

MATICHON INFORMATION CENTER		Subject Heading :	
Source :	ผู้จัดการรายสัปดาห์		
Date :	10 พ.ค. 2553	Page :	D3
		No :	53244933

‘เศรษฐศาสตร์ แม่โจ้’ ขยายองค์ความรู้ จับ ‘การจัดการ’ ^{D3} พสม ‘เศรษฐศาสตร์’

หลังจากที่เป็นผู้ชำนาญด้านเศรษฐศาสตร์สหกรณ์มาอย่างยาวนาน มาวันนี้ “คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้” พร้อมขยายองค์ความรู้ที่มีต่อการจัดการมาพสมกับเศรษฐศาสตร์ เตรียมเปิดปริญญาเอกปี 2554 ส่วนปีนี้ขอเปิดปริญญาโท-เอกด้านเศรษฐศาสตร์เกษตร ทรัพยากร และสิ่งแวดล้อม และเศรษฐศาสตร์สหกรณ์ก่อน พร้อมเปิดศูนย์แม่โจ้โพลออกทำวิจัยด้านการเกษตร หวังข้อมูลที่ได้จะช่วยเหลือเกษตรกรไทย

มุ่งขยายหลักสูตรใหม่

รศ.ดร.ประเสริฐ จรรยาสุภาพ คณบดี คณะเศรษฐศาสตร์ กล่าวว่า ปัจจุบันหลักสูตรในระดับปริญญาตรีคณะเศรษฐศาสตร์มีทั้งหมด 3 สาขาวิชา คือ เศรษฐศาสตร์ทั่วไป เศรษฐศาสตร์เกษตร ทรัพยากร และสิ่งแวดล้อม และสุดท้าย เศรษฐศาสตร์สหกรณ์ ซึ่งเป็นสาขาที่แม่โจ้เปิดมาตั้งแต่ดั้งเดิม

“สาขาของเรามีความหลากหลาย แต่ที่เศรษฐศาสตร์สหกรณ์เป็นสาขาที่รู้จักมากที่สุด เพราะเราแข็งแกร่งในเรื่องนี้มาก ตัวผมก็เป็นนักสหกรณ์แห่งชาติ เป็นคณะกรรมการวุฒิสภาเศรษฐศาสตร์สหกรณ์”

สำหรับแนวทางการศึกษาเศรษฐศาสตร์สหกรณ์นั้นจะคล้ายกับการศึกษาเรื่องเศรษฐกิจพอเพียง เพราะเศรษฐศาสตร์สหกรณ์ก็เน้นเรื่องของการให้บริการ การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน โดยไม่หวังผลกำไรเนื่องจากบางกลุ่มมีความอ่อนด้อยเรื่องเศรษฐกิจ ช่วยตัวเองไม่ได้ คนที่เรียนหลักสูตรนี้มีหน้าที่เข้าไปช่วยเหลือเขาไม่ให้ถูกพ่อค้าเอากำไร

โดยผู้ที่เหมาะกับหลักสูตรนี้จะเป็นนักศึกษาที่จบมัธยมศึกษาปีที่ 6 ส่วนผู้ที่มาศึกษาต่อระดับปริญญาโทจะเป็นคนที่ทำงานอยู่กับองค์กรที่ต้องการผลักดันให้ชาวบ้านสามารถลืมตาอ้าปากได้ เช่น ผู้จัดการสหกรณ์ ข้าราชการที่ทำงานในสหกรณ์ หรือธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์เพื่อการเกษตร (ธ.ก.ส.)

ทั้งนี้ ตลาดอาชีพของผู้ที่จบจากตรงนี้ ถ้า

กับหน่วยงานอื่นๆ ได้ เพราะเนื้อหาการเรียนก็ไม่แตกต่างจากการเรียนบริหาร แต่ต้องสอดแทรกเรื่องปรัชญาสทกลงไปด้วย

ส่วนเศรษฐศาสตร์เกษตร ทรัพยากร และสิ่งแวดล้อม จะสอนนักศึกษาให้ได้เรียนรู้ในเรื่องของการตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งการผลิต เขาจะต้องรู้ว่าจะทำเกษตรแบบใดให้เกิดการคุ้มค่า เช่น เกษตรกรได้ใช้ที่ดินคุ้มค่าหรือเปล่า ไม่ใช่

คำนวณต้นทุนในการผลิต รู้จักใช้การผลิตให้คุ้มค่า

"ก็เหมือนกับการเรียนเศรษฐศาสตร์ทั่วไป แต่สิ่งที่เปลี่ยนคือ สินค้าเกษตร เมื่อก่อนเราก็ใช้ชื่อว่าเศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร แต่ปีที่ผ่านมาเราได้รวมเรื่องสิ่งแวดล้อมเข้าไปด้วย เพราะสิ่งแวดล้อมกำลังจะแย เราจะมีมองเป็นเรื่องใกล้ตัวไม่ได้ วันนี้นักเรสโลกร้อนเป็น



รศ.ดร.ประเสริฐ จรรยาสุภาพ



ผศ.ชูศักดิ์ จันทนพิริ

สัดส่วนนักศึกษาคณะเศรษฐศาสตร์ระดับปริญญาตรี (1,400 คน)



ที่มา : มหาวิทยาลัยแม่โจ้

เป็นงานโดยตรงกับที่เรียนก็อาจจะแคบเกินไป แต่ในทางปฏิบัติเขาสามารถออกไปทำงาน

ให้เขามองแต่การปลูกผลผลิตได้นั้น แต่ต้องมองเรื่องความคุ้มค่าในเชิงเศรษฐกิจ รู้จักการ

เรื่องใกล้ตัวแล้ว คนที่จบจากสายนี้ไม่มีทั้งไปทำงานองค์กรเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม หรือทำงานราชการ"

นอกจากนี้ ในปีนี้จะขยายหลักสูตรปริญญาโทและเอก โดยจะขยายเศรษฐศาสตร์เกษตร ทรัพยากร และสิ่งแวดล้อม และเศรษฐศาสตร์สหกรณ์ ส่วนในปี 2554 จะขยายหลักสูตรเศรษฐศาสตร์การจัดการ โดยเหตุที่เลือกเปิดการจัดการ เนื่องจากการเปิดแต่เกษตร หรือสหกรณ์ดูแคบไป ในขณะที่ความรู้ที่สอนเป็นเรื่องเปิดกว้างสามารถใช้ได้มากกว่านั้น

โดยผู้ที่เหมาะกับหลักสูตรนี้จะเป็นกลุ่มอาจารย์ที่สอนตามสถาบันการศึกษาต่างๆ หรือกลุ่มธุรกิจการบริหารทรัพยากรมนุษย์ การคลัง เศรษฐศาสตร์ การจัดการ เพราะเนื้อหาในการ

ตลอดจนวิธีการทำงาน วิธีการแก้ปัญหาของคนในรุ่นGen-Y ไปพร้อมๆ กันด้วย

สุพรรณิ กล่าวเสริมต่อว่า โดยหัวข้อทั้ง 6 ประกอบไปด้วย 1.Soulmate Marketing เป็นการหยิบเอาแนวคิดและกระบวนการสร้างความรักความผูกพันให้เกิดขึ้นระหว่างลูกค้ากับแบรนด์หรือสินค้าจนเกิดเป็นแฟนพันธุ์แท้ ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่องค์กรชั้นนำให้ความสนใจ

2.Under-Dog Marketing หรือการตลาดบพพระรอง จะนำเสนอกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับธุรกิจที่ไม่ได้เป็นผู้นำตลาด ซึ่งมักเป็นผู้ประกอบการที่เข้ามาสู่สนามแข่งขันที่

มีเจ้าตลาดและผู้นำตลาดอยู่แล้ว ให้สามารถคิดและเกิดรูปแบบทางการตลาดที่เป็นเฉพาะของตัวเองขึ้นมา และปรากฏตัวต่อสายตาและการรับรู้

3. Storytelling หรือเรื่องเล่าเขย่าตลาด นำเสนอหลักการและวิธีการดึงดูดเด่นของธุรกิจ

เรียนจะมีทั้งเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ การบริหารมนุษย์ การศึกษา เกษตรและสิ่งแวดล้อม

ชุด 'แม่ใจโพล' ทำวิจัยเกษตร

รศ.ดร.ประเสริฐ กล่าวถึงการเปิดศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและพยากรณ์ทางการเกษตร (แม่ใจโพล) ว่า ณ วันนี้แม่ใจได้ตั้งศูนย์ที่ทำหน้าที่ทำโพลด้านการเกษตร โดยเป้าหมายที่เลือกทำโพลเกษตร เนื่องจากโพลด้านอื่นๆ มีสถาบันอื่นทำอยู่แล้ว และแม่ใจเองก็เป็นมหาวิทยาลัยที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรอยู่แล้ว แต่ละเดือนจะมีโพลออกสู่สาธารณะไม่ต่ำกว่า 5-6 โพล อย่างที่ผ่านมามีทำโพลถึงเหตุผลที่เด็กไม่เลือกเรียนต่อด้านเกษตร

ด้าน ผศ.ชูศักดิ์ จันทรพศิริ รองคณบดีคณะเศรษฐศาสตร์ ฝ่ายวางแผนและมาตรฐาน

มาสร้างเรื่องราว ที่ประทับใจ และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าโดยไม่ต้องลงทุนสูง หากนักการตลาดเล่าเรื่องได้ดี เรื่องราวเหล่านั้นจะไม่ได้ถูกสงวนไว้สำหรับโฆษณาทางทีวีอีกต่อไป ผู้เข้าฟังจะได้รับการแบ่งปันความรู้เกี่ยวกับวิธีการทำความเข้าใจ หรือเช็กความเข้าใจว่าผู้บริโภคมักมีรูปแบบการตอบสนองต่อเรื่องราวต่างๆ ที่ได้รับรู้มาอย่างไร

4. Co-Creation Marketing หรือการตลาดร่วมสร้าง จะนำเสนอถึงแนวทางในการรับมือกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปในปัจจุบันคือ การบริโภคสินค้าและบริการจะมีเรื่องของอารมณ์และบ่งบอกถึงความเป็นตัวตนของลูกค้ามากขึ้น เริ่มยึดติดแบรนด์น้องลง ทำให้ลูกค้ามีข้อมูลเพื่อตัดสินใจมากขึ้น ผู้บริโภคเริ่มมีการผันตัวจากผู้รับมาเป็นผู้เลือกที่ต้องการอะไร

5. Avant-Garde Marketing เป็นสัมมนา

การศึกษา และรองผู้อำนวยการแม่ใจโพล กล่าวเสริมว่า โพลของที่นี่ไม่ได้ทำแต่เรื่องเกษตรเรื่องอื่นๆ ก็ทำ อย่างเรื่องการสอบ GAT-PAT ก็มีการทำ แต่ถ้าพูดเรื่องการเกษตรต้องนึกถึงแม่ใจโพลเลย

สำหรับปัจจัยที่เยาวชนไทยไม่ค่อยเลือกเรียนการเกษตรนั้น เนื่องจากมองว่าเป็นงานที่เหนื่อย ลำบาก ผลตอบแทนน้อยอย่างไรก็ดี แม้จำนวนเด็กที่สนใจเรียนน้อยลงแต่สำหรับแม่ใจแล้วปริมาณนักศึกษาก็ยังเพียงพอกับความต้องการอยู่ เพียงแต่ตัวเลือกอาจจะน้อยลงเท่านั้นเอง

"ผลวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่าการเกษตรไทยกำลังจะแย่ เพราะเกษตรเป็นเรื่องที่คนไม่ค่อยสนใจ ทำให้คนสนใจเรียนน้อยลงทุกปีซึ่งเป็นปัญหาที่รัฐบาลต้องมองให้ออก ในขณะที่ไม่อดีตเยาวชนสนใจเรียนเกษตรมากกว่าปัจจุบันอย่างมาก"

สำหรับปัญหาของการทำโพลคือปริมาณผู้ทำโพลมีน้อยเพียง 6 คนเท่านั้น จึงไม่สามารถลงพื้นที่ไปทำวิจัยได้ ต้องใช้การโทรศัพท์เพื่อเก็บข้อมูล บางครั้งก็เป็นอุปสรรคเหมือนกันทำให้ที่ผ่านมายังไม่สามารถทำโพลได้มากเท่าที่ควร อย่างไรก็ตาม ศูนย์ตั้งเป้าหมายของโพลที่จะทำไว้ประมาณ 70 โพลต่อปี

ที่รวบรวมวิธีคิด วิธีปฏิบัติ และการปฏิบัติ ความคิดของคนต่างจากกรอบการคิดการปฏิบัติแบบเดิมๆ ตลอดจนการนำเสนอถึงวิธีการเริ่มต้นธุรกิจหรือกิจกรรมที่มาจากวิธีคิดแบบแหกคอกได้อย่างประสบความสำเร็จ เพื่อสร้างเป็นแนวทาง ผู้เข้าร่วมสัมมนาจะได้รับการแบ่งปันและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ร่วมกันถึงวิธีการพัฒนาและสร้างให้เกิดกระบวนการความคิดเชิงสร้างสรรค์

6. Tween Marketing เป็นหัวข้อสัมมนาที่จะพาไปค้นหาโอกาสทางการตลาดของลูกค้ากลุ่ม Tween คือกลุ่มผู้บริโภคมีอายุตั้งแต่ 8-14 ปี ซึ่งความต้องการบริโภคแตกต่างกันไปจาก Generation อื่นๆ เป็นกลุ่มทางการตลาดที่กำลังมีการเติบโต ผู้เข้าร่วมจะได้รู้จักแก่นและตัวตนของ Tween จากข้อมูลภาคสนาม ทำให้เข้าใจถึงพฤติกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นของ Tween ในปัจจุบัน