

**การสร้างวัฒนธรรมการใช้จักรยานที่ยั่งยืนในมหาวิทยาลัย:  
ประสบการณ์จากโครงการ Active Campus ของบริษัท โคคา-โคล่า  
(ประเทศไทย) จำกัด**

**Building Sustainable On-Campus Cycling Culture: practical experience  
from Coca-Cola (Thailand)'s Active Campus program**



**นายณัฏฐวิทย์ ธรรมหทัย**

บริษัท โคคา-โคล่า (ประเทศไทย) จำกัด

**บทคัดย่อ:** คนจำนวนมากอาจรู้สึกทราบดีว่า เมื่อไม่นานมานี้เอง จักรยานเป็นเพียงทางเลือกในการเดินทางสำหรับผู้มีรายได้น้อยซึ่งไม่มีทางเลือก หรือคิดว่าการขี่จักรยานเป็นเพียงกิจกรรมยามว่างของเด็กและเยาวชนเท่านั้น แต่หลังจากที่ราคาน้ำมันเชื้อเพลิงขยับสูงขึ้นเรื่อยๆ อย่างต่อเนื่อง ประกอบกับเริ่มมีความตื่นตัวในเรื่องของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการรักษาสุขภาพ การใช้จักรยานก็ได้พลิกโฉมกลายเป็นทางเลือกของการสัญจรในเมืองที่ชนทุกชั้นหันมาให้ความสนใจกันทั่วโลก และหลายคนถึงกับมองว่าการใช้จักรยานเป็นเรื่องของความเท่หรือความทันสมัยเสียด้วยซ้ำ

สำหรับประเทศไทย การใช้จักรยานมีมานานมากแล้ว แต่อาจกล่าวได้ว่าคนทั่วไปก็มิได้ให้ความสนใจเท่าใดนัก จนกระทั่งเริ่มมีการผลิตจักรยานเสือภูเขาที่ราคาไม่แพงและจักรยานฟิกซ์เกียร์ที่ออกแบบได้อย่างสวยงามมาขาย การขี่จักรยานจึงกลายมาเป็นกิจกรรมที่สีสันทันและเป็นที่ยอมรับมากขึ้นเรื่อยๆ เมื่อยังมีกระแส “Copenhagenization” หรือการพัฒนาระบบคมนาคมภายในเมืองให้เอื้อต่อการใช้จักรยานตามแบบอย่างกรุงโคเปนเฮเกน ประเทศเดนมาร์ค และแนวคิด “ปาฏิหาริย์แห่งโบโกต้า” หรือการพัฒนาระบบจักรยานที่ช่วยคลี่คลายปัญหาสังคมต่างๆ ในกรุงโบโกต้า ประเทศโคลัมเบียด้วยแล้ว ก็ยิ่งทำให้การใช้จักรยานกลายเป็นวาระทางด้านนโยบายสาธารณะเต็มรูปแบบ กลุ่มผู้สนับสนุนการใช้จักรยานในเขตเมืองเชื่อกันว่า การใช้จักรยานจะช่วยบรรเทาปัญหาทางสังคมหลายๆ อย่างที่มหานครอย่างกรุงเทพฯ กำลังประสบอยู่ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการเสื่อมโทรมของสภาวะแวดล้อม การจราจรติดขัด การมีฝุ่นและมลพิษที่ไม่เหมาะสมของเยาวชน การล่มสลายของธุรกิจและชุมชนขนาดเล็ก ไปจนถึงวิถีชีวิตของผู้คนในเขตเมืองซึ่งขาดการมีกิจกรรมทางกายที่พอเพียง เหล่าผู้นำทางความคิด หรือแม้แต่ศิลปิน ดารา ก็ยังออกมาสนับสนุนให้มีการวางโครงข่ายคมนาคมให้เอื้อต่อการใช้จักรยานมากขึ้นจนในที่สุดการส่งเสริมการใช้จักรยานได้กลายเป็นวาระหนึ่งในการประชุมสมัชชาสุขภาพแห่งชาติครั้งที่ 5 เมื่อเดือนธันวาคม 2555 ที่ผ่านมา ซึ่งนั่นหมายความว่า การใช้จักรยานได้รับการยอมรับแล้วว่าเป็นวาระเร่งด่วนทางด้านสุขภาพของประชากรไทย

บทความชิ้นนี้นำเสนอว่าหัวใจของงานส่งเสริมการใช้จักรยานคือการบริหารความเปลี่ยนแปลง ยิ่งเปลี่ยนแปลงมากเท่าไร แรงต้านการเปลี่ยนแปลงก็จะมากขึ้นไปเท่านั้น ซึ่งมีได้หมายความว่า การเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่เป็นเรื่องที่เป็นไปไม่ได้ แต่เป็นเรื่องที่จะต้องบริหารจัดการอย่างระมัดระวัง การปรับเปลี่ยนทางด้านกายภาพจำเป็นจะต้องมีการลงทุนระดับหนึ่ง และนั่นอาจหมายถึงการเปลี่ยนแปลงในด้านการจัดลำดับความสำคัญทางนโยบายและแนวทางการจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่จำกัด แต่การปรับเปลี่ยนแต่เฉพาะด้านกายภาพอย่างเดียวเป็นเรื่องที่ไม่เพียงพอ การปรับความรู้สึกนึกคิด ทัศนคติและบรรทัดฐานทางสังคมก็เป็นเรื่องสำคัญที่จำเป็นต้องดำเนินควบคู่ไปกับการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพ และอาจเป็นเรื่องที่ยากที่สุดในการทำงานเรื่องนี้ หรืออาจกล่าวได้ถึงกับว่าจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนปัจจัยเหล่านี้ก่อนที่การปรับเปลี่ยนและการลงทุนทางกายภาพต่างๆ จะสามารถเกิดขึ้นได้เสียด้วยซ้ำ

บทความชิ้นนี้ มีชิ้นงานวิจัยที่ใช้ระเบียบวิธีวิจัยในการหาคำตอบว่า ปัจจัยใดเป็นปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญในการสรรค์สร้างวัฒนธรรมการใช้จักรยานที่ยั่งยืนในประเทศไทย และมีได้เป็นการทบทวนวรรณกรรมหรือข้อมูลต่างๆอย่างเป็นระบบ เพื่อนำเสนอว่าปัจจัยใดบ้างเป็นปัจจัยที่จะช่วยส่งเสริมการใช้จักรยานในมหาวิทยาลัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ บทความชิ้นนี้เป็นเพียงการแบ่งปันประสบการณ์ของผู้เขียนจากการได้มีโอกาสร่วมงานกับมหาวิทยาลัยสามแห่ง คือ มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง เพื่อส่งเสริมการใช้จักรยานในมหาวิทยาลัยอย่างยั่งยืน บทความนี้เป็นการกล่าวถึงการบริหารจัดการความเปลี่ยนแปลงในโครงการเหล่านี้และปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้ความเปลี่ยนแปลงเหล่านี้เกิดขึ้นได้ และแม้ ณ ขณะนี้ ยังเร็วเกินไปที่จะสรุปได้ว่าโครงการต่างๆ มีความยั่งยืนมากน้อยเพียงใด แต่ผู้เขียนหวังว่าเรื่องราวต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการเหล่านี้จะมีแง่มุมต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจงานด้านนี้ และจะเป็นประโยชน์ แม้แต่กับผู้ที่มุ่งมั่นและพากเพียรพยายามในการสร้างความเปลี่ยนแปลงเชิงบวกด้านอื่นๆ ให้กับสังคมเราในปัจจุบัน



## 1. บทนำ

คนจำนวนมากอาจรู้สึกทราบดีว่า เมื่อไม่นานมานี้เอง จักรยานเป็นเพียงทางเลือกในการเดินทางสำหรับผู้มีรายได้น้อยซึ่งไม่มีทางเลือกหรือคิดว่าการขี่จักรยานเป็นเพียงกิจกรรมยามว่างของเด็กและเยาวชนเท่านั้น แต่หลังจากที่ราคาน้ำมันเชื้อเพลิงขยับสูงขึ้นเรื่อยๆ อย่างต่อเนื่อง ประกอบกับเริ่มมีความตื่นตัวในเรื่องของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการรักษาสุขภาพ การใช้จักรยานก็ได้พลิกโฉมกลายเป็นทางเลือกของการสัญจรในเมืองที่ชนทุกชั้นหันมาให้ความสนใจกันทั่วโลก

ท่ามกลางการเติบโตของกระแสการใช้จักรยาน ความเคลื่อนไหวประเด็นการส่งเสริมการใช้จักรยานในแวดวงสถาบันอุดมศึกษาก็เป็นอีกมุมของประเด็นที่น่าสนใจอย่างยิ่ง เพราะสำหรับประเทศไทยแล้วสถาบันอุดมศึกษาและมหาวิทยาลัยต่างๆ มีพลังในการชี้นำสังคมได้ ยิ่งไปกว่านั้น การศึกษาในระดับ อุดมศึกษายังมีผลสำคัญในการหล่อหลอมตัวตน ความคิดและความเชื่อของเหล่านิสิต นักศึกษา ซึ่งจะติดตัวเขาไปเมื่อเขาเติบโตเป็นผู้ใหญ่ หรืออาจตลอดทั้งชีวิต ฉะนั้น การส่งเสริมให้นิสิต นักศึกษา หันมาใช้จักรยานในการสัญจรไปมาภายในเขตมหาวิทยาลัยและบริเวณใกล้เคียง ด้วยตระหนักถึงประโยชน์ทั้งหลายที่จะเกิดขึ้นตั้งแต่สุขภาพของตนเอง ไปจนถึงคุณภาพของสังคมรอบข้างนั้น จึงอาจส่งผลบวกต่อการสร้างสังคมจักรยานในกรอบที่ใหญ่ขึ้นไปไม่ว่าจะเป็นชุมชนใกล้เคียง ครอบครัว หรือแม้แต่สังคมโดยรวมในอนาคตได้ นอกจากนี้ หากการส่งเสริมการใช้จักรยานภายในมหาวิทยาลัย ประสบความสำเร็จ จะเป็นทางออกของปัญหาต่างๆ ที่เกิดจากการขยายตัวของมหาวิทยาลัยภายใต้พื้นที่ที่มีจำกัด เช่น การจราจร ที่จอดรถ และสิ่งแวดล้อมได้ด้วยเหตุนี้เอง ในช่วง 4 – 5 ปีที่ผ่านมา มหาวิทยาลัยต่างๆ จึงเริ่มหันมาสนใจส่งเสริมการใช้จักรยานภายในมหาวิทยาลัยกันอย่างจริงจังมากขึ้น



## 2. วิธีการวิจัย

บทความชิ้นนี้มีใจหายวิจัยที่ใช้ระเบียบวิธีวิจัยในการหาคำตอบว่าปัจจัยใดเป็นปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญในการสรรค์สร้างวัฒนธรรมการใช้จักรยานที่ยั่งยืนในประเทศไทย และมีได้เป็นการทบทวนวรรณกรรมหรือข้อมูลต่างๆ อย่างเป็นระบบเพื่อนำเสนอว่าปัจจัยใดบ้างเป็นปัจจัยที่จะช่วยส่งเสริมการใช้จักรยานในมหาวิทยาลัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ บทความชิ้นนี้เป็นเพียงการแบ่งปันประสบการณ์ของผู้เขียนจากการได้มีโอกาสดำเนินโครงการ Active Campus ของบริษัท โคคา-โคล่า (ประเทศไทย) จำกัด กับมหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต และมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ในการส่งเสริมการใช้จักรยานภายในมหาวิทยาลัย และต้องการนำเสนอเรื่องราวของการบริหารจัดการความเปลี่ยนแปลงในโครงการเหล่านี้ ตลอดจนปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้ความเปลี่ยนแปลงเหล่านี้เกิดขึ้นได้ เพื่อถอดบทเรียนให้กับผู้ที่สนใจจัดทำโครงการจักรยานในสถาบันอุดมศึกษาหรือในระดับชุมชนต่อไป



### 3. ผลการวิจัย

ผู้เขียนนำเสนอความคิดเห็นจากประสบการณ์ดำเนินโครงการว่าหัวใจของงานส่งเสริมการใช้จักรยานคือการบริหารความเปลี่ยนแปลงที่ไม่มีสูตรสำเร็จตายตัว แต่ผู้ดำเนินโครงการจะต้องเสริมสร้างองค์ประกอบที่สำคัญทั้งสาม คือ

1. โครงสร้างพื้นฐานและวัสดุอุปกรณ์ (hardware)
2. การจัดวางระบบและเสริมสร้างทัศนคติทักษะ ค่านิยมและวัฒนธรรมที่เอื้อต่อการใช้จักรยาน (software)
3. กลุ่มบุคลากรที่จะเป็นผู้ขับเคลื่อนบริหาร และให้บริการงานด้านจักรยาน (people ware)

ให้ทำงานสอดรับกันอย่างเป็นระบบและสมดุลการที่องค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งขาดหายไป หรือไม่สมดุลสอดรับกับองค์ประกอบอื่นๆ อาจทำให้เกิดปัญหาความตึงเครียด และทำให้การส่งเสริมการใช้จักรยานไม่เดินหน้าไปอย่างราบรื่นซึ่งโดยส่วนตัว ผู้เขียนมีความเห็นว่า peopleware หรือบุคลากรเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุด และน่าจะเป็นจุดเริ่มต้นของทุกโครงการส่งเสริมงานจักรยาน

### 4. สรุปและอภิปรายผล

การสร้างวัฒนธรรมการใช้จักรยานที่ยั่งยืน ผู้ดำเนินการต้องสำรวจ ศึกษา หรือแม้แต่วิจัย โดยมีเป้าหมายเพื่อศึกษาพฤติกรรมความต้องการของผู้ใช้งานอย่างเป็นวิทยาศาสตร์ แล้วจึงนำผลการศึกษาที่ได้มาวางระบบที่สอดคล้องกับความต้องการและพฤติกรรมของผู้ใช้ และจงใจให้คนหันมาใช้จักรยานให้มากขึ้น ระบบใดๆ ก็ตามที่ไม่สอดคล้องกับความต้องการและพฤติกรรมของผู้ใช้ย่อมไม่สามารถอยู่ได้อย่างยั่งยืน นอกจากนี้ การจัดกิจกรรมและดำเนินโครงการต่างๆ ยังต้องคำนึงถึงสมดุลที่เหมาะสมระหว่างสีสนับและสาระ (style vs substance) ผู้เขียนเห็นว่าการทำงานเพื่อความยั่งยืนไม่จำเป็นต้องปฏิเสธเรื่องของสีสนับ เพราะเราสามารถใส่สีสนับหรือแพชชั่นเป็นเครื่องมือหรือวิธีการในการสร้างความสนใจและการทดลอง



ใช้จักรยานได้ แต่สีสนับไม่ใช่เรื่องที่ยั่งยืนท้ายที่สุด ผู้เขียนเห็นว่าภาคธุรกิจสามารถมีบทบาทเกื้อหนุนโครงการส่งเสริมการใช้จักรยานได้มากกว่าเพียงการให้ทุนสนับสนุน เพราะแนวทางการทำงานข้างต้นสอดคล้อง หรืออาจเรียกได้ว่าเป็นหัวใจของการทำงานในภาคธุรกิจที่มี “ลูกค้า” หรือ “ผู้ใช้บริการ” เป็นศูนย์กลาง และต้องคำนึงถึงความยั่งยืนทางการเงิน (financial sustainability) ขององค์กร และแม้งานส่งเสริมการใช้จักรยานไม่น่าจะเป็นงานที่แสวงหากำไรเหมือนงานในภาคธุรกิจ แต่หลายครั้งก็จำเป็นต้องคำนึงถึงประเด็นนี้อยู่บ้าง เพื่อให้ระบบสามารถพึ่งตัวเองได้ และเป็นภาระทางงบประมาณให้น้อยที่สุด ยิ่งระบบสามารถพึ่งพิงตัวเองได้มากเท่าไร ก็จะมีโอกาสที่จะอยู่รอดและพัฒนาได้ในระยะยาวต่อไป

#### สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม:

บริษัท โคคา-โคล่า (ประเทศไทย) จำกัด  
 ที่อยู่: ชั้น 4 อาคารไทยน้ำทิพย์ 214 ถ.วิภาวดี-รังสิต  
 แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร 10210  
 โทรศัพท์: 0 2835 1466 โทรสาร 0 2835 1021  
 Email: tnuntivate@coca-cola.com

