่า เฉลี่ยเครื่องละ 20,280 บาท ทั้งที่มีเงินเดือนเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มเงินวาย คืออยู่ที่ 38,530 บาท

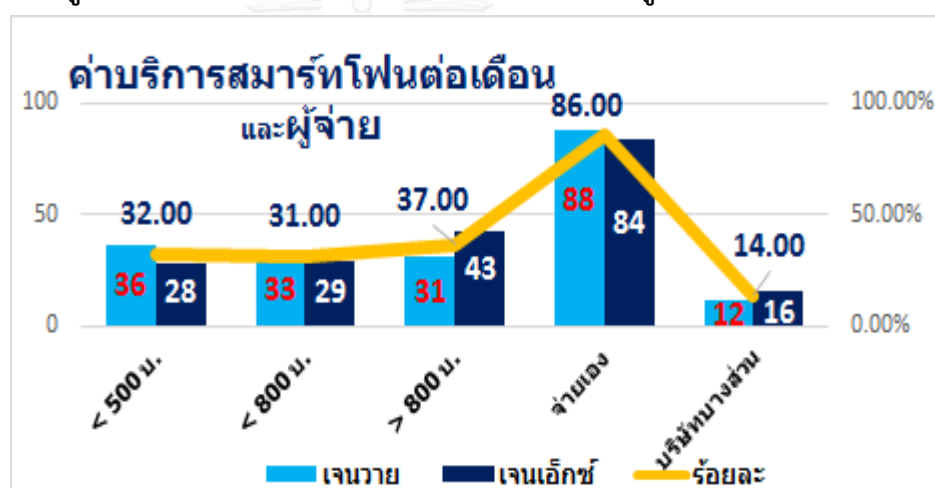
- กลุ่มเงินวอยร้อยละ 78.00 จ่ายเงินซื้อสมาร์ทโฟนที่มีราคาสูงกว่าสองหมื่นบาท ในขณะที่มีเงินเอ็กซ์เพียงร้อยละ 62.00 ที่ซื้อสมาร์ทโฟนราคาสูงกว่าสองหมื่นบาท

- ร้อยละ 97.00 ของทั้งเงินวอยและเงินเอ็กซ์ ออกเงินซื้อสมาร์ทโฟนเอง จึงไม่มีความแตกต่างในเรื่องการออกเงินซื้อสมาร์ทโฟนเอง

อนุมานได้ว่า กลุ่มเงินวอยให้ความสำคัญกับการอัปเดตประสิทธิภาพการทำงานของเครื่องสมาร์ทโฟน มากกว่ากลุ่มเงินเอ็กซ์ กล่าวคือ กลุ่มเงินวอยยอมจ่ายเงินซื้อเครื่องที่มีราคาสูงกว่า (ประมาณร้อยละ 10.00) ทั้ง ๆ ที่มีเงินเดือนเฉลี่ยต่ำกว่าเงินเอ็กซ์ (ประมาณร้อยละ 25.00) แต่ไม่มีความแตกต่างในส่วนการช่วยออกค่าเครื่องจากบริษัทของทั้งสองเงินเนอเรชั่น

[2] ค่าใช้บริการเทคโนโลยีสมาร์ทโฟน

แผนภูมิที่ 3.6 แสดงค่าบริการสมาร์ทโฟนรายเดือนและผู้จ่าย แยกตามช่วงวัย

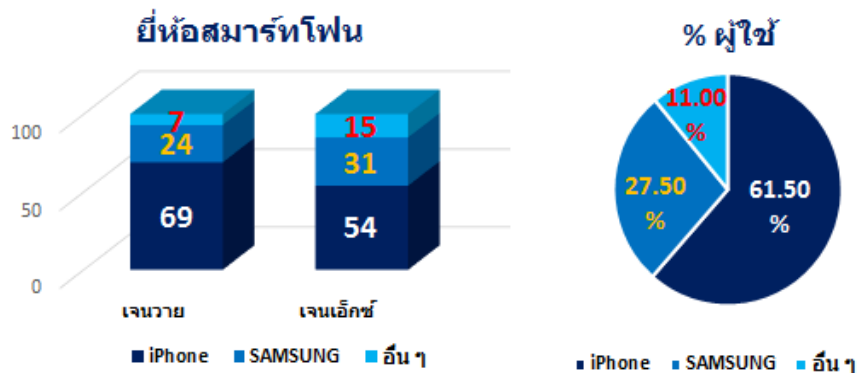


จากแผนภูมิที่ 3.6 ซึ่ว่า จำนวนคนที่มีค่าบริการต่อเดือนที่น้อยกว่า 500 บาท, น้อยกว่า 800 บาทและมากกว่า 800 บาท ที่เป็นกลุ่มเงินวอยมีสัดส่วนใกล้เคียงกัน ในขณะที่เงินเอ็กซ์ส่วนใหญ่นั้นจะมีค่าใช้จ่ายต่อเดือนมากกว่า 800 บาท ในส่วนของการมีส่วนช่วยออกค่าบริการจากบริษัท ใกล้เคียงกันในทุกกลุ่มตัวแปร คือ อยู่ที่ระหว่างร้อยละ 12.00 ถึงร้อยละ 16.00

(3) การเลือกซื้อสมาร์ทโฟน

[1] การเจาะจงเลือกยี่ห้อสมาร์ทโฟน

แผนภูมิที่ 3.7 ยี่ห้อสมาร์ทโฟนที่กลุ่มวิจัยใช้อยู่และเปอร์เซ็นต์ของผู้ใช้



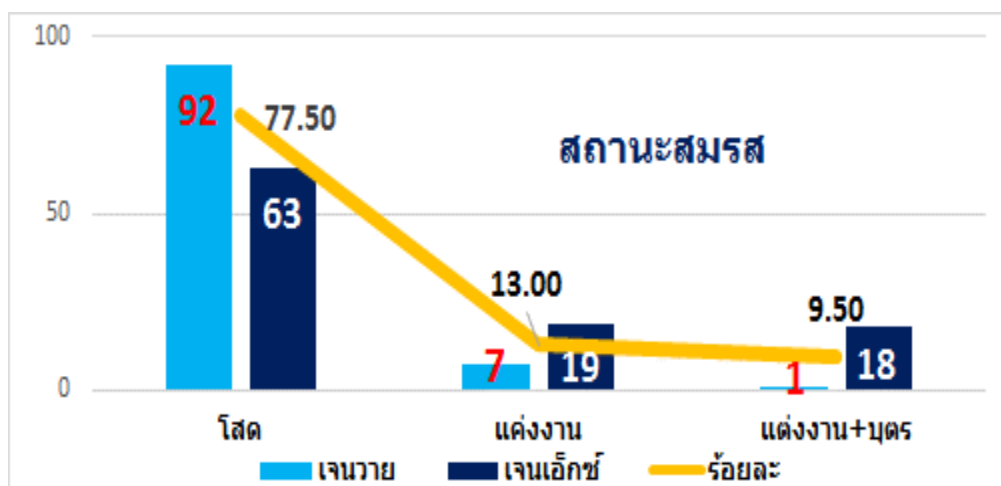
ตัวเลขจากแผนภูมิที่ 3.7 ชี้ว่า iPhone มีส่วนแบ่งผู้ใช้ที่ร้อยละ 61.50 Samsung ร้อยละ 27.50 และยี่ห้ออื่น ๆ ร้อยละ 11.00 ตามลำดับ และมีสัดส่วนสอดคล้องใกล้เคียงกันในทุกกลุ่มตัวแปรอิสระ อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาข้อมูลในเชิงลึกตามตารางที่ 3.21

ตารางที่ 3.18 แสดงราคาเครื่องสมาร์ทโฟนแยกตามยี่ห้อ

ราคาเครื่อง	ต่ำสุด	สูงสุด	ค่าเฉลี่ย
iPhone	9.5 (iPhone4s)	38 (iPhone6s)	24,950 บาท
SAMSUNG	7.9 (SSJ7)	29 (SSS6)	16,280 บาท
ยี่ห้ออื่น ๆ	3.3 (LGG2)	20 (LGN3)	10,320 บาท

พบว่า ราคาเฉลี่ยต่อเครื่องของ iPhone อยู่ที่ 24,950 บาท ในขณะที่ SAMSUNG และยี่ห้ออื่น ๆ จะอยู่ที่ 16,280 บาทและ 10,320 บาทตามลำดับ กล่าวคือ iPhone มีราคาส่วนต่างที่สูงกว่าอยู่ 8,670 บาทและ 14,630 บาท เมื่อเทียบกับ SAMSUNG และ ยี่ห้ออื่น ๆ

[2] เทคโนโลยีสมาร์ทโฟนกับการทดแทนสัมพันธภาพในครอบครัว
 แผนภูมิที่ 3.8 แสดงสถานะสมรสแยกตามช่วงวัย



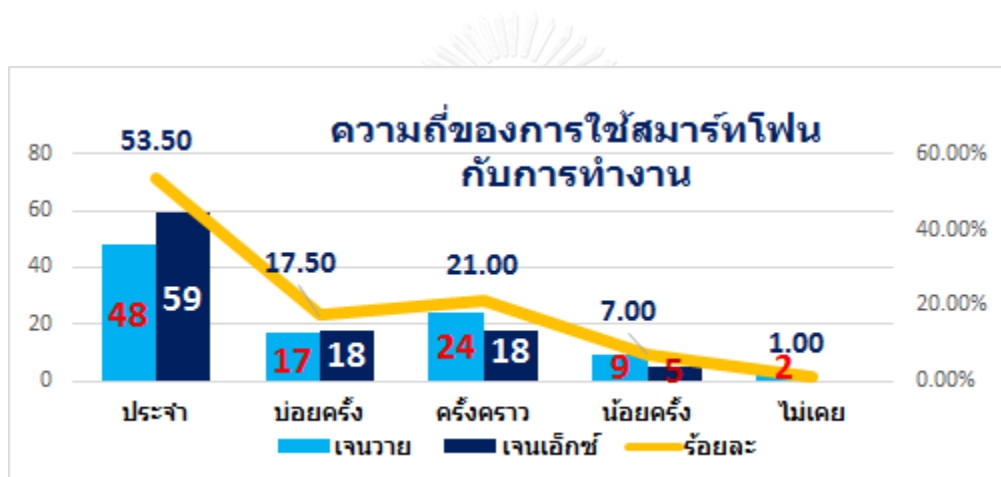
จากการสำรวจของคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติพบว่า ประเทศไทย ได้ก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุตั้งแต่ปี 2547 เมื่อกลุ่มประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปเริ่มมีสัดส่วน มากกว่าร้อยละ 10 และคาดการณ์ว่าในปี 2567 หรือในอีก 8 ปีข้างหน้า ประชากรไทยที่มีอายุเกิน 60 ปี จะมีสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 20 (เดือนพฤษภาคม ลีเมตริคตระกูล, 2553) ดังนั้น ตัวเลขจากแผนภูมิที่ 3.10 นี้ นอกจากจะสนับสนุนผลการสำรวจของคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แล้ว ยังสะท้อนภาพครอบครัวของสังคมคนกรุงในมิติที่ลุ่มลึกขึ้น กล่าวคือ ได้ชี้ให้เห็นว่า สถานะโสด ของคนกลุ่มเจนเอ็กซ์มีสัดส่วนมากที่สุด คืออยู่ที่ร้อยละ 63.00 และเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 92.00 ใน กลุ่มเจนวาย นอกจากนี้ในกลุ่มเจนเอ็กซ์มีเพียงร้อยละ 1.00 หรือเพียง 1 รายเท่านั้นที่แต่งงานและมี บุตร 3 คน ขณะที่อีก 17 รายแต่งงานและมีบุตรเพียง 1- 2 คน ในส่วนของกลุ่มเจนวายมีเพียง 1 ราย เท่านั้นที่แต่งงานและมีบุตร 1 คน (ขณะทำงานวิจัยชิ้นนี้อยู่) ตัวเลขเหล่านี้ชี้ให้เห็นถึงขนาดของ ครอบครัวที่เล็กลง และมีแนวโน้มว่าสัมพันธภาพของคนในครอบครัวจะแปรผันตรงตามกันไปด้วย อย่างไรก็ตาม เทคโนโลยีสมาร์ทโฟนได้เสนอสัมพันธภาพแบบใหม่มาทดแทน ในรูปของโซเชียลมีเดีย หรือสังคมออนไลน์ อย่าง Facebook Twitter หรือที่ได้รับความนิยมสูงสุดในขณะนี้อย่าง Line ซึ่ง ทำให้ผู้คนในสังคมรู้สึกราวกับไม่ได้กำลังสูญเสียหรือขาดสัมพันธภาพในครอบครัวไป

2) เทคโนโลยีสมาร์ทโฟนในบริบทการทำงานและผลกระทบจากการใช้นอกเวลางาน

(1) เทคโนโลยีสมาร์ทโฟนกับบทบาทการเป็นไอทีประจำตัวพนักงาน

บทบาทของสายงานไอที คืออำนวยความสะดวก และเพิ่มพูนประสิทธิภาพการทำงานของแผนกงานประจำอื่น ๆ ผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศ (information technology) ซึ่งสมาร์ทโฟนนั้นก็ช่วยให้เชื่อมโยง สื่อสาร ตอบสนองและเสริมประสิทธิภาพการทำงานผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศของลูกจ้างพนักงานแต่ละคนได้สะดวกรวดเร็วเช่นกัน ซ้ำยังเป็นอุปกรณ์ไอทีที่พนักงานแต่ละคนสามารถเข้าถึงและซื้อมาเป็นเจ้าของเองได้อีกด้วย

แผนภูมิที่ 3.9 แสดงความถี่ของการใช้สมาร์ทโฟนกับการทำงาน

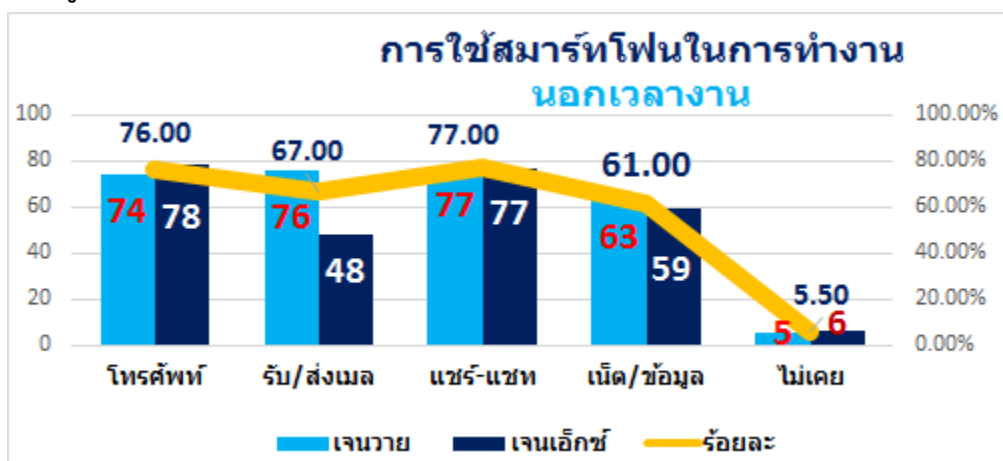


อนึ่ง จากแผนภูมิที่ 3.9 ชี้ให้เห็นว่า มีการใช้สมาร์ทโฟนติดต่อหรือทำงานของบริษัทอย่างแพร่หลายและมีความถี่ในการใช้สูงมาก กล่าวคือ มีลูกจ้างพนักงานจำนวนมากกว่าครึ่งใช้สมาร์ทโฟนกับการทำงานเป็นประจำ หรือ มากกว่าร้อยละ 70.00 เมื่อรวมกับพนักงานที่ใช้บ่อยครั้ง ในขณะที่มีเพียง ร้อยละ 1.00 เท่านั้นที่ไม่เคยใช้

(2) เทคโนโลยีสมาร์ทโฟนกับการเป็นเครื่องมือที่เอื้อต่อการทำงานนอกเวลางาน

ด้วยความสามารถของสมาร์ทโฟนในการสร้างช่องทางการสื่อสารใหม่ ๆ ให้กับผู้ใช้ ทำให้สมาร์ทโฟนกลายเป็นเครื่องมือที่เอื้อให้เกิดการทำงานนอกเวลางานในหลากหลายมิติได้ง่ายขึ้น ดังเห็นได้จากแผนภูมิที่ 3.10 ซึ่งแสดงรูปแบบการใช้สมาร์ทโฟนในการทำงานนอกเวลางาน

แผนภูมิที่ 3.10 การใช้สมาร์ทโฟนนอกเวลางาน



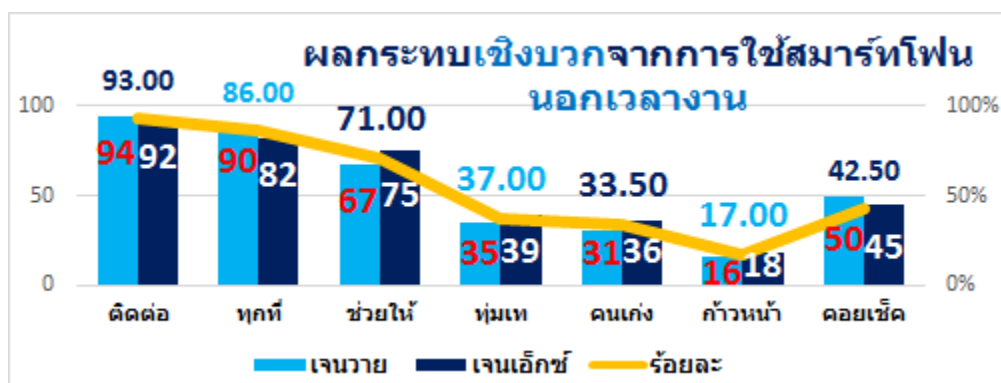
จากแผนภูมิที่ 3.10 ซึ่งว่ามีการใช้สมาร์ทโฟนทำงานนอกเวลาอย่างแพร่หลายในหลากหลายรูปแบบ เช่น การรับส่งอีเมล การแชทและแชร์ข้อมูลเรื่องงาน ติดตามความก้าวหน้าเรื่องงานได้ตลอดเวลา รวมถึงการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตเพื่อหาข้อมูลประกอบการทำงาน นอกเหนือจากการพูดคุยกันทางโทรศัพท์ การใช้สมาร์ทโฟนกับการทำงานในลักษณะเหล่านี้ล้วนเพิ่มประสิทธิภาพให้กับการทำงานเพื่อบริษัทได้แบบที่ไม่เคยมีมาก่อน มีกลุ่มวิจัยเพียงร้อยละ 5.50 เท่านั้นที่ระบุว่าไม่เคยใช้สมาร์ทโฟนทำงานนอกเวลา

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

(3) เทคโนโลยีสมาร์ทโฟนกับผลกระทบต่อวิถีชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว

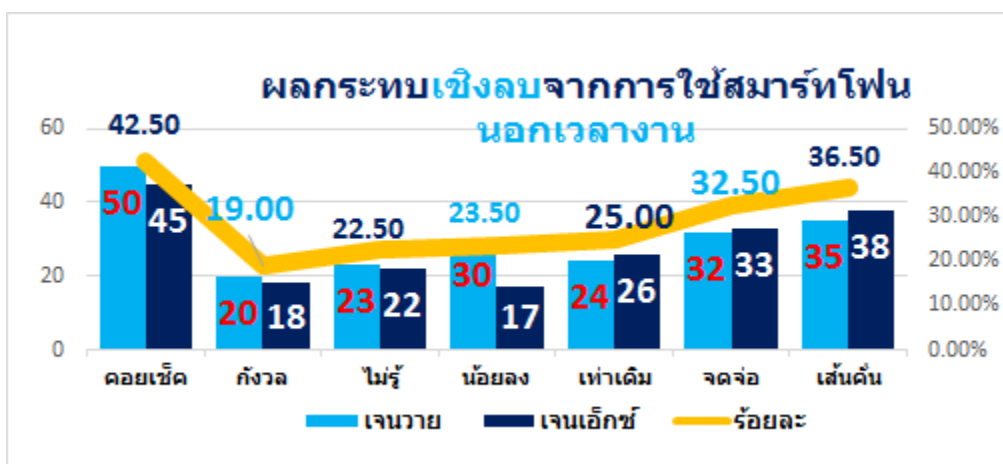
นอกจากผลกระทบโดยตรงด้านภาระค่าใช้จ่ายจากการซื้อหา และเปลี่ยนยี่ห้อหรือรุ่นของสมาร์ทโฟน รวมถึงค่าใช้จ่ายรายเดือน แล้ว ในมุมมองของกลุ่มวิจัย สมาร์ทโฟนยังส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของพนักงาน การทำงานและตัวงานซึ่งแยกแยะเป็นประเด็นได้ดังนี้

[1] ผลกระทบเชิงบวกต่อการทำงาน ตัวงานและนายจ้าง
แผนภูมิที่ 3.11 แสดงผลกระทบเชิงบวกจากการใช้สมาร์ทโฟนนอกเวลางาน



แผนภูมิที่ 3.11 ชี้ว่ากลุ่มวิจัยส่วนใหญ่คือร้อยละ 71-93 มองว่าสมาร์ทโฟน ไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือที่มีประโยชน์ต่อการทำงานและตัวงานเป็นอย่างมากเท่านั้น แต่ยังมีส่วนช่วยทำให้ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานสนิทสนมเป็นกันเองมากขึ้น เนื่องจากช่วยให้ติดต่อและแชร์ข้อมูลเรื่องงานกับเพื่อนร่วมงานได้สะดวกรวดเร็ว ทำให้ตัวพนักงานมีความพร้อมทำงานได้ทุกที่ทุกเวลา เป็นต้น นอกจากนี้สมาร์ทโฟนยังมีผลกระทบเชิงบวกเกี่ยวกับการทำงานอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็น ช่วยให้ทุ่มเททำงานให้บริษัทได้เต็มที่ เปิดโอกาสให้แสดงความเป็นคนเก่งหรือคนสำคัญของบริษัท หรือแม้แต่ได้มีโอกาสก้าวหน้า โดยในอีกแง่มุมหนึ่ง สามารถกล่าวได้ว่าผู้ที่พลอยได้ประโยชน์สูงสุดจากการนี้ ก็คือตัวบริษัท เนื่องจากผลกระทบเชิงบวกของสมาร์ทโฟนล้วนเป็นคุณต่อกิจการและผลิตภาพของบริษัทโดยตรงทั้งสิ้น

[2] ผลกระทบเชิงลบต่อตัวพนักงาน ครอบครัวและคุณภาพชีวิต
 แผนภูมิที่ 3.12 แสดงผลกระทบเชิงลบจากการใช้สมาร์ทโฟนนอกเวลางาน



จากแผนภูมิที่ 3.12 ซึ่งว่ากลุ่มวิจัยร้อยละ 19.00 - 42.50 ได้รับผลกระทบเชิงลบจากสมาร์ทโฟนในประเด็น ทำให้ต้องคอยเช็คอีเมลเรื่องงาน ทำให้เส้นคั่นระหว่างงานและชีวิตส่วนตัวไม่ชัดเจน ทำให้ต้องจดจ่ออยู่กับงานจนลืมดูสิ่งรอบข้าง รวมถึงทำให้เกิดความกังวล ซึ่งล้วนเป็นการบั่นทอนคุณภาพชีวิตของพนักงานและครอบครัว กล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า ผลกระทบเชิงลบล้วนเป็นโทษกับชีวิตส่วนตัวของพนักงานและครอบครัวโดยตรงทั้งสิ้น

3) เทคโนโลยีสมาร์ทโฟนกับขบวนการและรูปแบบการชู้ตริตแรงงานที่เกิดขึ้น

(1) ทำที่ต่อการใช้เทคโนโลยีสมาร์ทโฟนนอกเวลางาน

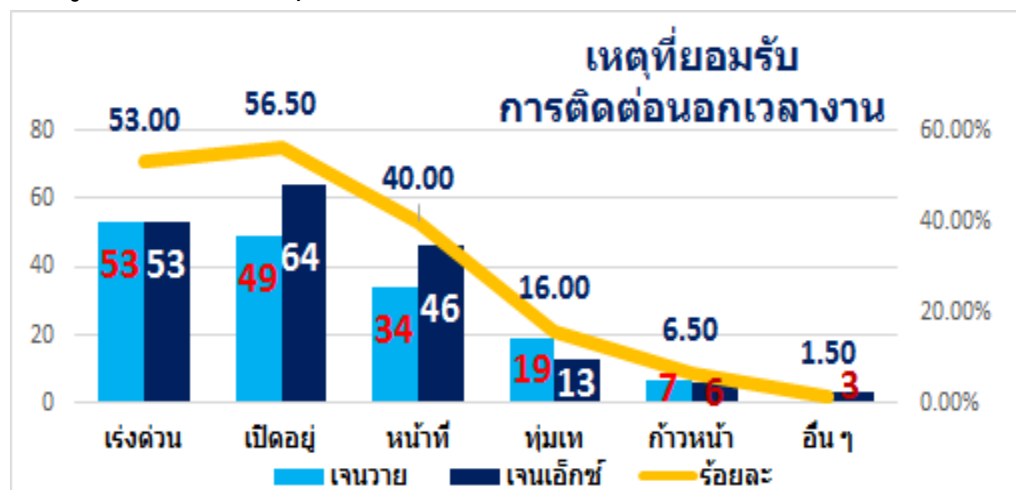
[1] เหตุผลของการตอบรับและปฏิเสธการติดต่อเรื่องงานนอกเวลางาน

แผนภูมิที่ 3.13 เหตุผลของการจำใจรับและปฏิเสธการติดต่องานนอกเวลางาน



ข้อมูลจากแผนภูมิที่ 3.13 ซึ่ว่า จำนวนของกลุ่มวิจัยที่ปฏิเสธการติดต่องานนอกเวลางาน โดยถือว่าเป็นเวลาส่วนตัวหรือเวลาของครอบครัว บริษัทไม่มีสิทธิเข้ามาเบียดบัง คิดเป็นร้อยละ 5.50 และเกรงว่าหากยอมรับครั้งหนึ่งแล้วก็มีครั้งต่อ ๆ ไปนั้นคิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ ซึ่ถือเป็นจำนวนที่ต่ำมาก โดยเฉพาะเมื่อเทียบกับจำนวนกลุ่มวิจัยตามแผนภูมิที่ 3.14

แผนภูมิที่ 3.14 แสดงเหตุผลที่ยอมรับการติดต่องานนอกเวลางาน



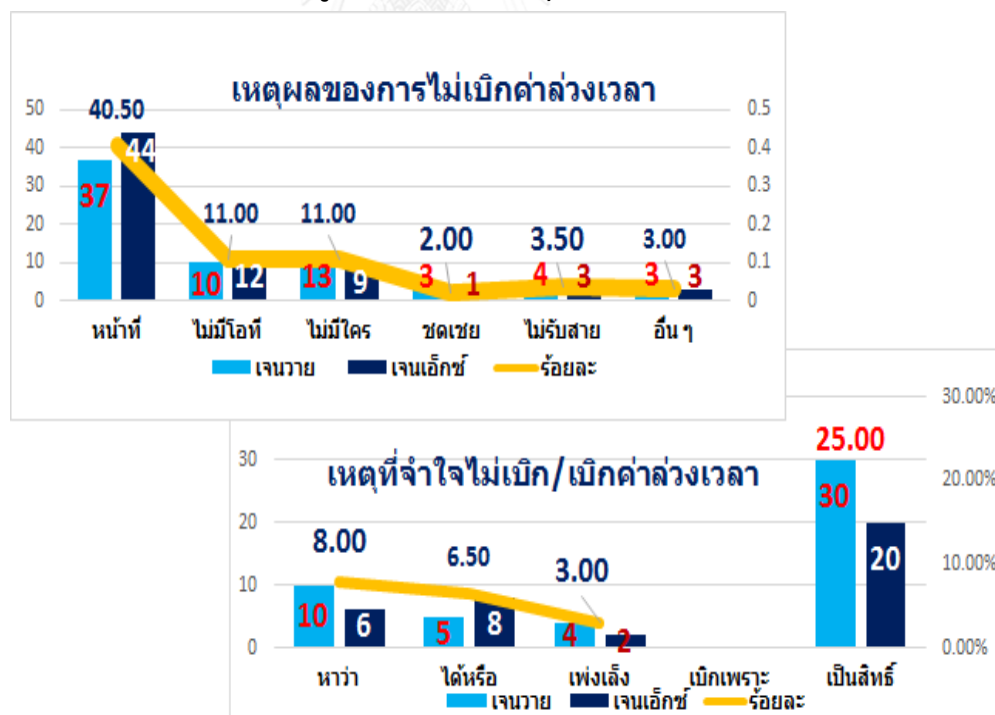
จากแผนภูมิที่ 3.14 ผู้ที่ยอมรับการติดต่อด้วยเหตุผลหลัก ๆ มีจำนวนอยู่ระหว่างร้อยละ 40.00 ถึงร้อยละ 56.50 และเมื่อพิจารณาเปรียบเทียบจำนวนกลุ่มวิจัยที่จำใจรับด้วยเหตุผลว่ากลัวจะถูกหัวหน้าและเพื่อนร่วมงานมองว่าไม่ให้ความร่วมมือ เกรงใจไม่กล้าปฏิเสธ เกรงว่าอาจกระทบต่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน หรือการมีภาระผูกพันทางครอบครัวและการเงินที่ไม่อาจเสี่ยงกับการต้องถูกให้ออกจากงาน ก็มีจำนวนที่ต่ำกว่ามากเช่นกัน กล่าวคือ อยู่ระหว่างร้อยละ 1.00 ถึงร้อยละ 9.00 เท่านั้น

จากข้อมูลข้างต้น การที่กลุ่มวิจัยจำใจรับการติดต่อนั้น แสดงให้เห็นถึงการไม่เต็มใจที่จะทำงานนอกเวลางาน ซึ่งแตกต่างกับกลุ่มที่ยอมรับการติดต่อ ไม่ว่าจะเป็นเพราะคิดว่าเป็นกรณีเร่งด่วนจำเป็น จริง ๆ หรือเพราะปกติก็เปิดเครื่องทำให้ติดต่อดีตลอดเวลาอยู่แล้ว ถือเป็นเรื่องของหน้าที่ที่ต้องทำอยู่แล้ว หรือด้วยเหตุผลอื่นใดก็ตาม ล้วนแสดงให้เห็นถึงความเต็มใจ หรือยอมรับโดยคุณิที่จะทำงานนอกเวลางาน โดยไม่รู้สึกรหรือมองว่าตนถูกเอาเปรียบหรือถูกขูดรีดแรงงานแต่อย่างไร

[2] เหตุผลของการเบิกและไม่เบิกค่าทำงานล่วงเวลา

แผนภูมิที่ 3.15 แสดงเหตุผลของการไม่เบิกค่าล่วงเวลา และ

แผนภูมิที่ 3.16 แสดงเหตุที่จำใจไม่เบิกและเบิกค่าล่วงเวลา



ข้อมูลจากแผนภูมิที่ 3.16 ชี้ว่า กลุ่มวิจัย 1 ใน 4 แสดงเจตจำนงที่จะเบิกค่าล่วงเวลา เพราะถือเป็นสิทธิ์ตามกฎหมายคุ้มครองแรงงาน ดังนั้น ตามแผนภูมิที่ 3.15 จะมีกลุ่มวิจัยไม่น้อยกว่า 3 ใน

4 ที่จะไม่ขอเบิกค่าล่วงเวลา โดยกลุ่มวิจัยที่ไม่เบิกค่าล่วงเวลาจำนวนถึงร้อยละ 40.50 คิดว่า การทำงานนอกเวลางานนั้น ถือเป็นหน้าที่ตามปกติ เป็นส่วนหนึ่งของการทำงานที่ต้องทำอยู่แล้ว จึงไม่ได้คิดว่าตนเองกำลังถูกเอาเปรียบหรือถูกขูดรีดแรงงาน ส่วนกลุ่มวิจัยที่ให้เหตุผลอย่างอื่นนั้นมีจำนวนน้อยกว่ากันมาก คือ ลดหลั่นกันไประหว่างร้อยละ 2.00 ถึงร้อยละ 11.00 โดยอ้างเหตุผลในทำนองว่าต้องคล้อยตามเพื่อนร่วมงาน หรือมีทัศนคติเชิงบวกต่อบริษัท อย่างการชดเชยให้ในรูปแบบกิจกรรม สันทนาการ หรือกิจกรรมสร้างความสนิมสนมในหมู่เพื่อนร่วมงาน ขณะที่กลุ่มวิจัยอีกไม่ถึงร้อยละ 10.00 จำใจไม่เบิกค่าล่วงเวลา เพราะเกรงจะกระทบต่อความมั่นคงในหน้าที่การงาน

สรุปในภาพรวมแล้ว ผลกระทบของการใช้เทคโนโลยีสมาร์ทโฟนในบริบทการทำงานนอกเวลา จะเป็นคุณต่อนายจ้างหรือบริษัททั้งสิ้น โดยกลุ่มวิจัยระหว่างร้อยละ 40.00 ถึงร้อยละ 56.50 แสดงการยอมรับการทำงานนอกเวลาโดยดุษณี และไม่คิดจะเบิกค่าทำงานล่วงเวลา ซึ่งเป็นการสร้างผลประโยชน์ให้กับบริษัทนายจ้างโดยตรง ในขณะที่มีกลุ่มวิจัยเพียงส่วนน้อย กล่าวคือไม่เกินร้อยละ 25.00 แสดงตนว่าจะเบิกค่าล่วงเวลาตามสิทธิ์ควรได้ของตน อย่างไรก็ตาม ในทางปฏิบัติผู้วิจัยเชื่อว่าน่าจะมีอุปสรรคในการเบิกจ่ายค่าทำงานล่วงเวลาอยู่หลายประการ เช่น ความยุ่งยากในการรวบรวมจำนวนชั่วโมงที่ทำล่วงเวลา เพราะมักเกิดขึ้นอย่างไม่ต่อเนื่องเหมือนอย่างชั่วโมงการงานประจำในเวลาทำการ การถูกเพื่อนร่วมงานหรือหัวหน้ามองว่าไม่เสียสละเพื่อบริษัทองค์กร เป็นต้น ทำให้ต้องเพิกเฉยต่อสิทธิอันพึงได้ไปโดยปริยาย

(2) ปัจจัยบ่งชี้การขูดรีดแรงงานส่วนเกินที่เกี่ยวข้องกับสมาร์ทโฟน

[1] เทคโนโลยีสมาร์ทโฟนกับบทบาทการเป็น “ปัจจัยการผลิต”

เทคโนโลยีสมาร์ทโฟนมีส่วนสำคัญทั้งทางตรงและทางอ้อม ต่อการอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงาน และเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของลูกจ้างพนักงาน ประเด็นที่น่าสนใจก็คือ พนักงานเกือบทั้งหมด ซึ่งเป็นกลุ่มวิจัยเป็นผู้ลงทุนซื้อเครื่องและจ่ายค่าบริการที่เกี่ยวข้องกับสมาร์ทโฟนนี้แต่เพียงฝ่ายเดียว แม้ความตั้งใจแต่แรกนั้นจะเป็นการซื้อเพื่อใช้ส่วนตัวก็ตาม ก็ไม่อาจปฏิเสธข้อเท็จจริงที่ว่า การที่พนักงานในฐานะลูกจ้างเป็นเจ้าของและได้ใช้เทคโนโลยีสมาร์ทโฟนนี้เพื่อการทำงานให้บริษัทเป็นประจำ โดยที่บริษัทในฐานะนายจ้างไม่มีส่วนช่วยรับผิดชอบค่าใช้จ่ายด้วยนั้น เข้าข่ายการขูดรีดแรงงานส่วนเกิน ในรูปแบบของการแสวงหาผลประโยชน์จาก ”ปัจจัยการผลิต” ที่ลูกจ้างลงทุนหามาเอง

[2] เทคโนโลยีสมาร์ทโฟนกับการเอื้อให้เกิดการทำงานนอกเวลาและสถานที่ทำงาน

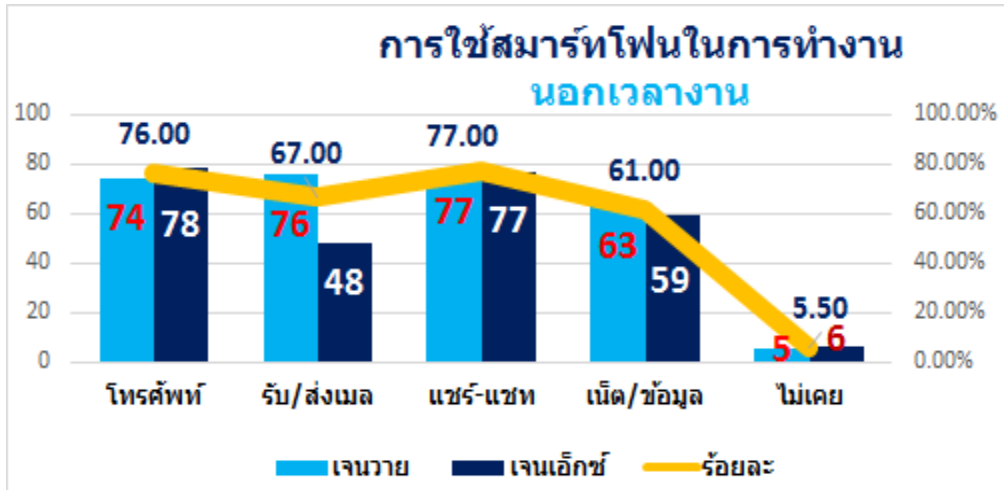
ประสิทธิภาพและประโยชน์ใช้สอยขั้นพื้นฐานของสมาร์ทโฟนนั้น เอื้อให้การทำงานไม่มีขีดจำกัดด้านเวลาและสถานที่อีกต่อไป สมาร์ทโฟนจึงมีส่วนสำคัญในการเปิดช่องให้นายจ้างเข้ามาเก็บเกี่ยวผลประโยชน์ที่เกิดจากการทำงานส่วนเกินนอกเวลางานและสถานที่ทำงานโดยปริยาย

[3] การจูงใจจ้างงานให้น้อยกว่าปริมาณงาน

ในการออกเก็บข้อมูลภาคสนาม มีผู้ตอบแบบสอบถามรายหนึ่งให้เหตุผลที่จะไม่เบิกค่าล่วงเวลาว่า “บริษัทไม่มีนโยบายให้เอางานมาทำที่บ้าน” จึงอนุมานได้ว่า บริษัทดังกล่าวเชื่อว่าปริมาณงานที่มอบหมายให้พนักงานทำนั้น สามารถทำเสร็จภายในเวลางานของออฟฟิศ ซึ่งทำให้เกิดข้อสงสัยถึงนโยบายในเรื่องนี้ของบริษัทอื่น ๆ



แผนภูมิที่ 3.10 การใช้สมาร์ทโฟนนอกเวลางาน



จากแผนภูมิที่ 3.10 แสดงการใช้สมาร์ทโฟนทำงานนอกเวลางานและหรือในวันหยุด ซึ่งว่า มีกลุ่มลูกจ้างพนักงานเจนวายเพียงร้อยละ 5.00 เท่านั้นที่ไม่เคยใช้สมาร์ทโฟนทำงานให้บริษัทนอกเวลางาน ส่วนที่เหลือคือร้อยละ 95.00 เคยใช้สมาร์ทโฟนไม่ว่าจะเป็นการโทรศัพท์ รับส่งอีเมล แชร์และแชท หรือเข้าอินเทอร์เน็ตเพื่อหาข้อมูลทำงานให้บริษัททั้งสิ้น ข้อมูลในส่วนของกลุ่มลูกจ้างพนักงานเจนเอ็กซ์ก็เข้าไปในทิศทางที่สอดคล้องกัน จึงอนุมานได้ว่าบริษัทอื่นเกือบทั้งหมด ละเลยและหรือวางเฉยต่อนโยบายดังกล่าวข้างต้น เท่ากับว่านายจ้างหรือบริษัทเกือบทั้งหมด คาดหวังให้ลูกจ้างพนักงานนำงานกลับไปทำที่บ้านหรือนอกออฟฟิศ นอกเวลางาน และหรือในวันหยุดด้วย กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ นายจ้างและบริษัทเกือบทั้งหมดอาศัยเทคโนโลยีสมาร์ทโฟนเป็นเครื่องมือสร้างวัฒนธรรมการทำงานนอกเวลาและสถานที่ทำงานให้เกิดขึ้นกับองค์กรนั่นเอง และหนทางหนึ่งเดียวที่จะทำให้แน่ใจว่ามีการทำงานนอกเวลางานและหรือนอกสถานที่ทำงานได้ (ไม่ว่าจะอ้างว่าเป็นเหตุจำเป็นเร่งด่วนหรือไม่ก็ตาม) ก็คือ การจ้างคนให้น้อยกว่าปริมาณงานนั่นเอง

(3) เทคโนโลยีสมาร์ทโฟนกับการเสียดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิต

ส่วนตัว

การที่สมาร์ทโฟนเปิดช่องทางให้เพื่อนร่วมงานสามารถติดต่อพูดคุยกันได้ทันทีที่ทุกที่ทุกเวลา จนเกิดเป็นความสนิทสนมกันมากขึ้นนั้น ก็เป็นการเอื้อให้งานข้ามเส้นคั่นเข้ามาอยู่ในบริบทความสัมพันธ์ส่วนตัวของลูกจ้างพนักงานด้วยเช่นกัน เนื่องจากเพื่อนร่วมงานหรือหัวหน้างานที่คุยกันอยู่ในกลุ่มแชทเดียวกัน ก็สามารถนำเรื่องงานมาไหว้วานให้ทำได้ทุกที่ทุกเวลาเช่นกัน จนลูกจ้างพนักงานอาจไม่กล้าปฏิเสธ เพราะเกรงจะกระทบต่อสัมพันธภาพที่มีกับเพื่อนร่วมงาน จึงสรุปได้ว่า

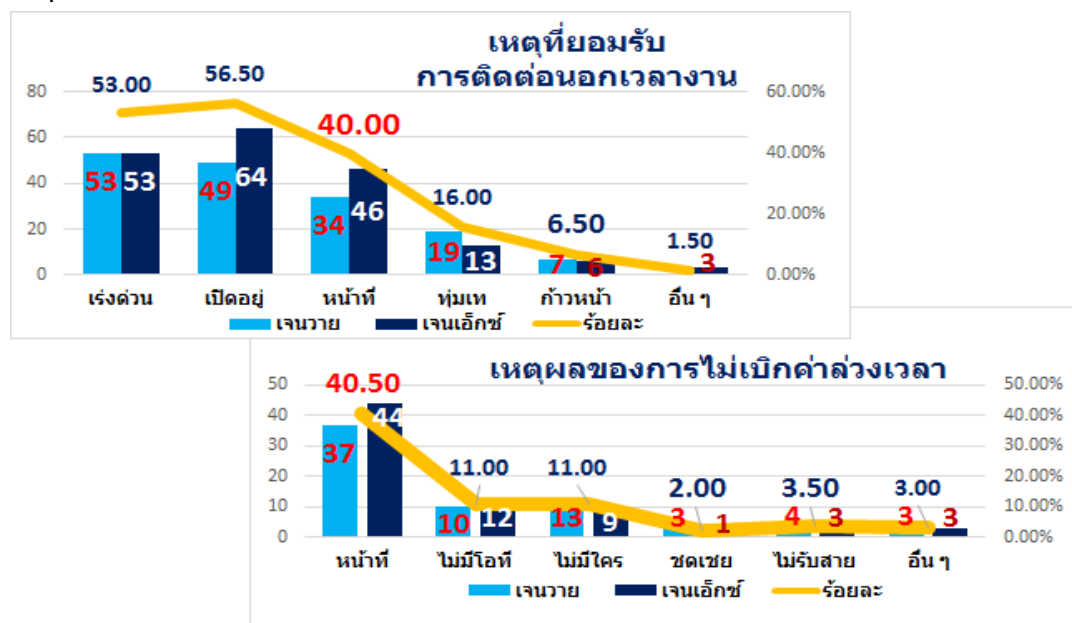
ลูกจ้างพนักงานที่เป็นกลุ่มวิจัยได้ถูกชุดรีดแรงงานในรูปแบบการทำให้เส้นคั่นระหว่างงานกับชีวิตส่วนตัวไม่ชัดเจนจริง โดยมีสมาร์โฟนเป็นอุปกรณ์ที่ช่วยทำให้เส้นคั่นดังกล่าวหายไป ด้วยการนำพาเรื่องงานเข้ามาสู่บริบทชีวิตอื่น ๆ ของลูกจ้างพนักงาน และทำให้เกิดวัฒนธรรมเครือข่ายในที่ทำงานได้ง่ายขึ้น ซึ่งเป็นการทำให้เส้นคั่นระหว่างเรื่องงานกับความสัมพันธ์ส่วนตัวไม่ชัดเจนด้วยเช่นกัน เกิดการเสียดุลของชีวิตการทำงานกับชีวิตส่วนตัวไปโดยปริยาย

(4)เทคโนโลยีสมาร์โฟนกับการทุ่มเททำงานเกินสัญญาว่าจ้างและ จิตสำนึก ในเรื่อง "หน้าที่"

จากข้อมูลการวิจัยภาคสนามพบว่า กลุ่มวิจัยเจนวายร้อยละ 67.00 และกลุ่มวิจัยเจนเอ็กซ์ ร้อยละ 75.00 คิดว่า สมาร์โฟนมีส่วนช่วยให้ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานสนิทสนมเป็นกันเองมากขึ้น สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกับกลุ่มวิจัยเพศชายและเพศหญิง ซึ่งอยู่ที่ร้อยละ 72.00 และ ร้อยละ 70.00 ตามลำดับ (โปรดดูแผนภูมิที่ 3.11 หน้า 80 ประกอบ) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสมาร์โฟนมีส่วนสำคัญในการสร้างวัฒนธรรมองค์กร ที่จะนำไปสู่การชุดรีดแรงงานลูกจ้างพนักงานอย่างแยบยล กล่าวคือความสัมพันธ์เชิงบวกในกลุ่มผู้ร่วมงานย่อมเป็นปัจจัยพื้นฐานที่แข็งแกร่งในการสร้างวัฒนธรรมองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งความสมัครสมาน ทุ่มเททำงานให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยกัน โดยมองข้ามการถูกบริษัทชุดรีดเอาไรต์เอาเปรียบด้วยการให้ทำงานหนักและเกินกว่าที่สัญญาว่าจ้าง กำหนด ที่สำคัญความสัมพันธ์ที่เพิ่มขึ้นนั้นย่อมนำไปสู่คุณธรรมอื่น ๆ เช่น จิตสำนึกในหน้าที่รับผิดชอบทำงานให้แล้วเสร็จ แม้ว่าจะล่วงเลยเวลาการทำงานของออฟฟิศแล้วก็ตาม การช่วยเหลือเอื้ออาทรต่อกัน หรือการเสียสละผลประโยชน์ส่วนตัวเพื่อส่วนรวมด้วยเช่นกัน สิ่งที่น่าสนใจคือ คุณธรรมดังกล่าวนี้ล้วนเอื้อให้มีการทุ่มเททำงานเกินกว่าสัญญาว่าจ้าง ซึ่งเป็นคุณกับฝ่ายบริษัท นายจ้างทั้งสิ้น

ในประเด็นของ จิตสำนึกในหน้าที่ มีรายละเอียดที่น่าสนใจมาก กล่าวคือ มีการอ้าง "หน้าที่" เป็นเหตุผลในการยอมรับการทำงานนอกเวลาและเป็นเหตุผลในการไม่เบิกเงินค่าล่วงเวลา สอดคล้องตรงกัน คืออยู่ที่ร้อยละ 40.00 ซึ่งเป็นเปอร์เซ็นต์ที่สูงที่สุดและมากกว่าเหตุผลรองลงมาถึง 4 เท่าตัว แสดงให้เห็นว่ากลุ่มวิจัยถือ "หน้าที่" เป็นคุณธรรมที่ควรค่าแก่การกระทำและแสดงออก ขณะเดียวกัน "หน้าที่" ในบริบทการทำงานนอกเวลางานนี้ ย่อมส่งผลให้เกิดการทำงานล่วงเวลาโดยสมัครใจ

แผนภูมิที่ 3.14 เหตุผลของการรับการติดต่องานนอกเวลางาน เปรียบเทียบกับแผนภูมิที่ 3.15 เหตุผลของการไม่เบิกค่าล่วงเวลา



ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาทำความเข้าใจคำว่า “หน้าที่” ให้ชัดเจนขึ้น โดยได้วิเคราะห์นิยามของคำว่าหน้าที่ใน 3 แง่มุมดังต่อไปนี้

[1] ”หน้าที่” ในแง่ของคุณธรรม หมายถึง conduct based on moral or legal obligation (ความหมายตาม Webster’s New World Dictionary) หรือการกระทำที่มาจากจิตสำนึกด้านศีลธรรมหรือกฎหมาย หน้าที่ในแง่มนนี้เกิดจากการปลูกฝัง กล่อมเกลามาจากครอบครัว โรงเรียนและสังคมของมนุษย์เงินเดือนแต่ละคนมาตั้งแต่เด็ก นายจ้างหรือวัฒนธรรมองค์กรไม่ได้มีส่วนสร้างจิตสำนึกในแง่

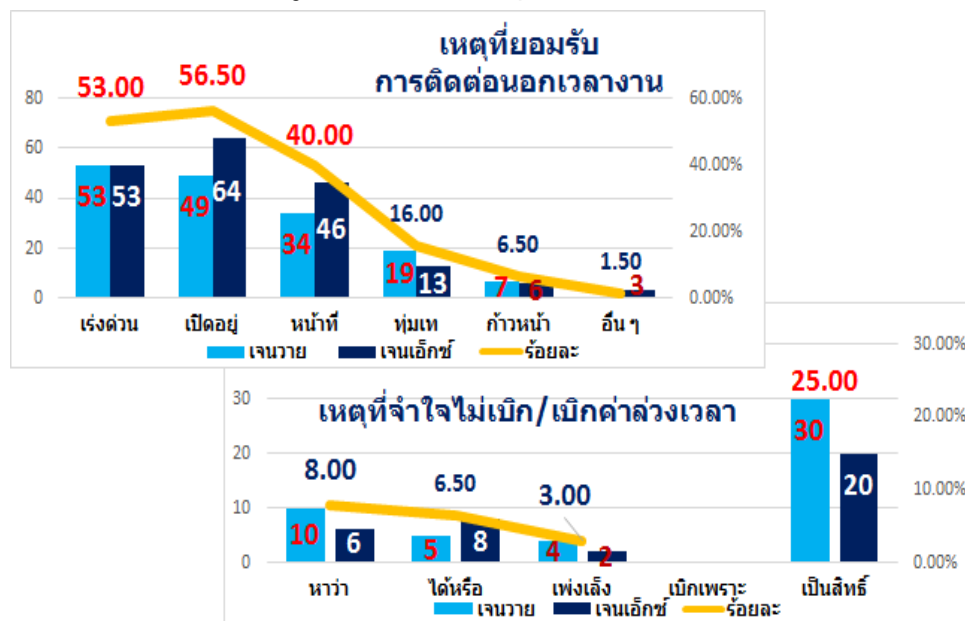
[2] ”หน้าที่” ในแง่ที่เป็นผลสืบเนื่องมาจากความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวของกลุ่มเพื่อนร่วมงาน (team spirit) ซึ่งอาศัยความสนิทสนมเป็นพื้นฐานหรือจุดตั้งต้น เมื่อเชื่อมโยงกลับไปทีผลจากการใช้สมาร์ทโฟน (จากแผนภูมิที่ 3.11 หน้า 96) ชี้ว่ากลุ่มวิจัยร้อยละ 71.00 คิดว่าการใช้สมาร์ทโฟนช่วยให้ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานสนิทสนมเป็นกันเองมากขึ้น ดังนั้นคำว่าหน้าที่ในแง่นี้ จึงเป็นผลสืบเนื่องมาจากการใช้สมาร์ทโฟนติดต่อ แสทและแชร์ข้อมูลกันในหมู่เพื่อนร่วมงาน จนเกิดเป็นมิตรภาพและความสนิทสนมขึ้นนั่นเอง

[3] ”หน้าที่” ที่เกิดจากความคาดหวังผลสำเร็จของงาน ทำให้ลูกจ้างพนักงานยอมทุ่มเททุกอย่าง แม้จะต้องทำงานนอกเวลาหรือสถานที่ ยอมสละคุณภาพชีวิต ความเป็นส่วนตัวและเวลาสำหรับครอบครัว จนเกิดการเสพติดงาน หรือเสียสมดุลระหว่างงานกับชีวิตส่วนตัว

(5)เทคโนโลยีสมาร์ตโฟนกับการยอมรับการถูกขูดรีดแรงงานโดยดัชนี

แผนภูมิที่ 3.14 แสดงเหตุผลที่ยอมรับการติดต่องานนอกเวลา

แผนภูมิที่ 3.16 แสดงเหตุที่จำใจไม่เบิกและเบิกค่าล่วงเวลา



ข้อมูลจากแผนภูมิที่ 3.14 และแผนภูมิที่ 3.16 ยังชี้ด้วยว่า กลุ่มวิจัยส่วนใหญ่ ตั้งแต่ร้อยละ 40.00 ถึงร้อยละ 56.50 ตอบรับการติดต่องาน ปรุ่สานงานนอกเวลาผ่านสมาร์ตโฟนด้วยเหตุผลต่าง ๆ โดยที่ร้อยละ 75.00 ของกลุ่มวิจัยไม่เบิกหรือไม่คิดจะเบิกค่าล่วงเวลา จึงอนุมานได้ว่า กลุ่มวิจัยส่วนใหญ่ นั้น ยอมรับการทำงานนอกเวลางานทั้งที่ไม่ได้รับค่าล่วงเวลา ซึ่งเมื่อวิเคราะห์เชื่อมโยงกับพฤติกรรมกรการบริโภคเทคโนโลยีสมาร์ตโฟนแล้ว กลุ่มวิจัยน่าจะใช้การทำงานนอกเวลา งานดังกล่าว เป็นโอกาสในการแสดงตนว่า เป็นลูกจ้างพนักงานที่มีศักยภาพการทำงาน และสามารถครอบครองเทคโนโลยีที่รองรับการทำงานได้ไม่ว่าเวลาสถานที่ใด เป็นเหตุให้มองข้ามเรื่องของการถูกขูดรีดแรงงานที่เกิดขึ้นไปโดยดัชนี

บทที่สี่

สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้ มุ่งศึกษาและวิเคราะห์แนวคิด พฤติกรรมและรูปแบบการชู้ตรีดแรงงานที่อิงประโยชน์จากเทคโนโลยีสมาร์ทโฟน รวมถึงผลกระทบต่อวิถีชีวิตของลูกจ้างพนักงานในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวม ผลของการประมวลข้อมูล ชี้ว่า ค่าตอบของช่วงวัยเจนวายและช่วงวัยเจนเอ็กซ์ล้วนมีแนวโน้มไปในทิศทางเดียวกัน ในแทบทุกประเด็นคำถามของแบบสอบถาม ทั้งมีข้อสรุปดังต่อไปนี้

1) การยอมรับเทคโนโลยีสมาร์ทโฟน

กลุ่มวิจัยเปิดรับและเข้าถึงเทคโนโลยีสมาร์ทโฟนอย่างรวดเร็วและแพร่หลาย ทุกกลุ่มฐานเงินเดือนจะจงเลือกซื้อและใช้บริการเทคโนโลยีสมาร์ทโฟนขั้นสูงสุด ข้อมูลการวิจัยยังชี้ว่าร้อยละ 61 ของกลุ่มวิจัยใช้สมาร์ทโฟนยี่ห้อ iPhone ซึ่งเป็นยี่ห้อที่มีราคาเฉลี่ยแพงที่สุดในบรรดาสมาร์ทโฟนด้วยกัน

2) ประสิทธิภาพของสมาร์ทโฟนและการชู้ตรีดแรงงาน

สมาร์ทโฟนมีประสิทธิภาพที่เอื้อให้การทำงานก้าวพ้นขีดจำกัดเรื่องเวลาและสถานที่ จึงเปิดช่องทางให้เกิดการทำงานนอกเวลางาน ในลักษณะที่ลูกจ้างพนักงานไม่ได้รับค่าจ้างตอบแทน จนเกิดเป็นการสร้างมูลค่าส่วนเกินให้นายจ้างชู้ตรีดตามความต้องการได้อย่างง่ายดาย

นอกจากนี้ แม้ว่าจุดประสงค์หลักในการซื้อและใช้บริการเทคโนโลยีสมาร์ทโฟนของลูกจ้างพนักงานจะเป็นไปเพื่อการส่วนตัว แต่ลูกจ้างพนักงานก็ใช้สมาร์ทโฟนในบริบทการทำงาน ซึ่งสร้างผลประโยชน์ให้บริษัทและนายจ้างได้มหาศาล แต่บริษัทและนายจ้างเกือบทั้งหมดกลับเพิกเฉยที่จะร่วมรับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการใช้สมาร์ทโฟนดังกล่าว จึงถือได้ว่าเป็นการชู้ตรีดแรงงานอีกรูปแบบหนึ่งเช่นกัน กล่าวคือบริษัทและนายจ้างได้ตัดทวงผลประโยชน์จากสิ่งที่ลูกจ้างพนักงานลงทุนเพื่อการทำงานนั่นเอง

3) ผลกระทบจากการใช้สมาร์ทโฟนที่มีต่อชีวิตลูกจ้างพนักงาน

เมื่อวิเคราะห์ผลกระทบที่เกิดขึ้นพบว่า ผลกระทบเชิงบวกล้วนเป็นคุณต่อการเพิ่มผลิตภาพให้การทำงาน และสร้างผลประโยชน์ของบริษัทและนายจ้างทั้งสิ้น ในขณะที่ผลกระทบเชิงลบล้วนเป็นโทษต่อ

สุขภาพและคุณภาพชีวิตของลูกจ้างพนักงานโดยตรง บริษัทและนายจ้างไม่ได้รับผลกระทบ ในแง่นี้ด้วย

4) สมาร์ทโฟนกับการยอมรับการถูกขูดรีดแรงงานโดยดัชนี

สมาร์ทโฟน มีส่วนทำให้ลูกจ้างพนักงานยอมทำงานทั้งที่ไม่ได้รับค่าจ้างตอบแทน หรือค่าทำงานล่วงเวลาในหลายกรณี การที่ลูกจ้างพนักงานยอมถูกเอาเปรียบและยอมถูกขูดรีดเช่นนี้ ส่วนหนึ่งมาจากการที่กลุ่มวิจัยเห็นว่าการทำงานนอกเวลางานดังกล่าว เป็นโอกาสในการแสดงตนว่า เป็นลูกจ้างพนักงานที่มีศักยภาพในการทำงาน และสามารถครอบครองเทคโนโลยีที่รองรับการทำงานได้ ไม่ว่าเวลาสถานที่ใด จึงเป็นเหตุให้มองข้ามเรื่องของการถูกขูดรีดแรงงานที่เกิดขึ้นไปโดยดัชนี

ข้อสรุปทั้ง 4 นี้ชี้ให้เห็นว่า การขูดรีดแรงงานที่เคยเกิดขึ้นในโรงงานกับชนชั้นกรรมมาชีพ ในวันนี้ได้เกิดขึ้นในออฟฟิศกับลูกจ้างพนักงานอย่างง่ายดาย โดยอิงประโยชน์จากเทคโนโลยีสมาร์ทโฟน ข้อเท็จจริงนี้ยืนยันแนวคิดที่ว่า การขูดรีดแรงงานเพื่อให้ได้มาซึ่งมูลค่าส่วนเกินจะดำเนินต่อไปเช่นนี้ トラบเท่าที่ระบบทุนนิยมยังไม่ล่มสลาย



รายการอ้างอิง

- AFP. (2012). Revealed! Difference between mobile phone, feature phone and smartphone. Retrieved from <http://www.hindustantimes.com/gadgets/revealed-difference-between-mobile-phone-feature-phone-and-smartphone/story-g9oSjD3Lqce25d8MaU2Bzl.html>
- Agger, B. (2011). iTime: Labor and life in a smartphone era. *Time & Society*, 20(1), 119-136. doi:10.1177/0961463x10380730
- Android. (2015). Explore great phones running the latest version of Android. Retrieved from <http://www.android.com/versions>
- Apple. (2015a). Great things are happening in enterprise. Retrieved from <http://www.apple.com/iphone/business>
- Apple. (2015b). iPhone 3G. Retrieved from <http://apple-history.com/iphone>
- Armour, S. (2005). Generation Y: They've arrived at work with a new attitude. Retrieved from <http://usatoday30.usatoday.com/money/workplace/2005-11-06-gen-y-x.htm>
- Asghar, R. (2014). Gen X Is From Mars, Gen Y Is From Venus: A Primer On How To Motivate A Millennial. Retrieved from <http://www.forbes.com/sites/robashghar/2014/01/14/gen-x-is-from-mars-gen-y-is-from-venus-a-primer-on-how-to-motivate-a-millennial/>
- Australian news. (2013). Smartphones mean we're always at work. Retrieved from <http://www.news.com.au/finance/business/smartphones-mean-were-always-at-work/story-fn5lic6c-1226572816561>
- Burke, D., & Cohen, G. (2013). Introducing Android 4.3, a sweeter Jelly Bean. Retrieved from <https://android.googleblog.com/2013/07/introducing-android-43-sweeter-jelly.html>
- CBC News. (2013). 5 major moments in cellphone history. Retrieved from <http://www.cbc.ca/news/technology/5-major-moments-in-cellphone-history-1.1407352>

- Ceccagno, A., Rastrelli, R., Salvati, A., & Yun, G. (2010). Exploitation of Chinese immigrants in Italy. *Concealed chains: labour exploitation and chinese migrants in Europe*. Geneva: International Labour Office.
- Comor, E. (2010). Digital presumption and alienation. *Ephemera theory & politics in organization*, 10(3/4), 439-454.
- Costas, J., & Grey, C. (2012). Outsourcing your Life: Exploitation and Exploration in ?the 4-Hour Workweek? *Managing Human Resources by Exploiting and Exploring People's Potentials* (Vol. 37, pp. 221-247): Emerald Group Publishing Limited.
- Dahl, H. L., & Morgan, K. S. (1983). Return on investment in human resources. In R. N. Lehrer (Ed.), *White Collar Productivity*. New York: McGraw-Hill.
- Dailymail. (2012). How smartphones and tablets are adding TWO HOURS to our working day. Retrieved from <http://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-2225325/Smartphones-tablets-add-TWO-HOURS-working-day.html>
- Dhawan, E. (2012). Gen-Y Workforce And Workplace Are Out Of Sync. Retrieved from <http://www.forbes.com/sites/85broads/2012/01/23/gen-y-workforce-and-workplace-are-out-of-sync/>
- Donovan, A., & Finn, D. (2013). PwC's NextGen: A global generational study 2013. *Summary and compendium of findings*, Los Angeles.
- Engels, F. (1910). *Socialism: Utopian and Scientific* (E. Aveling, Trans.). Chicago: Charles H. Kerr & Company.
- Fleming, P. (2013). Some might call it work... But we don't": Exploitation and the emergence of free work capitalism. *Managing Human Resources by Exploiting and Exploring People's Potentials. Research in the Sociology of Organizations*, 37, 105-128.
- Fleming, P., & Spicer, A. (2004). You Can Checkout Anytime, but You Can Never Leave. *Human Relations*, 57(1), 75-94. doi:10.1177/0018726704042715
- Gao, Y., & Poisson, V. (2009). Exploitations of Chinese Immigrants' Vulnerabilities in France. *Concealed Chains: Labour Exploitation and Chinese Migrants in Europe*, 33-88.

- Goffee, R., & Jones, G. (1996). What holds the modern company together? *Harvard Business Review*, 74(6), 133-&.
- Gregg, M. (2013). *Work's intimacy*: John Wiley & Sons.
- Gultekin, B. (2014). A sweet Lollipop, with a Kevlar wrapping: New security features in Android 5.0,2015. Retrieved from <https://android.googleblog.com/2014/10/a-sweet-lollipop-with-kevlar-wrapping.html>
- Hafner, K. (2000). For the well connected, all the world's an office. *New York Times*, 30, D1ss.
- Harjani, A. (2014). From brats to bosses – Gen Y to dominate by 2025. Retrieved from <http://www.cnbc.com/id/101353573>
- Harvey, D. (2006). *The Limits to Capital* (new and fully updated edition). London and New York: Verso.
- Hays. (2013a). *Gen Y and the world of work China*. Retrieved from www.hays.com
- Hays. (2013b). *Gen Y and the world of work Japan*. Retrieved from www.hays.com
- Hays. (2013c). *Gen Y and the world of work UK*. Retrieved from www.hays.com
- Hays. (2013d). *Gen Y and the world of work United States*. Retrieved from www.hays.com
- Islam, M., Cheong, T., Yusuf, D., & Desa, H. (2011). A Study on 'Generation Y' Behaviours at Workplace in Penang. *Journal of Applied Sciences Research*, 7(11).
- Kelleher, J. B. (2009). White-collar blues play well with U.S. labor unions. Retrieved from <http://www.reuters.com/article/2009/01/28/us-usa-economy-unions-analysis-idUSTRE50R6MU20090128>
- Kunda, G. (1992). *Engineering culture: Control and commitment in a high technology corporation*. Philadelphia,PA: Temple University Press.
- Lehrer, R. N. (1983). *White collar productivity*: McGraw-Hill Companies.
- Los Angeles Times Editorial. (2014). Change white-collar threshold on OT pay. Retrieved from <http://m.startribune.com/opinion/commentaries/275840661.html>
- Mahapatra, L. (2013). Android Vs IOS: What's the most popular mobile operating system in your country? Retrieved from <http://www.ibtimes.com/android-vs-ios-whats-most-popular-mobile-operating-system-your-country-1464892>

- Manager. (2012). จบแล้ว ประมูล !3G21GHz ราคารวม 41,625 ล้านบาท .Retrieved from www.manager.co.th/Cyberbiz/ViewNews.aspx?NewsID=9550000126655
- Maravelias, C., Thanem, T., & Holmqvist, M. (2012). March meets Marx: The politics of exploitation and exploration in the management of life and labour. *Research in the Sociology of Organizations*, 37, 129-159.
- Mills, C. W. (1951). *White collar: The American middle classes* (Vol. 3): Oxford University Press on Demand.
- Monaco, J. (2014). The Office Of The Future. Retrieved from http://www.huffingtonpost.com/2014/01/26/white-collar-exploitation_n_4659979.html
- Muhr, S. L., Pedersen, M., & Alvesson, M. (2012). Workload, aspiration, and fun: Problems of balancing self-exploitation and self-exploration in work life. *Research in the Sociology of Organizations*, 37, 193-220.
- Mujtaba, B. G., Manyak, T., Murphy, E., & Sungkhawan, J. (2010). Cross-cultural values differences of working adult Gen X and Gen Y respondents in Thailand. *The International Journal of Management and Business*, 1(1), 36-61.
- Nation multimedia. (2013). Demographic changes bring great challenges to Thailand. Retrieved from <http://www.nationmultimedia.com/business/Demographic-changes-bring-great-challenges-to-Thai-30214712.html>
- Negri, A., Hardt, M., & Zolo, D. (2008). *Reflections on empire* (E. Emery, Trans.): Polity.
- Neufeldt, V., & Sparks, A. N. (2002). *Webster's new world dictionary*: Simon and Schuster.
- Newman, K. (2013). White collar workers are exploited too. Retrieved from http://www.salon.com/2013/05/04/joan_rivers_e_fashion_police_staff_on_strike_partner/
- Nolan, R. E. (1983). Work Measurement. In R. N. Lehrer (Ed.), *White Collar Productivity*. New York: McGraw-Hill.
- Ouye, J. A. (2011). Five trends that are dramatically changing work and the workplace. Retrieved February, 22, 2013.

- Pena, D. S. (2010). You might be a Marxist if...you want to end the exploitation of workers (part 2). Retrieved from <http://politicalaffairs.net/you-might-be-a-marxist-if-you-want-to-end-the-exploitation-of-workers/>
- Pichai, S. (2012). Introducing Chrome for Android. Retrieved from <http://officialadnroid.blogspot.com/2012/02/introducing-chrome-for-android.html>
- Positioning magazine. (2013). ปราบกฏการณ์ “ฟิบบิ่ง”. Retrieved from <http://positioningmag.com/56021>
- PricewaterhouseCoopers. (2009). *Malaysia's Gen Y unplugged*. Retrieved from Kuala Lumpur:
- Resnick, S. (1999). Exploitation and surplus value. In P. A. O'Hara (Ed.), *Encyclopedia of Political Economy* (Vol. 1, pp. 311-313).
- Spencer, D. (2008). *The political economy of work*: Routledge.
- Surbhi S. (2015). Difference Between Blue Collar and White Collar. Retrieved from <http://keydifferences.com/difference-between-blue-collar-and-white-collar.html>
- T-Mobile press release. (2008). T-Mobile Unveils the T-Mobile G1-the First Phone Powered by Android. Retrieved from <https://newsroom.t-mobile.com/news-and-blogs/t-mobile-unveils-the-t-mobile-g1-the-first-phone-powered-by-android.htm>
- Telegraph News. (2014). Most important inventions of the 21st century : in pictures. Retrieved from <http://www.telegraph.co.uk/technology/picture-galleries/11298840/Most-important-inventions-of-the-21st-Century-in-pictures.html?image=10>
- Tzeun, C. P., Wong, E., Wee, X. M. E., Goh, K. H. J., & Johari, L. (2009). *'Y' Are They Different?, Singapore*. Retrieved from Singapore:
- Verge Staff. (2011). iOS: A visual history. Retrieved from <http://www.theverge.com/2011/12/13/2612736/ios-history-iphone-ipad>
- กรมการจัดหางาน) 2557). สถานการณ์การว่างงาน การเลิกจ้างและความต้องการแรงงาน . Retrieved from กรุงเทพฯ :

- กองวิจัยตลาดแรงงาน) .2557). ข้อมูลผู้สำเร็จการศึกษา และประมาณการผู้เข้าสู่ตลาดแรงงานปี 2557. Retrieved from กรุงเทพฯ :
- แคตเบอร์รี่ อาดัมส์) Writer). (2555). Downward [สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์].[In FABRUARY30 (Producer). กรุงเทพฯ.
- ฉัตรทิพย์ นาถสุภา) .2555). ลัทธิเศรษฐกิจการเมือง .กรุงเทพฯ :สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณิชากรีย์ ตั้งจิตดีและคณะ) .2556). อิทธิพลการทำนายของบรรยากาศองค์การด้านมนุษยสัมพันธ์ และความเชื่อในความสามารถของตนในการทำงานต่อความทุ่มเท และการติดงานของพนักงานบริษัท .Retrieved from กรุงเทพฯ :
- เดือนเพ็ญ ลิ้มศรีตระกูล) .2553). บทบรรณาธิการ .*Health Today*. เทสโก้ โลตัส) Writer). (2557). ความใส่ใจมนุษย์เงินเดือน] สื่อโฆษณาออนไลน์ .[กรุงเทพฯ. ไทยรัฐออนไลน์) .2557). เผยผลสำรวจ ชี้ คนไทยติดมือถืออันดับ1. Retrieved from <http://www.thairath.co.th/content/443512>
- สุรางคณา วายุภาพและคณะ) .2558). รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2558. Retrieved from กรุงเทพฯ :
- โออิชิ กรุ๊ป) Writer). (2551). New staff and Sleep [สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์].[In SkyExit (Producer). กรุงเทพฯ.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก.

แบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 การใช้สมาร์ทโฟนในบริบทการทำงาน

สมาร์ทโฟนในที่นี้หมายถึง โทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งสามารถเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต รับส่งข้อความ รับส่งอีเมล สืบค้นข้อมูลผ่านเว็บเบราว์เซอร์ได้ หรืออีกนัยหนึ่ง คือเครื่องมือสื่อสารที่เอื้อให้ผู้อื่น ติดต่อเข้าถึงตัวคุณได้ทุกที่ทุกเวลา

1. ท่านใช้สมาร์ทโฟนมาแล้ว _____ 1 ปี _____ 2-3 ปี _____ 3ปีขึ้นไป

2. สมาร์ทโฟนที่ใช้อยู่ในปัจจุบันเป็นรุ่น-ยี่ห้ออะไร และใช้มาเป็นเครื่องที่เท่าใด

3. สมาร์ทโฟนที่ท่านใช้อยู่ราคา _____ บาท โดยที่ท่าน.....

_____ ซื้อเอง _____ บริษัทช่วยจ่าย _____ % _____ บริษัท
จัดหามาให้

4. ค่าใช้จ่ายรายเดือนที่มากับสมาร์ทโฟนตกเดือนละ _____ บาท โดยค่าใช้จ่ายนี้ท่าน.....

_____ จ่ายเอง _____ บริษัทช่วยจ่าย _____ % _____ บริษัทจ่าย
ให้

5. ที่ผ่านมามีท่านใช้สมาร์ทโฟนติดต่อหรือทำงานของบริษัท

_____ เป็นประจำ _____ บ่อยครั้ง _____ เป็นครั้งคราว _____ น้อยครั้ง _____ ไม่
เคย

6. ท่านคิดว่าการใช้สมาร์ทโฟน (ตอบได้มากกว่า1ข้อ)

- _____ ช่วยให้ติดต่อและแชร์ข้อมูลเรื่องงานกับเพื่อนร่วมงานได้สะดวกรวดเร็ว
- _____ ช่วยให้มีความพร้อมทำงานได้ทุกที่ ทุกเวลา เช่น รับส่งอีเมลเรื่องงาน หรือเชื่อมต่อกับเซิร์ฟเวอร์ของบริษัทได้ตลอดเวลา
- _____ มีส่วนช่วยให้ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานสนิทสนมเป็นกันเองมากขึ้น
- _____ ช่วยอำนวยความสะดวกให้ทุ่มเททำงานให้บริษัทได้เต็มที่
- _____ ทำให้งานเข้าถึงตัวได้ตลอดแม้นอกเวลางาน ซึ่งแสดงถึงความเป็นคนเก่งและเป็นคนสำคัญของบริษัท
- _____ เปิดโอกาสให้ก้าวหน้าในหน้าที่การงาน
- _____ ทำให้มีนิสัยคอยเช็คอีเมลหรือข้อความเรื่องงาน ทุกครั้งที่มีโอกาส
- _____ ทำให้กังวลและหยุดคิดเรื่องงานไม่ได้
- _____ ทำให้เส้นคั่นระหว่างงานและชีวิตส่วนตัวไม่ชัดเจน
- _____ ทำให้ชั่วโมงการทำงานยาวนานขึ้น ปริมาณงานมากขึ้น แต่เงินเดือนเท่าเดิม
- _____ ทำให้ต้องเตรียมพร้อมที่จะทำงานอยู่ตลอด จนมีเวลาทำกิจส่วนตัวน้อยลง
- _____ ทำให้คอยจดจ่ออยู่กับงานหรือกิจกรรมบนหน้าจอสมาร์ทโฟน จนไม่ได้ใส่ใจ หรือพิจารณาสิ่งที่เกิดขึ้นรอบตัว
- _____ ทำให้เครียด เพราะไม่รู้ว่าจะถูกตามตัวให้ทำงานที่ไหน และเมื่อไหร่
- _____ อื่น ๆ โปรดระบุ _____

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเชื่อมโยงพฤติกรรมและท่าทีต่อการทำงานนอกเวลางานผ่านการใช้สมาร์ทโฟน

1. ที่ผ่านมามีท่านเคยต้องใช้สมาร์ทโฟนไปกับการทำงานนอกเวลางาน และหรือในวันหยุดหรือไม่
..... (ตอบได้มากกว่า1ข้อ)

_____ ไม่เคย

_____ เคย โดยโทรศัพท์พูดคุยเรื่องงาน

_____ เคย โดยแชร์ข้อมูล หรือแชตถามไถ่ หรือเกี่ยวกับเรื่องงานผ่านแอปพลิเคชันต่าง ๆ

_____ เคย โดยรับส่ง เซ็คีเมลเรื่องงาน

_____ เคย โดยเข้าอินเทอร์เน็ตหาข้อมูลที่เป็นต้องใช้เกี่ยวกับเรื่องงาน

_____ อื่น ๆ โปรด

ระบุ _____

2. ที่ผ่านมามีท่านได้รับการติดต่อเรื่องงานผ่านสมาร์ทโฟนนอกเวลางาน หรือในวันหยุด ท่าน

_____ รับ เพราะ... _____ คิดว่าเป็นกรณีเร่งด่วน หรือมีความจำเป็นจริง ๆ

_____ เปิดสมาร์ทโฟนและอินเทอร์เน็ตให้ติดต่อได้ตลอดเวลาอยู่แล้ว

_____ ถือเป็นหน้าที่ตามปกติ

_____ แสดงถึงความทุ่มเท รับผิดชอบงาน

_____ หวังจะได้รับความก้าวหน้าด้านการทำงานและการเงิน

_____ อื่น ๆ โปรด

ระบุ _____ ไม่รับ เพราะ... _____ ถือเป็น
เวลาส่วนตัว หรือเวลาของครอบครัว บริษัทไม่มีสิทธิ์เข้ามา

เบียดบัง

_____ เกรงว่าหากยอมรับทำครั้งหนึ่งแล้ว ก็จะมีมาอีกเรื่อย ๆ ไม่จบสิ้น

_____ อื่น ๆ โปรดระบุ _____

_____ จำใจรับ เพราะ.. _____ กลัวจะถูกหัวหน้าและเพื่อนร่วมงานมองว่าไม่ให้ความร่วมมือ

_____ เกรงใจ ไม่กล้าปฏิเสธ

_____ อาจหมายถึงความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน

_____ มีภาระครอบครัว หรือภาระทางการเงินที่ไม่อาจเสี่ยงกับการถูกให้ออกจากงานได้

ออกจากงานได้

_____ อื่น ๆ โปรดระบุ _____

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

3. ที่ผ่านมาเมื่อมีการติดต่อ/สั่งงานผ่านสมาร์ตโฟนนอกเวลางาน และหรือในวันหยุด โดยที่ท่านมีสิทธิ์เบิกค่าล่วงเวลา (OT) ตามกฎหมายคุ้มครองแรงงานพ.ศ. 2541 ท่านจะ...

_____ เบิกเพราะ... _____ ถือเป็นสิทธิ์โดยชอบ

_____ อื่น ๆ โปรดระบุ _____

_____ ไม่เบิกเพราะ.. _____ ถือเป็นหน้าที่ที่ต้องทำอยู่แล้ว

_____ ได้รับการบอกกล่าวที่บริษัทไม่มี OT/เงินเดือน 15,000 หรือ

มากกว่า

ไม่มีสิทธิ์เบิก OT

- เพื่อนร่วมงานไม่มีใครเบิกกัน
- ทางบริษัทชดเชยให้อยู่แล้ว ในรูปแบบของการจัดปาร์ตี้กินเลี้ยง หรือพาไปเที่ยว (Outing)
- ไม่รับการติดต่อเรื่องงานนอกเวลางาน และหรือในวันหยุดอย่างเด็ดขาด
- อื่น ๆ โปรดระบุ _____

- จำใจไม่เบิกเพราะ กลัวจะถูกหาว่าคิดเล็กคิดน้อย/ไม่มีน้ำใจช่วยบริษัท
- ไม่แน่ใจว่าเบิกไปแล้วจะได้หรือเปล่า
- กลัวถูกบริษัทเพ่งเล็ง และจะส่งผลต่อการได้โบนัสหรือขึ้นเงินเดือน
- กลัวจะถูกให้ออกจากงาน
- อื่น ๆ โปรดระบุ _____

ส่วนที่ 3 ข้อมูลจำเพาะ

1. เพศ ชาย หญิง เพศทางเลือก
2. อายุ 15-34 ปี 35-50 ปี 51ขึ้นไป
3. สถานะ โสด สมรส (บุตร คน)
4. การศึกษา ก่อนปริญญาตรี ปริญญาตรี หลังปริญญาตรี
5. สายงานปัจจุบัน การตลาด/โฆษณา/ประชาสัมพันธ์
- เลขานุการ/ธุรการ

___บัญชี/การเงิน/ฝ่ายจัดซื้อ

___ ด้านทรัพยากรบุคคล/ฝ่ายกฎหมาย/ไอที

___ ที่ปรึกษาด้านต่างๆ

___ อื่น ๆ โปรดระบุ _____

6. อายุการทำงาน(งานปัจจุบัน) ___ ปี

7. ภาระทางการเงินของครอบครัว ___ ผ่อนบ้าน

___ ผ่อนรถ

___ ผ่อนโทรศัพท์มือถือ

___ ค่าเล่าเรียน (___ ส่วนของตนเอง _____ ส่วนของบุตรหลาน)

___ ดูแลพ่อแม่/ญาติผู้ใหญ่

___ อื่น ๆ โปรดระบุ _____

8. รายได้ปัจจุบัน/เดือน _____

ภาคผนวก ข

ฐานข้อมูลดิบ

ตารางที่1 ข้อมูลดิบส่วน 3 (สถานะสมรส,ระดับการศึกษา,สายงานอาชีพและอายุงาน)																				
T1_2/5																				
ID	ชื่อ	ชื่อ	ชื่อ	ชื่อ	ชื่อ	อาชีพ	ชื่อ	ชื่อ	ชื่อ	ชื่อ	ชื่อ	ชื่อ	ชื่อ							
*41	หญิง X	สม3			หลัง	1	ตลาด	1				20	1							
42	หญิง X	โสด	1		หลัง	1	ปรึกษา		1			10	1							
43	หญิง X	สมรส			หลัง	1	ตลาด	1				13	1							
44	หญิง X	สม1		1	หลัง	1	เลขา		1			11	1							
45	หญิง X	โสด	1		หลัง	1	ปรึกษา			1		7	1							
*46	ชาย Y	โสด	1		ตรี	1	ID46(กราฟฟิคดีไซน์)			1		3	1							
47	ชาย Y	โสด	1		ตรี	1	47ออกแบบ4			1		4	1							
48	ชาย Y	โสด	1		ตรี	1	ปรึก			1		2	1							
49	ชาย Y	โสด	1		ตรี	1	บ/ช		1			3	1							
50	ชาย Y	โสด	1		ตรี	1	ทรัพย์			1		3	1							
51	ชาย Y	โสด	1		ตรี	1	ปรึก			1		4	1							
52	ชาย Y	โสด	1		ตรี	1	ฝ่ายผลิต				1	4	1							
53	ชาย Y	โสด	1		ตรี	1	ทรัพย์			1		7	1							
54	ชาย Y	โสด	1		หลัง	1	วิศวกร				1	1	1							
55	ชาย Y	โสด	1		ตรี	1	เลขา		1			1	1							
56	ชาย Y	โสด	1		ตรี	1	ตลาด	1				2	1							
57	ชาย Y	โสด	1		ตรี	1	ตลาด	1				5	1							
58	ชาย Y	โสด	1		หลัง	1	ตลาด	1				2	1							
59	ชาย Y	โสด	1		ตรี	1	บ/ช		1			1	1							
60	หญิง Y	โสด	1		ตรี	1	ตลาด	1				2	1							
61	หญิง Y	โสด	1		ตรี	1	ตลาด	1				2	1							
62	หญิง Y	โสด	1		ตรี	1	ตลาด	1				1	1							
63	หญิง Y	โสด	1		ตรี	1	บ/ช		1			3	1							
64	หญิง Y	โสด	1		ตรี	1	บ/ช		1			1	1							
65	หญิง Y	โสด	1		ตรี	1	ตลาด	1				2	1							
66	หญิง Y	โสด	1		ตรี	1	digitDesigner				1	4	1							
67	หญิง Y	โสด	1		ตรี	1	บ/ช		1			3	1							
68	หญิง Y	โสด	1		หลัง	1	ทรัพย์			1		4	1							
69	หญิง Y	โสด	1		ตรี	1	บ/ช		1			5	1							
70	ชาย X	สมรส			หลัง	1	บ/ช		1			23	1							
71	ชาย X	โสด	1		ก่อน	1	ตลาด	1				15	1							
72	ชาย X	สมรส			หลัง	1	ทรัพยากร			1		20	1							
73	ชาย X	โสด	1		ตรี	1	ตลาด	1				10	1							
74	ชาย X	สมรส			ก่อน	1	ทรัพยากร			1		25	1							
75	ชาย X	สมรส			หลัง	1	ตลาด	1				7	1							
76	ชาย X	สมรส			ตรี	1	ตลาด	1				10	1							
77	ชาย X	สม2		1	ตรี	1	ผลิต				1	10	1							
78	ชาย X	สม2		1	ตรี	1	ปรึกษา			1		16	1							
79	ชาย X	สมรส			หลัง	1	ตลาด	1				23	1							
80	ชาย X	สมรส			หลัง	1	ทรัพยากร			1		20	1							
			28	1	2		2	25	13		14	2	7	6	5	6	#	15	11	14

ตารางที่ 1 ข้อมูลดิบส่วน 3 (สถานะสมรส,ระดับการศึกษา,สายงานอาชีพและอายุงาน)																				
T1_3/5																				
IC	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	อาชีพ	▼	▼	▼	▼						
81	หญิง X สม2		1	ตรี	1					บ/ช		1		25	1					
82	หญิง X โสด	1		หลัง		1				ทรัพยากร		1		12	1					
83	หญิง X โสด	1		หลัง		1				ทรัพยากร		1		12	1					
84	หญิง X โสด	1		ตรี	1					ผลิต			1	8	1					
85	หญิง X โสด	1		ตรี	1				1	เลขา				10	1					
86	หญิง X โสด	1		ตรี	1				1	บ/ช				10	1					
87	หญิง X โสด	1		หลัง		1				ปรึกษา		1		20	1					
88	หญิง X โสด	1		ตรี	1					ทรัพยากร		1		16	1					
89	หญิง X สมรส			หลัง		1				ปรึกษา		1		20	1					
90	ชาย Y โสด	1		หลัง		1				ตรวจราชการ			1	6	1					
*91	ชาย Y โสด	1		ตรี	1				1	ธุรการ				4	1					
92	ชาย Y โสด	1		ตรี	1				1	เลขา				1	1					
93	ชาย Y โสด	1		กอ	1					ฝ่ายบริการ			1	3	1					
94	ชาย Y โสด	1		ตรี	1					ทรัพย์		1		1	1					
95	ชาย Y โสด	1		ตรี	1					วิศวกร			1	2	1					
96	ชาย Y โสด	1		หลัง		1			1	ตลาด				4	1					
97	ชาย Y โสด	1		ตรี	1				1	ฝ่ายขาย				4	1					
98	ชาย Y โสด	1		หลัง		1				สถาปนิก			1	1	1					
99	หญิง Y โสด	1		ตรี	1				1	ตลาด				1	1					
100	หญิง Y โสด	1		หลัง		1				จัดซื้อ		1		1	1					
101	หญิง Y โสด	1		ตรี	1				1	ตลาด				2	1					
102	หญิง Y โสด	1		ตรี	1				1	ธุรการ				3	1					
103	หญิง Y โสด	1		ตรี	1					สาธารณสุข			1	3	1					
104	หญิง Y โสด	1		ตรี	1					ทรัพย์		1		1	1					
105	หญิง Y โสด	1		ตรี	1					ไอที		1		3	1					
106	หญิง Y โสด	1		ตรี	1					นักวิจัย			1	2	1					
107	หญิง Y โสด	1		หลัง		1				บัญชี		1		5	1					
108	หญิง Y โสด	1		ตรี	1					จัดซื้อ		1		2	1					
109	หญิง Y โสด	1		หลัง		1			1	ตลาด				1	1					
110	หญิง Y โสด	1		หลัง		1				นักวิจัย			1	3	1					
111	หญิง Y โสด	1		ตรี	1				1	ตลาด				5	1					
112	หญิง Y โสด	1		ตรี	1				1	ตลาด				2	1					
113	ชาย X สม2		1	ตรี	1					ฝึกอบรม			1	18	1					
114	ชาย X โสด	1		ตรี	1					สถาปนิก			1	15	1					
115	ชาย X โสด	1		ตรี	1				1	ธุรการ				9	1					
116	ชาย X โสด	1		หลัง		1				บริการลูกค้า			1	9	1					
117	ชาย X โสด	1		กอ	1					ดูแลลูกค้า			1	6	1					
118	ชาย X โสด	1		ตรี	1					ไอที		1		6	1					
119	ชาย X โสด	1		หลัง		1				ตรวจราชการ			1	6	1					
120	ชาย X สม2		1	ตรี	1					ฝ่ายผลิต			1	27	1					
			36	3		2	25	13			7	5	5	7	2	14	#	17	10	13

ตารางที่1 ข้อมูลดิบส่วน 3 (สถานะสมรส,ระดับการศึกษา,สายงานอาชีพและอายุงาน)																			
T1_4/5																			
ID	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼						
121	ชายX	โสด	1	ตรี	1	ดูแลลูกค้า					1	5	1						
122*	หญิงX	โสด	1	ตรี	1	GB					1	10	1						
123*	หญิงX	โสด	1	ตรี	1	ประสานง					1	8	1						
124	หญิงX	โสด	1	หลัง	1	ไอที			1			14	1						
125	หญิงX	โสด	1	ตรี	1	บัญชี			1			8	1						
126	หญิงX	โสด	1	ตรี	1	ตตราชการ					1	8	1						
127	หญิงX	โสด	1	ตรี	1	ทรรพ			1			10	1						
128*	หญิงX	โสด	1	ตรี	1	ตลาด	1					10	1						
129	หญิงX	โสด	1	หลัง	1	สาธารณสุข					1	9	1						
130*	หญิงX	สมรส		ตรี	1	ฝ่ายวางแผน					1	19	1						
131	หญิงX	สมรส		หลัง	1	บัญชี			1			10	1						
132	ชายY	โสด	1	ตรี	1	ตตราชการ					1	3	1						
133	ชายY	โสด	1	ตรี	1	ตลาด	1					6	1						
134	ชายY	โสด	1	ตรี	1	ตลาด	1					5	1						
135	ชายY	โสด	1	ตรี	1	จัด			1			6	1						
136	ชายY	โสด	1	ตรี	1	ธุรการ			1			2	1						
137	ชายY	โสด	1	หลัง	1	บ/ช			1			5	1						
138	ชายY	โสด	1	ตรี	1	ธุรการ			1			6	1						
139	ชายY	โสด	1	ตรี	1	ตลาด	1					1	1						
140	ชายY	โสด	1	ตรี	1	บ/ช			1			1	1						
141	ชายY	โสด	1	ตรี	1	ตตราชการ					1	2	1						
142	ชายY	โสด	1	ตรี	1	ตลาด	1					1	1						
143	ชายY	สมรส		ตรี	1	ธุรการ			1			3	1						
144	ชายY	โสด	1	ตรี	1	ตลาด	1					2	1						
145	ชายY	โสด	1	ตรี	1	ฝ่ายขาย	1					8	1						
146	ชายY	โสด	1	ตรี	1	บ/ช			1			6	1						
147	ชายY	โสด	1	ตรี	1	ธุรการ			1			8	1						
148	ชายY	โสด	1	ตรี	1	ตลาด	1					8	1						
149	ชายY	โสด	1	หลัง	1	บ/ช			1			8	1						
150	หญิงY	โสด	1	ตรี	1	บ/ช			1			1	1						
*151	หญิงY	โสด	1	ตรี	1	บ/ช			1			3	1						
152	หญิงY	โสด	1	ตรี	1	บ/ช			1			3	1						
153	หญิงY	สมรส		หลัง	1	ธนาคาร					1	5	1						
154	หญิงY	โสด	1	ตรี	1	เลขา			1			5	1						
155	หญิงY	สมรส		ตรี	1	จัดซื้อ			1			2	1						
156	หญิงY	สม1	1	ก่อน	1	บ/ช			1			2	1						
157	หญิงY	โสด	1	ตรี	1	เลขา			1			2	1						
158	หญิงY	โสด	1	ตรี	1	บ/ช			1			2	1						
159	หญิงY	โสด	1	ตรี	1	ธุรการ			1			2	1						
160	หญิงY	โสด	1	ตรี	1	เลขา			1			1	1						
			34	1			1	33	6		8	9	12	2	9	#	17	15	8

ตารางที่1 ข้อมูลดิบส่วน 3 (สถานะสมรส,ระดับการศึกษา,สายงานอาชีพและอายุงาน)																					
T1_5/5																					
ID	ส	ส	ส	ส	ส	อาชีพ	ส	ส	ส	ส	ส	ส	ส								
161	ชาย	X	โสด	1	ตรี	1	ธุรการ	1				12	1								
162	ชาย	X	สมรส		หลัง	1	ตลาด	1				10	1								
163	ชาย	X	สมรส		ตรี	1	บ/ช		1			19	1								
164	ชาย	X	สมรส		ตรี	1	บ/ช		1			14	1								
165	ชาย	X	สมรส		ตรี	1	เลขา		1			15	1								
166	ชาย	X	โสด	1	ตรี	1	บ/ช		1			17	1								
167	ชาย	X	โสด	1	ตรี	1	ไอที			1		13	1								
168	ชาย	X	โสด	1	ตรี	1	ปรึกษา				1	12	1								
169	ชาย	X	สมรส		หลัง	1	จัดซื้อ		1			10	1								
170	ชาย	X	โสด	1	ตรี	1	กราฟฟิค				1	9	1								
171	ชาย	X	โสด	1	หลัง	1	ปรึกษา				1	10	1								
172	ชาย	X	โสด	1	กอ	1	บ/ช			1		8	1								
173	ชาย	X	โสด	1	ตรี	1	ทรัพย์			1		7	1								
174	ชาย	X	สมรส		หลัง	1	บ/ช			1		10	1								
*175	หญิ	X	โสด	1	หลัง	1	ตลาด	1				20	1								
176	หญิ	X	โสด	1	ตรี	1	ฝ่ายวางแผน				1	13	1								
177	หญิ	X	โสด	1	ตรี	1	สสภายใน				1	10	1								
178	หญิ	X	โสด	1	หลัง	1	บ/ช		1			10	1								
179	หญิ	X	สม2		หลัง	1	บ/ช		1			10	1								
180	หญิ	X	โสด	1	ตรี	1	บ/ช			1		10	1								
181	หญิ	X	สมรส		ตรี	1	เลขา		1			8	1								
182	หญิ	X	สม3		ตรี	1	ธุรการ		1			8	1								
183	หญิ	X	สม2		ตรี	1	ฝ่ายสนับสนุน				1	12	1								
184	หญิ	X	โสด	1	ตรี	1	ทรัพย์			1		16	1								
185	หญิ	X	สม1		ตรี	1	บ/ช			1		8	1								
186	หญิ	X	โสด	1	ตรี	1	บ/ช			1		10	1								
187	หญิ	X	โสด	1	ตรี	1	บ/ช			1		8	1								
188	หญิ	X	โสด	1	ตรี	1	เลขา		1			10	1								
189	หญิ	X	สม2		หลัง	1	จัดการ				1	30	1								
190	หญิ	X	สม1		ตรี	1	ธุรการ		1			8	1								
191	หญิ	X	สม2		หลัง	1	การเงิน			1		9	1								
*192	หญิ	X	โสด	1	หลัง	1	ฝึกอบรม				1	20	1								
193	หญิ	X	โสด	1	หลัง	1	บ/ช			1		10	1								
194	หญิ	X	สมรส		ตรี	1	ตลาด		1			6	1								
195	หญิ	X	สม1		ตรี	1	ธุรการ		1			8	1								
196	หญิ	X	สม1		ตรี	1	ธุรการ		1			18	1								
197	หญิ	X	โสด	1	ตรี	1	ธุรการ		1			12	1								
198	หญิ	X	โสด	1	หลัง	1	ธุรการ		1			10	1								
199	หญิ	X	โสด	1	ตรี	1	ทรัพย์			1		9	1								
200	หญิ	X	โสด	1	กอ	1	ทรัพย์				1	15	1								
*182				67	6	4		4	69	20		12	24	32	7	2	16	#	26	27	40

ตารางที่ 2 ข้อมูลดิบส่วน3 ข้อมูลจำเพาะ(ภาระการเงิน,รายได้/เดือน,อายุการเริ่มใช้สมาร์ทโฟน)																		
T2_1/5																		
ID	ภาระ	1	๔	๖	๘	๙	๑๐	๑๑	๑๒	๑๓	๑๔	๑๕	๑๖	๑๗				
1	ไม่มี									1	60	28	3	1				
2	มือถือ			1				1		1	50	27	3	1				
3	มือถือ			1				1		1	70	26	3	1				
4										1	50	23	3	1				
5	รถ					1		1	1		17	8.9	3	1				
6	บ้าน รถ	1	1					2		1	50	24	3	1				
7	บ้าน	1						1			70	25	3	1				
8									1		32	28	3	1				
9	บ้าน ดูแล เอง	1				1	1	3		1	33	20	3	1				
10	เอง					1		1		1	33	30	3	1				
11	มือถือ ดูแล เอง			1		1	1	3	1		30	7	3	1				
12									1		15	22	1	2	1			
13	รถ เรียน		1			1		2		1	55	25	3	1				
14	บ้าน รถ	1	1					2		1	70	24	3	1				
15	มือถือ			1				1		1	47	20	3	1				
16	มือถือ			1				1	1		27	32	1	3	1			
17										1	70	20	3	1				
18	บ้าน รถ มือถือ	1	1	1				3		1	33	34	1	3	1			
19	รถ มือถือเอง	1		1		1		3		1	70	25	3	1				
20	บ้าน	1						1		1	40	14	3	1				
*21										1	50	20	3	1				
22	ดูแล					1		1		1	40	16	3	1				
23										1	70	20	3	1				
*24	บ้าน ดูแล	1				1		2		1	33	9	3	1				
25	บ้าน รถ	1	1					2		1	50	15	3	1				
26	บ้าน	1						1		1	50	22	3	1				
27	บ้าน รถ มือถือ	1	1	1				3		1	70	29	3	1				
28	บ้าน	1						1		1	50	25	3	1				
29	ดูแล					1		1		1	55	8.9	3	1				
30	บ้าน	1						1		1	70	25	3	1				
31	ดูแล					1		1		1	50	18	3	1				
32	บ้าน มือถือ	1	1					2		1	50	19	3	1				
33	บ้าน มือถือ	1	1					2		1	53	38	3	1				
34	บ้าน มือถือ	1	1					2		1	50	27	2	1				
35									1		32	25	3	1				
36	บ้าน มือถือ	1	1					2		1	55	38	3	1				
37	บ้าน มือถือ	1	1					2		1	50	19	3	1				
38	บ้าน	1						1		1	70	36	3	1				
39										1	70	25	3	1				
40	บ้าน	1						1		1	45	23	3	1				
		20	6	13		6	6			6	12	21	##	920	3	#	2	38

ตารางที่ 2 ข้อมูลดิบส่วน3 ข้อมูลจำเพาะ(ภาระการเงิน,รายได้/เดือน,อายุการเริ่มใช้สมาร์ทโฟน)																			
T2_2/5																			
ID	ภาระ	1	๔	๑	๕	๔	๕	(๗	๔	๔	๖	๓.	๖	1	1	๓	๓	
*41	บ้าน	1						1				1	70	25	3		1		
42												1	70	20	3			1	
43											1		50	23	3			1	
44	เรียน				1			1				1	60	24	3			1	
45	บ้าน	1						1				1	53	30	3			1	
46	ดูแล						1	1			1		33	30	2		1		
47	บ้าน รถ ดูแล	1	1				1	3	1				32	14	3			1	
48	ดูแล						1	1			1		50	22	3			1	
49	รถ		1					1	1				20	25	1	3		1	
50	ดูแล						1	1	1				19	29	1	3		1	
51										1			18	30	1	3		1	
52										1			27	26	3			1	
53	รถ ดูแล		1				1	2	1				18	24	1	3		1	
54	ดูแล						1	1	1				25	25	1	3		1	
55										1			16	23	1	3		1	
56	มือถือ			1				1	1				20	20	1	3		1	
57	รถ ดูแล		1				1	2			1		33	20	3			1	
58	ดูแล						1	1	1				22	3	3			1	
59										1			25	18	3			1	
60	ดูแล						1	1			1		33	13	3			1	
61										1			20	26	1	3		1	
62	เรียน				1			1	1				25	30	1	3		1	
63										1			22	20	2		1		
64	ดูแล						1	1	1				20	34	1	3		1	
65										1			27	30	1	3		1	
66	บ้านรถถือ	1	1	1				3			1		33	30	3			1	
67											1		35	24	3			1	
68	เอง ดูแล					1	1	2	1				27	23	3			1	
69	ดูแล						1	1	1				30	23	2		1		
70												1	70	35	3			1	
71												1	55	15	3			1	
72	รถ		1					1			1		37	15	3			1	
73	บ้าน		1					1	1				32	4.5	3			1	
74											1		32	8.9	3			1	
75	รถ		1					1				1	55	25	3			1	
76	รถ		1					1			1		50	22	3			1	
77											1		47	23	3			1	
78	บ้าน เรียน	1			1			2				1	60	23	3			1	
79	เรียน ดูแล					1	1	2				1	55	23	3			1	
80	บ้าน ดูแล	1					1	2			1		50	14	3			1	
		7	8	2	3	2	14				20	11	9	##	893	11		3	37

ตารางที่ 2 ข้อมูลดิบส่วน3 ข้อมูลจำเพาะ(ภาระการเงิน,รายได้/เดือน,อายุการเริ่มใช้สมาร์ทโฟน)																				
T2_5/5																				
ID	ภาระ	1	๔	๑	๕	๔	๕	๕	(๗	๔	๔	๖	๖	๓.	๖	1	1	๓	๓
161	บ้าน	1							1	1				24	30	1	3			1
162	บ้าน	1							1		1			35	25		3			1
163											1			30	34	1	3			1
164	รถ รอ		1			1			2	1				16	29	1	3			1
165	รถ					1			1	1				28	25		3			1
166											1			39	27		3			1
167										1				32	29		3			1
168	รถ		1						1	1				30	28		2		1	
169	รถ		1						1		1			50	4.5		3			1
170										1				18	8.9		3			1
171											1			40	23		3			1
172	บ ร	1	1						2	1				23	8.9		2		1	
173	รถ					1			1	1				24	20		3			1
174	รถ					1			1	1				20	6.9		2		1	
*175	ดูแล						1		1		1			35	21		3			1
176	บ้าน	1							1	1				21	29		3			1
177	รถ					1			1	1				22	22	1	2		1	
178	บ้าน รอ	1				1			2	1				28	25		3			1
179	ลร				1				1	1				17	3.9		2		1	
180	รถ		1						1	1				20	12		2		1	
181	บ้าน	1							1	1		1		21	8		3			1
182										1		1		15	7.9		3			1
183	รถ ลร		1						1	1		1		25	23		3			1
184	ลร					1			1	1		1		32	21		3			1
185	รถ มือถือ ลร			1	1	1			3	1		1		22	25	1	3			1
186	รถ		1						1		1	1		40	25		3			1
187										1		1		20	6		1	1		
188	รถ ตุ		1			1			2	1		1		30	8		3			1
189	รถ ลร ตุ		1		1	1			3		1	1		50	24		3			1
190	บ้าน รถ มือ	1	1	1					3	1		1		15	11		3			1
191	รถ ลร		1			1			2	1		1		17	12		2		1	
*192										1		1		20	30	1	3			1
193										1		1		24	13		3			1
194										1		1		22	8.5		3			1
195	บ้าน	1							1	1		1		21	12		3			1
196	บ้าน	1							1	1		1		26	14		3			1
197	บ้าน	1							1	1		1		22	15		3			1
198										1		1		25	20		2		1	
199	บ้าน รถ	1	1						2	1		1		22	25	1	3			1
200	รถ					1			1	1		1		15	7		3			1
		25	27	5	5	20	5			73	15	23	##	##	37		2	16	73	

ตารางที่ 3 ข้อมูลดิบส่วน 1 การใช้สมาร์ทโฟนในบริษัทการทำงาน																			
T3_1/5																			
ID	2.	1	1	3.	1	2	2	1	1	4.	5	8	8	1					
1	ip5s	1		1	28			1	ซื้อเอง	700		1		จ่ายเอง					
2	sas6		1	1	27			1	ซื้อเอง	1200			1	จ่ายเอง					
3	SaN5/6		1	1	26			1	ซื้อเอง	500	1			บริ 1					
4	SaN3		1	1	23			1	ซื้อเอง	1200			1	จ่ายเอง					
5	saJ7		1	1	8.9	1			ซื้อเอง	700		1		จ่ายเอง					
6	ip5	1		1	24			1	ซื้อเอง	1500			1	จ่ายเอง					
*7	lp6	1		1	25			1	ซื้อเอง	800		1		บริ 1					
8	lp6p	1		1	28			1	ซื้อเอง	1,500			1	จ่ายเอง					
9	lp	1		1	20			1	ซื้อเอง	700		1		จ่ายเอง					
10	ip	1		1	30			1	ซื้อเอง	599		1		บริ 1					
11	AcJade/3		1	1	7	1			ซื้อเอง	400	1			จ่ายเอง					
12	lp5s	1		1	22			1	ซื้อเอง	200	1			จ่ายเอง					
13	lp5S	1		1	25			1	ซื้อเอง	500	1			จ่ายเอง					
14	SaN3		1	1	24			1	ซื้อเอง	899			1	จ่ายเอง					
15	ip5	1		1	20			1	ซื้อเอง	1000			1	บริส่วน 1					
16	iP6	1		1	32			1	ซื้อเอง	1,000			1	จ่ายเอง					
17	iP5S	1		1	20			1	ซื้อเอง	1,500			1	บริ 1					
18	iP6s f	1		1	34			1	ซื้อเอง	699		1		จ่ายเอง					
19	Note 4		1	1	25			1	ซื้อเอง	1500			1	บริส่วน 1					
20	SaN3		1	1	14		1		ซื้อเอง	200	1			บริส่วน 1					
*21	iP+S	1	1	2	20			1	ซื้อ,บริ	1,300	1			จ่ายเอง					
22	SuN1		1	1	16		1		ซื้อเอง	320	1			บริ 1					
23	lp5, 6	1		1	20			1	ซื้อเอง	1,000			1	จ่ายเอง					
*24	SaGaS3	1		1	9	1			บริ	600		1		บริ 1					
25	lg 5		1	1	15		1		ซื้อเอง	1000			1	จ่าย					
26	lp5	1		1	22			1	ซื้อเอง	1,600			1	บริส่วน 1					
*27	Hua&	1		1	29			1	ซื้อเอง	3000			1	จ่ายเอง					
28	iP4s	1		1	25			1	ซื้อเอง	430	1			บริส่วน 1					
29	dtac	1		1	8.9		1		ซื้อเอง	250	1			จ่ายเอง					
*30	lp4	1		1	25			1	ซื้อเอง	1000			1	บริส่วน 1					
31	note8		1	1	18		1		ซื้อเอง	900			1	จ่ายเอง					
*32	*โชนี่			1	1	19		1	ซื้อเอง	1000			1	จ่ายเอง					
*33	ไอ6	1		1	38			1	ซื้อเอง	1200			1	จ่ายเอง					
34	ไอ4	1		1	27			1	ซื้อเอง	330	1			จ่ายเอง					
35	ไอ5	1		1	25			1	ซื้อเอง	200	1			จ่ายเอง					
*36	ไอ6	1		1	38			1	ซื้อเอง	1200			1	จ่ายเอง					
37	Xperia		1	1	19		1		ซื้อเอง	1000			1	จ่ายเอง					
38	ip6spl	1		1	36			1	ซื้อเอง	2000			1	บริส่วน 1					
39	lp5S	1		1	25			1	ซื้อเอง	1200			1	บริส่วน 1					
40	Note3		1	1	23			1	ซื้อเอง	1000			1	บริส่วน 1					
			25	12	5	920	3	7	30		1	1	37827	10	7	23		6	9

ตารางที่ 3 ข้อมูลดิบส่วน 1 การใช้สมาร์ทโฟนในบริษัทการทำงาน																				
T3_2/5																				
ID	2.	1	1	3.	1	2	2	1	1	1	4.ค่า	5	8	8	1	1	1			
*41	ip5	1			25			1		ซื้อเอง	600		1		บริษัท		1			
42	iP6	1			20			1		ซื้อเอง	500	1			จ่ายเอง					
43	sus5 4		1		23			1		ซื้อเอง	1000			1	จ่ายเอง					
44	sanote5		1		24			1		ซื้อเอง	700		1		จ่ายเอง					
45	ip10	1			30			1		ซื้อเอง	2000			1	บริษัท		1			
*46	iP6+	1		1	30			1		ซื้อ	1000			1	จ่าย					
47	LGNex4			1	14		1			ซื้อ	700		1		จ่าย					
48	iP5	1		1	22			1		ซื้อ	500	1			จ่าย					
49	iP6	1		1	25			1		ซื้อ	1000			1	จ่าย					
50	iP6+	1		1	29			1		ซื้อ	550		1		จ่าย					
51	iP6s	1		1	30			1		ซื้อ	590		1		จ่าย					
52	SamNE		1	1	26			1		ซื้อ	900			1	บริ		1			
53	iP	1		1	24			1		ซื้อ	400	1			จ่าย					
54	iP5s	1		1	25			1		ซื้อ	800		1		บริหร		1			
55	iP6	1		1	23			1		ซื้อ	300	1			จ่าย					
56	LGN3			1	1	20		1		ซื้อ	300	1			จ่าย					
57	iP5s	1		1	20			1		ซื้อ	2000			1	จ่าย					
58	LGG2			1	1	3	1			ซื้อ	700		1		จ่าย					
59	iP4	1		1	18		1			ซื้อ	300	1			จ่าย					
60	Sony			1	13		1			ซื้อ	1000			1	จ่าย					
61	iP5s	1			26			1		ซื้อ	899			1	จ่าย					
62	iP5	1			30			1		บริ	1	1	599	1	จ่าย					
63	iP4s	1			20			1		ซื้อ	900			1	จ่าย					
64	iP6s+	1			34			1		ซื้อ	800		1		จ่าย					
65	iP6s	1			30			1		ซื้อ	300	1			จ่าย					
66	iP	1			30			1		ซื้อ	600		1		จ่าย					
67	iP6	1			24			1		ซื้อ	800		1		จ่าย					
68	iP4	1			23			1		ซื้อ	500	1			จ่าย					
69	SaN2		1		23			1		ซื้อ	480	1			จ่าย					
70	iP6s+	1		1	35			1		ซื้อ	2,500			1	จ่าย					
71	sam		1		15		1			ซื้อ	1,000			1	จ่าย					
72	samN5		1		15		1			ซื้อ	700		1		จ่าย					
73	Huawei			1	4.5	1				ซื้อ	2000			1	จ่าย					
74	SamJ7		1		8.9	1				ซื้อ	500	1			จ่าย					
75	iP6	1			25			1		ซื้อ	2000			1	จ่าย					
76	iP6	1			22			1		ซื้อ	500	1			จ่าย					
77	iP5	1			23			1		ซื้อ	400	1			จ่าย					
78	iP5	1			23			1		ซื้อ	1500			1	บริ		1			
79	SamN3		1		23			1		ซื้อ	1200			1	จ่าย					
80	Xperia			1	14		1			ซื้อ	599		1		จ่าย					
			26	8	6	893	3	7	30			1	1	34617	12	13	15		3	2

ตารางที่ 3 ข้อมูลดิบส่วน 1 การใช้สมาร์ทโฟนในบริษัทการทำงาน													
T3_3/5													
ID	2.	1	3.	1	2	2	1	4.	5	8	8	1	1
81	Sam	1	9	1				ซื้อ	500	1			จ่าย
82	Sam	1	9.9	1				ซื้อ	1000			1	จ่าย
83	HTC		1	16		1		ซื้อ	600		1		จ่าย
84	Sam	1		25			1	ซื้อ	700		1		จ่าย
85	Vivo		1	8		1		ซื้อ	1000			1	จ่าย
86	iP6+	1		25			1	ซื้อ	1000			1	จ่าย
87	Node		1	20			1	ซื้อ	1700			1	จ่าย
88	iP4s	1		21			1	ซื้อ	900			1	จ่าย
89	iP6	1		24			1	ซื้อ	650		1		จ่าย
90	iP6	1		30			1	ซื้อ	1000			1	จ่าย
*91	iP4s	1		24			1	ซื้อ	100	1			จ่าย
92	iP6 pl	1		29			1	ซื้อ	699		1		จ่าย
93	iPhon	1		24			1	ซื้อ	549		1		จ่าย
94	iP6	1		30			1	ซื้อ	1000			1	จ่าย
95	iP5s	1		23			1	ซื้อ	690		1		จ่าย
96	SS s6		1	24			1	ซื้อ	800		1		จ่าย
97	iP6s	1		31			1	ซื้อ	1000			1	จ่าย
98	iP5s	1		25			1	ซื้อ	1099			1	จบ 1
99	iP5s	1		25			1	ซื้อ	500	1			จ่าย
100	iP5	1		26			1	ซื้อ	400	1			จ่าย
101	SS s6 ed	1		28			1	ซื้อ	499	1			จ่าย
102	iP4s	1		25			1	ซื้อ	600		1		จ่าย
103	iPhon	1		20			1	ซื้อ	600		1		จ่าย
104	SS s3		1	18			1	ซื้อ	400	1			จ่าย
105	iPhon	1		30			1	ซื้อ	899			1	จ่าย
106	iPhon	1		20			1	ซื้อ	1099			1	จ่าย
107	iPhon	1		20			1	ซื้อ	600		1		จ่าย
108	iphon	1		25			1	ซื้อ	400	1			จ่าย
109	iP5	1		30			1	ซื้อ	1000			1	จ่าย
110	iP5	1		23			1	ซื้อ	1000			1	จ่าย
111	iPhon	1		25			1	ซื้อ	800		1		จ่าย
112	iPhon	1		30			1	ซื้อ	700		1		จ่าย
113	Sam		1	16			1	ซื้อเอง	800		1		จ่ายเอง
114	SS s3 mi	1		15			1	ซื้อเอง	300	1			จ่ายเอง
115	iPhon	1		31			1	ซื้อเอง	600		1		จ่ายเอง
116	SS s5		1	23			1	ซื้อเอง	300	1			จ่ายเอง
117	iPhon	1		24			1	ซื้อเอง	700		1		จ่ายเอง
118	iPhon	1		27			1	ซื้อเอง	600		1		จ่ายเอง
119	iPhon	1		20			1	ซื้อเอง	1600				จ่ายเอง
120	SS J7		1	7.9			1	ซื้อเอง	299	1			จ่ายเอง
		27	10	3	906	4	5	31					
									29683	10	16	13	1

ตารางที่ 3 ข้อมูลดิบส่วน 1 การใช้สมาร์ทโฟนในบริบทการทำงาน																				
T3_4/5																				
ID	2.	1	1	3.	1	2	2	1	1	1	4.ค่า	5	8	8	1	1				
121	iP5	1			27			1		ชื่อเอง	1500			1	บจ่าย50	1				
122*	iPhon	1	1		20			1		ชื่อเอง	2000			1	จ่ายเอง					
123*	iPhon	1			24			1		ชื่อเอง	800		1		จ่ายเอง					
124	iPhon	1			10	1				ชื่อเอง	500	1			จ่ายเอง					
125	iPhon	1			20			1	บริ	1	1	500	1		บจ่าย	1				
126	iPhon	1			30			1		ชื่อเอง	560		1		จ่ายเอง					
127	iPhon	1			30			1		ชื่อเอง	400	1			จ่ายเอง					
128*	iPhon	1			25			1		ชื่อเอง	1000			1	บจ่าย	1				
129	iPhon	1			23			1		ชื่อเอง	1200			1	จ่ายเอง					
130*	iPhon	1			28			1		ชื่อเอง	1000			1	บจ่าย	1				
131	SS		1		20		1			ชื่อเอง	700		1		จ่ายเอง					
132	SamS5		1		23			1		ชื่อ	800		1		จ่าย					
133	Sam		1		13		1			ชื่อ	500	1			จ่าย					
*134	Sam		1		11		1			ชื่อ	100	1			จ่าย					
135	iP5s	1			18		1			ชื่อ	549		1		จ่าย					
136	iP4s	1			22			1		ชื่อ	1000			1	จ่าย					
137	SamN3		1		23			1		ชื่อ	500	1			จ่าย					
138	AsusZ5			1	6.5	1				ชื่อ	300	1			จ่าย					
139	Sam		1		16		1			ชื่อ	199	1			จ่าย					
140	iP5s	1			20			1		ชื่อ	600		1		จ่าย					
141	iP4s	1			9.5	1				ชื่อ	500	1			จ่าย					
142	Lenovo			1	9	1				ชื่อ	300	1			จ่าย					
143	SamA5		1		11		1			ชื่อ	300	1			จ่าย					
144	iP5	1			25			1		ชื่อ	200	1			จ่าย					
145	iP5	1			24			1		ชื่อ	500	1			จ่าย					
146	iP	1			23			1		ชื่อ	600		1		จ่าย					
147	iP	1			30			1		ชื่อ	800		1		จ่าย					
148	SamG3		1		8.9	1				ชื่อ	500	1			จ่าย					
149	iP	1			25			1		ชื่อ	300	1			จ่าย					
150	Sam		1		12		1			ชื่อ	350	1			จ่าย					
*151	iP5	1			22			1		ชื่อ	499	1			จ่าย					
152	iP5	1			25			1		ชื่อ	500	1			จ่าย					
153	iP4s	1			25			1		ชื่อ	900				จ่าย					
154	iP5s	1			23			1		ชื่อ	590			1	จ่าย					
155	iP5s	1			23			1		ชื่อ	1200			1	จ่าย					
156	SamN4		1		25			1		ชื่อ	2000			1	จ่าย					
157	iP5s	1			24			1		ชื่อ	600		1		จ่าย					
158	SamGS5		1		23			1		ชื่อ	650		1		จ่าย					
159	iP5	1			28			1		ชื่อ	400	1			จ่าย					
160	iP5s	1			22			1		ชื่อ	1000			1	จ่าย					
			27	12	2	825	5	7	28			1	1	27397	19	10	10		3	1

ตารางที่ 3 ข้อมูลดิบ ส่วน 1 การใช้สมาร์ทโฟนในบริบทการทำงาน																
T3_5/5																
I+	2.	ี	3.	1	2	2	1	1	4.ค่า	5	8	8	1	1	1	
161	iP	1		29	1				ซื้อ	600	1		จ่าย			
162	iP6	1		25		1			ซื้อ	539	1		จ่าย			
163	iP	1		34		1			ซื้อ	570	1		จ่าย			
164	iP6	1		29		1			ซื้อ	600	1		จ่าย			
165	iP4	1		25		1			บริ	899		1	จ่าย			
166	iP5	1		27		1			ซื้อ	500	1		จ่าย			
167	SamS6	1		29		1			ซื้อ	599	1		จ่าย			
168	iP	1		28		1			ซื้อ	590	1		บริ	1		
169	Huawei		1	4.5	1				บริ	599	1		บริ	1		
170	SamJ7	1		8.9	1				ซื้อ	399	1		จ่าย			
171	Note2	1		23		1			ซื้อ	400	1		จ่าย			
172	Sam		1	8.9	1				ซื้อ	500	1		จ่าย			
173	iP	1		20		1			ซื้อ	899		1	จ่าย			
174	Nokia		1	6.9	1				ซื้อ	590	1		จ่าย			
*175	iP	1		21		1			ซื้อ	2000		1	จ่าย			
176	iP	1		29		1			ซื้อ	800	1		จ่าย			
177	SamN2	1		22		1			ซื้อ	800	1		จ่าย			
178	iP	1		25		1			ซื้อ	799	1		จ่าย			
179	Oppo		1	3.9	1				ซื้อ	500	1		จ่าย			
180	Sam		1	12		1			ซื้อ	500	1		จ่าย			
181	Sam		1	8	1				ซื้อ	499	1		จ่าย			
182	SS		1	7.9	1				ซื้อ	500	1		จ่าย			
183	iP	1		23		1			บริ	900		1	จ่าย			
184	iP4s	1		21		1			ซื้อ	900		1	จ่าย			
185	iP6	1		25		1			ซื้อ	635	1		จ่าย			
186	iP6+	1		25		1			ซื้อ	1000		1	จ่าย			
187	Oppo		1	6	1				ซื้อ	500	1		จ่าย			
188	Vivo		1	8	1				ซื้อ	1000		1	จ่าย			
189	iP6	1		24		1			ซื้อ	650	1		จ่าย			
190	SamE7	1		11		1			ซื้อ	900		1	จ่าย			
191	Sam	1		12		1			ซื้อ	590	1		จ่าย			
*192	iP	1		30		1			ซื้อ	*3500		1	บริ20	1		
193	Sam		1	13		1			ซื้อ	1000		1	จ่าย			
194	Asus		1	8.5	1				ซื้อ	1200		1	จ่าย			
195	SamG2	1		12		1			ซื้อ	550	1		จ่าย			
196	SamG1	1		14		1			ซื้อ	350	1		จ่าย			
197	Sam		1	15		1			ซื้อ	499	1		จ่าย			
198	Sam		1	20		1			ซื้อ	500	1		จ่าย			
199	iP4s	1		25		1			ซื้อ	1000		1	จ่าย			
200	Imo		1	7	1				ซื้อ	500	1		จ่าย			
		18	15	7	725	11	8	21		1	27356	13	15	12	2	1

ตารางที่ 4 ข้อมูลดิบส่วน 2.1 (พฤติกรรมและผลกระทบจากการใช้สมาร์ทโฟนกับการทำงาน)																														
T4_3/5																														
I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	XIII	XIV	XV	XVI	XVII	XVIII	XIX	XX	XXI	XXII	XXIII	XXIV	XXV	XXVI	XXVII				
81			1			1	1	1		1														4	1		1	2		
82	1					1	1				1	1				1	1							6	1	1	1	1	4	
83	1					1	1	1			1	1												5	1	1	1	1	4	
84			1			1	1	1			1												1		5	1	1	1	1	4
85	1					1	1	1	1	1		1			1	1	1	1	1	1	1	1	1	11	1	1	1	1	4	
86	1					1	1	1	1	1		1												5	1	1			2	
87			1			1	1									1								4	1		1		2	
88		1				1	1	1		1		1												5	1	1	1	1	4	
89		1				1	1	1	1			1	1	1	1									8	1		1	1	3	
90			1			1	1			1													1		4	1	1		1	3
91				1		1	1	1																3	1				1	
92*				1		1	1				1													3			1	1	2	
93		1				1	1	1			1													4	1			1	2	
94			1			1	1	1		1	1												1		6	1	1	1	1	4
95*				1		1	1	1																3	1				1	
96	1					1						1												2	1	1	1	1	4	
97	1					1				1	1	1											1	5	1	1			2	
98	1					1	1	1			1													4	1			1	2	
99	1					1	1	1			1													4	1	1			2	
100	1					1	1	1		1	1											1		6	1	1	1	1	4	
101			1			1	1																	2	1	1			2	
102	1					1																	1	2	1		1	1	3	
103		1				1	1	1	1		1	1											1	8	1	1	1	1	4	
104			1			1	1																	2		1	1	1	3	
105	1					1	1	1			1	1	1											6		1			1	
106			1			1	1	1																3	1	1		1	3	
107			1			1	1	1																3	1	1	1	1	4	
108			1			1				1													1	3		1			1	
109	1					1	1	1	1	1		1	1										1	11	1	1	1	1	4	
110	1					1	1																1	3		1	1	1	3	
111	1					1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13	1	1	1	1	4	
112	1					1	1	1		1												1	1	6	1	1		1	3	
113			1			1	1	1																3	1		1	1	3	
114			1			1	1	1																3				1	1	
115			1			1	1	1			1													4		1			1	
116	1					1	1	1		1		1												5	1	1		1	3	
117			1			1	1	1		1	1	1	1										1	8			1	1	2	
118			1			1	1	1	1	1	1	1	1									1		8		1	1	1	1	4
119				1		1	1	1																3	1				1	
120			1			1		1																2	1	1			2	
	16	5	14	4	1	39	36	29	7	14	6	20	5	10	6	4	14	5						4	29	26	21	28		

ตารางที่ 4 ข้อมูลดิบส่วน 2.1 (พฤติกรรมและผลกระทบจากการใช้สมาร์ทโฟนกับการทำงาน)																																
T4_4/5																																
I	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼				
121	1					1	1	1	1						1	1	1	1							8	1	1	1	1	4		
122 ³	1					1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13	1	1	1	1	4	
123*		1						1							1										6	1		1	1	3		
124			1			1	1	1																	3			1		1	2	
125	1					1	1								1										3	1	1	1		3		
126		1				1	1	1																1	1	5	1	1	1		3	
127			1			1																		1	3	1		1	1	3		
128 ³	1						1	1	1						1										4	1	1	1	1	4		
129				1		1	1	1							1										5	1		1	1	3		
130 ³	1					1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	1		1	3		
131	1					1	1								1										3	1	1	1	1	4		
132			1			1	1																		2				1	1		
133	1					1																			2	1				1		
134	1					1																			2	1				1		
135			1			1	1	1							1										4	1	1	1	1	4		
136			1			1	1	1							1										4	1	1	1	1	4		
137	1						1	1							1	1	1	1	1						7	1	1	1	1	4		
138		1				1	1								1									1	1	1	6		1	1	1	3
139			1			1	1	1							1	1	1								7	1	1	1	1	4		
140			1			1	1	1							1										4	1	1	1	1	4		
141			1			1									1	1	1	1							5	1				1		
142	1						1								1										5	1	1	1	1	4		
143				1		1	1								1										4		1	1	1	3		
144				1		1	1	1	1	1					1	1									9	1	1	1	1	4		
145			1			1	1								1	1									7	1	1		1	3		
146	1					1	1	1	1	1	1	1	1			1	1	1	1						10	1	1	1	1	4		
147	1					1	1	1	1	1	1	1	1												7	1		1	1	3		
148	1					1	1	1	1						1	1	1								10	1	1	1	1	4		
149				1		1	1	1																	3	1	1		1	3		
150	1					1	1	1							1	1	1	1	1	1					8	1	1	1	1	4		
*151		1				1	1	1							1										4	1	1	1	1	4		
152			1			1	1	1																	3	1				1		
153				1		1	1	1	1						1	1	1								7	1	1	1	1	4		
154		1				1	1	1							1	1	1								7	1	1	1	1	4		
155	1					1	1								1										5	1			1	2		
156			1			1									1	1									3	1		1		2		
157				1		1	1	1	1	1					1	1									9			1	1	2		
158			1			1	1								1										3			1		1	2	
159	1					1	1	1	1	1					1	1	1	1	1	1	1	1	1		11	1			1	2		
160	1					1	1	1	1						1	1									7	1	1	1	1	1	4	
		17	7	11	5		36	35	28	17	19	6	20	8	16	7	9	14	13							2	32	27	28	33		

ตารางที่ 4 ข้อมูลดิบส่วน 2.1 (พฤติกรรมและผลกระทบจากการใช้สมาร์ทโฟนกับการทำงาน)																												
T4_5/5																												
ID	ประ	บอ	ครั้ง	น้อ	ไม	ติ	พริ	ลัม	ทุม	แก	กัว	เชิ	ค	ัน	เท	น้อ	จ	เด	อ	ื่น	ๆ	ไม	โ	อ	อ	น	แ	ช
161	1					1	1	1	1	1	1			1	1			1		9		1	1	1	1	3		
162		1				1	1	1	1	1										5		1	1	1	1	4		
163	1					1	1	1	1	1	1									6		1		1		2		
164	1					1	1	1												3		1				1		
165	1					1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13		1	1	1	1	4		
166		1				1	1	1												3		1				1		
167		1				1	1		1	1				1	1				1	7		1	1		1	3		
168			1			1	1	1		1				1	1	1		1	1	9		1	1	1	1	4		
169		1				1			1					1					1	4					1	1		
170	1					1	1	1		1	1	1	1	1		1		1	10		1	1		1	3			
171			1			1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12		1	1	1	1	4			
172	1					1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		12		1	1	1	1	4			
173	1					1	1		1		1			1	1	1	1	1	9		1	1	1	1	4			
174*		1				1	1	1	1		1							1	1	1	8	1			1			
*175	1										1								1	1								
176	1					1	1	1		1	1								5		1		1	1	3			
177	1					1	1	1	1						1		1		6		1	1	1	1	4			
178			1			1	1	1						1	1		1		6			1	1	1	3			
179	1					1		1		1									3		1	1	1	1	4			
180	1					1	1	1		1									4		1	1	1	1	4			
181			1			1	1	1	1	1					1				6		1	1	1	1	4			
182	1					1			1										2		1				1			
183	1					1			1										2		1	1	1	1	4			
184		1				1	1	1		1	1								5		1	1	1	1	4			
185	1					1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10		1	1	1	1	4			
186	1					1	1	1	1	1									5		1	1			2			
187			1			1													1					1	1			
188	1					1	1	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	11		1	1	1	1	4			
189		1				1	1	1	1		1	1	1						7		1		1	1	3			
190	1					1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13		1		1	1	3			
191			1			1	1	1	1	1	1	1	1	1				1	9		1	1	1	1	4			
*192	1							1		1	1								3		1	1		1	3			
193		1				1													1		1				1			
194	1					1		1	1										3		1	1	1	1	4			
195	1					1	1	1	1		1	1	1						7		1	1		1	3			
196		1				1	1	1		1									4				1		1			
197	1					1	1	1	1						1				5		1		1	1	3			
198	1					1		1						1					3		1		1		2			
199	1					1	1	1											3					1	1			
200	1					1	1	1		1	1						1	1	7		1	1	1	1	4			
		21	9	15	6		47	45	37	22	23	7	26	11	22	9	12	17	17	0		3	40	33	35	42		

ตารางที่ 5 ข้อมูลดิบส่วน 2.2 (การรับ/ปฏิเสธการติดต่อ, พฤติกรรมและท่าทีต่อสิทธิ์พึงได้)																							
T5_2/5																							
II																							
41		1				1												1	1				
42	1	1				2											1						
43			1			1														1			
44	1	1				2				1		1						1					
45		1				1													1				
46	1					1										1							
47							1													1			
48	1			1	1	3										1							
49	1					1														1			
50			1			1										1							
51	1	1	1			3	1	1								1							
52	1	1	1			3													1				
53		1	1			2													1				
54	1					1										1							
55	1	1				2													1				
56	1	1	1	1	1	5										1							
57	1		1			2													1				
58		1	1			2													1				
59	1			1		2										1							
60	1					1										1							
61	1	1	1	1	1	5										1							
62			1			1													1				
63		1	1			2													1				
64	1					1													1				
65	1					1										1							
66	1	1	1	1		4														1 1			
67		1				1	1																
68	1					1													1				
69										1	1								1				
70	1	1	1			3										1							
71		1				1													1				
72	1					1													1				
73		1				1										1							
74	1	1				2										1							
75	1	1	1	1		4														1 1			
76	1					1													1				
77							1												1				
78		1	1			2													1				
79			1	1		2													1				
80	1	1	1			3										1							
	#	#	#	7	3			4	1		2	1	1	1	#	#	4	2	1	1	2	4	1

ตารางที่ 5 ข้อมูลดิบส่วน 2.2 (การรับ/ปฏิเสธการติดต่อ, พฤติกรรมและท่าทีต่อสิทธิ์พึงได้)																								
T5_4/5																								
II	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼
121	1	1	1				3																	1
122*	1	1	1				3			1	1	1											1	1
123*		1	1				2																	1
124			1				1																	1
125			1				1																	1
126		1	1	1			3																	1
127	1	1	1				2																	1 1
128*	1	1	1				3																	1 1
129	1	1	1				3																	1
130*	1	1	1				3																	1
131								1																
132	1	1					2		1															1
133		1					1																	1
134		1					1																	1
135	1	1					2																	
136		1					1																	1
137																								1
138																								1
139		1					1																	1
140	1	1	1	1			4																	1
141																								1
142	1	1	1				3																	1
143								1																1
144								1																1
145			1				1																	1
146	1	1					2																	1
147																								1 1
148	1	1	1	1	1		5																	1
149	1	1		1			3																	1 1
150			1	1			2																	1
*151		1					1																	1
152																								1
153	1	1	1	1	1		5																	1
154		1					1																	1
155	1	1					2																	1
156																								1
157	1						1																	1
158	1	1					2																	1
159				1	1		2																	1
160		1	1				2																	1 1
	#	#	#	7	3			5	3	1		3	4	2	1		7	#	4	8	2	2	2	3

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

ประวัติผู้วิจัย

สรณ์ มานะวานิชเจริญ เกิดวันที่ 25 กรกฎาคม 2524 ที่กรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาอบ. (ภาษาอิตาเลียน) ในปีพ.ศ. 2546 และ อม. (การแปลและการล่าม) ในปีพ.ศ. 2550 จากคณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เคยได้รับทุนการศึกษาผลการเรียนยอดเยี่ยม ประจำปีภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2555 ภาควิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปัจจุบันอาศัยอยู่ที่ 1806/53 ถนนบรรทัดทอง แขวงรองเมือง เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330

