

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้ของชุมชนในการเข้าร่วมกิจกรรมของวัดเพื่อสืบทอดพระพุทธศาสนาของวัดทองนพคุณ จังหวัดเพชรบุรี และเพื่อให้การวิจัยมีความตรงและน่าเชื่อถือ ผู้วิจัยขอเสนอผลการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่สำคัญๆไว้ดังต่อไปนี้คือ

1. แนวคิดเกี่ยวกับศรัทธาปสาทะ
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ
3. แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลการสื่อสาร
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
5. ผลการสังเคราะห์องค์ประกอบเชิงโครงสร้างของความศรัทธาในพระพุทธศาสนา

แนวคิดเกี่ยวกับศรัทธาปสาทะ

ความหมายของศรัทธาปสาทะ

ศรัทธาปสาทะกับประชาสัมพันธ์ ความหมายของศรัทธาปสาทะจะแยกความหมายดังนี้ **ศรัทธา** คือ ความเชื่อ **ปสาทะ** คือ ความเลื่อมใสความบริสุทธิ์สะอาด ความสุข ความผ่องใส

ความศรัทธาในพระพุทธศาสนา

ความศรัทธาในพุทธศาสนา จากการให้คำนิยามศัพท์เบื้องต้น กล่าวได้ว่าเป็นความเชื่ออย่างมีเหตุผลของบุคคลที่มีต่อศาสนาพุทธ ซึ่งอาจจะมากน้อยแตกต่างกันไป อันนำไปสู่การปฏิบัติตนเพื่อทำความดี ดังนั้นในที่นี้จึงสามารถให้ความหมายที่เกี่ยวข้องกับ “ความศรัทธา หรือความเชื่อทางพุทธศาสนา” ไว้ดังนี้

ฮัมเฟย์ (Humphreys, 1960 : 42) กล่าวว่า ความเชื่อในทางพุทธศาสนา เป็นผลสืบเนื่องมาจากความเข้าใจบนพื้นฐานแห่งเหตุผล ไม่ใช่ถูกบังคับให้เชื่อ

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ได้ให้ความหมายของคำว่า “ศรัทธา” ไว้ว่า หมายถึง ความเชื่อความเลื่อมใสในพุทธศาสนา

สุน อมรวิวัฒน์ (2525 : 1 อ้างถึงใน ยง กุณอก, 2559 : 69) ได้สรุปความหมายของศรัทธาโดยเรียบเรียงจากหนังสือพุทธธรรมว่า ศรัทธา หมายถึง ความเชื่อและความรู้สึกซาบซึ้งด้วยมั่นใจในเหตุผลเท่าที่ตนมองเห็นเป็นความมั่นใจใน 3 องค์ประกอบคือ มั่นใจว่าเป็นไปได้ มั่นใจว่ามีคุณค่า และเร้าให้อยากพิสูจน์ความจริง ศรัทธาที่แท้จริงตามนัยทางพุทธศาสนาจึงมิใช่ศรัทธาที่ใช้อารมณ์จนลืมหูผล แต่ศรัทธาต้องมีปัญญาเป็นตัวควบคุม ส่งเสริมความคิด วิจัยวิจารณ์จนค้นพบเหตุและผล ได้ทดลองปฏิบัติเพื่อพิสูจน์ให้ประจักษ์ความจริงแก่ตน จนหมดสงสัยจึงเกิดศรัทธา ศรัทธาเป็นปัจจัยแรกที่สุด หรือเป็นขั้นต้นของกระบวนการพัฒนาปัญญา

วันชัย มีกลาง (2530 : 15 อ้างถึงใน ยิง กุนอก, 2559 : 69) ให้ความหมายของ “ความเชื่อ” ว่าหมายถึง การลงความเห็นในเรื่องใดเรื่องหนึ่งของบุคคล ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามความรู้ความเข้าใจ และสิ่งแวดล้อมของแต่ละบุคคลที่มีต่อเรื่องนั้น ดังนั้นความเชื่อทางพุทธศาสนาจึงเป็นเรื่องของการรับรู้และการยอมรับของบุคคลเกี่ยวกับพระพุทธศาสนา

แสง จันทร์งาม (2553 : 113) กล่าวว่า ศรัทธาที่ประกอบด้วยปัญญา หมายถึง ความเชื่อที่เกิดขึ้นหลังจากการพิจารณาด้วยเหตุผลแล้ว เห็นว่าสิ่งนั้น ๆ มีเหตุผลจึงควรเชื่อ ศรัทธาในพุทธศาสนา จึงหมายถึง ศรัทธาประเภทนี้ ซึ่งตรงกับภาษาอังกฤษว่า Belief

พุทธทาสภิกขุ (2553 : 5) กล่าวถึง ศรัทธา ซึ่งจะหมายถึงความเชื่ออย่างมีเหตุผล มั่นใจ ในความจริง ความดี ในสิ่งที่นับถือปฏิบัติ ศรัทธามีประโยชน์ คือ เป็นปัจจัยนำไปสู่การมีสมาธิ ปัญญา และเกิดความ پاکเพียงในการปฏิบัติและเป็นสิ่งเหนี่ยวรั้งและต้านปะทะไม่ให้ยอมตามสิ่งที่ชักจูง ให้ความชั่ว โดยเฉพาะผู้ที่เชื่อในพุทธศาสนาจะเชื่อและศรัทธาในพระรัตนตรัยเป็นที่พึ่ง เชื่อในเรื่องกฎแห่งกรรม นรกสวรรค์ และความเชื่อในเรื่องนิพพาน ซึ่งเป็นเป้าหมายสูงสุดในพระพุทธศาสนา

พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต) (2555 : 8) ให้ความหมายของความเชื่อทางศาสนาไว้ว่า เป็นลักษณะทางจิตประเภทหนึ่งของบุคคล หมายถึง การรับรู้และการยอมรับว่าเป็นความจริงในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความรู้ ความเข้าใจและสภาพของแต่ละบุคคลที่มีต่อเรื่องนั้นๆ แต่สำหรับในทางพุทธศาสนาถือว่าความเชื่อต้องเป็นไปตามหลักการใช้สติปัญญา และการใช้เหตุผล สามารถนำความเชื่อไปปฏิบัติได้

สมน อมรวิวัฒน์ (2555 : 98) ให้ความหมายว่า ศรัทธาในพุทธศาสนา หมายถึง ความเชื่อ ความนับถือที่ประกอบด้วยปัญญา และเหตุผล เพราะพุทธศาสนาเป็นศาสนาแห่งปัญญา เน้นสอนคนให้มีเหตุผล ไม่เชื่ออย่างงมงาย คำสอนของพระพุทธเจ้า ถ้ามีองค์ประกอบศรัทธา แล้วจะต้องมีองค์ประกอบด้านปัญญาคู่กันเสมอ

ธนดล ภูณะศิริ (2559 : 25) สามารถให้ความหมายได้ว่าหมายถึง การรับรู้และยอมรับของบุคคลเกี่ยวกับพุทธศาสนา ความเชื่อทางพุทธศาสนานั้นมีความสำคัญต่อวิถีการดำเนินชีวิตของพุทธศาสนิกชนอย่างมาก ความเชื่อที่เป็นหลักสำคัญทางพุทธศาสนา ประกอบด้วย ลักษณะขั้นต้นของพุทธมามกะ คือ ความเชื่อในไตรสรณะคมน์ หรือพระรัตนตรัย ได้แก่ ความเชื่อในพระพุทธ พระธรรม และพระสงฆ์ ซึ่งเป็นหลักความเชื่อเบื้องต้นที่ชาวพุทธจะต้องยึดถือ เพราะความเชื่อนี้ถือว่าเป็นเครื่องหมายของพุทธศาสนิกชน ดังนั้นต้องมีความเชื่อในพระรัตนตรัย และยึดถือพระรัตนตรัยเป็นที่พึ่งคือ ต้องเชื่อว่าพระพุทธเจ้าเป็นผู้รู้และเป็นผู้ปฏิบัติชอบ พระธรรมคือ คำสั่งสอนของพระพุทธเจ้า พุทธศาสนิกชนควรรู้ และพระสงฆ์ เป็นผู้เผยแผ่พระธรรมคำสั่งสอนแก่ประชาชน

สรุปได้ว่า ศรัทธา คือ ความเชื่อในพระพุทธเจ้า พระธรรม และพระสงฆ์ หรือเรียกว่าพระรัตนตรัยอันเป็นหัวใจสำคัญของพุทธศาสนา เป็นความเชื่อที่มีเหตุและผล รวมทั้งต้องมีปัญญากำกับไว้อยู่เสมอ

ในการศึกษาความเชื่อทางพุทธศาสนา งามตา วนิทานนท์ (2536 : 12-13 อ้างถึงใน ยิง กุนอก, 2559 : 69-70) ได้แบ่งความเชื่อเป็น 3 ด้าน คือ

1. ความเชื่อในพระพุทธเจ้า เป็นความมั่นใจในฐานะที่ท่านเป็นบุคคลต้นแบบที่ยืนยันถึงความสามารถของมนุษย์ว่าเป็นผู้มีสติปัญญา ความสามารถที่จะฝึกหรือพัฒนาให้บริบูรณ์ได้ สามารถ

หยั่งรู้หลักธรรม บรรลุความหลุดพ้นเป็นอิสระ ไร้ทุกข์ ลอยเหนือโลกธรรม และมีความดีสูงสุดเลิศ ที่แม่เทพเจ้าและพรหมก็เคารพบูชา

2. ความเชื่อในพระธรรม ได้แก่ ความมั่นใจในความจริงและความดีงามที่พระพุทธเจ้าได้แสดงไว้ ว่าเป็นสิ่งที่พระองค์ได้ค้นพบ ปฏิบัติเห็นผล ประจักษ์กับตนเองแล้วจึงนำมาประกาศเปิดเผยไว้ ธรรมคือกฎแห่งธรรมชาติ เป็นกลางและเที่ยงธรรมต่อทุกคน ผู้ได้รู้จักพัฒนาตนเองให้มีสติปัญญานำความรู้ทางธรรมหรือความจริงนี้มาใช้ประโยชน์ต่อสิ่งทั้งหลาย ด้วยความรู้เท่าทันสภาพความเป็นจริง ก็จะแก้ปัญหาได้ดีที่สุดและมีชีวิตที่ดีที่สุด

3. ความเชื่อในพระสงฆ์ พระสงฆ์คือผู้สละบ้านเรือนมาบวชในพระพุทธศาสนา ได้ศึกษาและปฏิบัติตามหลักธรรมของพระพุทธเจ้า ความเชื่อในพระสงฆ์ คือ ความมั่นใจในกลุ่มบุคคลนั้นว่ามีธรรมเป็นรากฐาน เป็นผู้มีจิตใจห่างทุกข์ แม้จะมีพัฒนาการทางจิตปัญญาในระดับต่างกัน แต่ก็อยู่ร่วมกันด้วยดี ด้วยการรู้ธรรมและปฏิบัติธรรม

ดังนั้นความศรัทธาในพุทธศาสนาจึงสามารถให้ความหมายได้ว่า การมีความเชื่อและสามารถปฏิบัติในชีวิตประจำวันตามหลักธรรมคำสั่งสอนของศาสนาที่ตนนับถือ เช่น การทำบุญตักบาตร การบริจาคเงินหรือวัสดุสิ่งของ การเข้าร่วมพิธีกรรมทางศาสนา การทำสมาธิ และการฟังเทศน์ ฟังธรรม คำสั่งสอนในศาสนาที่ตนนับถือ

ลักษณะของความศรัทธาในพุทธศาสนา

ศรัทธา ความเชื่อในพุทธศาสนาที่ถือว่าถูกต้อง มีดังนี้ (วคิน อินทสระ, 2558 : 19)

1. เชื่อว่าพระพุทธเจ้าตรัสรู้จริง ทำให้ไม่สงสัยลังเลใจในพระปัญญาของพระพุทธเจ้า ไม่สงสัยลังเลใจในพระธรรมที่พระพุทธเจ้าทรงแสดงสั่งสอนเป็นพระพุทธศาสนา ไม่สงสัยลังเลใจในพระสงฆ์ โดยตรงกันข้ามยิ่งเกิดความเชื่อความเลื่อมใสในพระพุทธเจ้า พระธรรม พระสงฆ์ ความเชื่อความเลื่อมใสนี้เกิดเพราะตั้งใจสดับฟังพระธรรม ศึกษาพระพุทธศาสนาให้รู้ซาบซึ้ง โดยเฉพาะให้รู้จักบาปหรือกรรมดีกรรมชั่ว ยิ่งฟังคำสั่งสอนของพระพุทธเจ้า พิจารณาเข้าใจให้แจ่มแจ้งก็ยิ่งเชื่อว่าพระพุทธเจ้าตรัสรู้จริง เหมือนอย่างฟังคำสั่งสอนของครูเข้าใจแจ่มแจ้ง ก็ทำให้เชื่อในภูมิความรู้ของครู ความเชื่อข้อนี้เรียกว่า ตถาคตโพรธิศัทธา แปลว่า ความเชื่อความตรัสรู้ของพระพุทธเจ้า คือ เชื่อว่าพระพุทธเจ้าตรัสรู้จริงนั่นเอง เป็นเหตุให้เชื่อในคำสั่งสอนของพระองค์ที่แสดงบาปบุญคุณโทษ เป็นต้น

2. เชื่อว่าบุญบาปมีจริง ทำให้ไม่สงสัยลังเลใจในเรื่องบุญและบาปหรือกรรมดี กรรมชั่ว สิ่งที่พระพุทธเจ้าตรัสสั่งสอนว่าเป็นบุญเป็นกรรมดี ก็เชื่อว่าเป็นบุญเป็นกรรมดีจริง เช่น ความมีใจเมตตา เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ สงเคราะห์ช่วยเหลือ เป็นต้น สิ่งที่พระพุทธเจ้าตรัสสั่งสอนว่าเป็นบาปเป็นกรรมชั่ว ก็เชื่อว่าเป็นบาปเป็นกรรมชั่วจริง เช่น ความมีใจละโมภ โหดร้าย หลงใหล ประพฤติชั่วร้ายต่าง ๆ มีฆ่าสัตว์ ลักทรัพย์ เป็นต้น ความเชื่อข้อนี้เรียกว่า กัมมสัทธา เชื่อกรรม กรรม แปลว่า การงานที่บุคคลทำด้วยเจตนา คำว่ากรรมเป็นกลาง ๆ มิใช่หมายความว่าไม่ดีจึงเรียกว่ากรรม ทำดีหรือไม่ดีเรียกว่ากรรมทั้งนั้น เมื่อต้องการจะให้อุบัติหรือไม่ดีก็เติมคำนั้นเข้าไป ว่ากรรมดีหรือบุญกรรม กรรมชั่วหรือบาปกรรม ฉะนั้นเชื่อกรรมก็คือ เชื่อว่าบุญบาปหรือกรรมดีกรรมชั่วมีจริง ตามที่พระพุทธเจ้าทรงแสดงสั่งสอนไว้

3. เชื่อว่าผลของบุญบาปมีจริง ทำให้ไม่สงสัยลังเลใจว่าบุญบาปที่ทำจะไม่มีผลสนองตามที่พระพุทธเจ้าตรัสสั่งสอนไว้ว่า กรรมดีให้ผลดี กรรมชั่วให้ผลชั่ว ไม่สับสนกันเหมือนอย่างหว่านพืช

เช่นใดก็ได้ที่ได้รับผลเช่นนั้น ความเชื่อข้อนี้เรียกว่า วิปากสัทธา เชื่อผลของกรรม คือเชื่อว่าบุญบาปที่ทำให้ผลจริงตามประเภท บุญก็ให้ผลดี บาปก็ให้ผลไม่ดี

4. เชื่อว่าบุญบาปที่ตนทำก็เป็นของตนจริง ทำให้ไม่สงสัยลังเลใจว่าตนจะต้องรับผลของบุญบาปที่ตนเองทำไว้หรือไม่ ตามที่พระพุทธเจ้าตรัสสอนให้ทุก ๆ คนนึกคิดอยู่เสมอว่า เรามีกรรมเป็นของของตน เป็นทายาทรับผลของกรรม เราทำดีจักได้ดี เราทำชั่วจักได้ชั่ว ความเชื่อข้อนี้เรียกว่า กัมมัสมกตาสัทธา เชื่อความที่สัตว์มีกรรมที่ตนทำไว้เป็นของของตน เหมือนบริโภคอาหารกินเองก็อิ่มเองเรียนเองก็รู้เอง

ศรัทธาทั้ง 4 ข้อนี้ สำคัญอยู่ที่ข้อ 1 คือ เชื่อว่าพระพุทธเจ้าได้ตรัสรู้จริง เพราะตั้งใจระดับศึกษาพระพุทธศาสนาจนเกิดความรู้สึกว่าพระธรรมที่พระพุทธเจ้าตรัสสอนไว้เป็นความจริงทุกอย่าง ความเชื่อและความเลื่อมใสในพระรัตนตรัยก็จะเกิดตั้งมั่นขึ้นทุกทีทำให้เชื่อมั่นว่าบุญบาปที่พระพุทธเจ้าตรัสสั่งสอนไว้มีจริง ผลของบุญบาปตามที่ตรัสสั่งสอนไว้มีจริง บุญบาปที่ผู้ใดทำไว้ก็เป็นของผู้ผู้นั้นจริงตามคำสั่งสอนของพระพุทธเจ้า รวมความว่าทำให้เชื่อมั่นในพุทธศาสนา

ศรัทธา ความเชื่อในพุทธศาสนา เมื่อมีลักษณะดังกล่าวจึงเป็นศรัทธาที่ถูกต้องผู้ที่มีศรัทธาที่ถูกต้องจึงจะเป็นพุทธศาสนิกผู้ถึงไตรสรณคมน์ที่ถูกต้อง การปลูกศรัทธาที่ถูกต้องหรือการปรับปรุงศรัทธาให้ถูกต้อง อาศัย

1. บุคคลผู้ชักจูงศรัทธา

เริ่มตั้งแต่บิดามารดาอบรมบุตรธิดาตั้งแต่เล็ก ๆ ด้วยวิธีสอนให้เชื่อฟังอย่างมีเหตุผลเท่าที่เด็กจะเข้าใจ มิใช่ด้วยวิธีหลอกให้เข้าใจผิดหรือขู่ให้กลัว ฉะนั้น เมื่อจะห้ามมิให้เด็กทำอะไรก็พยายามแนะนำให้เด็กรู้เหตุผลถูกผิด หรือใช้วิธีแก้ร้ายให้กลายเป็นดีอย่างมีเหตุผล เมื่อจะสอนพุทธศาสนาแก่เด็กก็สอนอย่างถูกต้อง ปลูกความเชื่อที่ถูกต้องให้แก่เด็ก เมื่อผู้อบรมเหล่านี้อบรมให้เกิดความเชื่ออย่างมีเหตุผลในทางต่างๆ ทั้งในทางโลกและทางธรรม ก็จะทำให้เกิดศรัทธาที่ถูกต้องเป็นความเชื่อในสิ่งที่ควรเชื่อ เพราะเชื่อด้วยความรู้ความเข้าใจตามความเป็นจริง เมื่ออบรมให้รู้ให้เข้าใจในพุทธศาสนาว่า คำสั่งสอนของพระพุทธเจ้าแสดงทางแห่งความบริสุทธิ์ไว้อย่างถูกต้องครบถ้วนซึ่งทุก ๆ คนต้องปฏิบัติด้วยตนเองจึงจะได้รับผลดีตามแต่จะปฏิบัติได้ แต่ถ้าไม่ปฏิบัติก็ไม่ได้รับผลไปทำชั่วก็จักได้รับผลนั้น เพราะทุก ๆ คนมีกรรมเป็นของตนเอง พระพุทธเจ้าเป็นผู้ตรัสรู้พระธรรมแล้วเผยแผ่พระธรรมนั้น พระสงฆ์เป็นผู้ปฏิบัติดีแล้วตามพระธรรมและช่วยบอกเปิดเผยพระธรรมเมื่อรู้เข้าใจพุทธศาสนาอย่างถูกต้องและปลูกศรัทธาอย่างถูกต้องให้เกิดขึ้นแล้วก็จะไม่หวังอะไรผิดๆ จากพุทธศาสนา เพราะถ้าไม่สมหวังก็จะเสื่อมความนับถือลงไป ฉะนั้นเมื่อมีศรัทธาที่ถูกต้องให้ทำความดี และจะได้รับผลดีด้วยตนเอง บุคคลผู้มีหน้าที่ชักจูงศรัทธา แม้จะพยายามอบรมปลูกหรือปรับศรัทธาให้ถูกต้อง แต่ความสำเร็จที่ได้ต้องอาศัยบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งเป็นผู้รับการอบรมที่ถูกต้อง นั่นคือตนเอง

2. ตนเอง

ได้แก่ ตัวเราเองทั้งเด็กและผู้ใหญ่ เพราะตัวเราเองจำต้องคอยตรวจสอบศรัทธาของตัวเราเองว่าเป็นอย่างไร ถูกต้องหรือไม่ ถ้ายังไม่ถูกต้องปรับปรุงแก้ไขให้ถูกคือ พยายามคิดทำความเข้าใจในหลักของความเชื่อข้างต้น เพราะตัวเราเองต้องเห็นจริงด้วยความเชื่อจึงจะตั้งมั่น เมื่อ

อาจยังไม่เห็นจริงด้วยตนเองในหลักของศรัทธาดังกล่าว ก็ทำความเชื่อฟังไปก่อน อย่าดี้อันไม่อยู่ในโอวาทของบิดา มารดา ครูบาอาจารย์ ตลอดถึงพระพุทธเจ้า

สรุปได้ว่าการสร้างศรัทธาที่ถูกต้อง ควรประกอบไปด้วย บุคคลผู้ชักจูงศรัทธาและตนเอง รวมทั้งการมีศรัทธาทั้ง 4 ข้อ ที่กล่าวมาข้างต้นอย่างครบถ้วน เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้เกิดความศรัทธาในพุทธศาสนาได้

หลักศรัทธา

พระธรรมปิฎก ป.อ. ปยุตโต (2555 : 647 - 652) ได้เขียนเกี่ยวกับลักษณะของหลักศรัทธาไว้ในหนังสือพุทธธรรมซึ่งพิมพ์โดยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยไว้ดังนี้

1. ศรัทธาเป็นเพียงขั้นหนึ่งในกระบวนการพัฒนาปัญญา และกล่าวได้ว่าเป็นขั้นต้นที่สุด
2. ศรัทธาที่ประสงค์ ต้องเป็นความเชื่อความซาบซึ้งที่เนื่องด้วยเหตุผล คือมีปัญหารองรับและเป็นทางสืบต่อแก่ ปัญญาได้ มิใช่เพียงความรู้สึกมอบความไว้วางใจให้สิ้นเชิง โดยไม่ต้องถามหาเหตุผล อันเป็นลักษณะทางฝ่ายอาวะค ด้านเดียว

3. ศรัทธาที่เป็นความรู้สึกฝ่ายอาวะคด้านเดียว ถือว่าเป็นความเชื่อที่งมงาย เป็นสิ่งที่ต้องกำจัดหรือแก้ไขให้ถูกต้อง ส่วนความรู้สึกฝ่ายอาวะคที่เนื่องอยู่กับความศรัทธาแบบที่ถูกต้อง เป็นสิ่งที่นำมาใช้ในกระบวนการปฏิบัติธรรมให้เป็นประโยชน์ได้มากพอสมควรในระยะสั้นๆ แต่จะถูกปัญญาเข้าแทนที่โดยสิ้นเชิงในที่สุด

4. ศรัทธาที่มุ่งหมายในกระบวนการพัฒนาปัญญานั้น อาจให้ความหมายสั้นๆ ว่า เป็นความซาบซึ้งด้วยมั่นใจในเหตุผลเท่าที่ตนมองเห็น คือมั่นใจในตัวเอง โดยเหตุผลว่า จุดหมายที่อยู่เบื้องหน้านั้นเป็นไปได้จริงแท้ ละมีค่าควรแก่การที่ตนจะดำเนินไปให้ถึง เป็นศรัทธาที่เราใจให้อยากพิสูจน์ความจริงของเหตุผลที่มองเห็นอยู่เบื้องหน้านั้นต่อๆ อย่างไม่เป็นบันไดขั้นต้นสู่ความรู้ ตรงข้ามกับความรู้สึกมอบใจให้แบบอาวะค ซึ่งทำให้หยุดคิดหาเหตุผลต่อไป

5. เพื่อควบคุมศรัทธาให้อยู่ในความหมายที่ถูกต้อง ธรรมหมวดใดก็ตามในพุทธธรรม ถ้ามีศรัทธาเป็นส่วนประกอบข้อหนึ่งแล้ว จะต้องมีปัญหาเป็นอีกข้อหนึ่งด้วยเสมอไป และตามปกติศรัทธาย่อมมาเป็นข้อที่หนึ่ง พร้อมกับที่เป็นข้อสุดท้าย แต่ในกรณีทีกล่าวถึงปัญญา ไม่จำเป็นต้องกล่าวถึงศรัทธาไว้ด้วย ปัญญาจึงสำคัญกว่าศรัทธา ทั้งในฐานะเป็นตัวคุมและในฐานะเป็นองค์ประกอบที่จำเป็น แม้นในแง่ในคุณสมบัติของบุคคล ผู้ที่ได้รับการยกย่องสูงสุดในพุทธศาสนา ก็คือผู้มีปัญญาสูงสุด เช่นพระสารีบุตรอัครสาวก เป็นต้น

6. คุณประโยชน์ของศรัทธา เป็นไปได้ใน 2 ลักษณะ คือในแนวหนึ่ง ศรัทธาเป็นปัจจัยให้เกิดปิติ ซึ่งทำให้เกิดปัสสัทธิความสงบเยือกเย็น นำไปสู่สมาธิและปัญญาในที่สุด อีกแนวหนึ่งศรัทธาทำให้เกิด วิริยะ คือ ความเพียรพยายาม ที่จะปฏิบัติทดลองสิ่งที่เชื่อด้วยศรัทธานั้น ให้เห็นผลประจักษ์จริงจังก่ตน ซึ่งนำไปสู่ปัญญาในที่สุด คุณประโยชน์ทั้งสองนี้จะเห็นว่าเป็นผลจากความรู้สึกฝ่ายอาวะคแต่ต้องมีความไม่ประสงค์ปัญญาแฝงอยู่ด้วยตลอดเวลา

7. ศรัทธาเป็นไปเพื่อปัญญา ดังนั้นศรัทธาจึงต้องส่งเสริมความคิดวิจยวิจารณ์ จึงจะเกิดความก้าวหน้าแก่ปัญญาตามจุดหมาย นอกจากนี้แม้ตัวศรัทธานั้นเองจะมั่นคงแน่นแฟ้นได้ ก็เพราะได้คิด เห็นเหตุผลจนมั่นใจ หมดความเคลือบแคลงสงสัยใดๆโดยในนี้ ศรัทธาในพุทธธรรมจึงส่งเสริมการ

ค้นคิดหาเหตุผล การขอร้องให้เชื่อก็ดี การบังคับให้ยอมรับความจริงตามที่กำหนดก็ดี การชู้ด้วยภัยแก่ผู้ไม่เชื่อก็ดี เป็นวิธีการที่เข้ากันไม่ได้เลยกับหลักศรัทธา

8. ความเชื่อความเลื่อมใสศรัทธาติดในบุคคล ถูกถือว่ามีข้อเสียข้อบกพร่อง แม้แต่ความเลื่อมใสติดในองค์พระศาสดาเอง พระพุทธเจ้าก็ทรงสอนให้ละเสีย เพราะเป็นศรัทธาที่แรงด้วยความรู้สึกทางอาเวศ กลับกลายเป็นอุปสรรคต่อความหลุดพ้นเป็นอิสระโดยสมบูรณ์ในขั้นสุดท้าย

9. ศรัทธาไม่ถูกจัดเป็นองค์มรรค เพราะตัวการที่จำเป็นสำหรับการดำเนินก้าวหน้าต่อไปในมรรคคานี้ คือปัญหาที่พัวอยู่กับศรัทธานั้นต่างหาก และศรัทธาที่จะเชื่อว่าใช้ได้ ก็ต้องมีปัญหารองรับอยู่ด้วย นอกจากนี้ ท่านที่มีปัญญาสูงเช่น องค์พระพุทธเจ้าเองและพระปัจเจกพุทธเจ้า ส่งเริ่มมรรคาคาที่ตัวปัญหาที่เดียว ไม่ผ่านศรัทธาเพราะการสร้างปัญญาไม่จำต้อง เริ่มที่ศรัทธาเสมอไป (คือเริ่มที่โยนิโสมนสิการดังได้กล่าว) ด้วยเหตุนี้เรื่องศรัทธาท่านจึงกล่าวซ้อนแฉงไว้ในตอนว่าด้วยการสร้างสัมมาทิฐิไม่จัดแยกไว้เป็นเรื่องต่างหาก

10. แม้แต่ศรัทธาที่พ้นจากภาวะเป็นความเชื่อองงามนั่นเอง ถ้าไม่ดำเนินต่อไปถึงขั้นทดลองปฏิบัติเพื่อพิสูจน์เพื่อเห็นความจริงประจักษ์แก่ตน ก็ไม่นับว่าเป็นศรัทธาที่ถูกต้องตามความหมายแท้จริง เพราะเป็นศรัทธาที่ไม่ได้ปฏิบัติหน้าที่ตามความหมายของมัน จะเป็นการปฏิบัติธรรมผิดพลาด เพราะปฏิบัติอย่างขาดวัตถุประสงค์

11. แม้ศรัทธาจะมีคุณประโยชน์สำคัญ ในขั้นสูงสุดศรัทธาจะต้องหมดไป ถ้ายังมีศรัทธาอยู่ก็แสดงว่ายังไม่บรรลุจุดหมาย เพราะตราบดีที่ยังเชื่อมต่อกับจุดหมายนั้นก็ย่อมแสดงว่ายังไม่เข้าถึงจุดหมายนั้นรู้เห็นจริงด้วยตนเอง และตราบดีที่ยังมีศรัทธาก็แสดงว่า ยังต้องอิงอาศัยสิ่งอื่นยังต้องฝากปัญญาไว้กับสิ่งอื่นยังไม่หลุดพ้นเป็นอิสระโดยสมบูรณ์ โดยเหตุนี้ศรัทธาจึงไม่เป็นคุณสมบัติของพระอรหันต์ ตรงข้ามพระอรหันต์กลับมีคุณลักษณะว่าผู้ไม่มีศรัทธา (อัสสัทธะ) ซึ่งหมายความว่า ได้รู้เห็นประจักษ์จึงไม่ต้องเชื่อต่อใครๆหรือต่อเหตุผลใดๆอีก

12. โดยสรุปความก้าวหน้าในมรรคคานี้ดำเนินมาโดยลำดับจากความเชื่อ (ศรัทธา) มาเป็นความเห็นหรือเข้าใจโดยเหตุผล (ทิฐิ) จนเป็นการรู้การเห็น (ญาณทัสสนะ) ในที่สุดซึ่งเป็นขั้นสุดท้ายเป็นอันหมดภาระของศรัทธาโดยสิ้นเชิง

13. ศรัทธามีขอบเขตความสำคัญและประโยชน์แค่นั้นเพียงใด เป็นสิ่งที่จะต้องรู้เข้าใจตามเป็นจริง ไม่ควรตีค่าสูงเกินไป แต่ก็ไม่ควรดูแคลนโดยเด็ดขาด เพราะกรณีที่คุณแคลนศรัทธา อาจกลายเป็นการเข้าใจความหมายของศรัทธาผิด เช่น ผู้ที่คิดว่าตนเชื่อมั่นในตนเองแต่กลายเป็นเชื่อต่อกิเลสของตน ในรูปอหังการมมังการไป ซึ่งกลับเป็นผลร้ายไปอีกด้านหนึ่ง

14. ในระดับศีล หรือที่เรียกกันว่าศีลธรรมศรัทธาเป็นองค์ธรรม สำคัญซึ่งเกื้อกูลมากทำให้คนมีหลักตั้งตัวเป็นกำลังเหนียวรั้งและต้านปะทะไม่ให้ยอมตามสิ่งชักจูงล่อเร้าเย้ายวนให้ทำความชั่ว อีกประการหนึ่ง การมีศรัทธาเป็นเหมือนมีร่องไหลประจำของกระแสความคิด เมื่อได้รับรู้อารมณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งไม่เกินกำลังของศรัทธาที่มีอยู่กระแสความคิดก็จะวิ่งแล่นไปตามร่องหรือแนวทางที่ศรัทธาเตรียมไว้ทำให้ไม่คิดไปในทางอื่นหรือทางที่ผิดศีลธรรมดั่งนั้น สำหรับผู้ยังไม่หมดกิเลสศีลจึงดำรงอยู่ได้ดีด้วย ศรัทธา ศรัทธาแบบนี้มีมากในระดับหนึ่ง แต่พร้อมกันนั้นถ้าเป็นศรัทธาที่ไม่ประกอบด้วยปัญญาก็อาจมีโทษมากโดยกลายเป็นตัวการขัดขวางการสร้างปัญญาเสียเอง

15. ในกระบวนการของความเจริญของปัญญา (หรือการพัฒนาปัญญา) อาจกำหนดขั้นตอนที่จัดว่าเป็นระยะของศรัทธาได้คร่าวๆ คือ

15.1 ถ้าทัศนคติที่มีเหตุผล ไม่เชื่อหรือยึดถือสิ่งใดสิ่งหนึ่งเพียงเพราะฟังตามๆ กันมาเป็นต้น (ตามแนวกาลามสูตร)

15.2 เป็นผู้คุ้มครองสัจจะ (สัจจานุรักษ์) คือยินดีรับฟังหลักการ ทฤษฎี คำสอน ความเห็นต่างๆ ของทุกฝ่ายทุกด้านด้วยใจเป็นกลางไม่ด่วนตัดสินสิ่งที่ยังไม่รู้ไม่เห็นว่าเป็นเท็จ ไม่ยืนยันกรณียึดติดแต่สิ่งที่ตนรู้หรือคิดเห็นเท่านั้น ว่าถูกต้องเป็นจริง

15.3 เมื่อรับฟังทฤษฎี คำสอน ความเห็นต่างๆ ของผู้อื่นแล้วพิจารณาเท่าที่เห็นด้วยปัญญาตนว่าเป็นสิ่งมีเหตุผล และเห็นว่าผู้แสดงทฤษฎีคำสอนหรือความเห็นนั้นๆ เป็นผู้มีความจริงใจ ไม่ลำเอียงมีปัญหาจึงเลื่อมใสรับเอามาเพื่อคิดหาเหตุผลทดสอบความจริงต่อไป

15.4 นำสิ่งที่ใจรับมานั้นมาขบคิดทดสอบด้วยเหตุผลจนแน่วแน่ใจตนว่าเป็นสิ่งที่ถูกต้องแท้จริงอย่างแน่นอน จนซาบซึ้งด้วยความมั่นใจในเหตุผลเท่าที่ตนมองเห็นแล้วพร้อมที่จะลงมือปฏิบัติพิสูจน์ทดลองเพื่อให้รู้ความจริงประจักษ์ต่อไป

15.5 ถ้ามีความเคลือบแคลงสงสัย รีบสอบถามด้วยใจบริสุทธิ์ มุ่งปัญญา มิใช่ด้วยอหังการมมังการพิสูจน์เหตุผลให้ชัดเจนให้ชัดเจนเพื่อให้ศรัทธามั่นคงแน่นแฟ้น เกิดประโยชน์สมบูรณ์ตามความหมายของมัน

พุทธพจน์แสดงหลักศรัทธา

สำหรับทุกคนไม่ว่าจะเป็นผู้นับถือทฤษฎี ลัทธิหรือ คำสอนอันใดอันหนึ่งอยู่แล้วหรือยังไม่ นับถือก็ตาม มีหลักการตั้งทัศนคติที่ประกอบด้วยเหตุผลตามแนวกาลามสูตร ดังนี้

ครั้งหนึ่ง พระพุทธเจ้าเสด็จจาริก ถึงเกสปุตตนิคมของพวกกาลามในแคว้นโกศล ชาว กาลามะได้ยินกิตติศัพท์ของพระองค์จึงพากันไปเฝ้าแสดงอาการต่างๆ กันในฐานะยังไม่เคยนับถือมา ก่อน และได้ทูลถามว่า

“พระองค์ผู้เจริญ มีสมณพราหมณ์พวกหนึ่งมาสู่เกสปุตตนิคม ท่านเหล่านั้นแสดงเชิดชู แต่วาทะ (ลัทธิ) ของตนเท่านั้น แต่ย่อมกระทบกระเทียบ ดูหมิ่น พุดกตวาทะฝ่ายอื่น ชักจูงไม่ให้เชื่อ สมณพราหมณ์อีกพวกหนึ่ง ก็มาสู่เกสปุตตนิคม ท่านเหล่านั้นก็แสดงเชิดชูแต่วาทะของตนเท่านั้น ย่อมกระทบกระเทียบดูหมิ่นพุดกตวาทะฝ่ายอื่นชักจูงไม่ให้เชื่อ พวกข้าพระองค์มีความเคลือบแคลง สงสัยว่า บรรดาสมณพราหมณ์เหล่านั้นใครพูดจริง ใครพูดเท็จ?”

“กาลามชนทั้งหลาย เป็นการสมควรที่ท่านทั้งหลายจะเคลือบแคลง สมควรที่จะสงสัย ความเคลือบแคลงสงสัยของพวกท่านเกิดขึ้นในฐานะ กาลามชนทั้งหลาย ท่านทั้งหลาย

1. อย่ายึดถือโดยการฟัง (เรียน) ตามกันมา (อนุสสวะ)
2. อย่ายึดถือโดยการถือสืบๆ กันมา (ปรัมปรา)
3. อย่ายึดถือโดยการเล่าลือ (อิตทิรา)
4. อย่ายึดถือโดยการอ้างตำรา (ปิฎกสัมปทาน)
5. อย่ายึดถือโดยตรรกะ (ตักกะ)
6. อย่ายึดถือโดยการอนุমান (นยะ)
7. อย่ายึดถือโดยการคิดตรงตามแนวเหตุผล (อาการปริวิตักกะ)

8. อายัดถือเพราะเข้ากันได้กับทฤษฎีของตน (ทฤษฎีนิชฌานักขันตี)
9. อายัดถือเพราะมองเห็นรูปลักษณะน่าเชื่อ (ภัพพรูปตา)
10. อายัดถือเพราะนับถือของท่านสมณนี้เป็นครูของเรา (สมโณ โน ครูติ)

เมื่อใดท่านทั้งหลายรู้ด้วยตนเองว่า ธรรมเหล่านี้เป็นอกุศล ธรรมเหล่านี้มีโทษ ธรรมเหล่านี้วิญญูชนติเตียน ธรรมเหล่านี้ใครยึดถือปฏิบัติถึงที่แล้วจะเป็นไปเพื่อมิใช่ประโยชน์เกื้อกูลเพื่อความทุกข์ เมื่อนั้นท่านทั้งหลายพึงละเสีย ฯลฯ เมื่อใดท่านทั้งหลายรู้ด้วยตนเองว่า ธรรมเหล่านี้เป็นกุศล ธรรมเหล่านี้ไม่มีโทษ ธรรมเหล่านี้มีวิญญูชนสรรเสริญ ธรรมเหล่านี้ใครยึดถือปฏิบัติถึงที่แล้ว จะเป็นไปเพื่อประโยชน์เกื้อกูลเพื่อความทุกข์ เมื่อนั้นท่านทั้งหลายพึงถือปฏิบัติบำเพ็ญ (ธรรมเหล่านั้น) ฯลฯ

ในกรณีที่ผู้ฟังยังไม่รู้ไม่เข้าใจและยังไม่มี ความเชื่อในเรื่องใดใด ก็ไม่ทรงชักจูงความเชื่อเป็นแต่ทรงสอนให้พิจารณาตัดสินเอาตามเหตุผลที่เขาเห็นได้ด้วยตนเอง เช่น ในเรื่องความเชื่อทางจริยธรรม

“กาลามชนทั้งหลาย อริยสาวกนั้นผู้มีจิตปราศจากเวรอย่างนี้ มีจิตปราศจากความเบียดเบียนอย่างนี้ มีจิตไม่เศร้าหมองอย่างนี้ มีจิตบริสุทธิ์อย่างนี้ ย่อมได้ประสบความอุ่มใจถึง 4 ประการ ตั้งแต่ในปัจจุบันนี้แล้วคือ

“ถ้าปรโลกมีจริง ผลวิบากของกรรมที่ทำไว้ชั่วมีจริง การที่ว่าเมื่อเราแตกกายทำลายชันชัญชี่ไปแล้วจะเข้าถึงสุคติโลกสวรรค์ก็ย่อมเป็นสิ่งที่เป็นไปได้” นี้เป็นความอุ่มใจประการที่ 1 ที่เขาได้รับ

“ก็ถ้าปรโลกไม่มี ผลวิบากของกรรมที่ทำไว้ดีทำไว้ชั่วไม่มี เราก็ครองตนอยู่โดยไม่มีทุกข์ ไม่มีเวร ไม่มีความเบียดเบียน เป็นสุขอยู่แต่ในชาติปัจจุบันนี้แล้ว” นี้เป็นความอุ่มใจประการที่ 2 ที่เขาได้รับ

“ก็ถ้าเมื่อคนทำความชั่ว ก็เป็นอันทำไซ้เร เราได้คิดการชั่วร้ายต่อใครๆ ที่ไหนทุกข์จะมาถูกต้องเราอยู่ มิได้ทำบาปกรรมเล่า”

นี้เป็นความอุ่มใจประการที่ 3 ที่เขาได้รับ

“ก็ถ้าเมื่อคนทำความชั่ว ก็ไม่เชื่อว่าเป็นอันทำไซ้เร ในกรณีนี้เราก็มองเห็นตนเป็นผู้บริสุทธิ์ทั้งสองด้าน” นี้เป็นความอุ่มใจประการที่ 4 ที่เขาได้รับ

“สำหรับผู้ที่ยังไม่ได้นับถือในลัทธิศาสนา หรือหลักคำสอนใดๆ พระองค์จะตรัสธรรมเป็นกลางๆ เป็นการเสนอแนะความจริงให้เขาคิดด้วยความปรารถนาดีเพื่อประโยชน์แก่ตัวเขาเอง โดยมีต้องคำนึงว่าหลักธรรมนั้นเป็นของผู้ใด โดยให้เขาเป็นตัวของเขาเองไม่มีการชักจูงให้เขาเชื่อเลื่อมใสต่อพระองค์หรือเข้ามาสู่อะไรสักอย่าง ที่อาจจะเรียกว่าศาสนาของพระองค์ พึงสังเกตด้วยว่าจะไม่ทรงอ้างพระองค์ หรืออำนาจเหนือธรรมชาติพิเศษอันใดเป็นเครื่องยืนยันคำสอนของพระองค์ นอกจากเหตุผลและข้อเท็จจริงที่ให้เราพิจารณาเห็นด้วยปัญญาของเขาก่อน เช่น เรื่องในอปปณกสูตร ซึ่งแสดงให้เห็น เหตุผลที่ควรประพฤติธรรมโดยไม่ต้องอ้างนรกสวรรค์

แนวคิดเกี่ยวกับศรัทธาปสาทะ

การตั้งความศรัทธาเลื่อมใสไม่ประกอบด้วยปัญญาและเหตุผลนั้น ย่อมเป็นเหตุปัจจัยทำให้ไม่ดำรงอยู่ในธรรมอย่างสมบูรณ์ เกิดความขัดข้องติดขัดในการปฏิบัติธรรมที่เหมาะสมแห่งธรรม (ธัมมานุธัมมปฏิบัติ) ความศรัทธาแบ่งออกเป็น 4 ลักษณะ ได้แก่ (1) “กัมมสัทธา” คือ เชื่อกกรรม การกระทำหรือกฎแห่งกรรม (2) “วิปากสัทธา” คือ เชื่อผลของกรรม (3) “กัมมัสมกตาสัทธา” คือ

เชื่อความที่สัตว์มีกรรมเป็นของของตน (4) “ตถาคตโพธิสัตถา” คือ เชื่อความตรัสรู้ของพระพุทธเจ้า หรือความศรัทธายังแบ่งออกเป็น 4 ระดับ ดังนี้ (1) “อาคมนสัตถา” คือ ความเชื่อ ความมั่นใจของ พระโพธิสัตว์ อันสืบมาจากการบำเพ็ญสังฆบารมี เรียกอีกอย่างว่า “อาคมนียสัตถา-อาคมนสัตถา” (2) “อธิมสัตถา” ความเชื่อมั่นของพระอริยบุคคล ซึ่งเกิดจากการเข้าถึงด้วยการบรรลุธรรมเป็น ประจักษ์ เรียกอีกอย่างว่า “อธิมนสัตถา” (3) “โอกัปปนีสัตถา” คือ ความเชื่อหนักแน่นสนิทแน่ว เมื่อได้ปฏิบัติก้าวหน้าไปในการเห็นความจริง เรียกอีกอย่างว่า “โอกัปปนีสัตถา-อธิมอกซ์-อธิมอกซ์สัตถา” และ (4) “ปสาทสัตถา” คือ ความเชื่อที่เป็นเพียงความเลื่อมใสจากการได้ยินได้ฟัง คำว่า “ปสาทะ” หมายถึง ความเลื่อมใส ความชื่นบานผ่องใส ความเชื่อถ้อยมั่นใจ ความรู้สึกยอมรับ นับถือ ความเปิดใจ รับ อาการที่จิตเกิดความแจ่มใสโปร่งโล่งเบิกบานปราศจากความอึดอัดขัดข้องขุ่นมัวโดยเกิดความรู้สึกชื่น ชมนิยมนับถือ ต่อบุคคลหรือสิ่งที่พบเห็นสดับฟังหรือระลึกถึง ในความเป็นจริงนั้น ผู้ที่จะเข้าใจตามนัย ของคำว่า “ความศรัทธापสาทะ” อย่างถูกต้องนั้น

แนวคิดเกี่ยวกับสืบทอดพระพุทธศาสนา

พระบรมศาสดา พระอรหันตสัมมาสัมพุทธเจ้า ทรงตรัสรู้พระอนุตรสัมมาสัมโพธิญาณ ในวันเพ็ญเดือน 6 และทรงแสดงธัมมจักกัปปวัตตนสูตรแก่ปัญจวัคคีย์ในวันเพ็ญเดือน 8 เมื่อ 45 ปีก่อน พุทธศักราช และทรงบัญญัติสิกขาบท 227 ข้อ ในพระวินัยให้ภิกษุสงฆ์ประพฤติปฏิบัติเพื่อขัดเกลา กิเลสในครั้งพุทธกาลในอดีตชาติก่อนที่พระพุทธองค์จะทรงตรัสรู้ อริยสัจ 4 ซึ่งเป็นความจริงอัน ประเสริฐ พระองค์ได้เวียนว่ายตายเกิดในสังสารวัฏเป็นเวลาถึง 4 อสงไขยกับอีกแสนกัป พุทธบริษัท จึงต้องตระหนักในพระปัญญาคุณ พระบริสุทธิคุณ พระมหากรุณาคุณของพระองค์ที่มีต่อสัตว์โลก ทั้งหลาย ด้วยการทำหน้าที่ของพุทธบริษัทให้ถูกต้องสมบูรณ์ การสืบทอดพระพุทธศาสนาให้มีความเจริญรุ่งเรืองของพุทธบริษัทจะต้องประพฤติปฏิบัติให้ถูกต้องตรงตามพระธรรมวินัยอย่างเคร่งครัด เพราะพระธรรมวินัยเปรียบเสมือนตัวแทนของพระพุทธองค์ ซึ่งทรงแสดงหลักธรรมคำสอนและ ทรงบัญญัติสิกขาบทตามที่ปรากฏอยู่ในพระไตรปิฎก 84,000 พระธรรมขันธ์ ประกอบด้วย พระวินัยปิฎก 21,000 พระธรรมขันธ์ พระสุตตันตปิฎก (พระสูตร) 21,000 พระธรรมขันธ์ พระอภิธรรมปิฎก 42,000 พระธรรมขันธ์ จึงเป็นหน้าที่ของพุทธบริษัททุกคนไม่ว่าจะเป็นภิกษุ อุบาสก อุบาสิกา จะต้อง รักษาพระพุทธศาสนาให้มีความเจริญมั่นคงสืบไป ภิกษุมิหน้าที่ 2 ประการ ประการแรก คือ ศึกษา พระธรรม (คันถธุระ) และประพฤติปฏิบัติตามสิกขาบทในพระวินัย 227 ข้อ ประการที่ 2 คือ การเจริญสติและเจริญปัญญา (วิปัสสนาธุระ) อุบาสก อุบาสิกาที่มีหน้าที่ทำนุบำรุงพระพุทธศาสนาและ ฟังธรรมตามกาลเพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในพระพุทธศาสนาอย่างถูกต้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

ความหมายของแรงจูงใจ

แรงจูงใจเป็นคำที่ใช้กันมากแต่บางครั้งก็ใช้กันไม่ค่อยถูกต้อง ความจริงแล้วแรงจูงใจ ใช้เพื่ออธิบายว่าทำไมอินทรีย์จึงการกระทำอย่างนั้นและทำให้เกิดอะไรขึ้นมาบ้าง ซึ่งมีนักวิชาการ หลายท่านได้ทำการศึกษาเรื่องแรงจูงใจในการปฏิบัติงานได้ให้ความหมายแรงจูงใจไว้ดังนี้

คริส (Kidd, 1973 : 101) กล่าวถึงคำว่า “แรงจูงใจ” มาจากคำกริยาในภาษาละตินว่า “Movere” ซึ่งมีความหมายตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า “to move” อันมีความหมายว่า “เป็นสิ่งที่โน้มน้าวหรือชักจูงบุคคลเกิดการกระทำหรือปฏิบัติการ (To move a person to a course of action) ดังนั้นแรงจูงใจจึงได้รับความสนใจมากในทุกๆวงการ

โลเวลล์ (Lovell, 1980 : 109) ให้ความหมายของแรงจูงใจว่า “เป็นกระบวนการที่ชักจูงโน้มน้าวให้บุคคลเกิดความพยายามเพื่อที่จะสนองตอบความต้องการบางประการให้บรรลุผลสำเร็จ”

ไมเคิล คอมแจน (Domjan, 1996 : 199) อธิบายว่าการจูงใจเป็นภาวะในการเพิ่มพฤติกรรมการกระทำกิจกรรมของบุคคลโดยบุคคลจงใจกระทำพฤติกรรมนั้นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ

ยุรพร ศุภรัตน์ (2553 : 139) ได้ให้ความหมายของแรงจูงใจว่า หมายถึง กระบวนการภายในของบุคคล ซึ่งมีพลังอำนาจ และชักนำให้เกิดพฤติกรรมเป็นแรงผลักดันของบุคคลหรือหมายถึงแรงผลักดันส่วนบุคคลที่จะทำให้เกิดพฤติกรรมเฉพาะอย่าง แรงจูงใจจะมีผลกระทบต่อขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน

คณะกรรมการวิจัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง (2553 : 14) ได้ให้ความหมายของแรงจูงใจว่าหมายถึง ความยินดีและเต็มใจที่บุคคลจะทุ่มเทความพยายามเพื่อให้การทำงานบรรลุเป้าหมาย บุคคลที่มีแรงจูงใจจะแสดงออกในการแสดงพฤติกรรมด้วยความกระตือรือร้น มีทิศทางที่เด่นชัด และไม่ย่อท้อเมื่อเผชิญอุปสรรคหรือปัญหา

วรนาถ แสงมณี (2553 : 3-6) ได้ให้ความหมายของแรงจูงใจว่า หมายถึง สิ่งที่กระตุ้นพฤติกรรมของบุคคล การนำเสนอทิศทางที่จะนำพนักงานไปสู่พฤติกรรมที่ต้องการนั้นจนกระทั่งสามารถโน้มน้าวจิตใจให้เขาปฏิบัติได้แม้ว่าพนักงานผู้นั้นจะต้องเผชิญหน้ากับอุปสรรคมากสักเพียงใดก็ตาม

กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข (2554 : 29) กล่าวว่า การจูงใจเป็นการกระตุ้นให้บุคคลมีความกระตือรือร้นหรือมีแรงจูงใจในการแสดงพฤติกรรมต่างๆ ทั้งพฤติกรรมทางสังคมและพฤติกรรมการทำงาน โดยเฉพาะในองค์การผู้นำมีหน้าที่โดยตรงในการจูงใจผู้ร่วมงานเพื่อให้งานประสบความสำเร็จ ทั้งนี้เพราะมนุษย์จะทำงานเต็มความสามารถหรือไม่ขึ้นอยู่กับความเต็มใจ ความกระตือรือร้นในการทำงาน การจูงใจเป็นเรื่องของการสนองความต้องการของบุคคล

สรุปได้ว่าการจูงใจเป็นกระบวนการที่บุคคลถูกกระตุ้นจากสิ่งเร้า โดยจงใจให้กระทำหรือดิ้นรนเพื่อให้บรรลุจุดประสงค์บางอย่างซึ่งจะเห็นได้พฤติกรรมที่เกิดจากการจูงใจเป็นพฤติกรรมที่มีใช้ เป็นเพียงการตอบสนองสิ่งเร้าปกติธรรมดา ยกตัวอย่างลักษณะของการตอบสนองสิ่งเร้าปกติคือการขานรับเมื่อได้ยินเสียงเรียก แต่การตอบสนองสิ่งเร้าจัดว่าเป็นพฤติกรรมที่เกิดจากการจูงใจ เช่น พนักงานตั้งใจทำงานเพื่อหวังความดีความชอบเป็นกรณีพิเศษ

ความสำคัญของแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน

แรงจูงใจมีความสำคัญต่อการปฏิบัติงานของบุคคลเป็นอย่างยิ่งเพราะการทำงานใดก็ตาม ถ้าจะให้ได้ประสิทธิภาพและประสิทธิผลจะต้องประกอบด้วยส่วนสำคัญ 2 ประการ คือ (Vroom, 1970 : 10)

1. ความสามารถหรือทักษะในการทำงานของบุคคล

2. การจูงใจเพื่อโน้มน้าวบุคคลให้ใช้ความสามารถหรือทักษะในการปฏิบัติงาน

แรงจูงใจเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานพฤติกรรมต่างๆ ของมนุษย์เกิดจากแรงจูงใจที่ทำให้เกิดความต้องการและแสดงการกระทำออกมาตามปกติคนเรามีความสามารถในการทำสิ่งต่างๆ ด้วยหลายอย่าง หรือมีพฤติกรรมแตกต่างกัน แต่พฤติกรรมเหล่านี้จะแสดงออกเพียงบางโอกาสเท่านั้น สิ่งที่จะผลักดันเอาความสามารถของคนออกมาได้คือ แรงจูงใจนั่นเอง แรงจูงใจจึงเป็นความเต็มใจที่จะใช้พลัง ความสามารถเพื่อให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย

เมอร์เรย์ (Murray, 1961 : 91) กล่าวว่า ความต้องการความสำเร็จเป็นความต้องการที่มีอยู่ในตัวมนุษย์ทุกคนเป็นความต้องการทางจิตของมนุษย์ที่จะเอาชนะอุปสรรค มุ่งกระทำสิ่งที่ยากให้สำเร็จเป็นความปรารถนาหรือแนวโน้มที่จะกระทำสิ่งใดๆ ให้สำเร็จโดยเร็วที่สุด

แมคเคลแลนด์ (McClelland, 1961 : 14) ได้ทำวิจัยเกี่ยวกับสิ่งจูงใจของมนุษย์ในการปฏิบัติงานให้ประสบความสำเร็จทั้งในระดับบุคคลและระดับสังคม พบว่า สิ่งจูงใจที่สำคัญที่สุดของมนุษย์คือ ความต้องการสัมฤทธิ์ผล (Need for Achievement) ซึ่งเป็นความปรารถนาที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีและเมื่อสามารถทำได้สำเร็จแล้วก็จะบังเกิดความสบายใจ และเป็นแรงจูงใจที่จะทำต่อไปอีก บุคคลที่มีแรงจูงใจในการทำงานให้ประสบความสำเร็จจะมีความทะเยอทะยาน มีการมุ่งแข่งขันและมีความพยายามที่จะปรับปรุงตนเองให้ดีขึ้น

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552 : 36) กล่าวว่า ส่วนประกอบของการปฏิบัติงาน (Components of performance) นั้นขึ้นอยู่กับปัจจัย 3 ประการ คือความสามารถ (Ability) สิ่งแวดล้อม (Environment) และการจูงใจ (Motivation) ถ้าพนักงานมีความสามารถ และได้รับการสนับสนุนจากสิ่งแวดล้อมองค์การและมีการจูงใจที่เพียงพอ เขาจะสามารถปฏิบัติงานบรรลุเป้าหมายที่ดีได้ ถ้าหนึ่งของปัจจัยขาดไปการปฏิบัติงานก็จะมีปัญหา อย่างไรก็ตามถ้าบุคคลขาดความรู้ความสามารถแล้ว ผู้บริหารสามารถพัฒนาความสามารถของพวกเขาด้วยการฝึกอบรมและการสอนงาน และถ้าขาดสภาพแวดล้อมที่ดี ผู้บริหารก็สามารถปรับปรุงให้ดีขึ้นได้ แต่ถ้าบุคคลมีปัญหาด้านแรงจูงใจจะเป็นความยุ่งยากในการแก้ปัญหาของผู้บริหารมากขึ้น เพราะพฤติกรรมบุคคลจะเป็นปรากฏการณ์ที่ซับซ้อน และผู้บริหารอาจไม่สามารถวิเคราะห์ได้ว่าเหตุใดบุคคลไม่ถูกจูงใจ และจะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้อย่างไร เหล่านี้จึงเป็นสิ่งท้าทายที่ผู้บริหารต้องเห็นความสำคัญของแรงจูงใจที่จะกระทบต่อผลการปฏิบัติงาน ความสำคัญของการจูงใจต่อการบริหารมีหลายประการ ดังนี้

1. ช่วยเสริมสร้างกำลังใจในการปฏิบัติงานให้แก่แต่ละบุคคลในองค์การ
2. ช่วยเสริมสร้างขวัญและกำลังใจที่ดีในการทำงานแก่ผู้ที่ปฏิบัติงาน
3. ช่วยเสริมสร้างให้บุคลากรในองค์การมีความจงรักภักดีต่อองค์การ
4. ช่วยเสริมสร้างความสามัคคี ความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันของบุคคลและกลุ่ม

ในองค์การ

5. ช่วยให้การควบคุมดูแลการปฏิบัติงานดำเนินไปด้วยความราบรื่น
6. ช่วยให้เกิดความเชื่อถือ ศรัทธาในองค์การที่ปฏิบัติงานอยู่ บุคลากรมีความรู้สึก

มั่นคงปลอดภัย

7. ช่วยเสริมสร้างความเจริญก้าวหน้าให้แก่ผู้ทำงาน ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน

8. ช่วยให้องค์การมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงขึ้น

วินัย เพชรช่วย (2553 : ออนไลน์) กล่าวว่า องค์ประกอบของการจูงใจเกี่ยวข้องอยู่ 3 ประการ ได้แก่ ประการแรกคือ ความพยายามหรือตัวกระตุ้น (Arousal) ซึ่งเป็นเรื่องของแรงขับ (Drive) หรือใช้พลังเพื่อให้เกิดการกระทำ เช่น ใช้ความพยายามในการปฏิบัติงานเพื่อให้คนอื่นประทับใจ หรือพยายามทำในสิ่งที่ตนรักและเป็นงานที่ชอบ เป็นต้น การที่บุคคลต้องการตอบสนองแรงขับจึงกระตุ้นพฤติกรรมมุ่งความสำเร็จ ประการที่สองในการตอบสนองต่อแรงขับดังกล่าว บุคคลนั้นจะเลือกแนวทางต่าง ๆ (Direction) เพื่อปฏิบัติ เช่น เพื่อให้คนอื่นประทับใจตน บุคคลนั้นจะเลือกแนวทางปฏิบัติด้วยการทำงานมากขึ้นเพื่อให้เกิดผลดี ทำงานในโครงการสำคัญที่ได้รับมอบหมายให้หนักขึ้นเป็นพิเศษ เป็นต้น ทางเลือกเหล่านี้ล้วนเป็นแนวทางไปสู่เป้าหมายเดียวกัน และประการสุดท้ายคือ การรักษาระดับของพฤติกรรมหรือกระทำให้อยู่อย่างต่อเนื่อง (Persistence) จนกว่าจะสามารถบรรลุเป้าหมายซึ่ง ณ จุดนั้นเป็นการตอบสนองแรงขับของบุคคลในขณะเดียวกันด้วย

สรุปได้ว่าแรงจูงใจมีความสำคัญอย่างมากต่อมนุษย์ ซึ่งเป็นตัวผลักดันให้มนุษย์มีความกระตือรือร้น เกิดความพยายามที่จะปฏิบัติงานให้ประสบความสำเร็จลุล่วงหรือแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งออกมา เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่ตั้งไว้

ประเภทของแรงจูงใจ

เมอร์เรย์ (Murray, 1961 : 91) ได้แบ่งประเภทของแรงจูงใจไว้ 2 ลักษณะดังนี้

1. แรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motives)

แรงจูงใจภายในเป็นสิ่งผลักดันจากภายในตัวบุคคลซึ่งอาจจะเป็นเจตคติ ความคิด ความสนใจ ความตั้งใจ การมองเห็นคุณค่า ความพอใจ ความต้องการ ฯลฯ สิ่งต่าง ๆ ดังกล่าวนี้อาจมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมค่อนข้างถาวรเช่นคนงานที่เห็นองค์การคือ สถานที่ให้ชีวิตแก่เขาและครอบครัวเขาก็จะจงรักภักดีต่อองค์การ และองค์การบางแห่งขาดทุนในการดำเนินการก็ไม่ได้จ่ายค่าตอบแทนที่ดีแต่ด้วยความผูกพันพนักงานก็ร่วมกันลดค่าใช้จ่ายและช่วยกันทำงานอย่างเต็มที่

2. แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motives)

แรงจูงใจภายนอกเป็นสิ่งผลักดันภายนอกตัวบุคคลที่มากกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม อาจจะเป็นการได้รับรางวัล เกียรติยศชื่อเสียง คำชม หรือยกย่อง แรงจูงใจนี้ไม่คงทนถาวร บุคคลแสดงพฤติกรรมเพื่อตอบสนองสิ่งจูงใจดังกล่าวเฉพาะกรณีที่ต้องการสิ่งตอบแทนเท่านั้นที่มาของแรงจูงใจ

คณะกรรมการวิจัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง (2553 : 18) ได้แบ่งประเภทของแรงจูงใจไว้หลายประการตามลักษณะการวิเคราะห์ของนักจิตวิทยาไว้ดังนี้

1. แบ่งตามที่มาของแรงจูงใจ แบ่งได้ 2 ประเภท คือ

ประเภทที่หนึ่ง แรงจูงใจทางสรีระ (Physiological Motive) เป็นแรงจูงใจที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติหรือสภาวะที่เกิดขึ้นเองตั้งแต่แรกเกิด ซึ่งเกิดจากความต้องการทางร่างกาย เช่น ความหิว ความกระหาย ความเหน็ดเหนื่อย ความต้องการทางเพศ เป็นต้น

ประเภทที่สอง แรงจูงใจทางสังคม (Social Motive) เป็นแรงจูงใจที่เกิดจากการเรียนรู้ภายในที่เกี่ยวข้องกับผู้อื่นหรือสังคม เช่น ความต้องการความรัก ความอบอุ่น ความปลอดภัย ต้องการการยอมรับ ต้องการเกียรติยศชื่อเสียง ต้องการความก้าวหน้า ความสำเร็จชีวิต ตำแหน่งและฐานะทางสังคม ตลอดจนความก้าวหน้า เป็นต้น ซึ่งแรงจูงใจทางสังคมจะเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมทางสังคม ได้แก่ ตัวบุคคล กลุ่มบุคคล สถาบันต่างๆ ขนบธรรมเนียมประเพณีค่านิยม ศาสนา และการเมือง เป็นต้น

2. แบ่งตามลักษณะพฤติกรรมที่แสดงออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

2.1 แรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motive) เป็นแรงจูงใจที่เกิดจากภายในตัวของบุคคลที่มองเห็นคุณค่าของการทำกิจกรรมโดยไม่ต้องมีการควบคุม ความสำเร็จในการทำกิจกรรมจะเป็นรางวัลภายในที่มีตัวคุณค่ามากกว่ารางวัลภายนอก เช่น ความอยากรู้อยากเห็น อยากรเด่น อยากรดัง หรือความทะเยอทะยาน (Ambition) ของบุคคล เป็นต้น

2.2 แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motive) เป็นแรงจูงใจที่เกิดจากความคาดหวังสิ่งอื่นภายนอกตัวบุคคล เช่น รางวัล ค่าชมเชย หรือสิ่งล่อใจอื่นๆ ไม่ได้กระตือรือร้นเพื่อความสำเร็จในสิ่งนั้นเลย แรงจูงใจภายนอก อาจเป็นแรงผลักดันในการแสดงพฤติกรรมอย่างมีเป้าหมายและทิศทางโดยกระบวนการใดๆ ก็ได้จากภายนอกตัวบุคคล เช่น การสอบที่คาดหวังคะแนน เกียรติ หรือตำแหน่ง หรือการเสริมแรงที่อยากจะได้รับ ความพอใจ การลงโทษที่อยากหลีกเลี่ยง เป็นต้น

การที่มนุษย์จะสามารถปฏิบัติภารกิจในชีวิตประจำวันจนสำเร็จบรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพได้นั้น ต้องมีสิ่งกระตุ้นให้เกิดความอยากจะทำงานนั้น ๆ ให้สำเร็จตามที่ต้องการ ซึ่งจะมีส่วนเกี่ยวข้องกับความรู้สึก ค่านิยม และธรรมชาติของตนเองว่าเป็นอย่างไรด้วย บางคนทำงานอย่างขยันขันแข็งบางคนก็ทำงานอย่างเฉื่อยชาขาดความกระตือรือร้น การแสดงออกเหล่านี้มาจากแรงจูงใจในการทำงาน ปัจจัยที่ทำให้เกิดแรงจูงใจมีทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ปัจจัยภายในเป็นแรงผลักดันที่อยู่ภายในจิตใจ (Morale) รวมทั้งความรู้สึกนึกคิดภายในจิตใจของแต่ละคน ซึ่งมีส่วนสำคัญในการผลักดัน (Drive) แรงปรารถนา (Desire) รวมถึงอารมณ์ (Emotion) ความไม่สมหวัง (Dissonance) ความขัดแย้งในจิตใจ (Frustration) ไปกระตุ้นให้เกิดความอยากหรือไม่อยากทำงานขึ้น ส่วนปัจจัยภายนอกเป็นแรงภายนอกของบุคคล ได้แก่ สภาพแวดล้อมการทำงาน เช่น เพื่อนร่วมงาน ความสะดวกสบายในการทำงาน เงินเดือนล้นแต่มีผลทำให้เกิดแรงจูงใจในการทำงานทั้งสิ้น ผลจากการค้นคว้าของนักจิตวิทยาจากห้องปฏิบัติการและการเฝ้าสังเกตทำให้ทราบว่ามนุษย์แสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ออกมานั้นเกิดจากความต้องการ (Need) และแรงขับ (Drive) มูลเหตุจูงใจสำคัญของบุคคลคือ ความต้องการ (Need)

กล่าวโดยสรุปความสำคัญของแรงจูงใจได้ 3 ประเด็นสำคัญ คือ ความสำคัญต่อการจูงใจ ความสำคัญที่มีต่อผู้บริหารและความสำคัญต่อบุคลากร

องค์ประกอบของแรงจูงใจ

แรงจูงใจมีที่มาจากหลายสาเหตุด้วยกันเช่น อาจจะเนื่องมาจากความต้องการหรือแรงขับหรือสิ่งเร้า หรืออาจเนื่องมาจากการคาดหวังหรือจากการเก็บกดซึ่งบางที่เจ้าตัวก็ไม่รู้ตัว จะเห็นได้ว่าการจูงใจให้เกิดพฤติกรรมที่ไม่มีกฎเกณฑ์แน่นอนเนื่องจากพฤติกรรมมนุษย์มีความซับซ้อน แรงจูงใจ

อย่างเดียวกันอาจทำให้เกิดพฤติกรรมที่ต่างกัน แรงจูงใจต่างกันอาจเกิดพฤติกรรมที่เหมือนกันก็ได้ ดังนั้นจะกล่าวถึงองค์ประกอบที่ส่งผลให้เกิดเป็นแรงจูงใจดังนี้

ชรูเดน และเชอร์แมน (Chruden & Sherman, 1968 : 306-309) ได้จำแนกสิ่งจูงใจออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. สิ่งจูงใจทางบวก ประกอบด้วย เงินทอง ความมั่นคงปลอดภัย การชมเชย การยอมรับนับถือ การแข่งขัน การได้รับรู้ผลงาน การมีส่วนร่วม สิ่งจูงใจทางบวกนี้เป็นปัจจัยที่เอื้ออำนวยต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของบุคคล

2. สิ่งจูงใจทางลบ ได้แก่ การบังคับ การขู่ขู่ขู่และการลงโทษ ซึ่งสิ่งจูงใจทางลบนี้จะก่อให้เกิดความคับข้องใจในการปฏิบัติหน้าที่การงาน

บาร์นาร์ด (Barnard, 1974 : 142-148) กล่าวถึงสิ่งจูงใจอันจะส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานประกอบด้วยองค์ประกอบหลายประการคือ

1. สิ่งจูงใจซึ่งเป็นวัตถุ ได้แก่ เงิน สิ่งของ หรือสภาวะทางกาย ที่ให้แก่ผู้ปฏิบัติงานเป็นการตอบแทน ชมเชย หรือเป็นรางวัลที่เขาได้ปฏิบัติงานให้แก่หน่วยงานมาแล้วเป็นอย่างดี

2. สิ่งจูงใจที่เป็นโอกาสของบุคคลซึ่งไม่ใช่วัตถุ จัดเป็นสิ่งจูงใจที่สำคัญในการช่วยเหลือส่งเสริมความร่วมมือในการทำงานมากกว่ารางวัลที่เป็นวัตถุ เพราะสิ่งจูงใจที่เป็นโอกาสนี้ บุคคลจะได้รับแตกต่างจากคนอื่น เช่น เกียรติภูมิ ตำแหน่ง การให้สิทธิพิเศษ และการมีอำนาจ เป็นต้น

3. สภาพทางกายที่พึงปรารถนา หมายถึง สิ่งแวดล้อมในการปฏิบัติงาน ได้แก่ สถานที่ทำงาน เครื่องมือ เครื่องใช้ในสำนักงาน สิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงานต่าง ๆ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญอันอาจก่อให้เกิดความสุขทางกายในการปฏิบัติงาน

4. ผลประโยชน์ทางอุดมคติ เป็นสิ่งจูงใจที่อยู่ระหว่างความมีอำนาจมากที่สุดกับความท้อแท้มากที่สุด ผลประโยชน์ทางอุดมคติ หมายถึง สมรรถภาพของหน่วยงานที่จะสนอง ความต้องการของบุคคลในด้านความภาคภูมิใจที่ได้แสดงฝีมือ ความรู้สึกเท่าเทียมกัน การได้มีโอกาสช่วยเหลือครอบครัวตนเอง และผู้อื่น รวมทั้งการได้แสดงความภักดีต่อหน่วยงาน

5. ความดึงดูดใจในสังคม หมายถึง ความสัมพันธ์อันดีมิตรกับผู้ร่วมงานในหน่วยงาน ซึ่งถ้าความสัมพันธ์เป็นไปด้วยดี จะทำให้เกิดความผูกพัน และความพอใจร่วมกับหน่วยงาน

6. การปรับสภาพการทำงานให้เหมาะสมกับวิธีการและทัศนคติของบุคคล หมายถึง การปรับปรุงตำแหน่งงาน วิธีทำงานให้สอดคล้องกับความสามารถของบุคลากร ซึ่งแต่ละคนมีความสามารถแตกต่างกัน

7. โอกาสที่จะมีส่วนร่วมในงานอย่างกว้างขวาง หมายถึง การเปิดโอกาสให้บุคลากรรู้สึกมีส่วนร่วมในงาน เป็นบุคคลสำคัญคนหนึ่งของหน่วยงาน มีความรู้สึกเท่าเทียมกันในหมู่ผู้ร่วมงาน และมีกำลังใจในการปฏิบัติงาน

8. สภาพการอยู่ร่วมกัน หมายถึง ความพอใจของบุคคลในด้านสังคม หรือความมั่นคงทางสังคม ซึ่งจะทำให้บุคคลรู้สึกมีหลักประกัน และมีความมั่นคงในการปฏิบัติงาน เช่น การรวมตัวจัดตั้งสมาคมของผู้ปฏิบัติงาน เพื่อสร้างผลประโยชน์ร่วมกัน

จะเห็นได้ว่าวิธีการจูงใจของบาร์นาร์ด นอกจากจะตอบสนองความต้องการพื้นฐานเพื่อการยังชีพ โดยให้สิ่งจูงใจที่เป็นเงินทอง สิ่งของ และการจัดสิ่งแวดล้อมในการปฏิบัติงานที่ดี

เป็นการตอบสนองความต้องการทางกายแล้วยังให้ผู้ปฏิบัติงานมีกำลังใจในการทำงานด้วย การส่งเสริมความเท่าเทียมกัน ให้มีโอกาสร่วมแสดงความสามารถ แสดงความคิดเห็นในงานและสร้างความสัมพันธ์อันดีในหน่วยงาน อันเป็นการตอบสนองความต้องการทางด้านจิตใจของบุคคลในหน่วยงานด้วย

กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข (2554 : 5) แบ่งองค์ประกอบเป็น 2 ประการ คือ

1. ธรรมชาติของแต่ละบุคคล เพราะคนแต่ละคนไม่เหมือนกัน (Individual Differences) มีความแตกต่างกันในสิ่งที่เป็ธรรมชาติ เช่น กรรมพันธุ์ นิสัย อารมณ์ ความต้องการ ผิวพรรณ สีขน นัยน์ตา เป็นต้น แต่ธรรมชาติที่เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของแรงจูงใจ คือ

1.1 แรงขับ (Drive) เป็นความตึงเครียดทางร่างกาย ที่ทำให้เกิดกิจกรรมที่จะบรรเทาหรือลดความตึงเครียดนั้น ๆ เช่น ความหิว ความกระหาย ความรู้สึกทางเพศ ความต้องการที่เป็นความประสงค์อย่างรุนแรงจนกลายเป็นราคะ (Desire) เป็นต้น แรงขับเหล่านี้จะต้องก่อพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งให้แรงขับหายไป ซึ่งแรงขับเหล่านี้ มี 2 ประเภทด้วยกัน

1.1.1 แรงขับภายในร่างกาย (Primary Drive) หรือว่าแรงขับปฐมภูมิ ได้แก่ แรงขับที่เกิดอยู่ภายในร่างกาย การเกิดแรงขับขึ้นในร่างกาย แปลว่าร่างกายขาดสภาวะสมดุลจนทำให้เกิดความรู้สึกต่าง ๆ เช่น หิว กระหาย ความรู้สึกทางเพศ หรือวังเหงา แรงจูงใจภายในร่างกายนี้แต่ละคนจะมีไม่เท่ากัน

1.1.2 แรงขับภายนอกในร่างกาย (Secondary Drive) หรือว่าแรงขับทุติยภูมิคือแรงขับที่มาจากภายนอกในร่างกาย ได้แก่ พวกแรงขับที่เกิดจากความต้องการด้านสติปัญญา ด้านอารมณ์ และสังคม ตัวอย่าง อยากเป็นสมาชิกวุฒิสภา อยากเป็นกรรมการตุลาการ อยากเป็นกรรมการเลือกตั้ง ความต้องการเหล่านี้ล้วนมาจากภายนอกร่างกายทั้งสิ้น และแต่ละบุคคลจะมีความสนใจ ความต้องการ และแรงกระตุ้นที่มากน้อยต่างกัน และเช่นกันแรงขับประเภทนี้ก็ได้ทั้งทางบวก และทางลบ

1.2 ความวิตกกังวล (Anxiety) ความวิตกกังวลเป็นธรรมชาติอย่างหนึ่งของมนุษย์ เป็นเจตคติด้านอารมณ์ และเป็นความรู้สึกของบุคคลที่วาดภาพไปถึงอนาคตที่ยังมาไม่ถึงที่เรียกว่า Sentiment Concerning the Future พอเกิดความวิตกกังวลก็จะเกิดความกลัวต่าง ๆ

2. สถานการณ์ต่าง ๆ ในแต่ละสิ่งแวดล้อม เป็นองค์ประกอบที่ 2 ของแรงจูงใจ เนื่องจากองค์ประกอบที่ 2 เป็นเรื่องของสถานการณ์ต่าง ๆ ในแต่ละสิ่งแวดล้อม เช่น บ้านที่ตั้งอยู่ริมถนนใหญ่ มีคนขวักไขว่รถแล่นเสียงดัง นักศึกษาที่อยู่ในสภาพแวดล้อมนี้ก็คงจะไม่เกิดแรงจูงใจมากพอที่จะอ่านหรือท่องหนังสือได้นาน ๆ เป็นต้น

สมพงษ์ เกษมสิน (2553 : 75-76) ได้แบ่งสิ่งจูงใจออกเป็น 2 ประเภท เช่นกัน ได้แก่

1. สิ่งจูงใจที่เป็นเงิน เป็นสิ่งจูงใจที่เห็นได้ง่ายและมีอิทธิพลโดยตรงต่อการปฏิบัติงานของพนักงานเจ้าหน้าที่ สิ่งจูงใจประเภทนี้มี 2 ชนิดคือ

1.1 สิ่งจูงใจทางตรง ได้แก่ เงินเดือนหรือค่าจ้าง

1.2 สิ่งจูงใจทางอ้อม ได้แก่ บำเหน็จ และผลประโยชน์เกื้อกูลต่าง ๆ

2. สิ่งจูงใจที่มีใช้เงินทองหรือสิ่งจูงใจที่จับต้องไม่ได้ ได้แก่ ความพึงพอใจในงานสวัสดิการหรือผลตอบแทนอื่น ๆ ที่มีได้อยู่ในรูปของเงินทอง หรือที่มีลักษณะเป็นนามธรรม

สรุปได้ว่าประเภทของแรงจูงใจมีทั้งทางบวกและทางลบ สิ่งจูงใจทางบวกเมื่อได้รับแล้ว จะเกิดความพึงพอใจ ส่วนสิ่งจูงใจทางลบเมื่อได้รับจะเกิดความไม่พอใจ ไม่เต็มใจในการได้รับองค์ประกอบของแรงจูงใจ

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจ

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจมีผู้ศึกษาหลายท่าน ได้ทำการศึกษาทฤษฎีต่างๆ เพื่อให้เข้าใจปัจจัยจูงใจของการทำงานได้มากขึ้น แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

1. แนวคิดของแมคคลีแลนด์ (McClelland)
 2. แนวคิดของอาร์จิส (Argyris)
 3. แนวคิดและทฤษฎีของแมกเกรเกอร์ (McGregor)
 4. ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของมาสโลว์ (Maslow's Need Hierarchy Theory)
 5. แนวคิดและทฤษฎีของทฤษฎีแรงจูงใจของอัลเดอร์เฟอร์ (Alderfer's Existence - Relatedness Growth Theory หรือ E.R.G. Theory)
 6. ทฤษฎีสองปัจจัย (Two - Factors Theory of Motivation)
 7. ทฤษฎีตามความคาดหวังของวรูม (Vroom Expectancy Theory)
- รายละเอียดของแต่ละแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าว มีดังต่อไปนี้

1. แนวคิดของแมคคลีแลนด์ (McClelland)

ทฤษฎีนี้เน้นอธิบายการจูงใจของบุคคลที่กระทำการเพื่อให้ได้มาซึ่งความต้องการความสำเร็จมีได้หวังรางวัลตอบแทนจากการกระทำของเขา ซึ่งความต้องการความสำเร็จนี้ในแง่ของการทำงานหมายถึงความต้องการที่จะทำงานให้ดีที่สุดและทำให้สำเร็จผลตามที่ตั้งใจไว้ เมื่อตนทำอะไรสำเร็จได้ก็จะเป็นแรงกระตุ้นให้ทำงานอื่นสำเร็จต่อไป หากองค์การใดที่มีพนักงานที่แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์จำนวนมากก็จะเจริญรุ่งเรืองและเติบโตเร็ว

ในช่วงปีค.ศ. 1940s นักจิตวิทยาชื่อ David I. McClelland ได้ทำการทดลองโดยใช้แบบทดสอบการรับรู้ของบุคคล (Thematic Apperception Test : TAT) เพื่อวัดความต้องการของมนุษย์ โดยแบบทดสอบ TAT เป็นเทคนิคการนำเสนอภาพต่างๆ แล้วให้บุคคลเขียนเรื่องราวเกี่ยวกับสิ่งที่เขาเห็น จากการศึกษาวิจัยของแมคคลีแลนด์ได้สรุปคุณลักษณะของคนที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงมีความต้องการ 3 ประการที่ได้จากแบบทดสอบ TAT ซึ่งเขาเชื่อว่าเป็นสิ่งสำคัญในการที่จะเข้าใจถึงพฤติกรรมของบุคคลได้ดังนี้ (McClelland, David I., 1961)

1.1 ความต้องการความสำเร็จ (Need for Achievement : Nach) เป็นความต้องการที่จะทำสิ่งต่างๆ ให้เต็มที่และดีที่สุดเพื่อความสำเร็จ จากการศึกษาวิจัยของ McClelland พบว่า บุคคลที่ต้องการความสำเร็จ (Nach) สูง จะมีลักษณะชอบการแข่งขัน ชอบงานที่ท้าทาย และต้องการได้รับข้อมูลป้อนกลับเพื่อประเมินผลงานของตนเอง มีความชำนาญในการวางแผน มีความรับผิดชอบสูง และกล้าที่จะเผชิญกับความล้มเหลว

1.2 ความต้องการความผูกพัน (Need for Affiliation : Naff) เป็นความต้องการการยอมรับจากบุคคลอื่น ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม ต้องการสัมพันธ์ที่ดีต่อบุคคลอื่น บุคคลที่ต้องการความผูกพันสูงจะชอบสถานการณ์การร่วมมือมากกว่าสถานการณ์การแข่งขัน โดยจะพยายามสร้างและรักษาความสัมพันธ์อันดีกับผู้อื่น

1.3 ความต้องการอำนาจ (Need for Power : Npower) เป็นความต้องการอำนาจเพื่อมีอิทธิพลเหนือผู้อื่น บุคคลที่มีความต้องการอำนาจสูง จะแสวงหาวิถีทางเพื่อทำให้ตนมีอิทธิพลเหนือบุคคลอื่น ต้องการให้ผู้อื่นยอมรับหรือยกย่อง ต้องการความเป็นผู้นำ ต้องการงานให้เหนือกว่าบุคคลอื่น และจะกังวลเรื่องอำนาจมากกว่าการทำงานให้มีประสิทธิภาพ

ความต้องการทั้ง 3 ประการนี้ ความต้องการด้านความสำเร็จของงานมีความสำคัญมากที่สุด และเชื่อว่าคนต้องการมีอำนาจมากและต้องการที่จะผูกพันน้อย จะเป็นคนที่เป็นนักบริหารที่ดี

2. แนวคิดของอาจิลิส (Argyris)

แนวคิดของอาจิลิสใช้แนวคิดความเป็นผู้ใหญ่ (Maturation Theory) เชื่อว่ามนุษย์จะทำงานได้ดีเกิดจากแรงจูงใจหลัก 3 ประการ คือ (Argyris, 1957)

2.1 มนุษย์ที่มีสุขภาพจิตดีคือ จะต้องผ่านกระบวนการพัฒนาความเป็นผู้ใหญ่ (Maturation) คือ กระบวนการเปลี่ยนคน ดังนี้

2.1.1 จากคนเฉื่อยชาเป็นคนกระตือรือร้นในการทำงาน

2.1.2 จากคนที่พึ่งพาคนอื่นมาเป็นคนที่เป็นอิสระอาศัยตนเองเป็นหลัก

2.1.3 จากคนที่มีพฤติกรรมเพียงไม่กี่แบบมาเป็นคนที่มีพฤติกรรมซับซ้อน

2.1.4 จากคนที่มีความสนใจชั่วคราวเป็นคนที่สนใจหนักแน่น

2.1.5 จากคนที่มองอะไรสั้นๆ มาเป็นคนที่มองการณ์ไกล

2.1.6 จากคนที่มีบทบาทเป็นลูกน้องในสมัยเด็กเป็นคนที่เท่าเทียมเพื่อนและเป็นหัวหน้า

2.1.7 จากคนที่ไม่รู้จักตนเองมาเป็นคนที่รู้จักควบคุมตนเองได้

2.2 การจัดองค์การแบบราชการเป็นรูปปิรามิด เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความเป็นผู้ใหญ่ ไม่สามารถพัฒนาตนได้เต็มที่เพราะโครงสร้างดังกล่าวกดดันคนงานให้ยอมตามความประสงค์ของฝ่ายจัดการ เป็นสภาพที่คนงานอยู่ภายใต้การควบคุมขององค์การโดยสิ้นเชิง

2.3 การจัดองค์การที่ยืดพฤติกรรมและจิตใจของคนงาน เปิดโอกาสให้คิดลดการควบคุมให้น้อยลง ส่งเสริมประชาธิปไตยในองค์การ

3. แนวคิดและทฤษฎีของแมกเกรเกอร์ (McGregor)

แนวคิดของแมกเกรเกอร์ (McGregor) ได้เสนอทฤษฎี X และทฤษฎี Y โดยมีหลักการว่า การเลือกใช้วิธีการจูงใจขึ้นอยู่กับว่าคนๆ นั้นมีลักษณะเป็นแบบ X หรือเป็นแบบ Y โดยมีความเชื่อว่าคนงานแบบ X เป็นคนที่ไม่ชอบทำงาน พยายามหลีกเลี่ยงงานและคอยปิดความรับผิดชอบ พยายามรับคำสั่งเป็นทางการเท่านั้น คนงานส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับความมั่นคงของงานและมีความทะเยอทะยานน้อย ส่วนคนงานแบบ Y เป็นคนที่มีทัศนคติที่ดีต่อการทำงาน มองว่างานเป็นเรื่องสนุก ผ่อนคลาย คนจะสามารถควบคุมและกำกับตนเองได้ผูกพันอยู่กับความสำเร็จของงานสามารถทำงานอย่างรับผิดชอบมีความคิดริเริ่มสร้างงาน แนวคิดดังกล่าวสามารถเขียนเป็นตารางดังนี้ (McGregor, 1960 : 33-48)

ตารางที่ 2.1 การเปรียบเทียบทฤษฎี X และทฤษฎี Y

ทฤษฎี X	ทฤษฎี Y
1. คนมีความเกียจคร้าน ต้องการหลีกเลี่ยงงาน	1. การทำงานจะเหมือนการเล่นหรือพักผ่อน
2. คนไม่มีความทะเยอทะยาน ไม่ต้องการ	2. คนจะไม่เพียงแต่ยอมรับความรับผิดชอบเท่านั้น แต่จะแสวงหาความรับผิดชอบด้วยถ้าสถานการณ์เหมาะสม
3. คนต้องถูกควบคุมใกล้ชิดและถูกผลักดันให้ทำงาน เพื่อความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กรรับผิดชอบและไม่ชอบให้มีการสั่งการ	3. คนต้องการการควบคุมและสั่งการตนเองในการทำงาน เพื่อความสำเร็จของเป้าหมายขององค์กร
4. คนส่วนใหญ่ไม่เต็มใจและไม่ช่วยแก้ปัญหาขององค์กร	4. คนมีความเต็มใจและสามารถช่วยแก้ปัญหาขององค์กรได้

ที่มา : (พิทยา บวรวัฒนา, 2553 : 92)

4. ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของมาสโลว์ (Maslow's Need Hierarchy Theory)

อับบราฮัม เอช มาสโลว์ (Abraham H. Maslow, 1973 : 122-144) นักจิตวิทยาชาวอังกฤษได้ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องแรงจูงใจและมีความเชื่อว่ามนุษย์มีความต้องการและพฤติกรรมของมนุษย์จะเป็นไปเพื่อตอบสนองความต้องการเหล่านั้น เขาได้ตั้งสมมติฐานเกี่ยวกับความต้องการของมนุษย์ไว้ดังนี้

- 4.1 มนุษย์ทุกคนมีความต้องการและความต้องการนี้จะมีอยู่ตลอดเวลาไม่มีสิ้นสุด
- 4.2 ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้วจะไม่เป็นแรงจูงใจสำหรับพฤติกรรมนั้นอีกต่อไป
- 4.3 ความต้องการที่จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมจะต้องเป็นความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง
- 4.4 ความต้องการของมนุษย์จะมีลักษณะเป็นลำดับขั้น จากระดับต่ำไปหาระดับสูงตามลำดับของความสำคัญ เมื่อความต้องการในลำดับต่ำได้รับการตอบสนองแล้วความต้องการลำดับที่สูงขึ้น ลำดับต่อไปก็จะตามมา ซึ่งมาสโลว์ได้อธิบายไว้ในลำดับขั้นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ 5 ขั้น

ลำดับขั้นความต้องการตามทฤษฎีมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Human Needs) ประกอบด้วย

1. ความต้องการของร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการพื้นฐานเพื่อความอยู่รอดของชีวิตหรือเรียกอีกอย่างว่า Basic Needs ได้แก่ ความต้องการปัจจัยสี่ ความต้องการการยกย่องและความต้องการทางเพศ เป็นต้น ซึ่งมีพลังมากที่สุดเพราะเป็นความต้องการที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต ยกตัวอย่างที่เราได้พบกันบ่อยๆ ที่แม่ขโมยอาหารให้เด็กเพราะไม่มีเงิน ซึ่งการกระทำ

ดังกล่าวเกิดจากแรงผลักดันในขั้นแรกนี้ อีกทั้งถ้าความต้องการในขั้นแรกนั้นยังไม่ได้รับการตอบสนอง ก็ยากที่จะพัฒนาไปสู่ขั้นอื่นๆ ได้ เพราะบุคคลเหล่านี้จะใช้สติและสมาธิไปกับการหาสิ่งพื้นฐานในการดำรงชีวิต

2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) เป็นความต้องการที่เหนือกว่าความต้องการอยู่รอด ซึ่งมนุษย์ต้องการเพิ่มความต้องการในระดับที่สูงขึ้น เช่น ต้องการความมั่นคงในการทำงาน ความต้องการได้รับการปกป้องคุ้มครอง ความต้องการความปลอดภัยจากอันตรายต่างๆ เป็นต้น โดยบุคคลที่ไม่ได้รับการตอบสนองในขั้นนี้จะรู้สึกหวาดกลัว ผวา และเกิดความรู้สึกไม่มั่นคงในชีวิตของตนเอง

3. ความต้องการด้านสังคม (Social Needs) หรือความต้องการความรักและการยอมรับ (Love and Belongingness Needs) ความต้องการทั้งในแง่ของการให้และการได้รับ ซึ่งความรัก ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะ ความต้องการให้ได้การยอมรับ เป็นต้น โดยเราจะเห็นได้ว่ายิ่งคนที่พ้นความต้องการในขั้นที่ 1 และขั้นที่ 2 แล้ว ก็จะมองหาสังคมมากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น บุคคลที่ประกอบธุรกิจหรือไฮโซจะเข้าสังคมกันบ่อยมาก เนื่องจากบุคคลเหล่านี้มีเงินในการได้รับปัจจัยพื้นฐานที่เพียงพอและมีที่พักอาศัยอยู่ในเขตที่ปลอดภัย ทำให้ไม่จำเป็นต้องมานั่งคิดถึงการหาปัจจัยพื้นฐานและความปลอดภัยอีกต่อไป ดังนั้นบุคคลเหล่านี้จึงปรารถนาความสัมพันธ์ (Connection) ที่ดีและสมประโยชน์กับตนเองเป็นอย่างมาก

4. ความต้องการการยกย่อง (Esteem Needs) ซึ่งเป็นความต้องการการยกย่องส่วนตัว (Self-Esteem) ความนับถือ (Recognition) และสถานะ (Status) จากสังคม ตลอดจนเป็นความพยายามที่จะมีความสัมพันธ์ระดับสูงกับบุคคลอื่น เช่น ความต้องการให้ได้การเคารพนับถือ ความสำเร็จ ความรู้ ศักดิ์ศรี ความสามารถ สถานะที่ดีในสังคมและมีชื่อเสียงในสังคม โดยความต้องการได้รับการยอมรับนับถือ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังต่อไปนี้

4.1 ความต้องการนับถือตนเอง (Self-Esteem) เนื่องด้วยทุกคนต้องการที่มีความเชื่อมั่นในตนเอง เห็นคุณค่าในตนเองและสามารถประสบความสำเร็จได้

4.2 ความต้องการได้รับการยกย่องนับถือจากผู้อื่น (Esteem From Others) เนื่องจากคนเราต้องการเกียรติยศ ชื่อเสียง และการยอมรับจากผู้อื่น

5. ความต้องการประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิต (Self-Actualization Needs) เป็นความต้องการสูงสุดแต่ละบุคคล ซึ่งถ้าบุคคลใดบรรลุความต้องการในขั้นนี้ได้จะได้รับการยกย่องว่าเป็นบุคคลพิเศษ เช่น ความต้องการที่เกิดจากความสามารถทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จ นักร้องหรือนักแสดงที่มีชื่อเสียง เป็นต้น อันจะเรียกได้ว่าเป็นการบรรลุจุดสูงสุดของศักยภาพของบุคคลนั้นๆ

มาสโลว์ได้อธิบายถึงลักษณะของบุคคลที่รู้จักตนเองและปรารถนาความสำเร็จดังนี้

1. เป็นบุคคลที่สนใจอนาคตไม่สนใจอดีต พยายามหาประสบการณ์ในปัจจุบันให้มากที่สุด เพื่อเป้าหมายในอนาคต ตัดสินใจเลือกทางที่เสี่ยงแต่ต้องเป็นการเสี่ยงที่คุ้มค่า รู้จักตนเอง พยายามค้นหาความสามารถพิเศษ ค่านิยมของตนเอง ความเป็นตัวของตัวเอง พยายามรักษาความซื่อสัตย์ต่อผู้อื่น ไม่หลอกลวงและแสดงความเป็นจริงให้ผู้อื่นรู้จัก แสดงความคิดเห็นแม้ว่าคนอื่นจะไม่เห็นด้วยก็ตาม

2. พยายามมุ่งไปสู่เป้าหมายและพยายามทำให้ดีที่สุด มีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ที่มีประโยชน์และให้ประสบการณ์ที่ดีพร้อมที่จะรับประสบการณ์ใหม่ โอกาสใหม่และยอมรับการเปลี่ยนแปลงและการยอมรับความแตกต่างทางความคิด

มาสโลว์ได้จัดความต้องการทางร่างกาย ความต้องการความปลอดภัยและความมั่นคงไว้ในกลุ่มความต้องการระดับต่ำ (Lower Level Needs) ความต้องการทางสังคมและความรัก ความต้องการการยอมรับและความต้องการความสำเร็จในชีวิตเป็นกลุ่มความต้องการระดับสูง (Higher Level Needs) ความต้องการระดับต่ำเป็นความพึงพอใจภายนอก เช่น ได้แต่งกายสวยๆ ได้รับประทาน อาหารอร่อย ค่าจ้างที่สูง สภาพแวดล้อมในการทำงานที่มีอุปกรณ์ครบครัน เป็นต้น แต่ความต้องการในระดับสูงเป็นความพึงพอใจภายใน เช่น เกียรติยศชื่อเสียง ความอึดเอิบใจ การได้รับการยกย่องจากสังคมสาธารณชน เป็นต้น ตามความคิดของมาสโลว์ข้างต้นเห็นได้ว่าคนเราจะมีลำดับขั้นตอนของการเกิดความต้องการเป็นไปค่อนข้างที่จะมีระเบียบ ซึ่งในแง่นี้เองก็เป็นจุดอ่อนของทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์เพราะอาจมีลำดับความต้องการไม่เป็นไปตามลำดับขั้นตามที่มาสโลว์เสนอ ก็เป็นไปได้ หากจะพิจารณาตามแนวคิดของมาสโลว์แล้ว ถ้าความต้องการของมนุษย์ในแต่ละระดับได้รับการตอบสนองพฤติกรรมก็จะเกิดขึ้น แต่ความยากลำบากในการนำทฤษฎีไปใช้มีข้อจำกัดที่ว่า ทำอย่างไรจึงจะทราบว่ามนุษย์ที่ทำงานอยู่นั้น ในแต่ละขณะมีระดับความต้องการอยู่ในระดับไหน เพราะความต้องการประเภทต่างๆ มักจะมีลักษณะที่ควบคู่ หรือคาบเกี่ยวกันไปไม่สามารถจะแยกออกจากกันได้เด็ดขาด นั้นแสดงว่าความต้องการในขั้นต่อไปอาจเริ่มมีขึ้นได้โดยที่ความต้องการในขั้นก่อนหน้ายังไม่จำเป็นต้องได้รับการตอบสนองเต็มที่ถึง 100% เสียก่อน ถ้าเราวิเคราะห์ได้ก็จะสามารถสร้างสิ่งจูงใจขึ้นมา เพื่อที่จะชักนำให้เขาปฏิบัติตามที่เราต้องการได้ในเวลาที่เหมาะสม พฤติกรรมของบุคคลจะตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของสิ่งจูงใจ (Motives) หลายอย่างที่เกิดขึ้นพร้อมกัน สิ่งจูงใจดังกล่าวนี้บางครั้ง อาจจะขัดแย้งกันทำให้บุคคลต้องจัดลำดับความสำคัญระหว่างสิ่งจูงใจต่างๆ เพื่อที่เลือกตอบสนองตามลำดับความสำคัญของสิ่งจูงใจ

5. แนวคิดและทฤษฎีของทฤษฎีแรงจูงใจของอัลเดอร์เฟอร์ (Alderfer's Existence - Relatedness Growth Theory หรือ E.R.G. Theory)

อัลเดอร์เฟอร์ (Alderfer, 1976 : 251) พบว่า ความต้องการไม่จำเป็นต้องเรียงตามลำดับขั้นและได้ย่อลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์เหลือเพียง 3 อย่างเรียกว่า ทฤษฎี ERG ได้แก่

5.1 การดำรงอยู่ (Existence) หมายถึง ความต้องการในการที่จะดำรงอยู่ ซึ่งก็คือ ปัจจัย 4 (อาหาร, เครื่องนุ่งห่ม, ที่อยู่อาศัย และ ยารักษาโรค) และความมั่นคงปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน หรือเทียบง่ายๆ ก็คือ ความต้องการในลำดับขั้นที่ 1 และ 2 (ในส่วนของความปลอดภัยในด้านกายภาพ หรือ Physical Security) ตามแนวคิดของมาสโลว์นั่นเอง

5.2 ความสัมพันธ์ (Relatedness) หมายถึง ความต้องการในการที่จะมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น การได้รับการยอมรับนับถือจากตัวผู้อื่น ซึ่งในที่นี้ก็หมายถึงความต้องการในลำดับขั้นที่ 2 (ในส่วนของความปลอดภัยในความสัมพันธ์ที่มีต่อผู้อื่น หรือ Interpersonal Security) ขั้นที่ 3 และขั้นที่ 4 (ในส่วนของได้รับการยอมรับนับถือจากผู้อื่น หรือ Social Esteem) ของมาสโลว์นั่นเอง

5.3 ความก้าวหน้า (Growth) หมายถึง ความต้องการที่จะเจริญเติบโตก้าวหน้า และสามารถได้รับการนับถือในตนเอง ซึ่งเทียบได้กับความต้องการในลำดับขั้นที่ 4 (ในส่วนของ การยอมรับนับถือตนเอง หรือ Self-esteem) และลำดับขั้นที่ 5 ของมาสโลว์

อัลเดอร์เฟอร์เห็นด้วยกับมาสโลว์ในแง่ที่ว่า บุคคลจะเลื่อนความต้องการที่อยู่ถัดขึ้นไป เมื่อมีความต้องการในขั้นที่ต่ำกว่าได้รับการตอบสนองจนพอใจแล้ว แต่เขาไม่เชื่อว่าความต้องการในขั้นหนึ่งๆ จะต้องได้รับการตอบสนองจนเป็นที่พอใจก่อนความต้องการในขั้นถัดไปจึงจะเกิดขึ้น ความต้องการทุกชั้นอาจเกิดขึ้นพร้อมกันได้ความต้องการทั้ง 3 แบบนี้สามารถกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมได้พร้อมๆ กัน

ธงชัย สันติวงษ์ (2551 : 390) กล่าวเพิ่มเติมว่า ทฤษฎีแรงจูงใจ อีอาร์จี (E.R.G.) ของอัลเดอร์เฟอร์เห็นว่าความต้องการของมนุษย์ควรแยกแยะเป็น 3 ประเภท ซึ่งจะทำให้ความสะดวกมากกว่า ความเป็นจริงมากกว่า ความต้องการของมนุษย์ทั้ง 3 ประเภท คือ

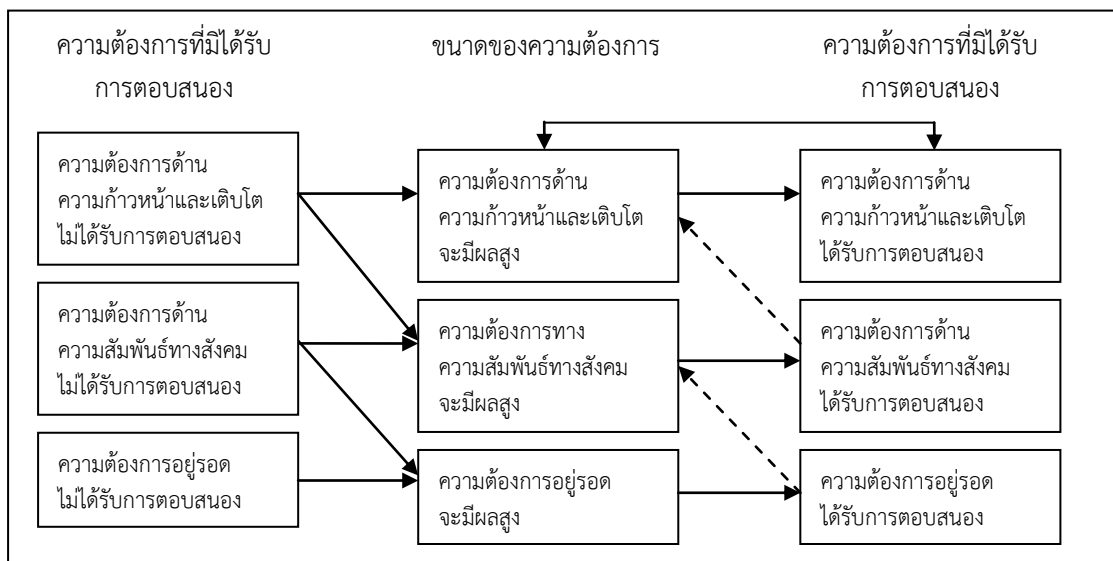
1. ความต้องการอยู่รอดเกี่ยวข้องกับความต้องการทางด้านร่างกายและปรารถนาอยากมีสิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ เช่น ต้องการอาหาร ที่อยู่อาศัย เป็นต้น สำหรับชีวิตจริงในองค์กรนั้น การต้องการค่าจ้างโบนัสและผลประโยชน์ตอบแทน ตลอดจนสภาพเงื่อนไขการทำงานที่ดีและสัญญาการว่าจ้างเหล่านี้ล้วนแต่เป็นเครื่องมือตอบสนองสิ่งจูงใจด้านนี้ทั้งสิ้นและถ้าหากจะนำมาเปรียบเทียบกันแล้วความต้องการความอยู่รอดนี้ จะเทียบได้กับความต้องการทางด้านร่างกายและความต้องการทางด้านความปลอดภัยของมาสโลว์นั่นเอง

2. ความต้องการทางด้านสังคมประกอบด้วยเรื่องราวส่วนที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ต่างๆ ที่มีอยู่ต่อกันระหว่างบุคคลในองค์กร ทั้งนี้ความสัมพันธ์เหล่านี้จะหมายถึงความต้องการทุกชนิดที่มีความหมายสำคัญในเชิงมนุษย์สัมพันธ์ ซึ่งสำหรับชีวิตจริงในองค์กรนั้น ความต้องการของคนที่ต้องการจะเป็นผู้นำหรือมีอิทธิพลเป็นหัวหน้า ความต้องการที่จะเป็นผู้ตาม และความต้องการอยากมีสายสัมพันธ์ทางมิตรภาพกับใครๆ เหล่านี้ล้วนจัดอยู่ในความต้องการประเภทนี้ ความสัมพันธ์ทางสังคมนี้ถ้าเปรียบเทียบความต้องการที่มาสโลว์กำหนดก็จะเท่ากับความต้องการด้านความมั่นคงทางใจ การไม่ถูกทอดทิ้ง ความต้องการทางการด้านสังคมและความต้องการที่จะได้รับการยกย่องจากเพื่อนร่วมงานและหัวหน้า

3. ความต้องการก้าวหน้าและเติบโต ความต้องการชนิดนี้เป็นความต้องการที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของการพัฒนาการเปลี่ยนแปลงฐานะสภาพและเติบโตก้าวหน้าของคนผู้ทำงาน ความต้องการอยากเป็นผู้มีความริเริ่มบุกเบิกมีขอบเขตอำนาจขยายกว้างออกไปเรื่อยๆ และการพัฒนาเติบโต ด้วยความรู้ความสามารถต่างก็เป็นความต้องการประเภทนี้ ซึ่งสำหรับชีวิตจริงในองค์กรนั้น ความต้องการจะได้รับความรับผิดชอบเพิ่มหรือความอยากได้ทำกิจกรรมใหม่ๆ อีกหลายด้านมากขึ้นเหล่านี้จัดอยู่ในประเภทความต้องการก้าวหน้าเติบโตทั้งสิ้น ความต้องการประเภทนี้จะเปรียบได้กับความต้องการที่จะได้รับความสำเร็จทางใจและความสำเร็จตามความนึกคิดทุกอย่างของมาสโลว์

ทฤษฎีอีอาร์จี (E.R.G.) นี้ตั้งข้อสมมุติฐาน 3 ประการ เป็นกลไกสำคัญของความต้องการ คือ (ธงชัย สันติวงษ์, 2553 : 390-392)

1. ความต้องการที่ได้รับการตอบสนอง (Need Satisfaction) คือ ถ้าหากความต้องการระดับใด ได้รับการตอบสนองด้วยความต้องการประเภทนั้นจะมีอยู่สูง ตัวอย่างเช่น ถ้าหาก พนักงานได้รับการตอบสนองด้านเงินเดือนน้อยเกินไป ดังนั้นความต้องการด้านเงินเดือนก็จะมีอยู่สูง
2. ขนาดของความต้องการ (Desire Strength) ถ้าหากความต้องการประเภทที่อยู่ต่ำ เช่น ความต้องการด้านการอยู่รอดได้รับการตอบสนองมากพอแล้วก็จะยิ่งทำให้ความต้องการ ประเภทที่อยู่สูงกว่า เช่น ความต้องการการก้าวหน้าและเติบโตมีมากยิ่งขึ้นตัวอย่างเช่น ถ้าหัวหน้างานได้รับการตอบสนองด้านค่าจ้างและอื่น ๆ ความต้องการอยู่รอด มากพอแล้วนั้น หัวหน้างานคนนั้นก็ต้องการได้รับการยอมรับนับถือจากกลุ่มเพื่อนร่วมงาน ความสัมพันธ์ทางสังคม
3. ความต้องการที่ไม่ได้รับการตอบสนอง (Need Frustration) ถ้าหากความต้องการประเภทที่อยู่สูงมีอุปสรรคขัดขวางได้รับการตอบสนองน้อยก็จะทำให้ความต้องการประเภทที่อยู่ต่ำลง มีอุปสรรคขัดขวาง ตอบสนองน้อยด้วยก็จะทำให้ความต้องการประเภทที่อยู่ต่ำลงไปมีความสำคัญมากขึ้น ตัวอย่างเช่น ถ้าหัวหน้างานไม่มีโอกาสที่จะได้เปลี่ยนไปทำงานใหม่ที่ท้าทายมากขึ้น (ความก้าวหน้าและเติบโต) กรณีเช่นนี้หัวหน้างานคนนี้ก็หันมาสนใจและต้องการที่จะได้รับความอบอุ่น สัมพันธ์ใกล้ชิดกับเพื่อนร่วมงานและลูกน้องในกลุ่ม



—————> หมายถึง เส้นทางของการได้รับการตอบสนองความพอใจและการก้าวหน้าไปสู่ความต้องการระดับสูง
 - - - - -> หมายถึง เส้นทางของการไม่ได้รับการตอบสนองและการถดถอยลงสู่ความต้องการที่ต่ำลง

ภาพที่ 2.1 ทฤษฎีจูงใจ อี อาร์ จี (E.R.G.) ของอัลเดอร์เฟอร์
 ที่มา : (ธงชัย สันติวงษ์, 2553 : 390-392)

ลักษณะตามข้อสมมติฐานความสัมพันธ์แสดงให้เห็นตามภาพที่ 2.1 ข้อแตกต่างที่เห็นได้ชัดระหว่างทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์และของอัลเดอร์เฟอร์จะอยู่ที่ลักษณะของความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นภายในความต้องการประเภทต่างๆ คือ ทฤษฎีตามความต้องการของมาสโลว์เป็นความต้องการที่จะได้รับการตอบสนองเป็นขั้นๆ และก้าวหน้าขึ้นไปเรื่อยๆ คือ เมื่อใดที่ความต้องการระดับต่ำได้รับ

การตอบสนองแล้วความต้องการที่อยู่ในระดับที่สูงขึ้นก็จะมีผลในการจูงใจ ซึ่งทฤษฎีความต้องการ อี อาร์ จี จะมีการเคลื่อนตัวถอยหลังด้วย กล่าวคือ ถ้าความต้องการใดได้รับการตอบสนองประเภทที่มีความต้องการที่มีผลสูงก็จะถอยหลังไปสู่ประเภทความต้องการที่ต่ำกว่าและจากความเป็นจริงข้อนี้เองที่ทำให้ผู้บริหารสามารถทราบถึงสถานการณ์ต่างๆ ที่ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อความต้องการก้าวหน้าเติบโตหรือต้องการความสัมพันธ์ ซึ่งในสถานการณ์เช่นนี้อัลเดอร์เฟอร์ชี้ให้ทราบว่าประเภทของความต้องการที่อยู่ต่ำลงไปจะมีความสำคัญในการจูงใจทันที เช่น ภาพประกอบข้างต้นถ้าหากต้องการด้านความสัมพันธ์ไม่ได้รับการตอบสนองเมื่อใด เมื่อนั้นความต้องการอยู่รอดจะเพิ่มความสำคัญขึ้นอย่างรวดเร็ว (ธงชัย สันติวงษ์, 2553 : 390-392)

6. ทฤษฎีสองปัจจัย (Two - Factors Theory of Motivation)

เฮอริชเบอร์กและคณะ (Herzberg, 1959 : 112) ได้สรุปว่ามีปัจจัยสำคัญ 2 ประการที่สัมพันธ์กับความชอบและไม่ชอบของแต่ละบุคคล ปัจจัยประเภทหนึ่งทำให้เกิดความพอใจในงานที่ทำ เรียกว่า ปัจจัยจูงใจ (Motivator Factors) และปัจจัยอีกประเภทหนึ่งทำให้เกิดความไม่พอใจในงานที่ทำเรียกว่า ปัจจัยอนามัย (Hygiene Factors)

เฮอริชเบอร์กเสนอว่า สิ่งตรงข้ามกับความพอใจในงาน (Job Satisfaction) คือ การไม่มีความพอใจในงาน (No Job Satisfaction) ไม่ใช่ความพอใจในงาน (Job Dissatisfaction) และสิ่งตรงข้ามความไม่พอใจในงาน (Job Dissatisfaction) คือ การไม่มีความพอใจในงาน (Job Dissatisfaction) ไม่ใช่ความพอใจในงาน (Job Satisfaction) ความพอใจในงานจะถูกกำหนดโดยความรู้สึกของคนที่ทำต่อเนื้อหาของงานที่เขาทำ ความไม่พอใจในงานจะถูกกำหนดโดยความรู้สึกที่คนมีต่อสิ่งแวดล้อมเกี่ยวกับงานของเขา ปัจจัยจูงใจซึ่งจูงใจให้บุคคลพอใจ (Satisfaction) ในงานที่ทำ ซึ่งจะเกี่ยวกับเนื้อหาของงาน (Job Content) มีปัจจัยต่างๆดังต่อไปนี้

1. ความสำเร็จ (Achievement)
2. การยกย่อง (Recognition)
3. ลักษณะของงาน (The Work Itself)
4. ความรับผิดชอบ (Responsibility)
5. ความก้าวหน้า (Advancement)
6. ความเจริญเติบโตส่วนบุคคล (The Possibility of Growth)

ทฤษฎีการจูงใจของเฮอริชเบอร์กนั้นคำนึงถึงเป้าหมายของบุคคล และองค์กร เพื่อขจัดความขัดแย้งระหว่างความต้องการของบุคคลและความต้องการขององค์กร ส่วนทฤษฎีของมาสโลว์นั้นสนใจเฉพาะตัวบุคคลเท่านั้น การเปรียบเทียบทฤษฎีของมาสโลว์และเฮอริชเบอร์ก โดยเทียบเคียงว่าปัจจัยอนามัยตรงกับความต้องการ ระดับต่ำ 3 ชั้นแรกของมาสโลว์ ปัจจัยอนามัยไม่ได้เป็นความพอใจในงานเพียงแต่ช่วยลดหรือเพิ่มความไม่พอใจเท่านั้น ส่วนปัจจัยจูงใจนั้นตรงกับความต้องการระดับสูงของมาสโลว์ดังตารางที่ 2.2

ตารางที่ 2.2 ทฤษฎีสองปัจจัยของเฮิร์ซเบิร์ก (Herzberg)

ทฤษฎีสองปัจจัย	
<p style="text-align: center;">ปัจจัยสุขอนามัยหรือปัจจัยสภาพแวดล้อม (Hygiene Factors)</p> <p>คือ ขอบเขตสิ่งแวดล้อมของงาน (Job Context) เป็นปัจจัยจำเป็น</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ค่าตอบแทนและประโยชน์เกื้อกูล 2. การตรวจสอบงานหรือนิเทศงาน 3. ความมั่นคง 4. สภาพงาน <ol style="list-style-type: none"> 4.1 ชั่วโมงการทำงาน 4.2 ค่าตอบแทนและสวัสดิการ 4.3 สิ่งแวดล้อมของที่ทำงาน อากาศ แสง เสียง อุปกรณ์อำนวยความสะดวก 4.4 วันหยุด วันลา 4.5 การรักษาพยาบาล เป็นต้น 5. นโยบายของฝ่ายบริหารและรูปแบบการ บังคับบัญชา 	<p style="text-align: center;">ปัจจัยจูงใจในงาน (Motivator Factors)</p> <p>เกี่ยวข้องกับเนื้องานเป็นความพอใจ (Job Content) ได้แก่</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. งานที่มีความหมายสำคัญต่อพนักงาน 2. ความรู้สึกที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ของงาน 3. มีความรับผิดชอบเพิ่มขึ้น 4. มีโอกาสเจริญก้าวหน้าในตำแหน่ง หน้าที่ การงานและการอาชีพ 5. ได้รับการยอมรับว่ามีผลงานดี มีประโยชน์

ที่มา : (วรรณถ สมณณี, 2553 : 256)

สภาพแวดล้อมเกี่ยวกับงาน (Job context) มีปัจจัยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. เงินเดือน (Salary)
2. ความมั่นคง (Job Security)
3. สถานภาพ (Status)
4. สภาพแวดล้อมของงาน (Working Conditions)
5. นโยบายขององค์กร (Company Procedures)
6. การบริหารงาน (Supervision)
7. ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Relation)
8. ชีวิตความเป็นอยู่ส่วนตัว (Personal Life)

เฮิร์ซเบิร์กได้มีสมมติฐานของทฤษฎีคือทุกคนแสวงหาความรับผิดชอบและพัฒนางานที่มีความท้าทายให้มีระดับสูงขึ้น เนื้อหาของงานจะเกี่ยวพันกับรางวัลภายในที่เกิดขึ้นในเวลาของการปฏิบัติงานโดยเฉพาะว่าการทำงานโดยตัวมันเองแล้วจะให้รางวัลได้ทำให้บุคคลถูกจูงใจด้วยตนเอง เพียงแต่การมอบหมายงานที่ท้าทายการยกย่องผลการปฏิบัติงานที่ดีผลงานเป็นที่ยอมรับและแพร่หลายในสาธารณชนและการให้โอกาสเพื่อความก้าวหน้า ปัจจัยอนามัย (Hygiene Factors)

เป็นปัจจัยที่เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมของงานจะเกี่ยวข้องกับรางวัลภายนอกที่เกิดขึ้นหลังจากการทำงาน ไม่ได้ให้ความพอใจโดยตรง ณ เวลาที่บุคคลทำงาน เช่น เงินเดือน การได้รับ สวัสดิการต่างๆ อาทิ การประกันสุขภาพหรือการพักร้อน เป็นต้น ปัจจัยอนามัยจะมีอิทธิพลต่อระดับความไม่พอใจเป็น ปัจจัย ป้องกันที่จะช่วยลดความไม่พอใจแต่ไม่ได้นำไปสู่ความพอใจ ในแง่ของการจูงใจปัจจัยอนามัย ไม่ได้ จูงใจบุคคลให้มีผลการปฏิบัติงานที่ดีขึ้น ไม่ได้กระตุ้นให้บุคคลใช้ความพยายามมากขึ้นแต่ปัจจัย อนามัยจะต้องถูกตอบสนองก่อนเพื่อที่จะนำบุคคลมาสู่จุดของความเป็นกลางที่ปัจจัยจูงใจจะมี ผลกระทบได้

เซอร์เชเบิร์ก ได้เสนอแนวทางใหม่ในการสร้างแรงจูงใจแก่ผู้ใต้บังคับบัญชาขึ้น โดยเพิ่ม ปัจจัยที่ทำให้เกิดภาวะพึงพอใจให้แก่ผู้บังคับบัญชาเรียกว่า Job Loading หรือ Job Enrichment เป็นการเพิ่มงานตามแนวตั้ง (Vertical Job Loading) โดยอาศัยกระบวนการ 2 ประการคือ การมอบหมายงานที่ยากขึ้นและการให้อำนาจการจัดการ ผู้บริหารต้องไม่ควบคุมการทำงานจนมากเกินไป ต้องมอบหมายงานอย่างเต็มที่ ช่วยส่งเสริมความรับผิดชอบให้มีการรับรู้ถึงการมอบหมายเป็น ลายลักษณ์อักษร และมุ่งไปที่ความเชี่ยวชาญในงานนั้นๆ โดเน้นที่ปัจจัยจูงใจ 3 ประการคือ ลักษณะงาน ความสำเร็จและการยอมรับ ทั้งนี้ได้เสนอวิธีการเพิ่มปัจจัยจูงใจของงานดังนี้

1. ให้ผลของงานตกแก่ผู้ปฏิบัติโดยตรงไม่ใช่ตกแก่ผู้บังคับบัญชา
2. สร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กร
3. ให้โอกาสในการเรียนรู้ด้วยวิธีการใหม่และมีความหมาย
4. ให้ทำตารางงานของตนเองตามแนวทางที่กำหนดไว้
5. ให้แต่ละคนสามารถใช้ความชำนาญเฉพาะตัวทำงานด้วยวิธีของตนเอง
6. ให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการรับผิดชอบการวางแผน
7. ให้โอกาสในการติดต่อกับผู้อื่นโดยไม่จำเป็นต้องผ่านผู้บังคับบัญชาเสมอไป
8. ทั้งผู้ปฏิบัติและผู้บริหารทุกคนต้องมีส่วนร่วมในการรับผิดชอบต่องาน

7. ทฤษฎีตามความคาดหวังของวรูม (Vroom Expectancy Theory)

วิตอ เบิซ วรูม (Victor H. Vroom, 1970 : 91-103) เชื่อว่าแรงจูงใจเป็นเสมือนผลผลิต ของความคาดหวังที่มีอยู่ล่วงหน้าของแต่ละบุคคลในการที่จะกระทำ หรือยอมรับในความเป็นไปได้ตาม วัตถุประสงค์ของเขานั้นสามารถจะถึงจุดหมายปลายทางได้ วรูมได้ศึกษาจิตวิทยาของบุคคลในองค์กร ในองค์กรพบว่า การที่บุคคลจะกระทำการสิ่งใดก็ตามจะขึ้นอยู่กับตัวแปร 4 ตัวได้แก่

- 7.1 ผลตอบแทนที่เขาจะได้รับนั้นเหมาะสมกับบทบาทที่เขามีอยู่เพียงใด
- 7.2 ความพอใจหรือไม่พอใจต่อผลที่เขาจะได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับผู้อื่นแล้ว เขาเชื่อว่า เขาจะต้องเป็นผู้ได้รับผลอันนั้น
- 7.3 เขามีโอกาสที่จะได้รับผลตอบแทนตามความคาดหวังหรือได้รับล่วงหน้า
- 7.4 ความพอใจต่อสิ่งเหล่านี้จะเพิ่มขึ้นหากเขาได้รับผลตอบแทนเพิ่มขึ้นและจะลดลง หากเขาได้รับผลตอบแทนลดลง แต่ถ้าบุคคลใดไม่สนใจต่อผลตอบแทนต่างๆ ความสัมพันธ์ทั้งหมดนี้ จะหายไปและถ้าบุคคลไม่พอใจต่อผลลัพธ์ที่ได้ความสัมพันธ์จะเป็นไปในทางตรงกันข้าม

ทฤษฎีนี้มีแนวคิดพื้นฐานสำคัญ 4 ประการคือ

- 7.1 ตัวบุคคลเองและสภาพแวดล้อมจะร่วมกันกำหนดพฤติกรรมของบุคคลนั้น

7.2 บุคคลจะตัดสินใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของตนเองในองค์กร

7.3 บุคคลแต่ละคนจะมีรูปแบบของความต้อการและเป้าหมายแตกต่างกันไป

7.4 บุคคลจะตัดสินใจเลือกทางเลือกที่เห็นว่าจะสามารถนำไปสู่เป้าหมายหรือผลลัพธ์ที่ปรารถนาได้

นอกจากนี้ยังมีตัวแปรสำคัญ 4 ประการที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับทฤษฎีนี้ได้แก่

1. ผลลัพธ์ระดับแรกและระดับที่สอง (First and Second level Outcomes)

ผลลัพธ์ระดับแรก หมายถึง ผลของพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน ประกอบด้วย การขาดงาน การออกจากงาน ผลผลิต คุณภาพของงาน ส่วนผลลัพธ์ระดับที่สองหมายถึงผลที่เกิดจากผลลัพธ์ระดับแรก ได้แก่ การเพิ่มเงินเดือน การเลื่อนตำแหน่งการได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน ความมั่นคงในงาน เป็นต้น

2. ความคาดหวัง (Expectancy) หมายถึง ความพยายามของบุคคลที่ใช้ไป เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ในระดับที่หนึ่งมานั้น จะถูกกำหนดโดยอิทธิพลของความคาดหวังของบุคคลที่มีต่อผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้น หากเห็นว่าโอกาสของการดำเนินงานให้เกิดผลลัพธ์ดังกล่าวมีโอกาสสำเร็จน้อย หรือไม่มีอยู่เลย ความมานะพยายามก็จะมีน้อยหรือไม่มีตามไปด้วย ตรงกันข้ามหากโอกาสที่การกระทำเพื่อให้ถึงจุดหมายมีอยู่สูงบุคคลนั้นอาจจะทุ่มให้งานนั้นอย่างสุดตัว

3. คุณค่า (Valance) หมายถึง การเห็นคุณค่าหรือความชอบของแต่ละบุคคลที่มีต่อผลลัพธ์ระดับสอง

4. ความเป็นเครื่องมือ (Instrumentality) หมายถึง ความสัมพันธ์ระดับแรกกับระดับที่สอง กล่าวคือ มีความเกี่ยวเนื่องกันระหว่างการทำงานกับผลลัพธ์นั่นเอง

จากแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจสรุปได้ว่า แรงจูงใจที่ทำให้ประชาชนเกิดศรัทธาในการทำกิจกรรมของวัดเพื่อสืบทอดพระพุทธศาสนา ต้องอาศัยทฤษฎี ERG ของอัลเดอร์เฟอร์ (Alderfer) ที่กล่าวว่า ความต้องการไม่จำเป็นต้องเรียงตามลำดับขั้นและได้ย่อลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์เหลือเพียง 3 อย่าง ได้แก่ การดำรงอยู่ (Existence) ความสัมพันธ์ (Relatedness) และความก้าวหน้า (Growth) ความต้องการทุกชั้นอาจเกิดขึ้นพร้อมกันได้ตามความต้องการทั้ง 3 แบบนี้สามารถกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมได้พร้อมๆ กันนั่นเอง

แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลการสื่อสาร

แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้

ทฤษฎีทางจิตวิทยาเชื่อว่า คนเรามีการรับรู้ต่างกัน การที่ไม่ยอมรับถึงความแตกต่างในเรื่องของการรับรู้ของแต่ละบุคคลจะส่งผลถึงความล้มเหลวทางการสื่อสารได้ การรับรู้จะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการสื่อสาร ทศนคติ และความคาดหวังของผู้สื่อสาร การรับรู้ยังเป็นกระบวนการทางจิตใจที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้าเป็นกระบวนการเลือกรับสาร จัดสารเข้าด้วยกัน และตีความสารที่ได้รับตามความเข้าใจและความรู้สึกของตนเอง

หลักของการสื่อสารได้กล่าวถึง การรับรู้ว่าเป็นกระบวนการที่เกิดจากการกลั่นกรองและการตีความจากความรู้สึกที่คนเราได้เห็น ได้ยิน ได้สัมผัส ได้กลิ่น หรือได้ชิมรส โดยทั่วไปการรับรู้ของ

คนเราหรือความเข้าใจในสิ่งต่างๆ ของคนเราจึงเป็นการเลือกที่จะรับรู้ ตามความสนใจและประสบการณ์ของตนเอง

กิบสัน (Gibson and Others, 1973) กล่าวว่า การรับรู้ตามหลักการกระบวนการพบว่า ข่าวสารนั้นมีอิทธิพลมาก เพราะการรับรู้มิใช่เป็นเพียงการตอบสนองที่มีต่อสิ่งเร้าเท่านั้น บุคคลจะรับรู้ข่าวสารได้ดีนั้นขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมด้วย การเลือกใช้ข่าวสารของบุคคลอยู่ที่การสำรวจอย่างจริงจังของบุคคลในการพยายามแยกส่วนที่คงที่ออกจากส่วนที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาและเป็นกระบวนการที่มีการจัดหมู่และการตีความข้อมูลจากประสาทสัมผัสทั้งห้า โดยการรวมกับประสบการณ์ในอดีต

คริสทาล (Kristal, 1982 : 178) ได้ให้ความหมายของการรับรู้ไว้ว่า การรับรู้ที่สูงกว่าการสัมผัส เป็นกระบวนการที่สมองแปลความหมายสิ่งเร้า และในการแสดงออกนั้นต้องใช้ความรู้ความสามารถ ในการแปลความหมายจากสัมผัสนั้น

เฮนรี (Henry, 1994) กล่าวว่า การรับรู้คือ กระบวนการในการเข้าใจความหมาย และสร้างความรู้สึกรวมจากประสบการณ์ การรับรู้เป็นกระบวนการที่คนเราจะเข้าใจสิ่งเร้าใดสิ่งเร้าหนึ่งที่ปรากฏกับประสาทสัมผัสส่วนใดส่วนหนึ่งของเรา การรับรู้เป็นสิ่งกำหนดความต้องการ แรงจูงใจ และทัศนคติของผู้บริโภค

ดารา ทีประปาล (2553 : 47) ให้ความหมายไว้ว่า การรับรู้ หมายถึง กระบวนการที่บุคคลเลือกรับ จัดองค์ประกอบ แล้วแปลความหมายของสิ่งเร้าที่ผ่านเข้ามาทางประสาทสัมผัส โดยอาศัยความรู้และประสบการณ์เดิมเป็นเครื่องมือ

เสรี วงษ์มณฑา (2553 : 79) ให้ความหมายไว้ว่า การรับรู้ หมายถึง การรับรู้ที่มนุษย์เลือกที่จะรับรู้ สรุปการรับรู้ สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่สัมผัส เพื่อที่จะสร้างภาพในสมอง ให้ภาพนั้นเป็นภาพที่มีความหมาย

อุบลวรรณ ภาวกานันท์ และคณะ (2554) ให้ความหมายการรับรู้คือ การที่อวัยวะรับความรู้สึกมีหน้าที่รับข้อมูลที่อยู่รอบๆ ตัวเรา ส่งผ่านเส้นประสาทขึ้นสู่สมอง ข้อมูลจะอยู่ในรูปของพลังงานต่างๆ เช่น ความร้อน แสง เสียง ฯลฯ อวัยวะรับความรู้สึกแต่ละชนิดจะรับพลังงานได้เฉพาะ เช่น ตารับแสง หูรับเสียง ผิวรับอุณหภูมิ สัมผัส ฯลฯ ข้อมูลเร้าอวัยวะรับความรู้สึกให้แปรพลังงานเหล่านี้เป็นกระแสประสาทเดินทางสู่สมอง โดยสมองจะเกิดความรู้สึก เช่น มองเห็น ได้ยิน

จากการศึกษาแนวคิดดังกล่าวข้างต้นสรุปได้ว่า การรับรู้คือ กระบวนการซึ่งสมองแปลความหรือตีความหมายของการสัมผัสที่ได้รับออกมาเป็นความรู้ ความเข้าใจของตนเองเกี่ยวกับสิ่งเร้า นั้น ซึ่งในการตีความหมายหรือแปลความคนจะต้องใช้ความรู้เดิมหรือประสบการณ์เดิมและความชัดเจนที่มีมาก่อนหน้านี้เป็นเครื่องช่วย

โดยทั่วไปการรับรู้เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นโดยไม่รู้ตัวหรือไม่ตั้งใจ และมักเกิดตามประสบการณ์และการสั่งสมทางสังคม โดยธรรมชาติแล้วคนเราไม่สามารถให้ความสนใจกับสิ่งต่างๆ รอบตัวได้หมด แต่จะรับรู้เพียงบางส่วนเท่านั้น แต่ละคนมีความสนใจและรับรู้สิ่งต่างๆ รอบตัวไม่เท่ากัน ฉะนั้นเมื่อได้รับสารเดียวกัน ผู้รับสารสองคนอาจให้ความสนใจและรับรู้สารนี้ต่างกัน โดยทั่วไปการรับรู้ที่แตกต่างกันเกิดจากอิทธิพลหรือตัวกรองบางอย่างคือ

1. แรงผลักดันหรือแรงจูงใจ เรามักเห็นในสิ่งที่เราต้องการเห็น และการได้ยื่นในสิ่งที่เราต้องการได้ยื่น เพื่อสนองความต้องการของตนเอง

2. ประสบการณ์เดิม คนเราต่างเติบโตขึ้นในสภาพแวดล้อมที่ต่างกัน ถูกเลี้ยงดูด้วยวิธีการที่แตกต่างกัน และคบหาสมาคมกับคนต่างกัน เช่น ถ้าผู้ประกันสังคมไปติดต่อกับสำนักงานประกันสังคมและได้รับบริการอย่างดีก็จะเกิดการรับรู้ที่ดีต่อสำนักงานประกันสังคมมากกว่าผู้ประกันสังคมที่ติดต่อบริการแล้วไม่ได้รับบริการหรือไม่ได้รับความร่วมมือ เป็นต้น

3. กรอบอ้างอิง ซึ่งเกิดจากการสั่งสอนอบรมจากครอบครัวและสังคม ฉะนั้นคนที่มาจากต่างครอบครัว สภาพาสังคมที่ต่างกัน นับถือศาสนาต่างกันจึงมีการรับรู้ในเรื่องต่างๆ ต่างกัน

4. สภาพแวดล้อม คนที่อยู่ในสภาพแวดล้อมที่ต่างกัน เช่น อุณหภูมิ บรรยากาศ สถานที่ ฯลฯ จะมีการเปิดรับข่าวสารและตีความข่าวสารที่ได้รับต่างกัน

5. สภาวะทางจิตใจและอารมณ์ ได้แก่ ความโกรธ ความกลัว ฯลฯ ตัวอย่างเช่น เรามักมองความผิดเล็กน้อยเป็นเรื่องใหญ่โต ในขณะที่เราอารมณ์ไม่ดีหรือหงุดหงิด แต่เรากลับมองปัญหาหรืออุปสรรคใหญ่หลวงเป็นเรื่องเล็กน้อยในขณะที่มีความรัก เป็นต้น

กระบวนการรับรู้

พีชนี เซยจรรยา และคณะ (2543 : 15 อ้างถึงใน มนัสพงษ์ พัฒนวิบูลย์, 2553 : 18) กล่าวว่า กระบวนการรับรู้ หมายถึง การรับรู้เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นโดยไม่รู้ตัวหรือตั้งใจ และมักเกิดตามประสบการณ์และการสั่งสมทางสังคม โดยที่เราไม่สามารถให้ความสนใจกับสิ่งต่างๆ รอบตัวต่างกัน เมื่อได้รับสารเดียวกัน ผู้รับสารสองคนอาจให้ความสนใจและรับรู้สารเดียวกันต่างกัน โดยทั่วไปการรับรู้ที่แตกต่างกันเกิดจากอิทธิพลหรือตัวกรอง (Filter) ดังนี้

1. แรงผลักดันหรือแรงจูงใจ (Motives) เรามักเห็นในสิ่งที่เราต้องการเห็นและได้ยื่นในสิ่งที่เราต้องการได้ยื่น เพื่อสนองความต้องการของตนเอง

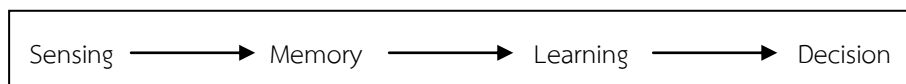
2. ประสบการณ์เดิม (Past Experiences) คนเราต่างเติบโตขึ้นในสภาพแวดล้อมที่ต่างกัน หรือถูกเลี้ยงดูด้วยวิธีที่ต่างกันและคบหาสมาคมกับคนต่างกัน จึงมีการรับรู้ที่แตกต่างกันตามประสบการณ์เดิมที่ต่างกัน

3. กรอบอ้างอิง (Frame of Reference) ซึ่งเกิดจากการสั่งสมอบรมทางครอบครัวและสังคม ดังนั้นคนต่างศาสนากันจึงมีความเชื่อและทัศนคติในเรื่องต่างๆ กันได้

4. สภาพแวดล้อม เช่น คนที่อยู่ในสภาพแวดล้อมที่ต่างกัน อุณหภูมิ บรรยากาศ สถานที่ ฯลฯ จะตีความสารที่ได้รับนั้นแตกต่างกัน

5. สภาวะจิตใจและอารมณ์ ได้แก่ ความโกรธ ความกลัว ฯลฯ คนเราที่มีสภาพจิตใจและอารมณ์ที่แตกต่างกันก็จะมีมุมมองที่จะรับรู้แตกต่างกัน

ลีโรส รุ่งดอนทราย (2552 : 18) ได้กล่าวถึง กระบวนการรับรู้ (Process) ว่าเป็นการคาบเกี่ยวกันระหว่างเรื่องความเข้าใจ ความคิด ความรู้สึก (Sensing) ความจำ (Memory) การเรียนรู้ (Learning) การตัดสินใจ (Decision Making)



ภาพที่ 2.2 กระบวนการรับรู้

ที่มา : (สิโรต รุ่งตอนทราย, 2552 : 18)

กระบวนการเรียนรู้เกิดขึ้นจากองค์ประกอบและขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นที่ 1 สิ่งเร้า (Stimulus) มากระทบต่ออวัยวะสัมผัสหรือความรู้สึก เมื่อบุคคลได้รับสิ่งเร้าที่จะมีการจัดระบบเพื่อแยกแยะ สิ่งเร้าที่เกิดออกมาเป็นส่วนใหญ่ที่สนใจหรือมุ่งความสนใจไปยังสิ่งนั้นเป็นพิเศษ และจัดสิ่งเร้าให้รับรู้และเข้าใจมากขึ้น

ขั้นที่ 2 กระแสประสาทสัมผัสวิ่งไปยังระบบประสาทส่วนกลาง ซึ่งมีศูนย์อยู่ที่สมอง เพื่อสั่งการในส่วนนี้ทำให้เกิดการรับรู้ ซึ่งเป็นตัวกำหนดว่าจะยอมรับหรือไม่

ขั้นที่ 3 ประสบการณ์ ความรู้เพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับสิ่งเร้าที่ได้สัมผัส

ขั้นที่ 4 สมองแปลความหมายออกมาเป็นความรู้ ความเข้าใจ โดยอาศัยประสบการณ์เดิม ความจำ เจตคติ ความต้องการ บุคลิกภาพ ทำให้เกิดการตอบสนองออกมาในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง

จำเนียร ช่วงโชติ และคณะ (2525 อ้างถึงใน มนัสพงค์ พัฒนวิบูลย์, 2553 : 21) กล่าวว่า กระบวนการของการรับรู้จะเกิดขึ้นต้องประกอบด้วย

1. อาการสัมผัส หมายถึง อาการที่อวัยวะรับสัมผัสสิ่งเร้าหรือสิ่งเร้าผ่านเข้ามากระทบกับอวัยวะรับสัมผัสต่างๆ เพื่อให้คนเรารับรู้สภาวะแวดล้อมรอบตัว

2. การแปลความหมายจากอาการ ส่วนสำคัญที่จะช่วยทำให้การแปลความดี หรือถูกต้องเพียงใดนั้น ต้องอาศัยองค์ประกอบคือ (1) สติปัญญาหรือความเฉลียวฉลาด (2) การสังเกตหรือพิจารณา (3) ความสนใจหรือความตั้งใจ (4) คุณภาพของจิตใจขณะนั้น

3. ความรู้เดิม หรือประสบการณ์เดิม ได้แก่ ความคิด ความรู้ และการกระทำที่เคยปรากฏแก่ผู้นั้นมาแล้วในอดีต มีความสำคัญมากสำหรับช่วยในการตีความ หรือแปลความหมายของการสัมผัสได้แจ่มชัด ความรู้เดิมและประสบการณ์เดิมที่ได้สะสมไว้ สำหรับช่วยในการแปลความหมายได้ดีนั้น จะต้องมียุทธศาสตร์คือ (1) เป็นความรู้ที่แน่นอน ถูกต้อง ชัดเจน (2) ต้องมีปริมาณมาก กล่าวคือ รู้หลายอย่างจึงจะช่วยแปลความหมายต่างๆ ได้สะดวกและถูกต้อง

สรุปได้ว่าการรับรู้เป็นกระบวนการเบื้องต้นที่แสดงออกถึงความรู้สึกนึกคิดและนำผู้รับสารไปสู่การมีความรู้จนไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรม มักเกิดขึ้นตามประสบการณ์ และการสั่งสมทางสังคมของผู้รับสาร กระบวนการรับรู้มีความแตกต่างกันทั้งในลักษณะของผู้รับสารและทางจิตวิทยาของผู้รับสาร

ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้

จำเนียร ช่วงโชติ และคณะ (2525 อ้างถึงใน มนัสพงค์ พัฒนวิบูลย์, 2553 : 22) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ของคนเรามีมากมายหลายประการ แต่พอสรุปได้ 2 ประการ ดังนี้

1. ด้านร่างกาย เป็นลักษณะของความผิดปกติ หรือความผิดปกติของตัวรับสัมผัสต่างๆ ของผู้รับรู้ ได้แก่ หู ตา จมูก ลิ้น และอวัยวะสัมผัสต่างๆ หากสิ่งเหล่านี้ผิดปกติไป ย่อมทำให้การรับสัมผัสผิดไปด้วย

2. ด้านจิตวิทยา การรับรู้เป็นสิ่งที่เลือกสรรแล้ว คือ เลือกที่จะสัมผัส เลือกเฉพาะสิ่งที่ต้องการ และแปลความหมายให้เข้ากับตนเอง โดยมีอิทธิพลจากความรู้เดิม ความต้องการ เจตคติ ภาวะทางอารมณ์ และลักษณะทางวัฒนธรรม การรับรู้ของบุคคลจึงแตกต่างกันตามคุณสมบัติส่วนบุคคลและปัจจัยทางสังคม

กันยา สุวรรณแสง (2554) ได้กล่าวถึง ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการรับรู้ไว้ว่า เป็นสิ่งเร้าอย่างเดียวกัน ทำให้คนสองคนสามารถรับรู้ต่างกันได้ การที่มนุษย์สามารถรับรู้สิ่งต่างๆ ได้ต้องอาศัยปัจจัยหลายอย่าง และจะรับรู้ได้มากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ เช่น ประสบการณ์ วัฒนธรรม การศึกษา ดังนั้นการที่บุคคลจะรับรู้สิ่งเร้าอย่างใดอย่างหนึ่งในขณะใดขณะหนึ่งนั้น จึงขึ้นอยู่กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้มี 2 ประเภท คือ

1. ปัจจัยที่มาจากภายนอก ได้แก่ ความเข้มแข็งและขนาดของสิ่งเร้า (Intensively and Size) การกระทำซ้ำๆ (Repetition) สิ่งที่ตรงข้ามกัน (Contrast) การเคลื่อนไหว (Movement)

2. ปัจจัยที่มาจากภายใน ได้แก่ แรงจูงใจ (Motive) การคาดหวัง (Expectancy) ความสนใจ อารมณ์ ความคิด และจินตนาการ ความรู้สึกต่างๆ ที่บุคคลได้รับ

และยังได้กล่าวถึงปัจจัยการรับรู้ว่ามี 2 ประเภท ได้แก่

1. ลักษณะของผู้รับรู้ พิจารณาจากการที่บุคคลจะเลือกรับรู้สิ่งใดก่อนหรือหลัง มากหรือน้อยอย่างไรนั้นขึ้นอยู่กับลักษณะของการรับรู้ด้วยเป็นสำคัญประการหนึ่ง ปัจจัยที่เกี่ยวกับผู้รับรู้ แบ่งออกเป็น 2 ด้านคือ

1.1 ด้านกายภาพ หมายถึง อวัยวะสัมผัส เช่น หู ตา จมูก และอวัยวะสัมผัสอื่นๆ ปกติหรือไม่ มีความรู้สึกสัมผัสสมบูรณ์มากน้อยเพียงใด ความสมบูรณ์ของอวัยวะสัมผัส จะทำให้รับรู้ได้ดี การรับรู้บางอย่างเกิดจากอวัยวะสัมผัส 2 ชนิด ทำงานพร้อมกัน เช่น ลิ้น จมูก ช่วยในการรับรู้รส การรับรู้จะมีคุณภาพที่ดีขึ้น ถ้าเราได้สัมผัสหลายทาง เช่น การมองเห็นภาพ ได้ยินเสียง และสัมผัสในเวลาเดียวกัน จะทำให้เราแปลความหมายสิ่งเร้าได้ถูกต้องมากยิ่งขึ้น

1.2 ด้านจิตวิทยา หมายถึง ปัจจัยทางด้านจิตวิทยาของคนที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ นั้นมีหลายประการ เช่น ความจำ อารมณ์ ความพร้อม สติปัญญา การสังเกตพิจารณา ความสนใจ ความตั้งใจ ประสบการณ์เดิม เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เกิดจากการเรียนรู้เดิม และประสบการณ์เดิมทั้งสิ้น นักจิตวิทยาถือว่าการรับรู้เป็นสิ่งที่บุคคลเลือกสรรอย่างยิ่ง

2. ลักษณะของสิ่งเร้า ลักษณะของสิ่งเร้านั้นพิจารณาจากการที่บุคคลจะเลือกรับรู้สิ่งใดก่อนหรือหลัง มากหรือน้อยนั้นขึ้นอยู่กับสิ่งเร้าที่จะเข้ามาดึงดูดความสนใจ ความตั้งใจได้มากน้อยเพียงใด ลักษณะของสิ่งเร้าที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้มีดังนี้

2.1 สิ่งเร้าภายนอกที่ดึงดูดความสนใจและความตั้งใจ ได้แก่ คุณสมบัติของคุณลักษณะของสิ่งเร้าที่ทำให้เกิดการรับรู้ ซึ่งถ้าสิ่งเร้ามีคุณสมบัติและลักษณะสนองการรับรู้ของคนเราจะทำให้ความตั้งใจในการรับรู้ดีขึ้น

2.2 การจัดลักษณะหมวดหมู่ของวัตถุที่เป็นสิ่งเร้า

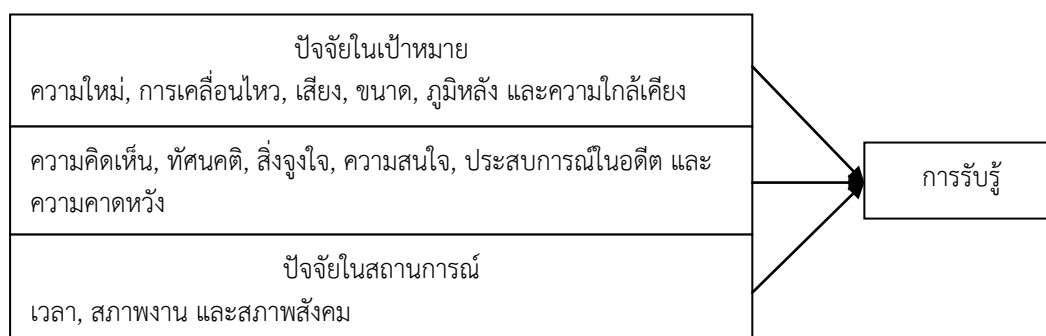
ซัลลิแวน (Sullivan, 1953 : 8) กล่าวว่า เราไม่ยอมรับรองสิ่งดีๆ หลายอย่างที่เรเห็น เราได้ยิน เราคิด เราทำ หรือเราพูด ทั้งนี้ไม่ใช่เพราะว่าสิ่งๆ นั้นอยู่นอกเหนือวงเขตความสามารถที่เราจะรับรู้ได้ แต่เป็นเพราะเราวิเคราะห์และอนุมานแล้วเล็งเห็นว่าสิ่งๆ นั้น มันขัดแย้งกับระบบตัวตนของเรา

โรบินส์ (Robbins, 2005 : 371) ได้แบ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ออกเป็น 3 ด้าน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ตัวผู้รับรู้ เมื่อบุคคลเป้าหมายและพยายามตีความหมายถึงสิ่งที่เข้ามามองว่าเป็นอะไร การตีความนั้นก็จะได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนตัวของผู้รับรู้ สิ่งที่เกี่ยวข้องอย่างมากของการรับรู้ ได้แก่ ทศนคติ สิ่งจูงใจ ประสบการณ์ในอดีต และความคาดหวัง

2. เป้าหมายที่รับรู้ เป็นสิ่งที่ถูกสังเกตจากการยอมรับและการรับรู้ คนที่เสียงดังมักจะถูกสังเกตมากกว่าคนที่เงียบ ความใหม่ การเคลื่อนไหว น้ำเสียง ขนาด ภูมิหลัง และความใกล้เคียง สามารถสร้างภาพ เป้าหมายตามที่เราเห็น เป้าหมายไม่สามารถถูกมองในลักษณะเดี่ยวๆ ดังนั้นความสัมพันธ์ของเป้าหมายกับภูมิหลังที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้แนวโน้มที่จะทำให้เกิดการจัดหมวดหมู่ของสิ่งที่ใกล้เคียงกันและคล้ายกันไว้ด้วยกัน

3. สถานการณ์ เป็นสิ่งที่เรามองเห็น หรือเหตุการณ์รอบๆ สภาพแวดล้อมที่อยู่ภายนอก ซึ่งมีอิทธิพลต่อการรับรู้ ปัจจัยสถานการณ์ที่ทำให้เกิดการรับรู้ ประกอบด้วย เวลา สภาพงาน และสภาพสังคม ดังภาพ แสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้



ภาพที่ 2.3 แสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้

จากแนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้สรุปได้ว่า บุคคลจะมีแนวโน้มที่จะจัดการต่อสิ่งเร้า ไม่ว่าจะเป็นสิ่งสังคม ข่าวสาร โฆษณา และสื่อประชาสัมพันธ์แตกต่างกันออกไป ทุกๆ ขั้นตอนของกระบวนการรับรู้ นับตั้งแต่การเปิดรับสิ่งเร้าที่มากกระทบประสาทสัมผัส การเลือกให้ความสนใจ เลือกตีความ เลือกจดจำ และเลือกจัดระเบียบข่าวสารเพื่อเรียกกลับมาใช้งาน ซึ่งการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยจำเป็นต้องอาศัยแนวคิดและทฤษฎีการรับรู้เป็นเครื่องมือในการอธิบายถึงการรับรู้ข้อมูลการสื่อสารในการเข้าร่วมกิจกรรมของวัดเพื่อสืบทอดพระพุทธศาสนาของวัดทองนพคุณ อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร

การสื่อสารนี้เกิดจากแนวความคิดที่ว่า การสื่อสารเป็นกระบวนการ หรือการแลกเปลี่ยน โดยมีสาระสำคัญที่ว่า ผู้สื่อสารทำหน้าที่ทั้งผู้ส่ง และผู้รับข่าว ในขณะเดียวกัน ไม่อาจจะระบุว่าการสื่อสาร

เริ่มต้นและสิ้นสุดที่จุดใด เพราะถือว่าการสื่อสารมีลักษณะเป็นวงกลม และไม่มีที่สิ้นสุด ผู้รับข่าว และผู้ส่งข่าวนอกจากจะทำหน้าที่ทั้งการเข้ารหัส และถอดรหัสแล้วยังเป็นผู้ก่อให้เกิดข่าวสาร และกำหนดพฤติกรรม

แบลโลว์ กิลสัน และโอดิโออร์น (Ballow, Gilson and Odiome, 1962) ได้กล่าวว่า การติดต่อสื่อสารในองค์การ หมายถึง การแลกเปลี่ยนคำพูด อักษร สัญลักษณ์ หรือข่าวสาร เพื่อให้สมาชิกในองค์การหนึ่งได้เข้าใจความหมายและสามารถเข้าใจฝ่ายอื่นได้ ซึ่งถ้าพิจารณาในทางการบริหาร องค์การอาจจะกล่าวให้ชัดเจนขึ้นได้ว่า การติดต่อสื่อสารคือ การกระจายหรือสื่อความหมายเกี่ยวกับนโยบาย และคำสั่งไปยังเบื้องล่าง พร้อมกับรับข้อเสนอแนะความเห็นและความรู้สึกต่าง ๆ กลับมา

โรเจอร์ (Rogers, 1969) ได้ให้ความหมายของการติดต่อสื่อสารว่าเป็นการถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนข้อเท็จจริง ความรู้สึก ความคิด หรือการกระทำต่าง ๆ โดยมีเจตนาที่จะเปลี่ยนพฤติกรรมของบุคคล พฤติกรรมในที่นี้ หมายถึง การเปลี่ยนความรู้ ความเข้าใจ ทศนคติ และพฤติกรรมที่แสดงออก โดยเปิดเผย

ชรามม์ (Schramm, 1973) ได้พยายามอธิบายถึงกระบวนการติดต่อสื่อสารเป็นวงจร ในการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างบุคคล 2 คน ซึ่งกระบวนการสื่อสารจะเริ่มตั้งแต่การแปลความหมาย การถ่ายทอดข่าวสารซึ่งกันและกันเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นซ้ำกันไปเรื่อย จนกว่าทั้งสองฝ่ายจะเข้าใจซึ่งกันและกัน สรุปไม่มีคำจำกัดความของการสื่อสารอย่างใดอย่างหนึ่งที่จะนำไปใช้กับพฤติกรรม การสื่อสารได้ทุกรูปแบบ แต่ละคำจำกัดความจะมีวัตถุประสงค์ และผลที่เกิดขึ้นแตกต่างกัน จึงทำให้ความหมายของการสื่อสารกว้าง และนำไปใช้ในสถานการณ์ต่าง ๆ การพิจารณาความหมายของการสื่อสาร จึงต้องเลือกใช้ให้เหมาะสมกับกิจกรรมสื่อสารเป็นเรื่อง ๆ ไป ดังนั้นการสื่อสารต้องเกี่ยวกับองค์ประกอบสำคัญ ๆ 3 ประการ อันได้แก่ ผู้ส่งข่าวสาร (Sender) ผู้รับข่าวสาร (Receiver) และตัวข่าวสาร (Message) เมื่อนำมารวมกันจะเรียกว่าเป็นการสื่อสาร

ธร สุนทรายุทธ (ม.ป.ป.) ได้กล่าวว่า การติดต่อสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญในองค์การที่จะทำให้การดำเนินงานเป็นไปได้ด้วยความร่วมมือ ประสานงานกับทุกฝ่าย ปัจจัยของการอยู่ร่วมกันและความร่วมมือร่วมใจของสมาชิกที่จะช่วยกันทำงาน อย่างไรก็ตามสิ่งที่จะช่วยให้การปฏิบัติงานราบรื่น ทำให้การประสานงานกันเป็นอย่างดีก็คือ การติดต่อสื่อสารของสมาชิกในองค์การนั่นเอง

ดารา ทีประปาล (2553 : 10) ให้ความหมายของการสื่อสารว่า การสื่อสารหมายถึง การติดต่อซึ่งกันและกันของบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป โดยอาศัยสื่อกลางต่างๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร และสามารถตอบสนองได้ตรงตามความต้องการ

อรอำไพ ศรีวิชัย (2555 : 11) ให้ความหมายของการสื่อสารว่า การสื่อสารเป็นการติดต่อ และถ่ายทอดความรู้ ความคิดเห็น ข้อมูลของบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป โดยอาศัยสื่อต่างๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน

จากความหมายของการสื่อสารสามารถสรุปได้ว่า การสื่อสารเป็นพฤติกรรมการติดต่อกันระหว่างมนุษย์ที่อาศัยกระบวนการถ่ายทอดความรู้ ความคิดเห็น เรื่องราวต่างๆของบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป โดยอาศัยสื่อต่างๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน

ความสำคัญของการสื่อสาร

ทัศนีย์ กระจ่างอินทร์ (2546 อ้างถึงใน อรรอำไพ ศรีวิชัย, 2555 : 11) ได้กล่าวเกี่ยวกับความสำคัญของการสื่อสาร ดังนี้

1. การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิต ไม่มีใครที่ดำรงชีวิตได้ โดยปราศจากการสื่อสาร โดยเฉพาะสังคมมนุษย์ที่มีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาตลอดเวลา พัฒนาการทางสังคมจึงดำเนินไปพร้อมๆ กับพัฒนาการทางการสื่อสาร
2. การสื่อสารช่วยธำรงสังคมให้อยู่ร่วมกันเป็นปกติสุข เนื้อหาสาระที่เกี่ยวข้องกับระเบียบประเพณี กฎเกณฑ์ทางสังคมและความรู้ต่างๆ จำเป็นต้องรับการถ่ายทอดเพื่อให้เป็นมรดกทางสังคมตกลงใช้ร่วมกันอย่างสันติ
3. การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาทางสังคมในด้านคุณธรรมจริยธรรม วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ฯลฯ รวมทั้งในการสื่อสารจำเป็นต้องพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้งและต้องให้การสื่อสารเป็นเครื่องมือในการพัฒนาด้านต่างๆ เช่น การใช้สื่อโซเชียล หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในงานสาธารณสุข เป็นต้น

อุเทน สวัสดิ์ทอง (2555) ได้กล่าวเกี่ยวกับความสำคัญของการสื่อสารมีดังนี้

1. การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิตของมนุษย์ทุกเพศ ทุกวัย ไม่มีใครที่จะดำรงชีวิตได้ โดยปราศจากการสื่อสาร ทุกสาขาอาชีพก็ต้องการสื่อสารในการปฏิบัติงาน การทำธุรกิจต่าง ๆ โดยเฉพาะสังคมมนุษย์ที่มีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาตลอดเวลา พัฒนาการทางสังคมจึงดำเนินไปพร้อม ๆ กับพัฒนาการทางการสื่อสาร
2. การสื่อสารก่อให้เกิดการประสานสัมพันธ์กันระหว่างบุคคลและสังคม ช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างคนในสังคม ช่วยสืบทอดวัฒนธรรมประเพณี สะท้อนให้เห็นภาพความเจริญรุ่งเรือง วิถีชีวิตของผู้คน ช่วยธำรงสังคมให้อยู่ร่วมกันเป็นปกติสุขและอยู่ร่วมกันอย่างสันติ
3. การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาความเจริญก้าวหน้าทั้งตัวบุคคลและสังคม การพัฒนาทางสังคมในด้านคุณธรรม จริยธรรม วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ฯลฯ รวมทั้งศาสตร์ในการสื่อสาร จำเป็นต้องพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้ง การสื่อสารเป็นเครื่องมือในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของมนุษย์และพัฒนาความเจริญ ก้าวหน้าในด้านต่าง ๆ

ณภัทร ธนเดชาภัทร์ (2554 : ออนไลน์) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการสื่อสารดังนี้ การสื่อสารเป็นกระบวนการเกิดขึ้นเป็นปกติวิสัยของคนทุกคน และมีความเกี่ยวข้องไปถึงบุคคลอื่นตลอดจนถึงสังคมที่แต่ละคนเกี่ยวข้องอยู่ ไม่ว่าจะทำอะไร ล้วนต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือช่วยให้บรรลุจุดประสงค์ทั้งสิ้น จะเห็นได้จากการที่คนพยายามคิดค้นและพัฒนาวิธีการสื่อสารมาตั้งแต่สมัยโบราณ ทั้งภาษาพูด ภาษาเขียน ตลอดจนเครื่องมือหรือเทคนิควิธีการต่างๆ ล้วนเกิดจากความพยายามอย่างสูงของคน ต่อเนื่องมาหลายชั่วอายุ หากการสื่อสารไม่มีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งแล้ว เครื่องมือและวิธีการสำหรับการสื่อสารต่างๆ เหล่านี้ก็คงไม่เกิดขึ้นและพัฒนามาให้เห็นดังเช่นในปัจจุบัน

ในสภาพสังคมที่คนจะต้องเกี่ยวข้องกันมากขึ้นเช่นปัจจุบัน การสื่อสารก็ยิ่งมีความสำคัญต่อบุคคลและสังคมมากขึ้น หากคนในสังคมขาดความรู้ความเข้าใจในการสื่อสาร ไม่สามารถถ่ายทอดความรู้ความคิด หรือทำให้เกิดความเข้าใจระหว่างกันได้ ย่อมจะทำให้เกิดปัญหาต่างๆ มากมาย

ปัญหาที่เกิดขึ้นกับบุคคลและสังคมทุกวันนี้ มีอยู่ไม่น้อยที่เป็นสาเหตุมาจากความล้มเหลวของการสื่อสาร ดังนั้นการสื่อสารจึงมีความสำคัญสำหรับบุคคลและสังคมหลายด้าน คือ

1. ด้านชีวิตประจำวัน ในชีวิตประจำวันหนึ่งๆ แต่ละคนจะต้องสื่อสารกับตัวเองและสื่อสารกับผู้อื่นตลอดเวลา นับตั้งแต่เวลาตื่นนอนก็ต้องสื่อสารกับตัวเองและคนอื่นที่อยู่ใกล้ตัว การฟังวิทยุ อ่านหนังสือ ออกจากบ้านไปปฏิบัติภารกิจประจำวัน ก็ต้องพบปะบุคคลและเหตุการณ์ต่างๆ ล้วนแต่เป็นเรื่องที่ต้องทำการสื่อสารอยู่ตลอดเวลา ไม่นับฐานะผู้ส่งสารก็ในฐานะผู้รับสาร หากคนเราขาดความรู้หรือทักษะการสื่อสาร ก็อาจทำให้การปฏิบัติภารกิจประจำวันอาจบกพร่องได้

2. ด้านสังคม การรวมกลุ่มในสังคมทั้งในระดับครอบครัว ชุมชน จนถึงระดับประเทศ จะต้องมีการสื่อสารให้เกิดความเข้าใจร่วมกันในเรื่องต่างๆ มีกระบวนการทำให้คนยอมอยู่ในกฎเกณฑ์ กติกาของสังคม มีการถ่ายทอดความรู้และทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

3. ด้านธุรกิจอุตสาหกรรม เกี่ยวกับการโฆษณาสินค้า การประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกองค์กร การบริหารติดต่อประสานงาน การฝึกอบรมพนักงาน การใช้เครื่องมือเทคโนโลยี การสื่อสาร ฯลฯ กิจการด้านธุรกิจอุตสาหกรรมจะต้องมีการสื่อสารที่ดี จึงจะประสบผลสำเร็จได้

4. ด้านการเมืองการปกครอง กิจกรรมด้านการเมืองการปกครองจะต้องใช้การสื่อสารทุกขั้นตอน เช่น การประชาสัมพันธ์ผลงานของรัฐบาล การสร้างความเข้าใจกับประชาชนในเรื่องต่างๆ การบังคับบัญชาสั่งการ การให้บริการประชาชน การชักชวนให้ปฏิบัติตามระเบียบกฎหมายซึ่งล้วนจะต้องใช้เทคนิควิธีการของการ สื่อสารทั้งสิ้น

5. ด้านการเมืองระหว่างประเทศ ซึ่งต้องมีการติดต่อสร้างความสัมพันธ์ในด้านต่างๆ เช่น การค้า การทหาร การทำสนธิสัญญา ฯลฯ การมีนักการทูตประจำในประเทศต่างๆ ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศในเรื่องต่างๆ เหล่านี้ มีความจำเป็นต้องใช้การติดต่อสื่อสารระหว่างกันอยู่เสมอ หากผู้เกี่ยวข้องมีความรู้และทักษะในการสื่อสารเพียงพอ ย่อมสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันได้

จากความสำคัญของการสื่อสารสามารถสรุปได้ว่า การสื่อสารเป็นพฤติกรรมของคนทุกคน และมีความเกี่ยวข้องไปถึงบุคคลอื่น ตลอดจนถึงสังคมที่แต่ละคนเกี่ยวข้องอยู่ ไม่ว่าจะทำอะไร ล้วนต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือช่วยให้บรรลุจุดประสงค์ทั้งสิ้น โดยสภาพสังคมในปัจจุบัน การสื่อสารก็ยิ่งมีความสำคัญต่อบุคคลและสังคมมากขึ้น หากคนในสังคมขาดความรู้ความเข้าใจในการสื่อสาร ทำให้เกิดปัญหาต่างๆ มากมายที่เกิดขึ้นกับบุคคลกับสังคมทุกวันนี้ มีอยู่ไม่น้อยที่เป็นสาเหตุมาจากความล้มเหลวของการสื่อสาร ดังนั้นการสื่อสารจึงมีความสำคัญสำหรับบุคคลและสังคมหลายด้านในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของมนุษย์และพัฒนาความเจริญก้าวหน้าในด้านต่าง ๆ

องค์ประกอบในการสื่อสาร

ทัศนีย์ กระจ่างอินทร์ (2546 อ้างถึงใน อรอำไพ ศรีวิชัย, 2555 : 12) ได้กล่าวว่า การสื่อสารจะเกิดขึ้นได้เมื่อมีองค์ประกอบดังนี้

1. ผู้ส่งสาร (Sender) คือ บุคคลที่เริ่มต้นสร้างสารและส่งสารไปยังผู้อื่น โดยใช้ภาษา เป็นเครื่องมือ ผู้ส่งสารในฐานะผู้เริ่มต้น การสื่อสารจะส่งสารได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้นจะต้องมีคุณสมบัติดังนี้

1.1 เป็นผู้มีความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาที่จะสื่อสาร

1.2 เป็นผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาที่จะสื่อสารเพียงพอ

- 1.3 เป็นผู้ที่มีความน่าเชื่อถือ
 - 1.4 เป็นผู้มีความพยายามที่จะเข้าใจความสามารถและความพร้อมของผู้รับสาร
 - 1.5 เป็นผู้รู้จักใช้กลวิธีที่เหมาะสมในการนำเสนอสาร
 2. สาร (message) เรื่องราวอันมีความหมายและแสดงออกโดยอาศัยภาษาหรือสัญลักษณ์ที่สามารถทำให้เกิดการรับรู้ร่วมกันได้ สารประกอบด้วยส่วนสำคัญ 3 ส่วนคือ
 - 2.1 รหัสของสาร คือภาษาสัญลักษณ์หรือสัญญาณที่มนุษย์คิดขึ้นเพื่อแทนความคิด เช่น ช้างคือสัตว์สี่เท้าชนิดหนึ่ง มังวงมีงา ตัวโตว่าสัตว์สี่เท้าทั้งปวง หรือ เสือ คือ สัตว์ป่าสี่เท้ารูปร่างคล้ายแมว ดุร้ายชอบกินสัตว์อื่นเป็นอาหารมีหลายชนิด
 - 2.2 เนื้อหาของสาร จะครอบคลุมความรู้ ความคิดและประสบการณ์ที่มนุษย์ต้องการถ่ายทอด แลกเปลี่ยนเพื่อความเข้าใจร่วมกัน เนื้อหาของสารอาจเป็นเรื่องเกี่ยวกับชีวิต สุขภาพภูมิศาสตร์ประวัติศาสตร์ปรัชญาศาสนาเศรษฐศาสตร์กฎหมาย การเมืองการปกครอง ศิลปะ ดนตรี นาฏศิลป์ วิทยาศาสตร์ คอมพิวเตอร์ การจัดการ ฯลฯ เนื้อหาของสารดังกล่าวแบ่งเป็น 3 ประเภท คือ เนื้อหาสารที่แสดงข้อเท็จจริง เนื้อหาสารที่แสดงข้อคิดเห็นหรือทรรศนะและเนื้อหาที่แสดงความรู้สึก
 - 2.3 การจัดสาร คือ รูปแบบวิธีการในการนำรหัสสารมาเรียบเรียงเพื่อให้ได้ใจความตามเนื้อหาที่ต้องการสารที่ได้รับการจัดอย่างดีทั้งในด้านการเรียบเรียง การลำดับความยากง่าย ตลอดจนรูปแบบและการใช้ภาษาที่ดี จะทำให้สารมีคุณสมบัติในการสื่อสารได้ดี เช่น การจัดสารเพื่อโน้มน้าวใจในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์การเขียนคำขวัญต้องใช้ภาษาที่เลือกสรรอย่างประณีตเพื่อดึงดูดความสนใจให้จดจำและเกิดการปฏิบัติตามที่ ต้องการนอกจากนี้ บุคลิกลักษณะของผู้ส่งสารยังสัมพันธ์กับการจัดสารคนที่อารมณ์เย็นมักจะพูดจาด้วยวิธีการที่สุภาพ สุขุม เยือกเย็น ขณะที่คนอารมณ์ร้อน มักจะพูดรวบรัด เพื่อให้จบเร็วๆ เป็นต้น
 3. สื่อหรือช่องทาง (Media or Channel) เป็นองค์ประกอบสำคัญอีกประการหนึ่งในการสื่อสาร ผู้ส่งสารต้องอาศัยสื่อหรือช่องทางทำหน้าที่นำสารไปสู่ผู้รับสาร สื่อที่มนุษย์ใช้ ได้แก่ ประสาทสัมผัส สื่อธรรมชาติ สื่อที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ IT สื่อที่ดีจะต้องเป็นสื่อที่เหมาะสมในการสื่อสาร
 4. ผู้รับสาร (Receiver) ผู้รับสารที่ดีควรทำหน้าที่ตามบทบาทของตนเองและควรพัฒนาตนเองให้มีคุณสมบัติดังนี้
 - 4.1 เป็นผู้ที่มีเจตนาแน่วแน่และกระตือรือร้นที่จะรับสาร
 - 4.2 เป็นผู้พยายามรับรู้เรื่องราวข่าวสารต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ
 - 4.3 เป็นผู้ที่มีความไวรู้สึกรวดเร็ว และถูกต้อง
 - 4.4 เป็นผู้ที่มีสมาธิ สามารถบังคับใจให้ให้อยู่ที่เรื่องราวที่กำลังสื่อสาร
- นชรี เพชรสงค์ (2553 : ออนไลน์) ย่อยต่างๆ ขององค์ประกอบ 4 อย่างต่างมีส่วนช่วยในการสื่อสารได้ผลสมบูรณ์มากขึ้น

S	หมายถึง Source	แหล่งข่าวสาร
M	หมายถึง Message	ข่าวสาร
C	หมายถึง Channel	ช่องการสื่อสาร

R หมายถึง Receiver ผู้รับสาร

การสื่อสารเกิดจากองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญดังนี้

ผู้ส่งสาร หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้ส่งข่าวสาร ความคิด ทักษะคิด เพื่อติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะบอกกล่าว ถ่ายทอด แลกเปลี่ยนสารสนเทศ เพื่อความเข้าใจร่วมกัน ผู้ส่งสารนี้อาจทำหน้าที่เป็นแหล่งสาร (Sender) และผู้เข้ารหัส (Encoder) ในเวลาเดียวกัน หรือทำหน้าที่เพียงอย่างใดอย่างหนึ่งก็ได้

ผู้รับสาร หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลซึ่งได้รับสารที่ถูกส่งมาจากแหล่งสาร ผู้รับสาร จะต้องมีความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารเสมอ กระบวนการสื่อสารจึงจะเกิดขึ้นได้

สาร หมายถึง สิ่งที่ผู้ส่งสารไปให้ผู้รับสารในรูปของรหัส ซึ่งอาจเป็นในรูปของสัญญาณ (Signal) หรือสัญลักษณ์ (Symbol) ที่ผู้รับสารสามารถนำไปถอดรหัสและตีความให้เข้าใจความหมาย ได้ สัญลักษณ์นี้อาจเป็นคำพูด ตัวหนังสือ รูปภาพ กิริยาท่าทาง เครื่องหมายต่างๆ ที่ถ่ายทอดความคิด ความรู้สึก และความต้องการของผู้ส่งสารออกมา

สื่อ หมายถึง พาหนะที่นำสารไปสู่ผู้รับ การที่สารจะเดินทางจากแหล่งสารไปยังจุดหมาย ปลายทางได้นั้น ต้องประกอบด้วย 3 ประการ ได้แก่ ผู้เข้ารหัส/ผู้ถอดรหัส ตัวนำสาร หรือสื่อ และ ช่องทางการสื่อสาร

หลักในการสื่อสาร

ทัศนีย์ กระจ่างอินทร์ (2546 อ้างถึงใน อรอำไพ ศรีวิชัย, 2555 : 12-13) สิ่งที่ต้องคำนึงถึงในการสื่อสาร คือ

1. จะต้องทำความเข้าใจเรื่ององค์ประกอบในการสื่อสาร และปัจจัยทางจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับระบบการรับรู้ การคิด การเรียนรู้ การจำซึ่งมีผลต่อประสิทธิภาพในการสื่อสาร การพัฒนาความรู้และทักษะในการสื่อสาร จะสามารถนำไปประยุกต์ในสถานการณ์ต่างๆ อย่างเหมาะสม

2. ต้องคำนึงถึงบริบทในการสื่อสาร ได้แก่บริบททางสังคมและวัฒนธรรมบริบททางเวลาบริบททางกายภาพ เช่น การชวนเพื่อนรับประทานอาหารขณะที่เพื่อนเพิ่งกลับจากงานเลี้ยง ปฏิบัติการตอบกลับจะแตกต่างจากการชวนขณะที่เพื่อนกำลังหิวข้าว

3. คำนึงถึงกรอบแห่งการอ้างอิง (Frame of reference) ถ้าผู้สื่อสารใดมีกรอบแห่งการอ้างอิงคล้ายกัน ใกล้เคียงกัน จะทำให้การสื่อสารง่ายขึ้น มีการตีความใกล้เคียงหรือตรงกัน มากกว่าที่มีกรอบแห่งการอ้างอิงแตกต่างกัน เช่น ผู้ที่เคยบาดเจ็บจากการเล่นกีฬาจะมองว่าการเล่นกีฬาทำให้เจ็บตัว เสียเวลาและสิ้นเปลืองโดยใช่เหตุ ขณะที่คนชอบกีฬาจะมองว่าการเล่นกีฬาช่วยรักษาสุขภาพ ผ่อนคลายและมีมิตรมากขึ้น

4. ส่งสารอย่างมีวัตถุประสงค์ชัดเจน ผ่านสื่อหรือช่องทางที่เหมาะสมถึงผู้ส่งสารที่มีทักษะในการสื่อสารและมี วัตถุประสงค์สอดคล้องกัน

5. การเตรียมตัวและการเตรียมการล่วงหน้า เพราะจะทำให้การสื่อสารราบรื่น สะดวก รวดเร็ว เป็นไปตามวัตถุประสงค์ และสามารถแก้ไขได้ทันที่หากเกิดอุปสรรคที่จุดใดจุดหนึ่ง

6. ต้องศึกษาเรื่องการใช้ภาษาและสามารถใช้ภาษาให้เหมาะสมกับกาลเทศะ บุคคล เนื้อหาของสาร และช่องทางหรือสื่อที่ใช้ในการสื่อสาร

7. คำนึงถึงปฏิกริยาตอบกลับตลอดเวลาเพื่อประเมินผลการสื่อสาร

นชรี เพชรสงค์ (2553 : ออนไลน์) ได้กล่าวเกี่ยวกับหลักสำคัญในการสื่อสาร ดังนี้

1. ความเชื่อถือ (Credibility) การสื่อสารจะได้ผลนั้นต้องมีความเชื่อถือได้ในเรื่องของ ผู้ให้ข่าวสาร แหล่งข่าว เพื่อให้เกิดความมั่นใจหรือเต็มใจรับฟังข่าวสารนั้น

2. ความเหมาะสม (Context) การสื่อสารที่ดีต้องมีความเหมาะสมกลมกลืนกับ วัฒนธรรมของสังคม เครื่องมือสื่อสารนั้นเป็นเพียงสิ่งประกอบแต่ความสำคัญอยู่ที่ท่าที ท่าทางภาษา คำพูดที่เหมาะสมกับวัฒนธรรมสังคม หมู่นชน หรือสภาพแวดล้อมนั้นๆ การยกมือไหว้สำหรับสังคมไทย

3. เนื้อหาสาระ (Content) ข่าวสารที่ดีจะต้องมีความสำคัญสำหรับผู้รับคือ มีสาระประโยชน์ แก่กลุ่มชนนั้นๆ หรือมีสิ่งที่เขาจะได้ผลประโยชน์ จึงจะน่าสนใจ บางครั้งสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อกลุ่มหนึ่งมาก แต่อาจจะไม่มีสาระสำหรับคนบางกลุ่ม ในเรื่องนี้จึงต้องใช้การพิจารณากลุ่มชนเป้าหมาย

4. บ่อยและสม่ำเสมอต่อเนื่อง (Continuity and Consistency) การสื่อสารจะได้ผล ต้องส่งบ่อยๆ ติดต่อกัน หรือมีการย้ำหรือซ้ำ เพื่อเตือนความทรงจำหรือเปลี่ยนทัศนคติและความสม่ำเสมอ ต้นเสมอปลาย มิใช่ข่าวชนิดขาดๆ หายๆ ไม่เที่ยงตรงแน่นอน

5. ช่องทางข่าวสาร (Channels) ข่าวสารจะเผยแพร่ได้ต้องส่งให้ถูกช่องทางของการสื่อสาร นั้นๆ โดยมองหาช่องทางที่เปิดรับข่าวสารที่เราจะส่ง และส่งถูกรายงาน กรมกอง หน่วยงาน หรือโดยวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ ส่งตัวถึงบุคคลโดยตรงจะรวดเร็วกว่า หรือส่งที่บ้านได้รับเร็วกว่าการส่งไป ให้ที่ทำงาน เราควรเลือกช่องทางที่ได้ผลรวดเร็วที่สุด

6. ความสามารถของผู้รับสาร (Capability and Audience) การสื่อสารที่ถือว่าได้ผล นั้นต้องใช้ความพยายามหรือแรงงานน้อยที่สุด การสื่อสารจะง่ายและสะดวกก็ขึ้นอยู่กับความสามารถ ในการรับของผู้รับซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น สถานที่โอกาสอำนวย นิสัยความรู้พื้นฐานที่จะ ช่วยให้เข้าใจ

7. ความแจ่มแจ้ง (Clarity) ข่าวสารต้องง่าย ใช้ภาษาที่ผู้รับเข้าใจคือ ใช้ภาษาของศัพท์ ที่ยากและสูง ไม่มีประโยชน์ ควรตัดออกให้หมด ให้ชัดเจน เข้าใจง่ายมีความมุ่งหมายเดียวอย่าให้ คลุมเครือหรือมีความหมายหลายแง่ หรือตกหล่นข้อความบางตอนที่สำคัญไป

อุเทน สวัสดิ์ทอง (2555) ได้กล่าวเกี่ยวกับหลักในการสื่อสาร ดังนี้

1. ผู้ที่จะสื่อสารให้ได้ผลและเกิดประโยชน์ จะต้องทำความเข้าใจเรื่ององค์ประกอบ ในการสื่อสาร และปัจจัยทางจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับระบบการรับรู้ การคิด การเรียนรู้ การจำ ซึ่งมีผล ต่อประสิทธิภาพ ในการสื่อสาร

2. ผู้ที่จะสื่อสารต้องคำนึงถึงบริบทในการสื่อสาร บริบทในการสื่อสาร หมายถึง สิ่งที่อยู่ แวดล้อมที่มีส่วนในการกำหนดรู้ความหมายหรือความเข้าใจในการสื่อสาร

3. คำนึงถึงกรอบแห่งการอ้างอิง (Frame of Reference) มนุษย์ทุกคนจะมีพื้นฐานความรู้ ทักษะ เจตคติ ค่านิยม สังคม ประสบการณ์ ฯลฯ เรียกว่าภูมิหลังแตกต่างกัน ถ้าสื่อสารใดมีกรอบแห่ง การอ้างอิงคล้ายกัน ใกล้เคียงกัน จะทำให้การสื่อสารง่ายขึ้น

4. การสื่อสารจะมีประสิทธิผล เมื่อผู้ส่งสารส่งสารอย่างมีวัตถุประสงค์ชัดเจน ผ่านสื่อ หรือช่องทางที่เหมาะสม ถึงผู้รับสารที่มีทักษะในการสื่อสารและมีวัตถุประสงค์สอดคล้องกัน

5. ผู้ส่งสารและผู้รับสาร ควรเตรียมตัวและเตรียมการล่วงหน้า เพราะจะทำให้การสื่อสารราบรื่น สะดวก รวดเร็ว เป็นไปตามวัตถุประสงค์และสามารถแก้ไขได้ทันเวลาที่ หากจะเกิดอุปสรรคที่จุดใดจุดหนึ่ง

6. คำนึงถึงการใช้ทักษะ เพราะภาษาเป็นสัญลักษณ์ที่มนุษย์ตกลงใช้ร่วมกันในการสื่อความหมาย ซึ่งถือได้ว่าเป็นหัวใจในการสื่อสาร คู่สื่อสารต้องศึกษาเรื่องการใช้ภาษา และสามารถใช้อาษาให้เหมาะสมกับกาลเทศะ บุคคล เนื้อหาของสาร และช่องทางหรือสื่อที่ใช้ในการสื่อสาร

7. คำนึงถึงปฏิกริยาตอบกลับตลอดเวลา ถือเป็นประเมนผลการสื่อสารที่จะทำให้คู่สื่อสารรับรู้ผลของการสื่อสารว่าประสบผลดีตรงตามวัตถุประสงค์หรือไม่ ควรปรับปรุง เปลี่ยนแปลงหรือแก้ไขข้อบกพร่องใด เพื่อที่จะทำให้การสื่อสารเกิดผลตามที่ต้องการ

จากหลักสำคัญในการสื่อสารสรุปได้ว่า หลักในการสื่อสารจะประสบความสำเร็จตรงตามจุดประสงค์หรือไม่ ผู้ส่งสารจะต้องมีหลักสำคัญที่จะส่งผลให้การสื่อสารประสบความสำเร็จในหน้าที่การงานและชีวิตประจำวันของบุคคล ซึ่งหลักสำคัญได้แก่ ความเชื่อถือ ความเหมาะสม เนื้อหาสาระ บ่อยและสม่ำเสมอต่อเนื่อง ช่องทางข่าวสาร ความสามารถของผู้รับสาร และความแจ่มแจ้ง เป็นต้น

วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร

ทัศนีย์ กระจ่างอินทร์ (2546 อ้างถึงใน อรอำไพ ศรีวิชัย, 2555 : 13) ได้กล่าวเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการสื่อสารไว้ดังนี้

1. เพื่อแจ้งให้ทราบและเพื่อทราบ เช่น แจ้งข่าวสารเรื่องราวข้อมูลต่างๆ
2. เพื่อให้ความรู้หรือเพื่อเรียนรู้ เช่น ความรู้ทางวิชาการ
3. เพื่อเสนอหรือชักจูงใจและเพื่อกระทำและตัดสินใจ เช่น การจูงใจให้ปฏิบัติตามข้อเสนอแนะ

4. เพื่อให้ความพอใจและเพื่อหาความพอใจ เช่น การฟังเรื่องสนุกสนาน การฟังเพลง ในการสื่อสารแต่ละครั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารอาจมีวัตถุประสงค์หลายอย่างในเวลาเดียวกัน เช่น การโฆษณาสินค้า ผู้ส่งสารอาจมีความต้องการให้ผู้รับสารได้ทราบข้อมูลของสินค้าและจูงใจให้ใช้สินค้าไปพร้อมๆ กัน

นชรี เพชรสงค์ (2553 : ออนไลน์) ได้กล่าวเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร ดังนี้

1. ด้านผู้ส่งสาร
 - 1.1 เพื่อแจ้งให้ทราบ หมายถึง ผู้ส่งสารต้องการแจ้งข่าวสารให้ผู้รับสารทราบหรือเข้าใจ
 - 1.2 เพื่อให้ศึกษา หมายถึง ผู้ส่งสารต้องการสอนเรื่องราวที่เป็นวิชาการให้ผู้รับสารได้รับความรู้
 - 1.3 เพื่อชักจูงใจ หมายถึง ผู้ส่งสารเสนอข่าวสารชักจูงให้ผู้รับสารปฏิบัติตามให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเรื่องความรู้สึก นึกคิด ทัศนคติ หรือพฤติกรรม
 - 1.4 เพื่อให้ความบันเทิง ผู้ส่งสารต้องการให้ผู้รับสาร เกิดความสนุกสนานรื่นเริงบันเทิงใจมีอารมณ์ที่ดีและแจ่มใส เป็นการพักผ่อนภายหลังการเคร่งเครียดจากการทำงาน

2. ด้านผู้รับสาร

2.1 เพื่อทราบ หมายถึง การได้รับข่าวสารหรือรับทราบข่าวสารใหม่เพิ่มเติม ต้องการทราบเรื่องราวหรือติดตามข้อมูล เหตุการณ์ ข่าวสารต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมทั้งที่มีผลกระทบต่อตนเองและต่อสังคม

2.2 เพื่อเรียนรู้ หมายถึง ผู้รับสารต้องการที่จะรู้และทำความเข้าใจในเนื้อหาความรู้ วิชาการต่างๆ เพื่อเป็นการเพิ่มพูนความรู้ความสามารถของตนให้สูงมากยิ่งขึ้น อันจะส่งผลต่อการดำรงชีวิตของตนในอนาคต

2.3 เพื่อความพอใจ หมายถึง ผู้รับสารรู้สึกพอใจกับสารที่ได้ มีความสุขสนุกสนานรื่นรมย์ พยายามหลีกเลี่ยงเหตุการณ์ต่างๆ ที่ก่อให้เกิดความเครียด

2.4 เพื่อการกระทำหรือตัดสินใจ หมายถึง ผู้รับสารจะอาศัยความรู้จากข่าวสารต่างๆ มาเป็นเครื่องมือช่วยในการตัดสินใจกระทำกรต่างๆ ข่าวสารเหล่านั้นจำเป็นจะต้องเป็นข้อมูลที่มีความละเอียด มีความลึกซึ้งและมีอิทธิพลมากพอที่จะชักจูงใจให้คนเราเกิดการเปลี่ยนแปลงหรือมีผลต่อการตัดสินใจได้

อุเทน สวัสดิ์ทอง (2555) กล่าวถึง วัตถุประสงค์ของการสื่อสารไว้ดังนี้

1. เพื่อแจ้งให้ทราบ (Inform) ในการทำการสื่อสาร ผู้ทำการสื่อสารควรมีความต้องการที่จะบอกกล่าวหรือชี้แจงข่าวสาร เรื่องราว เหตุการณ์ หรือสิ่งอื่นใดให้ผู้รับสารได้รับทราบ

2. เพื่อสอนหรือให้การศึกษา (Teach or Education) ผู้ทำการสื่อสารอาจมีวัตถุประสงค์เพื่อจะถ่ายทอดวิชาความรู้ หรือเรื่องราวเชิงวิชาการ เพื่อให้ผู้รับสารได้มีโอกาสพัฒนาความรู้ให้เพิ่มพูนยิ่งขึ้น

3. เพื่อสร้างความพอใจหรือให้ความบันเทิง (Please of Entertain) ผู้ทำการสื่อสารอาจใช้วัตถุประสงค์ในการสื่อสารเพื่อสร้างความพอใจ หรือให้ความบันเทิงแก่ผู้รับสาร โดยอาศัยสารที่ตนเองส่งออกไป ไม่ว่าจะอยู่ในรูปของการพูด การเขียน หรือการแสดงกิริยาต่าง ๆ

4. เพื่อเสนอหรือชักจูงใจ (Propose or Persuade) ผู้ทำการสื่อสารอาจใช้วัตถุประสงค์ในการสื่อสารเพื่อให้ข้อเสนอแนะ หรือชักจูงใจในสิ่งใดสิ่งหนึ่งต่อผู้รับสาร และอาจชักจูงใจให้ผู้รับสารมีความคิดคล้อยตาม หรือยอมปฏิบัติตามการเสนอแนะของตน

5. เพื่อเรียนรู้ (Learn) วัตถุประสงค์นี้มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับผู้รับสาร การแสวงหาความรู้ของผู้รับสาร โดยอาศัยลักษณะของสาร ในกรณีนี้มักจะเป็นสารที่มีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับวิชาความรู้ เป็นการหาความรู้เพิ่มเติมและเป็นการทำความเข้าใจกับเนื้อหาของสารที่ผู้ทำ การสื่อสารถ่ายทอดมาถึงตน

6. เพื่อกระทำหรือตัดสินใจ (Dispose or Decide) ในการดำเนินชีวิตของคนเรามีสิ่งหนึ่งที่ต้องกระทำอยู่เสมอก็คือ การตัดสินใจกระทำกรอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งการตัดสินใจนั้นอาจได้รับการเสนอแนะหรือชักจูงใจให้กระทำอย่างนั้นอย่างนี้จากบุคคลอื่นอยู่เสมอ ทางเลือกในการตัดสินใจของเราจึงขึ้นอยู่กับข้อเสนอแนะนั้น

จากวัตถุประสงค์ของการสื่อสารได้สรุปไว้ว่า การสื่อสารอยู่ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารของบุคคล ตลอดจนถึงสังคมที่แต่ละคนเกี่ยวข้องอยู่ ไม่ว่าจะทำอะไร ล้วนต้องอาศัยการสื่อสารเป็น

เครื่องมือช่วยให้บรรลุจุดประสงค์ทั้งสิ้น ซึ่งจะสำเร็จได้ต้องขึ้นอยู่กับทั้งฝ่ายผู้ส่งสารและฝ่ายผู้รับสาร มีความต้องการที่สัมพันธ์กัน

ประเภทของสื่อที่ใช้ในการสื่อสาร

1. สื่อเฉพาะกิจ

คือ สิ่งที่สร้างขึ้นหรือซื้อหรือเช่า โดยองค์กรใดองค์กรหนึ่ง เพื่อใช้ในการสื่อสารหรือประชาสัมพันธ์ขององค์กรนั้น โดยเฉพาะสื่อเฉพาะกิจจัดว่าเป็นแขนงหนึ่งของสื่อมวลชน แต่ได้พัฒนาเนื้อหาเพื่อให้ประโยชน์เป็นเรื่องๆ ไปฉะนั้น

สื่อเฉพาะกิจโดยทั่วไปมีกลุ่มประชาชนที่มีเป้าหมายที่แน่นอน มีการส่งเนื้อหาต่างๆ อันจะเป็นประโยชน์เฉพาะกลุ่มแก่ประชาชน กลุ่มนั้นๆ การนำเสนอเนื้อหาเป็นไปอย่างง่าย ๆ อาตัมส์ ได้กล่าวถึงความสัมพันธ์ของสื่อเฉพาะกิจไว้ดังนี้คือ สื่อเฉพาะกิจ จัดว่ามีความสำคัญต่อการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลเพราะสื่อเฉพาะกิจเป็นสื่อที่จัดทำขึ้น เพื่อสนับสนุนกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะการใช้สื่อเฉพาะกิจเป็นการให้ความรู้และข่าวสารที่เป็นเรื่องราวเฉพาะอย่างโดยมีกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้แน่นอน

คุณลักษณะที่ดีของการใช้สื่อเฉพาะกิจเพื่อการพัฒนาคือผู้ใช้สามารถนำข่าวสารของการพัฒนาเฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่งมารณรงค์เฉพาะกลุ่มเป้าหมายเพื่อเป็นแรงอีกแรงหนึ่งในการทำให้บรรลุตามที่ตั้งไว้นอกจากนั้น ยังมีบทบาทในการทำให้กลุ่มเป้าหมายได้ทราบข่าวสารความรู้โดยตรง และความถูกต้องนอกจากนั้นยังช่วยให้เกิดการตัดสินใจและลงมือปฏิบัติได้ถูกวิธีอีกด้วย

2. สื่อบุคคล

กิตติมา สุรสุนธิ (2557) กล่าวว่า สื่อบุคคลได้แก่ บุคคลที่เป็นผู้นำสารหรือตัวผู้ส่งสารนั่นเองที่เป็น ผู้เข้ารหัสสารให้ผู้รับได้รับรู้ และเข้าใจในสิ่งที่ตนเองต้องการ และสื่อบุคคลจะมีการสื่อสารแบบเผชิญหน้า

จุมพล รอดคำดี อธิบายว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลหรือระหว่างกลุ่ม สื่อบุคคลมีความสำคัญเพราะว่า สื่อบุคคลมีประสิทธิภาพดีกว่ารูปแบบการสื่อสารอื่นๆ เช่น สื่อบุคคลจะใช้การสื่อสารแบบเผชิญหน้า ผู้รับสารสามารถโต้ตอบผู้ส่งสารได้ทันที และสามารถสร้างความเข้าใจร่วมกันได้ ในขณะที่สื่ออื่นๆ เช่น สื่อมวลชนสามารถทำได้แต่ไม่สะดวกนัก อย่างไรก็ตามสื่อบุคคลยังมีจุดด้อยในประเด็นความเป็นมนุษย์ ที่มีชีวิตจิตใจที่คนคิดความรู้ความเชื่อและประสบการณ์ อยู่ในตัวเอง ดังนั้นสื่อบุคคลจึงมีกระบวนการเลือกรับสารเลือกจดจำและเลือกถ่ายทอดสารตามความรู้สึกนึกคิดของตน นอกจากนี้ในปัจจุบันสื่อบุคคลยังเข้ามามีบทบาทด้านการพัฒนาประเทศไม่ว่าจะเป็นงานด้านการศึกษาหรือสาธารณสุข ซึ่งถือเป็นงานที่ประเทศต้องการพัฒนาอย่างรวดเร็ว บทบาทที่สำคัญของสื่อบุคคลคือการเป็นผู้นำทางความคิดหรือบทบาทของเจ้าหน้าที่เผยแพร่ทำหน้าที่ในถ่ายทอดข่าวสารที่ได้รับจากหน่วยงานของตนโดยพยายามตั้งใจให้กลุ่มเป้าหมาย ยอมรับสารที่ส่งแล้วนำไปปฏิบัติ

วิรัช ภริตตกุล (2553) อธิบายว่าคำพูดเป็นเครื่องมือสำคัญในการประชาสัมพันธ์จัดได้ว่าเป็นสื่อบุคคล ซึ่งเป็นสื่อพื้นฐานดั้งเดิมที่มนุษย์มีติดตัวมาตั้งแต่กำเนิดและใช้กันอย่างกว้างขวางนับแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ดังนั้นการพูดจึงเป็นเครื่องมือสื่อสารประเภทหนึ่งที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์นั้นหมายความว่า การพูดเป็นหนทางหนึ่งแห่งการถ่ายทอด หรือชักนำเอาความรู้สึกนึกคิดของมนุษย์

ออกตีแผ่แสดงให้เห็นให้ผู้อื่นได้ทราบและเข้าใจคำพูดจึงนับว่าเป็นเครื่องมือหรือสื่อที่สำคัญที่สามารถนำความร่วมมือแห่งมนุษย์มาสู่มวลมนุษย์ด้วยกัน ทำให้มนุษย์เกิดการร่วมแรงร่วมใจ เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

อีไลฮูแควทซ์ และพอลเอฟลาซาร์ด กล่าวว่า อิทธิพลหรือประสิทธิผลของสื่อบุคคล คือการทำหน้าที่ถ่ายทอดและเสริมย้ำความคิดเห็นทัศนคติและค่านิยมเนื่องมาจากสื่อบุคคลจะมีรูปแบบการสื่อสารระหว่างบุคคล หรือการสื่อสารแบบกลุ่มเล็กกลุ่มย่อยๆ โดยใช้ความสัมพันธ์ใกล้ชิดสนิทสนมกันเป็นเครื่องมือในการสื่อสารซึ่งลักษณะของการสื่อสารจะเป็นแบบตัวต่อตัวหรือเครือข่ายของกลุ่มบุคคลที่รู้จักหรือกลุ่มบุคคลขนาดเล็กที่อยู่ในสังคมเดียวกัน ด้วยการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารผ่านวิธีต่างๆ แล้วจะสร้างหรือแบ่งปันความคิดและทัศนคติร่วมกันเพื่อเสริมย้ำความคิดทัศนคติ และค่านิยมของผู้รับสารที่มีอยู่เดิมให้หนักแน่นขึ้นและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน นอกจากนี้สื่อบุคคลยังเป็นตัวแปรแทรกที่มีอิทธิพลเหนือสื่อมวลชนอีกด้วย

3. สื่ออิเล็กทรอนิกส์

สื่อสมัยใหม่คือ สื่อที่พัฒนามาจากสื่อเดิมที่มีอยู่โดยการบูรณาการสื่อเก่าและสื่อใหม่ และอาศัยความคิดสร้างสรรค์รวมทั้งเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้าไป อาจจะใช้จัดอยู่ในสื่ออิเล็กทรอนิกส์ด้วยก็ได้เช่น SMS Bord ฯลฯ การเกิดขึ้นของเทคโนโลยีดิจิทัล เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีเครือข่าย หรือเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในช่วงปลายศตวรรษที่ 20 เทคโนโลยีที่ถูกนิยามว่าเป็นสื่อใหม่ส่วนมากมักจะมีคุณลักษณะที่ถูกจัดการได้ (Manipulated) เชื่อมต่อเป็นเครือข่ายได้ (Networkable) ทำให้หนาแน่น (Dense) และบีบอัดสัญญาณได้ (Compressible) มีปฏิสัมพันธ์ (Interactive) และมีความเป็นกลาง (Impartial) ดังนั้น “สื่อใหม่” จึงหมายถึงความถึง อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์มัลติมีเดีย เกมส์คอมพิวเตอร์ ซีดีรอม และดีวีดีและ “สื่อใหม่” จึงไม่ได้หมายความถึง รายการโทรทัศน์ ภาพยนตร์ วารสาร หนังสือ หรือสิ่งพิมพ์ แบบเดิมๆ (Manovich, 2003 in WardripFruin & Montfort, 2003 อ้างถึงใน ณรงค์ศักดิ์ ศรีทานันท์, 2554 : 129)

4. สื่อสิ่งพิมพ์

สื่อสิ่งพิมพ์ หมายถึง ข้อเขียนที่อยู่ในรูปของข่าวสาร ข้อคิดหลักวิชาการคำอธิบาย รายละเอียดต่างๆ โดยที่ผู้เขียนมีวัตถุประสงค์ ที่จะทำให้เกิดประโยชน์ทางความรู้หรือความบันเทิงของผู้อ่านเป็นสำคัญ แล้วถ่ายทอดข้อเขียนนั้นด้วยการพิมพ์ลงบนกระดาษหรือวัสดุผิวเรียบอื่นๆ เพื่อให้สามารถแพร่กระจายไปถึงผู้อ่านที่อาศัยอยู่ในสถานที่ต่างๆ ได้เป็นจำนวนมาก

การจัดการองค์ประกอบสิ่งพิมพ์

ในการออกแบบดีไซน์ (Design) และจัดองค์ประกอบในการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์หลักการสำคัญที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาอยู่ 6 ประการ คือ

4.1 สัดส่วน คือ ความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งของสิ่งที่มีขนาดต่างกัน เช่น การที่จะระบุขนาดนั้นมีความหมายขนาดใหญ่เล็กหรือมีความเหมาะสมพอดีแค่ไหนนั้น

4.2 ความสมดุล คือ การจัดวางตำแหน่งองค์ประกอบต่างๆ ในภาพให้มีน้ำหนักเท่ากันทำให้เกิดความรู้สึกว่าองค์ประกอบของภาพน้ำหนักไปทางใดทางหนึ่ง น้ำหนักของคนเรานั้นขึ้นอยู่กับขนาดรูปร่าง ความเข้มและสี

4.3 ความแตกต่าง คือ ความขัดแย้งของส่วนประกอบข้อมูลฐานที่รวมกันรวมทั้งความแตกต่างระหว่างส่วนประกอบข้อมูลฐานกับหลักการทัศนศิลป์ เพื่อสร้างให้ผลงานนั้นมีความเด่นชัดชวน เน้นสิ่งใดสิ่งหนึ่งในจุดสำคัญของการออกแบบ

4.4 ลีลาจังหวะ คือ การเคลื่อนไหวที่เกิดจากการซ้ำกันขององค์ประกอบเป็นการซ้ำที่เป็นระเบียบธรรมดาที่มีช่วงห่างเท่าๆ กัน มาเป็นระเบียบที่สูงขึ้น ซ้ำซ้อนขึ้นจนถึงขั้นเกิดเป็นรูปลักษณะของศิลปะ

4.5 ความมีเอกภาพ คือ ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันขององค์ประกอบทั้งด้านรูปร่างและลักษณะและด้านเนื้อหาเรื่องราวเป็นการประสานหรือจัดระเบียบของส่วนต่างๆ ให้เกิดความเป็นหนึ่งเดียว

4.6 ความผสมผสานกลมกลืน คือ ความพอดีเหมาะสมของส่วนประกอบต่างๆ ที่ประกอบขึ้นเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ และมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันความเหมาะสมกลมกลืนจะมีพื่อได้จากลักษณะขององค์ประกอบในเรื่องของสี รูปร่างและลักษณะของตัวอักษร

จากประเภทของการสื่อสารได้สรุปไว้ว่า การจำแนกประเภทของการสื่อสาร มีผู้จำแนกไว้หลาย ๆ ประเภทและลักษณะ โดยใช้เกณฑ์ในการพิจารณา ตามจุดประสงค์ของการศึกษาหรือวัตถุประสงค์ที่ต้องการจะนำเสนอ

สรุปได้ว่าการรับรู้ข้อมูลการสื่อสารนั้น เป็นกระบวนการซึ่งสิ่งเร้าที่มากกระทบต่อประสาทสัมผัสได้รับการเลือกสรร จัดระเบียบ และตีความไปในทางใดทางหนึ่ง การศึกษาการรับรู้ข้อมูลการสื่อสารจึงเน้นศึกษาว่า ประชาชนเพิ่มหรือลดค่าของสิ่งเร้าในด้านใดบ้าง ซึ่งปรากฏการณ์ดังกล่าวเป็นผลจากการที่ประชาชนเลือกตีความหมายกิจกรรมของวัดเพื่อสืบทอดพระพุทธศาสนาไปในทางใดทางหนึ่ง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จินตวีร์ เกษมสุข (2551) ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับประสิทธิผลของการใช้สื่อบุคคลในการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน การใช้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เป็นวิธีการดำเนินการที่จะสร้างความร่วมมือในการทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อนำไปสู่การยอมรับวิถีปฏิบัติให้แพร่กระจายออกไปอย่างกว้างขวางและต่อเนื่อง โดยวิธีการดังกล่าวต้องอาศัยการใช้สื่อต่างๆ อย่างหลากหลาย โดยมีวัตถุประสงค์ที่แน่นอนว่าต้องการให้กลุ่มเป้าหมาย ยอมรับอะไร อย่างไร และจะต้องมีแผนการสื่อสารที่เป็นขั้นตอนและมีกลวิธีที่เหมาะสมจึงจะเกิดประสิทธิผล โดยมีจุดมุ่งหมายสำคัญ คือ การเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลในสังคม การเลือกใช้กิจกรรมและสื่อต่างๆ ทางการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง ปลุกจิตสำนึก โน้มน้าวให้เห็นด้วย คล้อยตามเกิดความร่วมมือร่วมใจกันปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ความท้าทายของงานนี้อยู่ที่การคิดค้นกลวิธี โดยจะสร้างสารอย่างไรให้ดึงดูดและกระตือรือร้น จะใช้กิจกรรมอะไรที่แปลกใหม่แต่อยู่ในวิสัยที่กลุ่มเป้าหมายสามารถรับได้ จะใช้สื่ออะไรให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

สำราญ จุช่วย (2553) ทำการวิจัยเรื่อง สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อที่วิทยาลัยราชพฤกษ์ การวิจัยครั้งนี้มีจุดหมายคือ 1) เพื่อศึกษาคุณลักษณะของนักศึกษา ปีการศึกษา 2551 2) เพื่อศึกษาการรับรู้ข้อมูลของวิทยาลัยราชพฤกษ์ที่ลงประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ในปีการศึกษา 2550 และ 3) เพื่อเสนอแนวทางการประชาสัมพันธ์ของวิทยาลัยผ่านสื่อประเภทต่างๆ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักศึกษาในหลักสูตร 4 ปี และหลักสูตรต่อเนื่องจำนวน 385 คน สุ่มเป็นสัดส่วนกลุ่มทำงาน 137 คน และกลุ่มไม่ทำงาน 248 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม สถานภาพส่วนตัว แบบสอบถามการรับรู้ข้อมูลการประชาสัมพันธ์ ของวิทยาลัยราชพฤกษ์ ในปีการศึกษา 2550 แบบสอบถามแนวทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของนักศึกษา ปีการศึกษา 2551 ที่รับรู้ข้อมูลโดยผ่านสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ แบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นจากสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ วิเคราะห์ข้อมูลโดยแจกแจงความถี่ค่าร้อยละ และวิเคราะห์เนื้อหาเสนอในรูปแบบการบรรยาย ผลการวิจัยพบว่า 1) ลักษณะประชากรของนักศึกษาเข้าใหม่ชั้นปีที่ 1 หลักสูตร 4 ปี วิทยาลัยราชพฤกษ์ เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง และศึกษาในคณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการมากที่สุด สำเร็จการศึกษาจากโรงเรียนมัธยมศึกษาของรัฐบาลในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) เป็นสถาบันการศึกษาที่อยู่ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร และจังหวัดนนทบุรี อาชีพบิดาและมารดา มีอาชีพรับจ้างทั่วไป รายได้ต่อครอบครัวอยู่ที่ระดับ 9,000 บาท-21,000 บาทต่อเดือน 2) พฤติกรรมเปิดรับสื่อของนักศึกษารับสื่อทางโทรทัศน์ช่อง 7 และช่อง 3 มากที่สุด เวลาที่เปิดรับสื่อในช่วงเวลา 20.00 น.-24.00 น. สื่อทางอิเล็กทรอนิกส์ประเภทเว็บไซต์ ได้แก่ เว็บไซต์ Google และ Facebook เป็นสื่อที่นักศึกษาเปิดรับทุกวัน สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ที่เปิดรับมาก คือ ประเพณีนิตยสาร a-day และหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และประเภทคลื่นวิทยุ 95.5 (Virgin Hitz) เป็นสื่อที่นักศึกษาเปิดฟังทุกวัน และมีความสม่ำเสมอในการเปิดรับสื่อ 3) สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อที่วิทยาลัยราชพฤกษ์ ได้แก่ สื่อประเภทคู่มือ นักศึกษา และทำเนียบรุ่น สื่อประเภทโทรทัศน์ สื่อประเภทเว็บไซต์ และสื่อทุกชนิดที่วิทยาลัยราชพฤกษ์ใช้ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์ด้านรายได้ครอบครัวของนักศึกษา ด้านวุฒิการศึกษาของนักศึกษา ด้านเพศของนักศึกษา และด้านเวลาในการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการเปิดรับสื่อเพื่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อที่วิทยาลัยราชพฤกษ์ มีความแตกต่างกันในแต่ละประเภทสื่อ 4) การปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ของวิทยาลัยราชพฤกษ์ควรปรับปรุงด้านข้อมูลกิจกรรม และควรมีความต่อเนื่องในระยะเวลาการเผยแพร่ข้อมูล ผ่านสื่อประเภทเว็บไซต์ และโทรทัศน์ให้มิตลอดเวลา ควรเลือกสื่อโทรทัศน์ในช่วงระหว่างละครภาคค่ำของช่อง 3 และช่อง 7 ควรมีข้อมูลประชาสัมพันธ์ในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐออนไลน์ มติชนออนไลน์ เดลินิวส์ออนไลน์ และคลื่นวิทยุ 95.5 (Virgin Hitz) และควรปรับปรุงระบบโทรศัพท์ของวิทยาลัยในการติดต่อสื่อสาร

นนพร สุกุมลจันทร์ (2553) ศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในโครงการเขื่อนแควน้อยบำรุงแดน ผลการวิจัยพบว่า โครงการเขื่อนแควน้อยบำรุงแดนมีแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ แบ่งเป็น 4 แผนย่อย ได้แก่ แผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ประชาชนในเขตน้ำท่วม เกี่ยวกับการขอชดเชยอพยพภายหลังการจัดตั้งพื้นที่ปฏิรูปที่ดินเพื่อการเกษตร และพื้นที่จัดตั้งหน่วยพิทักษ์อุทยาน แผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ประชาชนในเขตพื้นที่ตั้งถิ่นฐานใหม่และในเขตน้ำท่วมถึงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานภายในพื้นที่ตั้งถิ่นฐานใหม่ แผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ประชาชนตามแนวคันป้องกันน้ำท่วมเอ่อล้นตลิ่งสองฝั่งแม่น้ำแควน้อยเหนือฝายทดน้ำ

บ้านพญาแมนและแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ประชาชนอำเภอบางกระพุ่มตามแนวคลองชลประทานพิษณุโลก ระยะที่ 2 ทำยเชื่อมแควน้อย ซึ่งแต่ละแผนนั้นมีการใช้สื่อเป็นรูปแบบเดียวกันในการสร้างการมีส่วนร่วมในทุกชั้น ไม่ว่าจะเป็นชั้นการตัดสินใจ ชั้นการดำเนินการ ชั้นการรับประโยชน์ และชั้นการประเมินผล และจุดสำคัญของการใช้สื่อคือ ความถี่และความเหมาะสมของสื่อ คือ มุ่งเน้นการกระจายข่าวสารผ่านสื่อเป็นความถี่สูงและดูความเหมาะสมของประเภทสื่อให้เข้ากับวิถีชีวิตและการดำเนินชีวิตประชาชน โดยจะมีการใช้สื่อและกิจกรรมหลักที่เกิดขึ้นในทุกแผนปฏิบัติการ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ (เอกสารสรุปโครงการ แผ่นพับ ใบปลิว หนังสือพิมพ์ จดหมายข่าว ป้ายนิทรรศการ และปฏิทิน) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (วีดิทัศน์ หอกระจายข่าว วิทยุชุมชน เว็บไซต์ ศูนย์ข้อมูล แบบจำลองโครงการ) กิจกรรมการแถลงข่าว การประชุมกลุ่ม การเยี่ยมประชาชน การลงพื้นที่ และชุมชนสัมพันธ์ จากการศึกษาวิจัยค้นพบด้วยว่าการเป็นโครงการพระราชดำริเป็นปัจจัยสนับสนุนที่ทำให้แผนปฏิบัติการและการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ประสบความสำเร็จและปฏิบัติงานด้วยความราบรื่น ทั้งนี้เงื่อนไขของเวลา พื้นที่ และความรู้พื้นฐานในการใช้สื่อของประชาชนถือเป็นปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในโครงการเชื่อมแควน้อยบำรุงแดน

จเรวัฒน์ เทวรัตน์ (2555) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความต้องการของผู้สมัครเรียนในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของศูนย์วิทยาพัฒนา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช นครศรีธรรมราช ผลการวิจัยพบว่า 1) พฤติกรรมด้านช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ส่วนพฤติกรรมด้านความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช มีการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ช่วงความถี่ 1-10 ครั้ง/เดือน มีจำนวนสูงสุด 2) ความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์ของผู้สมัครเรียนจากมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช และจากศูนย์วิทยาพัฒนา ผู้สมัครเรียนมีความต้องการสื่ออินเทอร์เน็ต มากที่สุดเป็นอันดับแรก 3) สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเรียน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช เป็นประเภทสื่ออิเล็กทรอนิกส์ คือ เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ส่วนเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเรียนเป็นเนื้อหาด้วความสะดวกและค่าใช้จ่ายของการศึกษา คือเรื่องความสะดวกสบายสำหรับการเดินทาง เนื่องจากไม่ต้องเข้าชั้นเรียนปกติ มากที่สุดเป็นอันดับแรก และ 4) ข้อเสนอแนะที่สำคัญด้วการประชาสัมพันธ์ของศูนย์วิทยาพัฒนา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช นครศรีธรรมราช คือ ควรมีการประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อที่หลากหลาย โดยเน้นที่สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพราะนักศึกษาสามารถเข้าถึงได้ง่าย

เดชฤทธิ์ ศุภพร (2556) ได้ศึกษาเรื่อง บทบาทของวัดในฐานะที่เป็นพื้นที่สาธารณะของชุมชนท้องถิ่น : กรณีศึกษาวัดไผ่ล้อม (พระอารามหลวง) ตำบลจันทนิมิต อำเภอเมืองจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างรับรู้หรือรู้จักบทบาทของวัดระดับปานกลาง เนื่องมาจากปัจจัยที่เกี่ยวกับระดับการมีส่วนร่วมการเข้าร่วมกิจกรรมของวัด รวมถึงการประชาสัมพันธ์ของตัววัดเองด้วส่วนความคาดหวังของประชาชนต่อบทบาทของวัดอยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน เนื่องมาจากปัจจัยที่เกี่ยวกับระดับการรับรู้ของกิจกรรม รวมถึงประสิทธิผลการประชาสัมพันธ์ของวัดไผ่ล้อม (พระอารามหลวง)

พระไพฑูริย์ อารัมภรัตน์ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนต่อกิจกรรมทางพุทธศาสนา : กรณีศึกษาเขตวัฒนา จังหวัดกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนที่มีระยะเวลาพักอาศัยในชุมชนมากเข้ามามีส่วนร่วมต่อกิจกรรมทางพุทธศาสนาในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 35.07 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาพักอาศัยในชุมชนน้อยเข้ามามีส่วนร่วมในระดับมากเพียงร้อยละ 18.59 สะท้อนให้เห็นว่าประชาชนที่เป็นคนในท้องถิ่นและพักอาศัยอยู่ในชุมชนเป็นระยะเวลาชานาน ย่อมมีความเข้าใจสภาพแวดล้อมและสังคมภายในชุมชนอย่างดี รวมทั้งมีความรักในท้องถิ่นที่ตนอาศัยอยู่ ตลอดจนมีปฏิสัมพันธ์กับคนในชุมชน จึงมีโอกาสนในการเข้าร่วมกิจกรรม หรือเป็นผู้ชักจูงผู้อื่นเข้าร่วมกิจกรรมทางพุทธศาสนาและสังคมมาก ระยะเวลาอยู่ในองค์การเป็นระยะเวลาที่สมาชิกเสียสละกำลังกาย กำลังสติปัญญา สะสมประสบการณ์ สะสมทักษะความชำนาญในงานตามระยะเวลาที่เพิ่มมากขึ้น ดังนั้นเมื่อสมาชิกในองค์การอยู่ในองค์การนานเท่าใดก็จะมีคามยึดมั่นผูกพันต่อองค์การมากขึ้นเท่านั้น และระยะเวลาพักอาศัยในชุมชนมีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินงานตามโครงการพัฒนาศักยภาพหมู่บ้าน/ชุมชน (SML) โดยผู้ที่มีระยะเวลาพักอาศัยในชุมชนมากจะมีส่วนร่วมในการดำเนินงานตามโครงการมากตามไปด้วย

ยัง กุณอก (2559) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาหลักศรัทธาตามแนวคิดพระพุทธศาสนาเถรวาทของชาวพุทธจังหวัดอุบลราชธานี ผลการวิจัยพบว่า 1) ชาวพุทธในจังหวัดอุบลราชธานีเข้าใจในหลักศรัทธา 4 ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน ความรู้ความเข้าใจด้านวิปากศรัทธา อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านกัมมัธสสกาศรัทธาและตถาคตโพธิสัทธา ส่วนด้านกัมมัธสัทธา อยู่ในระดับปานกลาง 2) เมื่อจำแนกตามเพศ อายุ และการศึกษา แตกต่างกัน พบว่า มีศรัทธา 4 ในพุทธศาสนาแตกต่างกัน โดยมีนัยสำคัญ 3) ชาวพุทธในจังหวัดอุบลราชธานี นำหลักศรัทธา 4 ไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน กล่าวคือ ด้านกัมมัธสัทธายังเชื่อกฎแห่งกรรม ด้านวิปากศรัทธาเชื่อว่ากรรมที่ทำความดีตามมมา ด้านกัมมัธสสกาศรัทธา พบว่า ได้นำหลักศรัทธาไปเป็นเครื่องเตือนสติในการกระทำ ด้านตถาคตโพธิสัทธา พบว่า ชาวพุทธเชื่อว่าพระพุทธรูปเจ้ามีจริง เชื่อในการตรัสรู้ของพระพุทธรูปเจ้า 4) ชาวพุทธจังหวัดอุบลราชธานีเสนอแนะการนำหลักศรัทธาทั้ง 4 ด้าน ไปใช้ในชีวิตประจำวัน โดยให้ศึกษาหลักศรัทธาฝ่ายเถรวาทให้เข้าใจอย่างถ่องแท้ แล้วนำมาประพฤติปฏิบัติตามและควรปฏิเสธในหลักศรัทธาที่คลาดเคลื่อนหรือผิดไปจากหลักศรัทธาที่ถูกต้องตามหลักศรัทธาของพระพุทธศาสนา

ธนดล ภูณะศิริ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ความประทับใจ ความศรัทธา และการบริจาคของผู้ปฏิบัติธรรมที่วัดแห่งหนึ่งในภาคกลาง ผลการวิจัยพบว่า “ความประทับใจและความศรัทธา” ทั้งจากความสะอาด ความเป็นระเบียบ การบริหารความสะอาด สังคมและบรรยากาศภายในวัด ความเคร่งครัดในการรักษาศีลของพระสงฆ์ และภาวะผู้นำของบุคคลสำคัญของวัด โดยเฉพาะเจ้าอาวาสว่ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกมาปฏิบัติธรรม นอกจากนี้ความประทับใจและความศรัทธาก็ยังมีผลต่อการตัดสินใจบริจาคทรัพย์ และยังช่วยเปลี่ยนแปลงทัศนคติและชีวิตของผู้ปฏิบัติธรรม รวมถึงการช่วยส่งเสริมความสำเร็จทั้งต่อหน้าที่การงานและการเงินของผู้ปฏิบัติธรรม

พระไกรวุฒิ เมืองมา (2561) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของวัดตำบลแม่ใส อำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้บทบาทและหน้าที่ด้านบุคลิกภาพ ด้านเจตคติ ด้านการรับรู้ข่าวสาร และด้านกิจกรรม อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านความผูกพันต่อชุมชน อยู่ในระดับมากที่สุด การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน การมี

ส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ อยู่ในระดับมาก และการมีส่วนร่วมในการประเมินผล อยู่ในระดับปานกลาง และจากการศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องทั้ง 6 ด้าน พบว่า มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการมีส่วนร่วมของประชาชนในการเข้ามีส่วนร่วมในกิจกรรมของวัด ทั้ง 4 ด้าน พบว่า มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ยกเว้นความผูกพันต่อชุมชน ไม่มีอิทธิพลกับการประเมินผล

ผลการสังเคราะห์องค์ประกอบเชิงโครงสร้างของความศรัทธาในพระพุทธศาสนา

จากการทบทวนสาระสำคัญเกี่ยวกับศรัทธา ผู้วิจัยพบว่าความศรัทธาน่าจะเป็นผลมาจากแรงจูงใจและความต้องการในระดับต่างๆ ของพุทธศาสนิกชนหรือประชาชน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของมาสโลว์ (Maslow's Need Hierarchy Theory) ได้สรุปความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ออกเป็น 5 ลำดับขั้น หรือที่เรียกว่า “Maslow's Hierarchy of Needs Theory” แสดงดังภาพที่ 2.4 โดยเรียงลำดับจากต่ำสุดไปสูงสุด เขาได้อธิบายว่าเมื่อคนเราได้รับความต้องการในระดับหนึ่งแล้ว ก็จะมีความต้องการในระดับสูงขึ้นไป โดยความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้วจะไม่เป็นตัวจูงใจอีก แต่ทฤษฎีของ Maslow ก็ถูกโต้แย้งอยู่หลายประเด็น



ภาพที่ 2.4 แรงจูงใจและความต้องการในระดับต่างๆ

ที่มา : (Bateman and Snell, 2004 : 405-406; Robbins, 2005 : 171)

ซึ่งต่อมา Alderfer ได้พัฒนาทฤษฎีลำดับความต้องการของ Maslow ขึ้นใหม่ชื่อ “Alderfer's ERG Theory” เขาได้ลดลำดับขั้นตอนออกให้เหลือเพียง 3 ประเภท คือ

1. การดำรงอยู่ (Existence Needs : E) ได้แก่ อาหาร น้ำ อากาศ ที่อยู่ ซึ่งตรงกับความต้องการในขั้นที่ 1 เรื่องปัจจัยพื้นฐาน และขั้นที่ 2 เรื่องความปลอดภัยของ Maslow

2. ความสัมพันธ์ (Relatedness Needs: R) เช่น ความรัก การยอมรับนับถือ ซึ่งตรงกับ
 ขั้นที่ 3 เรื่องสังคม และขั้นที่ 4 เรื่องการยกย่อง

3. ความก้าวหน้า (Growth Needs: G) ได้แก่ การประสบความสำเร็จในชีวิต ซึ่งตรงกับ
 ขั้นที่ 5

ความแตกต่างสำคัญระหว่างทฤษฎีลำดับขั้นของ Maslow และทฤษฎี ERG คือ บางครั้ง
 บุคคลอาจมีความต้องการในระดับที่สูงก่อนความต้องการในระดับต่ำ หรืออาจมีความต้องการระดับ
 หนึ่งและสองในเวลาเดียวกันก็เป็นได้ ไม่เสมอไปที่ต้องให้ความต้องการระดับแรกได้รับการตอบสนอง
 ก่อน แล้วจึงจะเกิดความต้องการในระดับถัดไป

ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาความศรัทธาของพุทธศาสนิกชนที่มีต่อวัดทองนพคุณ
 ใน 3 ด้าน คือ ด้านการดำรงอยู่ ด้านความสัมพันธ์ และด้านความก้าวหน้า ตามแนวคิดและทฤษฎีของ
 ทฤษฎีแรงจูงใจของอัลเดอร์เฟอร์ (Alderfer's Existence - Relatedness Growth Theory หรือ
 E.R.G. Theory) เพื่อประเมินศรัทธาของพุทธศาสนิกชนที่มีต่อการเข้าร่วมกิจกรรมของวัดเพื่อสืบทอด
 พระพุทธศาสนาของวัดทองนพคุณ จังหวัดเพชรบุรี