



**ความต้องการแลกเปลี่ยนทางสังคมของนักศึกษาระดับปริญญาโท  
คณะศึกษาศาสตร์ วิชาเอกการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์  
มหาวิทยาลัยรามคำแหง**

**ภวิษย์พร เหลือหลาย**

**สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชา รัฐประศาสนศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช**

**พ.ศ. 2553**



## ใบรับรองสารนิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ปริญญา รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต

หัวข้อสารนิพนธ์      ความต้องการแลกเปลี่ยนทางสังคมของนักศึกษาระดับปริญญาโท  
                                         คณะศึกษาศาสตร์ วิชาเอก การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์  
                                         มหาวิทยาลัยรามคำแหง

เสนอโดย                      ภวิชัยพร เหลือหลาย

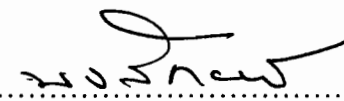
สาขาวิชา                      รัฐประศาสนศาสตร                      วิชาเอก การจัดการทรัพยากรมนุษย์

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์      ผศ.ดร.จรัญญา ปานเจริญ

ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบสารนิพนธ์แล้ว

  
.....ประธานกรรมการ  
(อาจารย์ ดร.ชำนาญ ปิยวนิชพงษ์)

  
.....อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จรัญญา ปานเจริญ)

  
.....กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ นงลักษณ์ วัฒนสิงหะ)

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

เลขทะเบียน	0209811
วันลงคะแนน	- 7 ก.ค. 2553
เลขเรียกคะแนน	302.14
	๑๒๓๔
	[ 2553 ]

   
..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
(รองศาสตราจารย์ ดร.ธนิศา จิตรน้อมรัตน์)

วันที่ ..... 1 ..... เดือน ..... พ.ศ. 2553

หัวข้อสารนิพนธ์	ต้องการแลกเปลี่ยนทางสังคมของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะศึกษาศาสตร์ วิชาเอกการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ชื่อผู้เขียน	ภวิษย์พร เหลือหลาย
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จรัญญา ปานเจริญ
สาขาวิชา	รัฐประศาสนศาสตร์ (วิชาเอก การจัดการทรัพยากรมนุษย์)
ปีการศึกษา	2552

### บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าความต้องการแลกเปลี่ยนทางสังคมของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะศึกษาศาสตร์ วิชาเอกการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและการแลกเปลี่ยนทางสังคมของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะศึกษาศาสตร์ วิชาเอกการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยรามคำแหงและเพื่อศึกษาความต้องการแลกเปลี่ยนทางสังคมของนักศึกษา ในด้านปฏิสัมพันธ์ด้านการทำกิจกรรมร่วมกัน ด้านการแลกเปลี่ยนทางวิชาการ และด้านบทบาทหน้าที่ ชั้นปีที่ 1 และ 2 จำนวน 149 คน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือการรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลโดยอัตราส่วนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบความแตกต่างโดยใช้การทดสอบค่าที (t-test) และใช้วิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way Analysis of Variance หรือ f-test) และศึกษาความสัมพันธ์โดยใช้สถิติ Chi-Square โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) ช่วยในการประเมินผล โดยได้ผลวิจัยดังต่อไปนี้

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่ 2 เป็นเพศหญิง มีอายุ 30 – 40 ปี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีสถานภาพโสด และส่วนใหญ่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท มีความสัมพันธ์การแลกเปลี่ยนทางสังคมด้านการแลกเปลี่ยนทางวิชาการ อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความสัมพันธ์ด้านแลกเปลี่ยนเกี่ยวข้องกับปัญหาสังคม เช่น เด็กเล่นเกม ท้องก่อนวัยเรียน การหย่าร้าง ฯลฯ เป็นต้น รองลงมาคือแลกเปลี่ยนระหว่างกลุ่มเกี่ยวกับปัญหาเศรษฐกิจ ด้านปฏิสัมพันธ์ด้านการทำกิจกรรมร่วมกัน มีความสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับน้อย โดยความสัมพันธ์ลำดับแรกคือสัมมนาวิชาการประเด็นปัญหาอื่นๆ เช่น ปัญหาโลกร้อน รองลงมาคือทัศนศึกษา ร่วมกัน และการเล่นกีฬาร่วมกันระหว่างกลุ่มเป็นลำดับสุดท้าย และด้านบทบาทหน้าที่ มีความสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับน้อยเช่นกัน คือความรู้สึผูกพันระหว่างรุ่นพี่รุ่นน้อง รองลงมา

คือ การฝึกงาน และ แบ่งบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบในการจัดกิจกรรม เป็นลำดับสุดท้าย เมื่อทดสอบสมมติฐาน พบว่า เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ คือ นักศึกษาที่มีเพศต่างกัน มีอายุต่างกัน มีอาชีพต่างกันและมีสถานภาพต่างกัน มีความต้องการแลกเปลี่ยนทางสังคมแตกต่างกันแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05



## กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์นี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ บุคคล และกลุ่มบุคคลต่างๆ ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษา แนะนำ ช่วยเหลือ อย่างค้ำจุน ทั้งในด้านวิชาการ และ ด้านการดำเนินงานวิจัย อาทิเช่น

- ดร.จรัญญา ปานเจริญ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์
  - คุณจรงค์ศักดิ์ รองเดช หัวหน้างาน ที่ให้กำลังใจ ให้คำปรึกษา และให้การสนับสนุน
- ในด้านการศึกษามาโดยตลอด
- ขอขอบพระคุณมหาวิทยาลัยรามคำแหง ที่ให้การสนับสนุนทางด้านข้อมูล และอำนวยความสะดวกในการทำวิจัย

ท้ายนี้ ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ที่ให้การเลี้ยงดูอบรม และส่งเสริมการศึกษา เป็นอย่างดีตลอดมาในอดีต จนทำให้ผู้วิจัยประสบความสำเร็จในชีวิตตลอดมา

ภวิษย์พร เหลือหลาย

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
กิตติกรรมประกาศ .....	ง
สารบัญตาราง .....	ช
บทที่	
1. บทนำ .....	1
1.1 ความเป็นมา .....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา .....	1
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	2
1.4 สมมติฐานของการศึกษา .....	2
1.5 ขอบเขตของการศึกษา .....	2
1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย .....	3
2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	4
2.1 ทฤษฎีการมีส่วนร่วม .....	4
2.2 ทฤษฎีความสำเร็จ .....	9
2.3 ทฤษฎีการยอมรับ .....	12
2.4 ทฤษฎีเจตคติและทัศนคติ .....	15
2.5 ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม .....	26
2.6 การช่วยเหลือ การร่วมมือ การแข่งขัน การขัดแย้ง และความก้าวร้าว .....	28
2.7 พฤติกรรมมนุษย์ในกลุ่ม .....	40
2.8 อิทธิพลทางสังคม .....	58
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	70
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	70
3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลการวิจัย .....	70
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา .....	71
3.4 การทดสอบเครื่องมือ .....	72
3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล .....	73
3.6 การประมวลผลข้อมูล .....	73

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.7 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล .....	73
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	74
5. บทสรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	86
5.1 สรุปผลการวิจัย .....	87
5.2 การอภิปรายผล .....	89
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	89
บรรณานุกรม .....	91
ภาคผนวก .....	93
ประวัติผู้เขียน .....	97



## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์.....	75
4.2 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสัมพันธ์การแลกเปลี่ยนทางสังคมของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะศึกษาศาสตร์ วิชาเอกการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ปฏิสัมพันธ์ด้านการทำกิจกรรมร่วมกัน..	77
4.3 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสัมพันธ์การแลกเปลี่ยนทางสังคมของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะศึกษาศาสตร์ วิชาเอกการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ด้านการแลกเปลี่ยนทางวิชาการ.....	78
4.4 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสัมพันธ์การแลกเปลี่ยนทางสังคมของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะศึกษาศาสตร์ วิชาเอกการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ด้านบทบาทหน้าที่.....	79
4.5 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความต้องการแลกเปลี่ยนทางสังคมของนักศึกษาที่เรียนชั้นปีต่างกัน.....	80
4.6 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความต้องการแลกเปลี่ยนทางสังคมของนักศึกษาที่มีเพศต่างกัน.....	81
4.7 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความต้องการแลกเปลี่ยนทางสังคมของนักศึกษาที่มีอายุต่างกัน.....	82
4.8 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความต้องการแลกเปลี่ยนทางสังคมของนักศึกษาที่มีอาชีพต่างกัน.....	83
4.9 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความต้องการแลกเปลี่ยนทางสังคมของนักศึกษาที่มีสถานภาพต่างกัน.....	84
4.10 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความต้องการแลกเปลี่ยนทางสังคมของนักศึกษาที่มีรายได้ต่างกัน.....	85



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การแลกเปลี่ยนทางสังคมในหมู่สังคมต่างๆ นั้นมีความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะการที่คนเราจะใช้ชีวิตอยู่ในสังคมได้นั้น จำเป็นต้องมีปฏิสัมพันธ์กันในด้านต่างๆ ทฤษฎีแลกเปลี่ยนทางสังคม (Socialexchange theory) เป็นทฤษฎีหนึ่งที่ได้รับ ความสนใจและถูกนำไปใช้ศึกษา และอธิบายกระบวนการและพฤติกรรมของมนุษย์ เนื่องจากว่าพื้นฐานการแลกเปลี่ยนระหว่างสังคมจะอยู่ในรูปของการแลกเปลี่ยนหลายๆ ด้าน เช่น ทางเศรษฐกิจ ทางสังคม วัฒนธรรม การแลกเปลี่ยนทางสังคมสามารถสร้างพันธะผูกพันและความไว้วางใจ ให้เกิดขึ้นกับคนในสังคมนั้นๆ ทำให้คนมีเจตคติทางบวกต่อสังคม มีพฤติกรรมการอยู่ร่วมกันที่ดี

สังคมนักศึกษาก็เช่นเดียวกัน โดยเฉพาะสังคมของนักศึกษาระดับปริญญาโท การแลกเปลี่ยนทางสังคมอาจจะมีน้อย เนื่องการพบปะ พูดคุยของนักศึกษาจำกัดด้วยเวลาที่นักศึกษามาพบเจอ โดยเฉพาะพบเจอกันในช่วงที่เรียนเท่านั้น การแลกเปลี่ยนทางสังคมในด้านต่างๆ จึงคาดว่า จะมีน้อยตามไปด้วย

ดังนั้น ผู้วิจัยได้เล็งเห็นความสำคัญ จึงได้ทำการศึกษา เพื่อให้ทราบถึงความต้องการแลกเปลี่ยนทางสังคมของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะศึกษาศาสตร์ วิชาเอกการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง เพื่อที่จะสามารถนำผลการวิจัยมาปรับทัศนคติและพฤติกรรม ความสัมพันธ์ของนักศึกษาต่อไป

#### 1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความต้องการแลกเปลี่ยนทางสังคมของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะศึกษาศาสตร์ วิชาเอกการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
2. เพื่อเปรียบเทียบความต้องการการแลกเปลี่ยนทางสังคมของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะศึกษาศาสตร์ วิชาเอกการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

### 1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.3.1 นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะศึกษาศาสตร์ วิชาเอกการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง มีการแลกเปลี่ยนทางสังคมกันมากขึ้น

1.3.2 ผลงานวิจัยนี้สามารถให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้สนใจได้นำไปจัดกิจกรรมการแลกเปลี่ยนทางสังคมได้

### 1.4 สมมติฐาน

1.4.1 นักศึกษาที่เรียนต่างชั้นปี มีความต้องการแลกเปลี่ยนทางสังคมแตกต่างกัน

1.4.2 นักศึกษาที่มีเพศต่างกัน มีความต้องการแลกเปลี่ยนทางสังคมแตกต่างกัน

1.4.3 นักศึกษาที่มีอายุต่างกัน มีความต้องการแลกเปลี่ยนทางสังคมแตกต่างกัน

1.4.4 นักศึกษาที่มีอาชีพต่างกัน มีความต้องการแลกเปลี่ยนทางสังคมแตกต่างกัน

1.4.5 นักศึกษาที่มีสถานภาพต่างกัน มีความต้องการแลกเปลี่ยนทางสังคมแตกต่างกัน

1.4.6 นักศึกษาที่มีรายได้ต่างกัน มีความต้องการแลกเปลี่ยนทางสังคมแตกต่างกัน

### 1.5 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความต้องการแลกเปลี่ยนทางสังคมของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะศึกษาศาสตร์ วิชาเอกการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง มีขอบเขตการศึกษาดังนี้

1.5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา ในการศึกษามุ่งที่จะศึกษาพฤติกรรมและความต้องการการแลกเปลี่ยนทางสังคมของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะศึกษาศาสตร์ วิชาเอกการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

1.5.2 ขอบเขตพื้นที่ในการศึกษา ทำการศึกษาเฉพาะ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

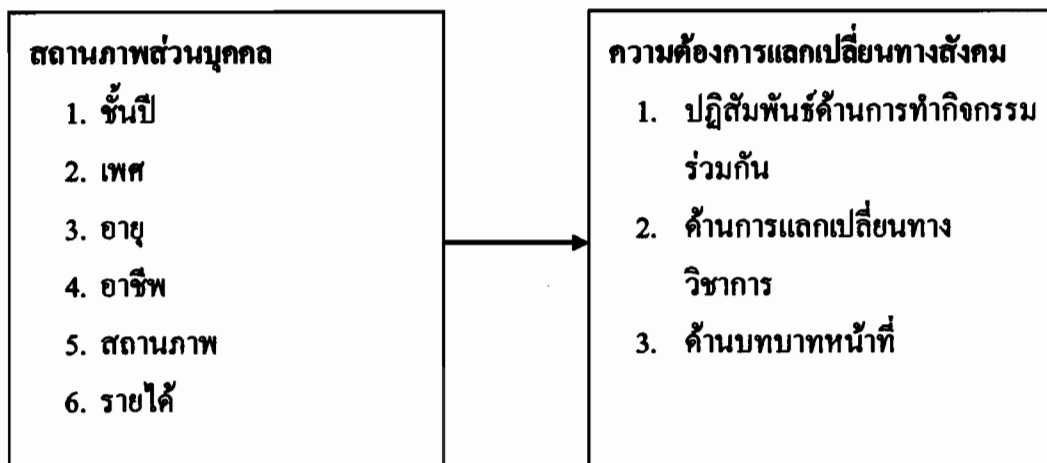
1.5.3 ขอบเขตด้านประชากร โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะศึกษาศาสตร์ วิชาเอกการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง จำนวน 149 คน

1.5.4 ขอบเขตด้านข้อมูล เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 149 ชุด ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่าง 1 – 31 มกราคม พ.ศ.2553

## 1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษา เรื่อง ความต้องการแลกเปลี่ยนทางสังคมของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะศึกษาศาสตร์ วิชาเอกการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา แนวความคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อประกอบการศึกษา ดังต่อไปนี้

- 2.1 ทฤษฎีการมีส่วนร่วม
- 2.2 ทฤษฎีความสำเร็จ
- 2.3 ทฤษฎีการยอมรับ
- 2.4 ทฤษฎีเจตคติและทัศนคติ
- 2.5 ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม
- 2.6 การช่วยเหลือ การร่วมมือ การแข่งขัน การขัดแย้ง และความก้าวร้าว
- 2.7 พฤติกรรมมนุษย์ในกลุ่ม
- 2.8 อิทธิพลทางสังคม

#### 2.1 ทฤษฎีการมีส่วนร่วม

##### 2.1.1 แนวความคิดเกี่ยวกับทฤษฎีการมีส่วนร่วม

การที่จะให้ประชาชนเข้าร่วมในการพัฒนามีส่วนร่วมในการพัฒนามีมาแต่โบราณ การเข้าร่วมในกิจกรรม อาจทำให้ระยะสั้นระยะยาวต่อเนื่อง อาจกระทำในกรอบนโยบายที่กำหนด หรือทำตามความจำเป็นที่ผู้เข้าร่วมในชุมชน ความหมายของการมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาชน จึงหมายถึง กระบวนการที่รัฐบาลทำการส่งเสริม ชักนำ สนับสนุน และสร้าง โอกาสให้ประชาชนในชุมชนทั้งในรูปส่วนบุคคล กลุ่มคน ชมรม สมาคม มูลนิธิ และองค์การอาสาสมัครรูปแบบต่างๆ ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานเรื่องใดเรื่องหนึ่งให้บรรลุตามวัตถุประสงค์และนโยบายการพัฒนาที่กำหนดไว้ การร่วมปฏิบัติตามนโยบาย แผนงาน โครงการและกิจกรรม ให้บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้ และขั้นสุดท้ายร่วมกันควบคุมติดตาม ประเมินผล และร่วมบำรุงรักษาโครงการที่ได้ทำไว้ ทั้งโดยเอกชนและรัฐบาล ให้ใช้ประโยชน์ได้ตลอดไป (ไพรัตน์ เตชะรินทร์, 2547)

ไพรัตน์ เตชะรินทร์ (2547 : 6-7) กล่าวถึง การมีส่วนร่วมว่าเป็นกระบวนการที่รัฐบาล ส่งเสริม ชักนำ สนับสนุนและสร้างโอกาส ให้ประชาชนในชุมชนทั้งในรูปส่วนบุคคล กลุ่มคน ชุมชน สมาคม มูลนิธิและองค์การอาสาสมัครรูปต่างๆ ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการเพื่อให้ บรรลุผลตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดเอาไว้ โดยมีส่วนร่วมในลักษณะดังนี้

1. ร่วมทำการศึกษาค้นคว้าปัญหาและสาเหตุของปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน
2. ร่วมคิดหาและสร้างรูปแบบและวิธีการพัฒนาเพื่อแก้ไขและลดปัญหาของชุมชน
3. ร่วมวางแผน นโยบายหรือแผนงาน เพื่อแก้ปัญหาและสนองตอบความต้องการของ ชุมชน
4. ร่วมจัดหรือปรับปรุงระบบการบริหารงานพัฒนาให้มีประสิทธิภาพและเกิด ประสิทธิภาพ
5. ร่วมลงทุนในกิจกรรมของชุมชนตามขีดความสามารถของตนเองและหน่วยงาน
6. ร่วมปฏิบัติตาม นโยบายแผนงาน โครงการและกิจกรรมให้บรรลุตามเป้าหมายที่ วางไว้
7. ร่วมควบคุม ติดตามประเมินผล และร่วมบำรุงรักษา โครงการและกิจกรรมที่ได้

วิรัช วิรัชนิภา (2540) ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมคือ “กระบวนการที่ส่งเสริมชัก นำสนับสนุน และสร้างโอกาสให้ชาวบ้านทั้งในรูปของบุคคลและกลุ่มคนต่างๆ ให้เข้ามามีส่วน ร่วมในการดำเนินกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง หรือหลายกิจกรรม โดยจะต้องเป็นไปด้วยความสมัคร ใจ มิใช่เข้ามามีส่วนร่วม เพราะการหวังรางวัลตอบแทนและสิ่งที่สำคัญคือ การมีส่วนร่วมนั้นจะต้อง สอดคล้องกับชีวิต ความจำเป็น ความต้องการ และวัฒนธรรมของคนส่วนใหญ่ในชุมชนด้วย”

เจิมศักดิ์ ปิ่นทอง (2547 : 272 -273) ได้แยกขั้นตอนการมีส่วนร่วมไว้เป็น 4 ขั้นตอน คือ

1. การมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหา และสาเหตุของปัญหาของชาวชนบท
2. การมีส่วนร่วมในการวางแผนดำเนินกิจกรรม
3. การมีส่วนร่วมในการลงทุนและปฏิบัติงาน
4. การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลงาน

เจิมศักดิ์ ปิ่นทอง (2545) กล่าวว่า การมีส่วนร่วม หมายถึง การที่ประชาชนมีการ พัฒนาการการใช้ประโยชน์ทรัพยากรที่มีในท้องถิ่น เพื่อเอื้อประโยชน์ต่อการดำรงชีวิตในทาง เศรษฐกิจและสังคม โดยการพัฒนาความรู้และภูมิปัญญาการตัดสินใจในการดำรงชีวิตของตนเอง

จรัส นิ่มนวล (2550 : 249) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการที่มีความสำคัญต่อ การพัฒนากิจกรรมสำคัญที่ต้องทำก็คือ ผลักดันให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมอย่างจริงจัง (Activeparticipation) ในการดำเนินงานพัฒนา ทั้งนี้ก็เนื่องจากหลักสำคัญที่ว่า การมีส่วนร่วมเป็น

วิธีการที่จะได้มาซึ่งข้อมูลเกี่ยวกับสภาพท้องถิ่น ความต้องการและเจตคติของประชาชน ถ้าประชาชนได้มีส่วนร่วมในการคิดค้นปัญหาและวางแผนพัฒนาแล้ว จะทำให้ประชาชนยอมรับแผนงานโครงการพัฒนานั้นๆ เป็นการสร้างประชาธิปไตยขั้นพื้นฐาน คือ การที่ประชาชนต้องมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่นของตนเอง

ยูวัฒน์ วุฒิเมธี (2544 : 67) กล่าวว่า สาระสำคัญของ การมีส่วนร่วมของประชาชนนั้น หมายถึง การเปิดโอกาสให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการคิดริเริ่ม การพิจารณาตัดสินใจการเข้าร่วมปฏิบัติและร่วมรับผิดชอบในเรื่องต่างๆ อันมีผลกระทบมาถึงตัวประชาชนเอง การมีส่วนร่วมของประชาชน เป็นแนวคิดทางยุทธศาสตร์ของหลักการพัฒนาชุมชนที่จะทำให้ประชาชนบังเกิดมีความศรัทธาในตัวเอง (Self-reliance) ความเชื่อมั่นในตัวเอง (Self-confidence) ความรู้สึกเป็นเจ้าของ (Sense of belonging) ในการดำเนินการตามโครงการพัฒนาต่างๆ ในชุมชนซึ่งจะนำไปสู่ความสามารถ และประสิทธิภาพในการปกครองตนเองในระบอบประชาธิปไตยของประชาชน

ดิน ปรัชญพฤทธิ และอิสระ สุวรรณบด (2544 : 40) ได้กล่าวถึงผลการวิจัยของประจักษ์ของ ลิเคิร์ต (Likert) เกี่ยวกับระบบการมีส่วนร่วม (Participative group) พบว่า หากหน่วยงานธุรกิจพยายามใช้ระบบที่เปิดโอกาสให้คนงานได้เข้ามามีส่วนร่วมมากเพียงใด ก็ยิ่งทำให้ผลผลิตของคนงานดีขึ้นและคนงานมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กรมากขึ้นเพียงนั้น นอกจากนี้องค์การยังสามารถลดค่าใช้จ่ายลงได้ด้วย

ปธาน สุวรรณมงคล (2547 : 83) กล่าวถึงชุมชนควรมีขอบเขตของการมีส่วนร่วม คือ

1. การมีส่วนร่วมของชุมชนในการตัดสินใจ
2. การมีส่วนร่วมของชุมชนในการดำเนินงาน
3. การมีส่วนร่วมของชุมชนในผลประโยชน์
4. การมีส่วนร่วมของชุมชนในการประเมินผล

ฉอาน วุฒิกรรมรักษา (2546 : 16) ได้จำแนกการเข้ามามีส่วนร่วมไว้เป็น 5 ขั้นตอน คือ

1. ขั้นตอนกำหนดความต้องการ
2. ขั้นตอนวางแผนดำเนินการ
3. ขั้นตัดสินใจ
4. ขั้นดำเนินการ
5. ขั้นติดตามผลงาน

นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์ (2547 : 183) กล่าวว่า “การมีส่วนร่วมของประชาชน หมายถึงการเกี่ยวข้องทางด้านจิตใจและอารมณ์ของบุคคลหนึ่งในสถานการณ์กลุ่ม ซึ่งผลของการเกี่ยวข้อง

ดังกล่าวเป็นเหตุเร้าให้กระทำบรรลุดมมุ่งหมายของกลุ่มนั้น กั้บทั้งให้เกิดความรู้สึกร่วมรับผิดชอบกับกลุ่มดังกล่าวด้วย”

### 2.1.2 ความสำคัญของการมีส่วนร่วม

ไพโรจน์ (2540 อ้างถึงใน ประสพสุข เหลืองไพโรจน์, 2544: 35) กล่าวถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมว่า

1. การมีส่วนร่วมทำให้ประชาชนยอมรับโครงการมากขึ้น เนื่องจากตรงปัญหาและความต้องการ

2. การมีส่วนร่วมจะก่อให้เกิดความผูกพันและความรู้สึกเป็นเจ้าของ
3. การดำเนินการราบรื่นและได้รับความช่วยเหลือจากประชาชน
4. เกิดประโยชน์กับประชาชน และมีการระดมทรัพยากรเพื่อการพัฒนามากขึ้น
5. การมีส่วนร่วมจะช่วยพัฒนาขีดความสามารถของประชาชนมากขึ้น

กรรณิกา ชมดี (2544 : 13) ได้สรุปแบบของการมีส่วนร่วมออกเป็น 10 แบบ คือ

1. การมีส่วนร่วมประชุม
2. การมีส่วนร่วมออกเงิน
3. การมีส่วนร่วมเป็นกรรมการ
4. การมีส่วนร่วมเป็นผู้นำ
5. การมีส่วนร่วมสัมภาษณ์
6. การมีส่วนร่วมเป็นผู้ชักชวน
7. การมีส่วนร่วมเป็นผู้บริโภค
8. การมีส่วนร่วมเป็นผู้ริเริ่มหรือผู้เริ่ม
9. การมีส่วนร่วมเป็นผู้ใช้แรงงาน
10. การมีส่วนร่วมออกวัสดุอุปกรณ์

จากความหมายของการมีส่วนร่วมและลักษณะของการมีส่วนร่วมของประชาชนดังกล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปได้ว่าการมีส่วนร่วมของประชาชน หมายถึง การที่กลุ่มคนเข้ามามีส่วนร่วมรับผิดชอบและตัดสินใจในขั้นตอนต่างๆ ของการดำเนินกิจกรรมโดยสมัครใจ เพื่อให้บรรลุดมมุ่งหมายของกลุ่ม

### 2.1.3 ลักษณะหรือรูปแบบการมีส่วนร่วม

Cohen and Uphoff (1980 อ้างถึงใน ประเทือง มนตรี, 2546: 18) ได้แบ่งชนิดของการมีส่วนร่วมออกเป็น 4 ชนิด คือ

1. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (decision making) ประกอบไปด้วย 3 ขั้นตอน ริเริ่มตัดสินใจ ดำเนินการตัดสินใจ และตัดสินใจปฏิบัติการ
2. การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ (implementation) ประกอบไปด้วยการสนับสนุนด้านทรัพยากร การบริหาร และการประสานความร่วมมือ
3. การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ (benefit) ไม่ว่าจะเป็นผลประโยชน์ในด้านวัตถุ ผลประโยชน์ทางสังคม หรือผลประโยชน์ส่วนบุคคล
4. การมีส่วนร่วมในการประเมินผล (evaluation) เป็นการดำเนินการและตรวจสอบการดำเนินงานทั้งหมด และเป็นการแสดงถึงการปรับตัวในการมีส่วนร่วมต่อไป

สรุปได้ว่ารูปแบบของการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่มประกอบด้วย สมาชิกร่วมกันตัดสินใจเสียสละ ร่วมลงมือปฏิบัติกิจกรรมกลุ่ม ร่วมรับผลประโยชน์ ร่วมในการประเมินผล

### 2.1.3 แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความคิดเห็นและทัศนคติการรับรู้และจิตวิทยาการงูใจ

การรับรู้ การเรียนรู้ ทัศนคติความเชื่อ หมายถึง Psychological factors) ที่ส่งอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคได้แก่ การงูใจ (motivation) การรับรู้ (perception) การเรียนรู้ (learning) ความเชื่อและทัศนคติ (beliefs and attitudes)

2.1.3.1 การงูใจ โดยทั่วไป หมายถึง การชักนำหรือการเกลี้ยกล่อมเพื่อให้บุคคลเห็นคล้อยตาม สิ่งที่ใช้ชักนำหรือเกลี้ยกล่อมเรียกว่าแรงงูใจ (Motive) ซึ่งหมายถึงพลังที่มีอยู่ในตัวบุคคลแล้ว และพร้อมที่จะกระตุ้นหรือชี้ทางให้บุคคลกระทำการอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของบุคคลนั้น

2.1.3.2 การรับรู้ หมายถึง กระบวนการที่บุคคลเลือกรับเอาสารสนเทศหรือสิ่งเร้าเข้ามาจัดระเบียบและทำความเข้าใจ โดยอาศัยประสบการณ์เป็นเครื่องมือ จากนั้นจึงมีปฏิกิริยาตอบสนอง การที่ผู้บริโภคสองคนได้รับสิ่งเร้าอย่างเดียวกัน และตกอยู่ภายใต้สถานการณ์เดียวกัน แต่มีปฏิกิริยาตอบสนองแตกต่างกัน เป็นเพราะการรับรู้ที่ต่างกัน นักการตลาดพึงเข้าใจว่าในชีวิตประจำวันของผู้บริโภคจะตกอยู่ท่ามกลางสิ่งเร้ามากมาย และผู้บริโภคสามารถจะเลือกรับได้ สามารถจะบิดเบือนได้ และสามารถที่จะเลือกจดจำเอาไว้ได้ การส่งสิ่งเร้า (เช่น การโฆษณา) ออกไป จึงต้องโดดเด่นชัดเจน และจำง่าย จึงจะทำให้ผู้บริโภคมีปฏิกิริยาตอบสนองไปในทางที่ประสงค์

2.1.3.3 การเรียนรู้ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอันเป็นผลมาจากการได้มีประสบการณ์ ไม่ว่าจะเป็นโดยตรงหรือทางอ้อมผู้บริโภคหากมีประสบการณ์มาแล้วว่าผลิตภัณฑ์ใดสามารถตอบสนองความต้องการหรือสร้างความพอใจให้แก่ความอยากได้ของเขาได้ดี เมื่อตกอยู่ใน



ภาวะที่ความต้องการหรือความอยากได้อย่างเดิมแสดงอิทธิพลออกมาอีก ผู้บริโภคจะซื้อผลิตภัณฑ์เดิมไปบริโภคอีก

2.1.4 ความเชื่อและทัศนคติ ความเชื่อเป็นลักษณะที่แสดงถึงความรู้สึกนึกคิดที่จะเป็นไปได้ อันเป็นจุดมุ่งหมายที่มีลักษณะเฉพาะ ซึ่งจะเป็นความจริงหรือไม่จริงก็ได้ ความเชื่อนี้อาจเกิดจากความรู้ ความคิดเห็น หรือศรัทธา ก็ได้ และอาจมีอารมณ์ความรู้สึก หรือความสะเทือนใจเข้ามาเกี่ยวข้องหรือไม่ก็ได้

2.1.5 ความเชื่อ เป็นตัวก่อให้เกิดจินตภาพของผลิตภัณฑ์ขึ้นในหมู่ผู้บริโภค ถ้าหากปรากฏว่าผู้บริโภคมีความเชื่อผิด ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ย่อมเป็นหน้าที่ของนักการตลาดที่จะต้องทำการรณรงค์เพื่อแก้ไขความเชื่อให้ถูกต้องด้วยกลวิธีต่างๆ

2.1.6 ทัศนคติ หมายถึง ความคิด ความเข้าใจ ความคิดเห็น ความรู้สึก และท่าทีของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งมีอิทธิพลต่อการแสดงออกของบุคคลนั้น โดยอาจแสดงออกในทางเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยก็ได้ ทัศนคติที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั้น มีธรรมชาติที่ค่อนข้างเปลี่ยนแปลงยาก แทนที่จะเปลี่ยนทัศนคติ นักการตลาดจึงควรใช้วิธีปรับข้อเสนอให้สอดคล้องกับทัศนคติ

## 2.2 ทฤษฎีความสำเร็จ

### 2.2.1 แนวความคิดเกี่ยวกับทฤษฎีความสำเร็จ

(Achievement Needs (nAch)) เมคเคลแลนด (McClelland, 1953) มีความเชื่อว่า มนุษย์เรามุ่ง จะกระทำ สิ่งใดสิ่งหนึ่ง ให้สำเร็จลุล่วงไป เมคเคลแลนด ได้สร้าง แบบทดสอบ เพื่อแยกประเภทของมนุษย์ ออกเป็น พวกที่มีความต้องการความสำเร็จสูงต่ำ เรียกว่า Thematic Apperception Test (TAT) TAT จะประกอบด้วย ภาพต่างๆ ภาพเหล่านี้ จะไม่มีคำบรรยายกำกับไว้ ผู้ทดสอบ จะเป็นผู้บรรยายว่า ภาพเหล่านั้น เกี่ยวกับ สิ่งใด หรือคนในภาพนั้น มีความรู้สึกอย่างไร เช่น ภาพวาดหนึ่ง มีเด็กหนุ่ม กำลังพรวนดินกลางทุ่งนา ที่ปลายนา มีพระอาทิตย์กำลัง จะลับขอบฟ้า แสดงถึง เวลาเย็น ผู้ทดสอบ จะต้องบรรยายว่า เด็กหนุ่มคนนั้น มีความรู้สึก อย่างไร คำบอกเล่าของผู้ทดสอบ จะได้รับ การตีความจากผู้ตัดสินว่า เขามีแรงจูงใจ ในความสำเร็จ สูงหรือต่ำ โดยได้รับ การเปรียบเทียบ คำตอบของผู้ทดสอบต่างๆ เช่น ถ้าผู้ทดสอบเล่าว่า หนุ่มผู้นั้นกำลังเสียใจว่า พระอาทิตย์ กำลังตกดิน ซึ่งหมายความว่า เขาไม่สามารถปลูกต้นไม้ ให้เสร็จสิ้นในวันนี้ได้ ในขณะที่เดียวกัน มีผู้ทดสอบอีกผู้หนึ่ง บรรยายว่า หนุ่มคนนั้น ดีใจว่า พระอาทิตย์ตก และเขาจะได้พักผ่อนเสียที จะ ได้ดื่มเหล้า สรวลเสเฮฮาบ้าง จากข้อมูลดังกล่าว ผู้ทดสอบคนหนึ่ง จะได้รับการตีความว่า เขามีแรงจูงใจ ในความสำเร็จสูง และผู้ทดสอบคนที่สอง จะได้รับการตีความว่า เขามี

แรงจูงใจในความสำเร็จต่ำ ลักษณะของบุคคลที่มีแรงจูงใจ ในความสำเร็จสูง (McClelland, 1947) ได้เก็บรวบรวมลักษณะต่างๆ ดังนี้ บุคคลผู้มีแรงจูงใจในความสำเร็จสูง จะต้องเป็นคนที่

1. ชอบทำงาน ที่มีระดับยากปานกลาง เป็นงานที่ไม่ยาก หรือง่ายเกินไป ความสามารถของเขา ในการทดลองชิ้นหนึ่ง ให้ผู้รับการทดลอง โยนก้อนไม้ใส่ห่วงที่ปักกับดิน ผลปรากฏว่า บุคคลมีแรงจูงใจสองลักษณะ คือ แรงจูงใจในความสำเร็จสูงและต่ำ มีการปฏิบัติ ที่แตกต่างกัน พวกที่มีแรงจูงใจสูง จะเลือกกระยะห่าง จากหลักพอสมควรที่เขาสามารถ จะโยนก้อนไม้ เข้าหลักได้ เขาจะไม่ขึ้น ใกล้เคียงหรือไกล เกินไป แต่จะขึ้นให้ห่างมาก เท่าที่เขาจะพยายามโยน ให้เข้าได้ ส่วนพวกแรงจูงใจด้านนี้ต่ำ มักเลือกขึ้นใกล้ๆ ให้ใส่ก้อนไม้ได้ง่ายๆ หรือขึ้นไกลๆ จนไม่สามารถโยนเข้าได้

2. ชอบได้รับการตอบสนอง ต่อผลงานทันที ที่ผลสำเร็จ เพื่อจะได้วัดประเมิน ผลความก้าวหน้า ของเขา และจะวัดตาม กฎเกณฑ์ ที่บังเอิญ

3. ชอบที่จะทำสิ่งใดแล้ว ทำให้สำเร็จไป และเขามักมีความสนใจ ในงานนั้นๆ มีการตอบสนอง ความต้องการภายใน (Intrinsic Reward) งานนั้น ควรน่าสนใจและท้าทาย เมื่อเลือก และมีจุดมุ่งหมายแล้ว จะต้องทำงานสำเร็จลุล่วงไป เขาอาจ จะมีลักษณะเจียบ ไม่ยุ่งเกี่ยวกับ คนอื่นมากนัก เขารู้ถึงว่า ความสามารถของเขานั้นจริงๆ มีแค่ไหน ไม่ใช่ คิดเองว่า เขามีความสามารถ มีแค่นั้นแค่นี้

มอท (Citing Mott, 1972 อ้างถึงใน จันทรานี สงวนนาม, 2543: 84-85) มีแนวความคิดว่าในการที่จะวัดความสำเร็จขององค์การ ได้ก็ด้วยปัจจัย 8 ประการ ได้แก่

1. ความชัดเจนของวัตถุประสงค์ที่ผู้ร่วมงานทุกคนในองค์การได้สร้างขึ้น
2. ความสำเร็จในงานย่อยแต่ละงาน
3. ความสามารถในการคิดสร้างสรรค์เพื่อแก้ปัญหาของบุคลากรแต่ละคน ในการทำงาน
4. ความสามารถในการคิดสร้างสรรค์เพื่อแก้ปัญหาของกลุ่มในการทำงาน
5. ความสำเร็จในการประสานงานเพื่อแก้ปัญหาระหว่างบุคคลในองค์การกับงานที่ทำ
6. สัดส่วนที่เหมาะสมระหว่างบุคคลในองค์การกับงานย่อยที่ได้รับมอบหมาย
7. ความสำเร็จในการสนองตอบต่อความต้องการของบุคคลในองค์การที่เกี่ยวข้องกับงานอย่างยุติธรรมและมีเหตุผล

8. ระดับของความสำเร็จที่ผู้บริหารตั้งไว้

นอกจากนี้ มอท ยังได้กำหนดตัวแปร 3 ตัว เป็นเครื่องตัดสินความสำเร็จขององค์การ ได้แก่

1. ผลงานขององค์การ (Productivity) ทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพของผลงานที่สำเร็จ

2. ความสามารถในการปรับตัว (Adaptability) หมายถึง ความสามารถในการวิเคราะห์วิจัย ปัญหา การพัฒนากระบวนการแก้ปัญหาเพื่อการปรับตัว ตลอดจนความสามารถในการประยุกต์ เทคโนโลยีและวิธีการใหม่ๆ มาใช้ในการแก้ปัญหา

3. ความสามารถในการปรับเปลี่ยน (Flexibility) ต่อสถานการณ์ที่ไม่คาดคิดว่าจะเกิดขึ้น ส่วน สเตียร์ส (Steers, 1977 อ้างถึงใน รุ่ง แก้วแดง และชัยณรงค์ สุวรรณสาร, 2546:196-197) ได้เสนอ แนวคิดเกี่ยวกับตัวแปรสำคัญ ซึ่งมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพขององค์กร มีดังนี้

3.1 ลักษณะขององค์กรมีการกระจายอำนาจมีการกำหนดกฎเกณฑ์ระเบียบข้อบังคับอย่างเป็นทางการขององค์กร มีขนาดขององค์กรที่เหมาะสม

3.2 ลักษณะของสภาพแวดล้อม สภาพแวดล้อมภายนอก สภาพแวดล้อมภายใน และ ความสามารถในการคาดคะเนสภาวะของสภาพแวดล้อม

3.3 ลักษณะของบุคลากรในองค์กรความสามารถในการสรรหาและรักษาไว้ซึ่งทรัพยากร องค์กรจะต้องสร้างบรรยากาศในการทำงานที่เอื้ออำนวยต่อการปฏิบัติงาน

3.4 ลักษณะของนโยบายการบริหารและการปฏิบัติ เช่น มีการกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน และแน่นอน การสร้างบรรยากาศ และสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน

กลูเอค (Glueck, 1980; อ้างถึงใน รุ่ง แก้วแดง และชัยณรงค์ สุวรรณสาร, 2546: 195-196) ได้กล่าวว่องค์กรจะมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลได้ หากองค์กรนั้นๆ ได้มีระบบการวางแผนที่ดี เพราะการวางแผนที่ดีนั้นไม่เพียงแต่องค์กรเท่านั้นที่จะได้รับผลสำเร็จ ผู้ปฏิบัติหรือคนในองค์กรนั้นก็จะได้รับผลสำเร็จของเขาด้วยจากแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของสถานศึกษาดังกล่าว อาจจะสรุปได้ว่าการที่สถานศึกษาจะประสบผลสำเร็จได้นั้นจะมีปัจจัยอยู่หลายประการ อาทิเช่นความชัดเจนของวัตถุประสงค์ของการทำงานของหน่วยงาน ความสามารถในการปรับตัวของบุคลากรและของหน่วยงาน ตลอดจนนโยบายการบริหารของหน่วยงานนั้นๆ

แนวคิดเกี่ยวกับการความสำเร็จ การศึกษาถึงแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของการดำเนินงานของเกษตรกร โดยใช้ขอบเขตแนวคิดและทฤษฎีที่วัดประสิทธิภาพและประสิทธิผล

## 2.3 ทฤษฎีการยอมรับ

### 2.3.1 แนวความคิดเกี่ยวกับการยอมรับ

#### 2.3.1.1 ความหมายของการยอมรับ

ดิเรก ฤกษ์ห่วย (2548: 16 อ้างถึงใน RogerandShoemaker, 1971) เกี่ยวกับความหมายของกระบวนการยอมรับว่า เป็นกระบวนการทางจิตใจของบุคคลแต่ละคนที่เริ่มตั้งแต่การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีหนึ่งไปจนถึงการยอมรับเทคโนโลยีอย่างเปิดเผย

บุญธรรม จิตต์อนันต์ (2540: 213) ได้ให้นิยามของการยอมรับเป็นกระบวนการจิตใจของบุคคลซึ่งเริ่มต้นด้วยการเริ่มรู้หรือได้ยินเกี่ยวกับแนวความคิดใหม่ แล้วไปสิ้นสุดด้วยการตัดสินใจ

ไปปฏิบัติ

ศักดิ์ พรธนา (2542: 18) ได้ให้นิยามของการยอมรับว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของเกษตรกรหลังจากที่ได้รับรู้แนวความคิดและความชำนาญ ประสิทธิภาพใหม่และได้ยึดถือปฏิบัติ

สรุป ความหมายของการยอมรับ คือกระบวนการทางจิตใจและกระบวนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของเกษตรกรซึ่งเกิดขึ้นหลังจากการได้รับรู้ แนวความคิดความชำนาญ ประสิทธิภาพใหม่ซึ่งเริ่มตั้งแต่การได้รับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับนวัตกรรมไปจนถึงการยอมรับนวัตกรรม และการนำไปใช้อย่างเปิดเผย

#### 2.3.1.2 กระบวนการยอมรับ

ดิเรก ฤกษ์ห่วย (2548: 16 อ้างถึงใน RogerandShoemaker, 1971) ได้กล่าวถึงขั้นตอนของกระบวนการยอมรับว่าแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอนดังนี้คือ

ขั้นที่ 1 ขั้นตื่นตัวในการรับข่าวสาร (awareness stage) เป็นขั้นเริ่มแรกที่จะนำไปสู่การยอมรับหรือปฏิเสธสิ่งใหม่ๆ ขั้นนี้เป็นขั้นที่บุคคลเริ่มรู้หรือตื่นตัวในสิ่งใหม่ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบอาชีพหรือกิจกรรมของเขาแต่ยังไม่ได้รับข่าวสารที่ครบถ้วน

ขั้นที่ 2 ขั้นสนใจ (interest stage) เป็นขั้นเริ่มมีความสนใจแสวงหารายละเอียดต่างๆเกี่ยวกับนวัตกรรมใหม่ๆ เพิ่มเติมและนำรายละเอียดที่ได้ไปผสมผสานกับความรู้และประสบการณ์เก่าของตนเอง

ขั้นที่ 3 ขั้นประเมินผล (evaluation) เป็นขั้นที่บุคคลจะประเมินว่านวัตกรรมนั้นเมื่อนำไปใช้แล้วจะแก้ปัญหาหรือให้ทำกิจกรรมของเราดีขึ้นหรือไม่

ขั้นที่ 4 (trail) เป็นขั้นที่บุคคลจะทำการทดลองนวัตกรรมนั้นในขนาดจำกัดว่าจะเป็นไปได้ตามทิศทางหวังไว้หรือไม่ แต่ในขั้นตอนนี้อาจจะถูกข้ามไปขั้นที่ 5 เลยก็ได้

ขั้นที่ 5 (aboption) เป็นขั้นที่บุคคลจะยอมรับนวัตกรรมนั้นและนำไปปฏิบัติอย่างเต็มที่ตามที่คนจะคิดว่าได้รับประโยชน์มากที่สุด แต่การปฏิบัติสืบเนื่องนานแค่ไหนนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง

กรมส่งเสริมการเกษตร (2541: 5-6) กล่าวถึงกระบวนการยอมรับของเกษตรกรแต่ละคน

มีอยู่ 5 ขั้นตอน

1. ขั้นตื่นตัว เกษตรกรตื่นตัวเนื่องจากได้รับข่าวสารความรู้ใหม่ๆ โดยเกษตรกรจะเกิดภาวะตื่นตัวด้วยตนเองเนื่องจากมีโอกาสได้รับรู้ข่าวสารความรู้จากการถ่ายทอดทางระบบสื่อสารมวลชนเป็นประจำวัน ส่วนใหญ่มักได้แก่ เกษตรกรที่เข้าถึงขณะหัวก้าวหน้า หรือยอมรับเร็ว หรือเกษตรกรที่อาจตื่นตัวเนื่องจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร เป็นผู้ชี้แนะกระตุ้นให้เข้าใจในเรื่องเทคโนโลยีต่างๆ ที่ต้องการถ่ายทอด วิเคราะห์ถึงข้อดีข้อเสียเพื่อเปรียบเทียบให้เกษตรกรค้นหา

2. ขั้นสนใจ เกษตรกรเกิดความสนใจ ทำให้มีการหารายละเอียดเพิ่มเติม หากความรู้ข่าวสารนั้นๆ ขาดการต่อเนื่องในการส่งข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งข่าวสารเดิม คือสื่อสารมวลชน รายละเอียดอาจจะต้องมาจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร ในขั้นนี้เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรจึงมีบทบาทสำคัญในการช่วยชี้แนะเพิ่มเติมถึงความเป็นไปได้ในการนำเทคโนโลยีนั้นๆ มาปฏิบัติ

3. ขั้นประเมินผล เกษตรกรจะต้องประเมินผลด้วยตนเอง หรือด้วยการชี้แนะจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร หรือด้วยการสรุปอภิปรายกลุ่มหรือรายวิธীরวมกันก็ได้ ไม่มีข้อจำกัด

4. ขั้นทดลองปฏิบัติเมื่อเกษตรกรประเมินผลแล้วเห็นว่าเทคโนโลยีดังกล่าวเป็นประโยชน์แก่ตนก็จะนำไปทดลองปฏิบัติ ซึ่งควรให้ทดลองดูในพื้นที่เล็กๆ เสียก่อน เมื่อเห็นผลแล้ว จึงค่อยขยายให้ใหญ่ขึ้นตามขีดจำกัดของแต่ละคนต่อไป ในขั้นนี้เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรต้องเน้นหนักด้านการถ่ายทอดปฏิบัติแก่เกษตรกรอย่างสนใจและใกล้ชิด ร่วมมือช่วยกันดำเนินการตามความจำเป็นในบทบาทของตน เพื่อมุ่งหวังให้การทดลองปฏิบัตินี้ประสบผลสำเร็จ และเกษตรกรเกิดทัศนคติที่ดีต่อเทคโนโลยีดังกล่าว

5. ขั้นการยอมรับ เมื่อเกษตรกรทดลองปฏิบัติและประสบผลสำเร็จดีก็จะยอมรับในเทคโนโลยีและนำไปปฏิบัติในลักษณะที่มีการขยายเพิ่มมากขึ้นกว่าขั้นทดลองปฏิบัติ

บุญธรรม จิตต์อนันต์ (2550: 213-218) อธิบายถึงกระบวนการยอมรับต้องผ่านขั้นตอนที่สำคัญ 5 ขั้นตอนด้วยกันคือ

1. **ขั้นเริ่มรู้หรือรับรู้** ขั้นนี้นับว่าเป็นขั้นที่สำคัญ เพราะเป็นขั้นแรกที่บุคคลเริ่มสัมผัสหรือรับรู้เกี่ยวกับแนวความคิดใหม่หรือสิ่งใหม่ๆ ต้องมีการจับจุดหรือกระตุ้นให้เกิดความสนใจ อันจะนำไปสู่ขั้นสุดท้ายคือการยอมรับและปฏิบัติ

2. **ขั้นสร้างความสนใจ** ถ้าในขั้นแรกบุคคลเพียงแต่รับรู้ในแนวความคิดใหม่แต่ไม่สนใจหรือไม่กระตุ้นให้เกิดความสนใจ ขั้นที่ 2 นี้และขั้นต่อไปก็จะถูกทอดทิ้งไปหรือไม่เกิดขึ้น ขั้นสร้างความสนใจนี้ บุคคลมีความสนใจในแนวความคิดใหม่

3. **ขั้นไตร่ตรอง** ในขั้นนี้บุคคลศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับแนวความคิดใหม่ แล้วคิดเปรียบเทียบดูกับงานที่เราทำอยู่ในปัจจุบันว่า ถ้ารับเอาแนวความคิดใหม่มาปฏิบัติจะเกิดผลดีหรือไม่

4. **ขั้นทดลองทำ** ขั้นนี้เป็นขั้นที่บุคคลทำตามแนวความคิดใหม่ โดยทำการทำแต่เพียงเล็กน้อยเพื่อดูว่าเข้ากันได้หรือไม่กับสภาวะการณ์ในปัจจุบันของตนและผลที่ออกมาตามที่คาดหวังไว้หรือไม่

5. **ขั้นนำไปปฏิบัติ** เป็นขั้นที่บุคคลตัดสินใจยอมรับแนวความคิดใหม่ไปปฏิบัติจริงจังให้เกิดการยอมรับและปฏิบัติ

Rogers and Shoemaker (1971 อ้างถึงใน สุนิศา วัชรเมษขลา, 2545: 6) กล่าวว่าบุคคลจะยอมรับการปฏิบัติแนวความคิดใหม่ (innovation decision process) สามารถแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอนคือ

**ขั้นที่ 1 ขั้นความรู้ (knowledge)** ขั้นนี้บุคคลจะรับทราบเกี่ยวกับแนวความคิดใหม่ และมีความเข้าใจบางอย่างเกี่ยวกับหน้าที่การทำงานของแนวความคิดใหม่

**ขั้นที่ 2 ขั้นชักชวน (persuasion)** ขั้นนี้บุคคลจะสร้างเจตคติที่ดีหรือไม่ดี ต่อแนวความคิดใหม่ ภายหลังจากเรียนรู้แล้ว

**ขั้นที่ 3 ขั้นตัดสินใจ (decision)** ขั้นนี้บุคคลจะเข้าไปเกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่างๆ ซึ่งจะนำไปสู่การตัดสินใจที่จะยอมรับหรือไม่ยอมรับแนวความคิดใหม่

**ขั้นที่ 4 ขั้นยืนยัน (confirmation)** ขั้นนี้บุคคลจะแสวงหาแรงงานเสริม เพื่อยอมรับการใช้แนวความคิดใหม่ต่อไป แต่เกษตรกรอาจเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจหากพบข้อมูลขัดแย้งเกี่ยวกับแนวความคิด

### 2.3.1.3 การยอมรับ

Lionberger (1960 อ้างถึงใน สุนิศา วัชรเมษขลา, 2545: 10-11) อธิบายว่าผู้ที่ยอมรับเร็วโดยทั่วไปแล้วจะมีฟาร์มขนาดใหญ่และมีรายได้เฉลี่ยอยู่ในระดับสูง เป็นผู้ที่ชอบเสี่ยงส่วนใหญ่มียุคกลางคนหรือน้อยกว่า แต่บางคนอาจจะยอมรับเร็วกว่าเมื่อมีอายุมากขึ้น พวกเขาจะยอมรับเร็วจะเป็น

พวกที่ชอบทดลองสิ่งปฏิบัติใหม่ๆ ในไร่นาเป็นสมาชิกขององค์กรหรือกลุ่มต่างๆ ในท้องถิ่นมากกว่าพวกที่ยอมรับช้า พวกที่ยอมรับเร็วจะสนใจ ข่าวสารทั่วไปและติดต่อกับเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรมากกว่าพวกยอมรับช้า พวกยอมรับเร็วมักจะมีการศึกษาสูงกว่าและชอบเดินทางเพื่อการศึกษาสิ่งแปลกใหม่มากกว่าพวกยอมรับช้า

ได้แบ่งเกษตรกรออกเป็น 5 พวกคือ

1. ผู้นำการเปลี่ยนแปลง (innovators) หรือบางทีเรียกว่าพวกหัวก้าวหน้า เพราะว่าเป็นพวกเรียกในท้องถิ่นที่ ยอมรับแนวความคิดใหม่ไปปฏิบัติตามที่ ยอมรับเสี่ยงกับความเสียหายที่อาจเกิดขึ้น ชอบทำการทดลอง เพื่อให้เกิดผลกับคนหมู่มาก
2. พวกยอมทำตาม โดยเร็ว (early adoptors) พวกนี้ยอมรับตามพวกทันสมัยไปอย่างรวดเร็ว ไม่รีรอชักช้าให้เสียเวลา
3. พวกส่วนใหญ่ที่ยอมทำตาม (early majority) พวกนี้จะเฝ้าดูจาก 2 พวกแรกที่กล่าวมาก่อน ต้องใช้เวลาพอสมควร แต่พอแน่ใจแล้วก็ยอมรับไปปฏิบัติโดยไม่ชักช้า
4. พวกส่วนใหญ่ที่ยอมทำตามแต่ช้ากว่า (late majority) เป็นพวกอนุรักษนิยม มีระดับความระมัดระวังมาก ไม่ยอมรับแนวความคิดใหม่จนกว่าคนส่วนใหญ่ในท้องถิ่นจะยอมรับไปก่อนแล้ว
5. พวกล่าหลัง (laggards) เป็นพวกสุดท้ายในท้องถิ่น ที่ยอมรับแนวความคิดใหม่หลังจากผู้อื่นยอมรับไปหมดแล้ว

ซึ่งพวกต่างๆ ดังที่กล่าวมาแล้วนี้มีความแตกต่างกันในการหาแหล่งข่าวสารเพื่อช่วยในการตัดสินใจ อย่างเช่นผู้นำการเปลี่ยนแปลงและพวกยอมรับทำตามเร็วใช้การศึกษาเทคนิคอื่นๆ ในขณะเดียวกันเพื่อนบ้านจะเป็นแหล่งข่าวสารที่สำคัญของพวกส่วนใหญ่ที่ยอมรับและทำตามและพวกส่วนใหญ่ที่ยอมรับและทำตามช้ามาก

## 2.4 ทฤษฎีเจตคติและทัศนคติ

### 2.4.1 เจตคติ

#### 2.4.1.1 ความหมายของเจตคติ (Attitude)

สิทธิโชค วรานุสันติกุล (2546) ได้สรุปความหมายของเจตคติจากนักวิชาหลายท่านว่า “เจตคติ หมายถึง ความรู้สึก ความเชื่อ และแนวโน้มของพฤติกรรมของบุคคลที่มีต่อบุคคลหรือสิ่งของ หรือความคิดใดก็ตามในลักษณะของการประเมินค่า ความรู้สึก ความเชื่อ และแนวโน้มของพฤติกรรมนี้ต้องคงอยู่นานพอสมควร”

ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร (2545) เจตคติ หมายถึง สภาวะความพร้อมทางจิตที่เกี่ยวกับความคิด ความรู้สึก และแนวโน้มของพฤติกรรมบุคคลที่มีต่อบุคคล สิ่งของและสถานการณ์ต่างๆ ไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง และสภาวะความพร้อมทางจิตนี้จะต้องอยู่นานพอสมควร

ลักขณา ศรีวัฒน์ (2544) เจตคติ หมายถึง ความรู้สึก (อารมณ์) ความคิดเห็น (ปัญหา) หรือท่าที (พฤติกรรม) ของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

นพมาศ ชีรเวทิน (2542) เจตคติ เป็นความเชื่อที่คงทนซึ่งมนุษย์เรียนรู้มาเกี่ยวกับบางสิ่งบางอย่าง

พัชนี วรกวิน (2542) เจตคติ คือ ความรู้สึก ความเชื่อหรือแนวโน้มที่พร้อมจะกระทำต่อสิ่งแวดล้อมในการตอบสนองในลักษณะที่ชอบหรือไม่ชอบ

#### 2.4.1.2 องค์ประกอบของเจตคติ

เจตคติประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ส่วน คือ (นพมาศ ชีรเวทิน, 2542)

1. ความเชื่อและความคิด (Cognitive Component) หมายถึง ความเชื่อ หรือความไม่เชื่อ ความคิดและความรู้ โดยบุคคลจะต้องมีความรู้ความเชื่อ หรือความเข้าใจต่อสิ่งเร้าก่อน จึงจะเกิดเจตคติได้ (กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์, 2544)

2. ความชอบหรือความรู้สึก (Affective Component) จะเกี่ยวข้องกับอารมณ์ เช่น ความรัก ความชอบ หรือความไม่ชอบและความเกลียดชัง ในขั้นนี้จะเป็นเจตคติที่ที่ทิศทางแล้ว ทำให้เปลี่ยนแปลงค่อนข้างยาก (ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร, 2545) องค์ประกอบด้านนี้จัดเป็นองค์ประกอบ ที่นักจิตวิทยานิยมมากที่สุดในการวัดเจตคติของบุคคล (กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์, 2544)

3. การกระทำหรือการแสดงพฤติกรรม (Action Component) เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับความพร้อมที่จะแสดงพฤติกรรม ซึ่งเป็นแนวโน้มที่บุคคลจะมีพฤติกรรมได้ตอบสนองเร็ว โดยทั่วไปมักจะมีความสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับสององค์ประกอบแรก (กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์, 2544)

องค์ประกอบทั้งสามนั้น หากมีความสอดคล้องกัน ลักษณะต่างๆ เกิดจากการตอบสนอง จะเป็นไปด้วยดี แต่หากไม่สอดคล้องกัน จะเกิดความขัดแย้งขึ้นหรือไม่สบายใจ การลดความขัดแย้งก็จะต้องลดองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งให้สอดคล้องกัน (พัชนี วรกวิน, 2542)

#### 2.4.1.3 ลักษณะเด่นชัดของเจตคติ

ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร (2545) ได้กล่าวถึงลักษณะของเจตคติได้ดังนี้

1. เจตคติเป็นสิ่งที่เรียนรู้ได้
2. เจตคติมีลักษณะที่คงทนอยู่นานพอสมควร แต่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ ถ้าบุคคลได้รับการเรียนรู้หรือมีประสบการณ์ใหม่ (กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์, 2544)
3. เจตคติมีลักษณะของการประเมินค่าอยู่ในตัว เช่น ลักษณะดี-ไม่ดี ชอบ-ไม่ชอบ เป็นต้น



4. เจตคติทำให้บุคคลที่เป็นเจ้าของพร้อมที่จะตอบสนองต่อที่หมายของเจตคติ
5. เจตคติมีที่หมาย โดยบอกถึงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับบุคคล บุคคลกับสิ่งของ และบุคคลกับสถานการณ์

#### 2.4.1.4 ความสำคัญของเจตคติ

ประสิทธิ์ ทองอุ่น และคณะ (2542) ได้กล่าวถึงหน้าที่ของเจตคติ ดังนี้

1. ปรับตัวเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย เช่น การปรับปรุงกรีฑาทำทางและการแต่งกาย เพื่อเป็นผู้บริหารของหน่วยงาน
2. ปกป้องตนเอง เช่น การแสดงออกเพื่อแสดงความสูงส่งของตนเองหรือปกป้องมิให้ตนเองดูต่ำด้อยในสายตาของผู้อื่น
3. แสดงค่านิยมของตน เจตคติเป็นการแสดงออกที่สะท้อนความเชื่อ ค่านิยมในส่วนลึกของบุคคล
4. ให้และรับข้อมูลความรู้ ซึ่งเป็นการตอบสนองของมนุษย์ ในการรับรู้และเผยแพร่ข้อมูลความรู้ ระหว่างตัวเองกับโลกกว้างที่อยู่ล้อมรอบตัวเอง

ลักขณา สรวิวัฒน์ (2544) ได้กล่าวถึงความสำคัญของเจตคติดังนี้

1. เจตคติเป็นมโนคติที่ครอบคลุมปรากฏการณ์หลายอย่างได้ เช่น ความรักของบุคคลที่มีต่อครอบครัวก็สรุปถึงพฤติกรรมหลายอย่างของบุคคลได้ เช่น การใช้เวลากับครอบครัว การดูแลสมาชิกในครอบครัว ทำสิ่งต่างๆ ให้สมาชิกในครอบครัว ตลอดจนจนถึงการให้การดูแลเอาใจใส่และปลอบใจสมาชิกในครอบครัว
2. เจตคติเป็นสาเหตุของพฤติกรรม นักจิตวิทยาสังคมจำนวนมากเชื่อว่า เจตคติเป็นสาเหตุของพฤติกรรมจึงได้พยายามทำการวิจัยเพื่อแสดงหลักฐานให้เห็น และมีหลักฐานมาสนับสนุนพอสมควร
3. เจตคติมีความสำคัญในตัวเอง ไม่ว่าเจตคติของบุคคลจะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของเขาหรือไม่ก็ตาม แต่ก็เป็นการสะท้อนให้เห็นแนวทางที่เขารับรู้โลกรอบตัวเขา เจตคติของบุคคลเกิดขึ้นมาได้อย่างไร

Allport (1962) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่ก่อให้เกิดเจตคติของบุคคลว่า เจตคติเกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์ของบุคคล ภายใต้อิทธิพล 4 ประการ คือ (พัชนี วรกวิน, 2542)

1. การเพิ่มพูนหรือการบูรณาการ (Integration) ของการตอบสนองซึ่งเกิดจากการเรียนรู้ในแนวคิดต่างๆ
2. ความแตกต่างของบุคคลซึ่งมีประสบการณ์ที่แตกต่างกัน

3. อิทธิพลของประสบการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างกระทันหัน หรือความตกใจจะเป็นผลทำให้จดจำประสบการณ์นั้น ได้นานๆ ซึ่งก่อให้เกิดเจตคติต่อสิ่งเหล่านั้น

4. การถ่ายทอดเจตคติได้มากจากการเลียนแบบเจตคติของบุคคลอื่นๆ ที่คนพอใจ

สิทธิโชค วรานุสันติกุล (2546) ได้กล่าวถึงกลไกที่ทำให้คนเราเกิดเจตคติขึ้นมา ได้แก่

1. การเกิดเจตคติจากการเรียนรู้แบบ โยงสัมพันธ์ (Classical Condition) เป็นการนำเอาสิ่งเร้าที่เป็นกลางไปเข้ากับสิ่งเร้าที่มีอำนาจ ทำให้เราต้องตอบสนองอย่างใดอย่างหนึ่ง ในที่สุดถึงเร้าที่เป็นกลางนั้นก็จะมีอำนาจทำให้เกิดการตอบสนองอย่างนั้นตามไปด้วยเช่นกัน เช่น เด็กที่มีเจตคติที่เป็นลบต่ออาหารชนิดใดชนิดหนึ่ง อาจเกิดจากการที่บิดามารดาเข้าซื้อให้รับประทานสิ่งนั้นจนเด็กเกิดอาการเสียด ซึ่งอาการเสียดได้ถูกนำไปเข้ากับอาหารชนิดนั้น พलयทำให้เด็กเกิดความรู้สึกที่ไม่ดีต่ออาหารชนิดนั้นไปด้วย ในวงการโฆษณาก็ได้อาศัยหลักการนี้ โดยการจับสินค้าเข้าคู่กับความสนุกสนานจากเสียงดนตรีที่ไพเราะ หรือรูปภาพที่สวยงาม ทั้งนี้เพื่อจะถ่ายเทโยงความสัมพันธ์กับความรู้สึกที่ดีต่อเสียงดนตรีเพราะๆ และรูปภาพสวยๆ มาสู่ตัวสินค้านั่นเอง

2. การเกิดเจตคติเพราะหลักการเรียนรู้จากผลกรรม คนเราเรียนรู้จากผลกรรมกระทำในอดีต ถ้าผลกรรมนั้นน่าพึงพอใจ เราจะมีแนวโน้มจะทำอย่างนั้นอีกเมื่อมีสิ่งเร้าเดิมปรากฏ และถ้าผลกรรมนั้นไม่น่าพึงพอใจ เราจะหาทางหลีกเลี่ยงไม่ทำอย่างนั้นอีกเมื่อมีสิ่งเร้าเดิมปรากฏ จากหลักการนี้ ทำให้บุคคลที่แสดงเจตคติออกมาเป็นภาษาแล้ว ได้รับแรงเสริมย่อมจะทำให้เจตคตินั้นมั่นคงยิ่งขึ้น แต่ถ้าได้รับผลกรรมที่ไม่พึงพอใจ เขาจะเปลี่ยนเจตคติไปในทิศทางอื่น

ตัวอย่างเช่น บุคคลที่ประสบความสำเร็จ ได้รับรางวัล หรือมีชื่อเสียงจากสิ่งใด มักจะมีเจตคติที่ดีต่อสิ่งนั้น ถึงแม้ว่าก่อนหน้านี้จะได้รับรางวัลหรือมีชื่อเสียงขึ้นมาอาจจะมีได้มีเจตคติที่ดีต่อสิ่งนั้นมาก่อน หรือหรือเรียนบางคนไม่ชอบวิชาคณิตศาสตร์มาก่อน แต่ภายหลังจากการสอบครั้งหนึ่งมีเขาคนเดียวที่ได้คะแนนสูงสุด เหตุการณ์เช่นนี้ทำให้เขาหันมาชอบคณิตศาสตร์ในที่สุด และในทำนองเดียวกัน บรรดาผู้ปกครองที่เป็นเผด็จการย่อมจะได้รับคำสรรเสริญเยินยอทรัพย์สินเงินทองหลังไหลมาทับคอรรัปชั่น การที่ได้ชื่อเสียงและทรัพย์สินเช่นนี้ทำให้เขามีเจตคติที่มั่นคงยิ่งขึ้นต่อการปกครองประเทศด้วยวิธีการเผด็จการต่อไป

3. การเกิดเจตคติจากการเรียนรู้โดยการสังเกตจากตัวแบบ บางครั้งเจตคติที่เราเมื่อเกิดมาจากการเลียนแบบจากผู้อื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่มีคุณสมบัติที่น่าเลื่อมใส ซึ่งพบมากในวงการโฆษณาทางโทรทัศน์ที่ใช้ตัวแบบชักจูงให้ผู้เกิดเจตคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ การทั้งนี้เนื่องจากการค้นพบการจิตวิทยาที่ว่า เพียงแต่เราเห็นตัวอย่างจากผู้อื่นเราก็จะเรียนรู้ได้แล้ว ถึงแม้เราจะมิได้เอาความรู้นั้นมาปฏิบัติก็ตาม ตัวอย่างเช่น ทุกครั้งที่โทรทัศน์เสนอข่าวและภาพของนักการเมืองที่พ่อแม่ไม่ชอบ พ่อแม่จะแสดงอาการไม่ชอบและวิจารณ์นักการเมืองคนนั้นทันทีในด้านไม่ดี ซึ่งลูกก็ได้เห็นการกระทำ

เช่นนี้บ่อยๆ เมื่อใดที่ได้เห็นภาพนักการเมืองคนนี้ทางโทรทัศน์ ถูกก็จะแสดงอาการไม่ชอบ แล้วเปลี่ยนช่องรับสัญญาณทันที แสดงว่าถูกได้รับเอาเจตคติของพ่อแม่ที่มีต่อ นักการเมืองคนนี้จากพ่อแม่โดยการเลียนแบบ

#### 2.4.1.5 เจตคติกับพฤติกรรม

นักจิตวิทยาสังคมจำนวนมากเชื่อว่า เจตคติเป็นสาเหตุของพฤติกรรม (ลักขณา สรวิวัฒน์, 2544) ตามปกติ องค์ประกอบด้านพฤติกรรมมักจะสอดคล้องกับองค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจ และองค์ประกอบด้านความรู้สึก เพราะเจตคติสามารถพยากรณ์ทิศทางของพฤติกรรมดังกล่าว เฟสติงเจอร์ (Festinger) เชื่อว่า เมื่อคนมีพฤติกรรมขัดกับเจตคติของตน จะเกิดความไม่สอดคล้องทางความคิดขึ้น ทำให้ต้องลดสถานะนี้ด้วยการเปลี่ยนทัศนคติให้สอดคล้องกับพฤติกรรมหรือการแสดงออกของตน (กิงแก้ว ทวีทรัพย์ระวงศ์, 2544)

ทิทธิโชค วรานุสันติกุล (2546) ได้กล่าวถึงความสัมพันธ์ของเจตคติกับพฤติกรรม ดังนี้

1. เจตคติทำนายพฤติกรรมได้หรือไม่ คนเราเชื่อว่าเจตคติเป็นตัวทำนายที่ดีสำหรับทำนายพฤติกรรม คือ ถ้ารู้เจตคติต่อสิ่งใดของเขาของเขาแล้ว เราจะทำนายพฤติกรรมต่อสิ่งนั้นของเขาได้อย่างถูกต้อง ผลการวิจัยทางด้านเจตคติที่อาศัยทฤษฎีการกระทำอย่างมีเหตุผล (Reasoned Action Theory) ของฟิชไบน์และไอเซน (Fishbein & Ajzen, 1980) พบว่า เจตคติสามารถทำนายพฤติกรรมได้ ขอเพียงแต่ในการวัดเจตคติและพฤติกรรมนั้นต้องเป็นไปตามเงื่อนไขบางอย่าง นั่นคือแบบทดสอบสำหรับวัดเจตคติต่อพฤติกรรมใดๆ ต้องวัดอย่างเฉพาะเจาะจง โดยมีแนวทางในการวัดพฤติกรรมคือ

1.1 บอกการกระทำ (Action) อันเป็นการแสดงออกที่ผู้ตอบแบบวัดจะเข้าใจได้อย่างชัดเจน เช่น วิ่ง ทำกับข้าว อ่าน ฯลฯ

1.2 มีเป้าหมายการกระทำ (Target) คืออะไร เช่น วิ่งขึ้นรถเมล์ ทำแกงไก่ อ่านนิยาย ฯลฯ

1.3 กำหนดบริบทซึ่งเป็นที่เกิดของการกระทำ (Context) เช่น วิ่งขึ้นรถเมล์ที่ตลาด ทำแกงไก่ในครัว อ่านนิยายในห้องเรียน ฯลฯ

1.4 กำหนด เวลาที่การกระทำเกิดขึ้น (Time) เช่น การกระทำนั้นเกิดตอนเช้า หรือวันขึ้นปีใหม่ ฯลฯ

ดังนั้นพฤติกรรมที่เจาะจงจึงควรเป็นเช่นนี้คือ เขาคนหนึ่งทำแกงไก่เมื่อวันขึ้นปีใหม่ หรือชายคนหนึ่งวิ่งขึ้นรถเมล์ที่ตลาดเมื่อเช้านี้ เป็นต้น

ซิมบาร์โด (Zimbardo, 1980) นักจิตวิทยาสังคมผู้มีชื่อเสียงคนหนึ่งในปัจจุบันได้สรุปว่าเงื่อนไขที่จะทำให้เราสามารถใส่เจตคติทำนายพฤติกรรมได้อย่างค่อนข้างถูกต้องมี 3 ประการคือ ประการที่หนึ่ง เจตคติและพฤติกรรมนั้นต้องเป็นเรื่องเดียวกัน เช่น เจตคติที่มีต่อการรักษา

สิ่งแวดล้อมให้เป็นธรรมชาติไม่อาจจะเป็นตัวทำนายพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการปลูกต้นไม้ของหน่วยงานราชการ แต่เจตคติต่อโครงการปลูกต้นไม้ของหน่วยงานราชการแห่งหนึ่งสามารถเป็นตัวทำนายพฤติกรรมการเข้าร่วมปลูกต้นไม้ดังกล่าวได้ ประการที่สอง เจตคติเป็นแนวคิดที่จะทิศทางของพฤติกรรมในวงกว้างเช่น เจตคติต่อพุทธศาสนาอาจจะไม่สามารถนำมาทำนายพฤติกรรม การไปวัดเป็นประจำได้ แต่สามารถจะนำแบบแผนของพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเข้าวัด โดยรวมๆ ได้ เช่น การทำบุญบ้าน การร่วมกิจกรรมที่วัดจัดขึ้น เป็นต้นว่า งานรื่นเริง งานกุศล ฯลฯ ถ้ามีเจตนาที่ดีต่อพุทธศาสนา ก็หมายความว่ามีโอกาสสูงที่จะต้องมีส่วนร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ที่กล่าวไปแล้ว ประการที่สาม เจตคติต่อสิ่งใดที่เด่นชัดและหนักแน่นสามารถที่จะเป็นตัวทำนายพฤติกรรมได้ เช่น เจตคติของคนที่มึ้นค่อนักการเมือง มีบ่อยครั้งที่เราจะได้พบว่า คนบางคนมีเจตคติด้านบวกต่อนักการเมืองบางคนเป็นอย่างมาก พวกเขาจะเห็นด้วยทั้งนั้นไม่ว่านักการเมืองคนนั้นจะทำอะไร

2. พฤติกรรมสามารถกำหนดเจตคติได้หรือไม่ นักจิตวิทยาสังคมได้หันมาศึกษาว่า เมื่อคนเรากระทำพฤติกรรมใดไปแล้วเขาจะมีเจตคติสอดคล้องไปกับการกระทำของเขาหรือไม่ เท่ากับว่า ถ้าเรารู้พฤติกรรมของบุคคลเราก็ย่อมจะรู้เจตคติของเขาด้วย

ในการวิจัยของลิเบอร์แมน (Lieberman, 1956) ได้ใช้แบบทดสอบวัดเจตคติของคนงาน ในโรงงานแห่งหนึ่งเกี่ยวกับการจัดการ โรงงานก่อนและหลังจากการเลื่อนตำแหน่งงาน ผลการวิจัยพบว่า หัวหน้างานระดับต้นและเจ้าหน้าที่สหภาพคนงานที่ได้รับแต่งตั้งใหม่มีเจตคติแตกต่างกัน โดยที่หัวหน้างานระดับต้นหันมาเห็นด้วยกับฝ่ายบริหารมากขึ้น แต่เจ้าหน้าที่สหภาพที่ได้รับแต่งตั้งใหม่ก็มีความเห็นที่สอดคล้องกับผู้ทำงานในสหภาพมากขึ้นเช่นกัน แสดงว่าเมื่อคนเราได้แสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งออกไปแล้ว เราอาจจะพอทำนายได้ว่าเขามีเจตคติเป็นอย่างไร เพราะเขาต้องแสดงเจตคติเห็นด้วยการกระทำที่เขาได้ทำไปแล้ว มิฉะนั้นจะทำให้เกิดความขัดแย้งในตัวเองว่าทำไปทำไมถ้าหากไม่เห็นด้วย

#### 2.4.1.6 การเปลี่ยนแปลงทางเจตคติ

แม้ว่าโดยทั่วไปเจตคติที่บุคคลมีต่อสิ่งเร้าจะเป็นลักษณะที่ค่อนข้างคงทนไม่ได้มีการเปลี่ยนแปลงบ่อยๆ แต่เจตคติก็เป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ เพราะเจตคติไม่ใช่ลักษณะที่ติดตัวบุคคลมาตั้งแต่เกิด แต่เป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ ดังนั้นหากบุคคลได้รับข้อมูลใหม่ หรือเกิดการเรียนรู้ใหม่ เจตคติในเรื่องนั้นๆ ของเขาก็อาจเปลี่ยนแปลงไปได้ (กึ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์, 2544)

พัชนี วรกวิน (2542) กล่าวถึง กระบวนการเปลี่ยนแปลงเจตคติว่าสามารถแบ่งออกได้ 4 ขั้นตอน คือ

ขั้นที่ 1 สร้างความเอาใจใส่ (Attention) เป็นความสนใจความใส่ใจในการรับฟังถ้าบุคคลไม่ให้ความสนใจที่จะฟังแล้ว กระบวนการขั้นต่อไปก็จะไม่เกิดขึ้น และจะไม่มี การเปลี่ยนแปลงเจตคติสาเหตุที่ทำให้คนสนใจฟังได้แก่ ผู้สื่อความและเนื้อหาของสารนั้นๆ

ขั้นที่ 2 ความเข้าใจ (Comprehensive) เป็นความเข้าใจในความหมายของสารนั้น ความยากหรือง่ายเกินไปจะทำให้ผู้ฟังไม่สนใจ และไม่เข้าใจ ดังนั้นเราจะสังเกตเห็นได้จากการ โฆษณา ซึ่งจะใช้เวลาให้น้อยที่สุดแต่ทำให้ผู้ฟังรับฟัง ได้มากที่สุด

ขั้นที่ 3 การยอมรับ (Acceptance) เป็นผลมาจากขั้นที่ 1 และ 2 หากบุคคลตั้งใจฟังเกิดความเข้าใจแจ่มแจ้งก็จะทำให้เกิดการยอมรับ แต่ที่ไม่ได้สนใจฟัง ไม่มีความเข้าใจก็จะยกเลิกไม่เกิดการยอมรับ

ขั้นที่ 4 การเก็บเอาไว้ (Retension) เป็นความคงทนหรือเป็นการจำ อาจจะเก็บไว้ระยะหนึ่ง เมื่อเวลาผ่านไปอาจจะเปลี่ยนไป หรืออาจจะยังอยู่ ถ้าตัวผู้สื่อมีความน่าเชื่อถือมาก การเก็บเอาไว้ก็จะคงทนและอยู่ได้นาน

ขั้นที่ 5 การกระทำ (Action) บุคคลเมื่อเปลี่ยนเจตคติก็จะเปลี่ยนด้านการกระทำด้วยซึ่งมีผลต่อส่วนร่วมและสังคม ถ้าเราเปลี่ยนความเชื่อแล้ว แต่ไม่ได้ลงมือกระทำก็จะ ไม่มีผลกระทบกระเทือนกับใคร

กระบวนการทั้ง 5 ขั้นตอนนี้จะเกิดต่อเนื่องกัน มิได้เกิดขึ้นขั้นใดขั้นหนึ่ง และโดยทั่วไปเรามักจะได้ใช้เสมอ เช่น จะพิจารณาอะไร เรามักจะถามตัวเองว่า ใคร ทำอะไร หรือพูดอะไรกับใครและมีผลอะไรเกิดขึ้นบ้าง ใครก็คือแหล่งข่าว พูดอะไรก็คือสาร พูดอย่างไรก็คือวิธีการ พูดกับใครก็คือผู้ฟัง ผลที่เกิดขึ้นอย่างไรก็คือการเปลี่ยนในองค์ประกอบทั้งห้าที่กล่าวแล้วข้างต้น

#### 2.4.2 ทักษะคติ (Attitude)

ทักษะคติเป็นเรื่องที่ศึกษากันมาก การให้คำนิยามความหมายก็มีมากและแตกต่างกันออกไป นักจิตวิทยาสังคมได้ทำการสำรวจพบว่ามีนิยามเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ แม้ปัจจุบันนี้ก็ยังไม่มีที่ตกลงกันแน่นอนว่านิยามใดเป็นนิยามที่ทุกคนควรใช้กัน อย่างไรก็ตามจากการสำรวจพบว่ามีลักษณะสำคัญหลายประการที่ร่วมกันในนิยามเหล่านี้

ลักษณะร่วมของนิยามเกี่ยวกับทักษะคติ

1. ทักษะคิตีมีที่หมาย ได้แก่ สิ่งของ คน สถานที่ แนวความคิด สถานการณ์ เป็นต้น
2. มีการระบุในแง่ดี - ไม่ดี เช่น ทักษะคติที่คนนครศรีธรรมราชมีต่อนักศึกษามหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์เป็นไปในทางที่ดี คือ เช่น นักศึกษาจะอยู่หอพักเกือบทุกคนจะ ได้มีเวลาศึกษาค้นคว้าได้ตลอดเวลา หรืออาจจะเป็นไปในทางที่ไม่ดี เพราะเมื่อนักศึกษามาอยู่หอพักแล้วเป็นอิสระมากเกินไป ทำให้ประพฤติไม่เหมาะสมกับการเป็นนักศึกษา

3. มีลักษณะค่อนข้างคงทน แม้ว่านักจิตวิทยาจะไม่ถือทัศนคติต่อสิ่งใดเป็นของถาวร แต่ลักษณะคงทนก็เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไป คือมีความคงทนเป็นสัปดาห์ หรือเดือน หรือปี จนกว่าจะมีเหตุผลที่ทำให้เปลี่ยนแปลงไป

4. ความพร้อมในการตอบสนอง คือ คนมีความพร้อมในการตอบสนองต่อที่หมายของทัศนคติตามแนวความรู้สึกที่เขามีต่อที่หมายนั้นๆ

แต่อย่างไรก็ตามหากถามว่านิยามที่ได้รับการยอมรับและมีการอ้างกันบ่อยที่สุดเพราะเป็นนิยามเก่าแก่มาก คือ “ทัศนคติ คือสภาพทางจิตหรือประสาทของความพร้อมที่จัดรูปขึ้นจากประสบการณ์ และส่งอิทธิพลที่ไม่อยู่นิ่งแก่การตอบสนองของบุคคลต่อที่หมายและสถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง” (Allport 1935 : อ้างใน อนงค์ ก้องประวดี 2529)

ปัจจุบันนักจิตวิทยาสังคมมีความเห็นค่อนข้างพ้องกันว่า ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึก ความเชื่อ และแนวโน้มของพฤติกรรมของบุคคลที่มีต่อบุคคลหรือสิ่งของหรือความคิดใดก็ตามในลักษณะของการประเมินค่า ความรู้สึก ความเชื่อ และแนวโน้มของพฤติกรรมที่ต้องคงอยู่ยาวนานพอสมควร (Oskamp, 1997 ; Petty & Cacioppo, 1981; Eagly & Chaiken, 1993 ; Petty & Wegener, 1988 ; อ้างถึงใน สิทธิโชค วรานุสันติกุล, 2546)

#### 2.4.2.1 องค์ประกอบของทัศนคติมี 3 องค์ประกอบ

1. องค์ประกอบทางปัญญา (Cognitive Component) หมายถึง ความคิด ความเชื่อที่มีต่อที่หมายของทัศนคติ
2. องค์ประกอบทางอารมณ์ (Affective Component) หมายถึง ความรู้สึกในทางที่ดี – ไม่ดี ชอบ – ไม่ชอบ การเห็นคุณค่า – ไม่เห็นคุณค่า (Value) ของที่หมายของทัศนคติ
3. องค์ประกอบทางพฤติกรรม (Behavioral Component) เป็นแนวโน้มโดยส่วนรวมที่คนจะตอบสนองต่อที่หมายของทัศนคติ องค์ประกอบนี้ไม่ได้เฉพาะเจาะจงลงไปว่าคนจะมีพฤติกรรม เช่นนั้นเช่นนั้น ต่อที่หมายในสถานการณ์เฉพาะอย่างใดอย่างหนึ่ง

#### 2.4.2.2 ความสำคัญของทัศนคติ

ทัศนคติเป็นเรื่องที่เป็นแกนหลักในการศึกษาจิตวิทยาสังคมเพราะว่า

1. ทัศนคติเป็นคำที่รวมพฤติกรรมต่างๆ ได้หลายอย่าง เช่น นักศึกษาคณะนี้มีทัศนคติที่ดีต่อวิชาภาษาอังกฤษ คำกล่าวนี้ได้รวมพฤติกรรมหลายอย่างเข้าด้วยกัน เช่น นักศึกษาคณะนี้ชอบลงทะเบียนเรียนวิชาภาษาอังกฤษ ศึกษาค้นคว้า ฝึกฝน ทบทวนวิชาภาษาอังกฤษ เป็นต้น
2. ทัศนคติสามารถนำมาเป็นตัวพิจารณาสาเหตุของพฤติกรรมของบุคคลต่อบุคคล ต่อสถาบัน ต่อสิ่งของ หรือสิ่งต่างๆ ได้ คือทำให้ทราบถึงความเชื่อ ความรู้สึก และการกระทำที่บุคคลมีต่อเป้าหมายนั้นๆ ได้

3. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับทัศนคติของบุคคล ช่วยอธิบายความคงเส้นคงวาของพฤติกรรมบุคคลได้ เพราะทัศนคติต่อสิ่งใดของบุคคลจะมีลักษณะที่ค่อนข้างดำรงอยู่ยาวนาน
4. ทัศนคติเป็นการสะท้อนภาพที่บุคคลมีต่อการรับรู้โลกรอบตัวบุคคลนั้น
5. ทางด้านสังคมวิทยาเชื่อว่าทัศนคติเป็นศูนย์กลางและเป็นพื้นฐานเบื้องต้นของพฤติกรรมทุกด้านต่อสังคม ทำให้ระเบียบแบบแผน โครงสร้างทางสังคมดำรงอยู่ได้
6. ทางด้านรัฐศาสตร์ ทัศนคติจะเกี่ยวข้องกับความคิดเห็นของประชาชนและสื่อเป็น สิ่งสำคัญต่อการจัดระเบียบของสังคม

#### 2.4.2.3 ทัศนคติกับพฤติกรรม

ทัศนคติสามารถทำนายพฤติกรรมพฤติกรรมหรือการกระทำของบุคคลได้ในระดับต่างๆ กัน เช่น พบว่านักเรียนที่มีทัศนคติทางบวกต่อการเรียนวิชาคณิตศาสตร์มีความสัมพันธ์กันในทางบวกอย่าง ชัดเจนกับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคณิตศาสตร์ นักเรียนที่มีทัศนคติที่ไม่ดีกับวิชาคณิตศาสตร์มักจะไม่สนใจเรียนและเรียนด้วยความเบื่อหน่าย เป็นต้น จากผลการวิจัยมากมายช่วยให้สรุปได้ว่าทัศนคติจะทำนายพฤติกรรมของบุคคลได้มากน้อยเพียงใดนั้นขึ้นกับตัวแปรหลายอย่าง เช่น

1. ทัศนคติที่เกิดมาจากประสบการณ์โดยตรงต่อสิ่งใดของบุคคล ทัศนคตินั้นจะทำนายพฤติกรรมต่อสิ่งนั้นได้มาก
2. ทัศนคติที่วัดจำเพาะเจาะจง เช่น เจาะจงการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น ทัศนคติ ต่อการบริจาคโลหิต เจาะจงเวลาที่กระทำ เช่น ในวันแม่แห่งชาติ 12 สิงหาคม 2546 เจาะจงสถานที่ เช่น ที่มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ พบว่าทัศนคติของบุคคลนั้นสามารถทำนายพฤติกรรมนั้นๆ ได้สูง โดยเฉพาะภายหลังจากปี ค.ศ. 1975 ผลการวิจัยทางด้านทัศนคติที่อาศัยทฤษฎีการกระทำอย่างมีเหตุผล (Reason Action Theory) ของฟิชไบน์และไอเซน (Fishbein & Ajzen, 1980) ส่วนแล้วแต่สนับสนุน ข้อสรุปที่ว่าทัศนคติที่สามารถทำนายพฤติกรรมได้

นอกจากนี้ ซิมบาร์โด (Zimbardo, 1980) ได้สรุปว่าเงื่อนไขที่จะทำให้ทัศนคติสามารถทำนายพฤติกรรมได้อย่างค่อนข้างถูกต้องมีอยู่ 3 ประการ คือ

1. ทัศนคติต่อพฤติกรรม และพฤติกรรมนั้นต้องเป็นเรื่องเดียวกัน เช่น ทัศนคติที่มีต่อการเลือกสมัครสอบเข้าคณะวิทยาศาสตร์ จะสามารถทำนายพฤติกรรมการเลือกสมัครสอบเข้าคณะวิทยาศาสตร์ได้
2. ทัศนคติเป็นแนวคิดที่ทำให้มองเห็นทิศทางของพฤติกรรมในวงกว้าง เช่น ทัศนคติต่อศาสนาพุทธอาจไม่สามารถนำมาทำนายพฤติกรรมการไปวัดเป็นประจำได้ แต่สามารถจะทำนายแบบแผนของพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเข้าวัดโดยรวมๆ ได้ เช่น การทำบุญบ้าน การร่วม

กิจกรรมที่วัดจัดขึ้น เช่น งานทอดผ้าป่า ทอดกฐิน ฯลฯ ถ้ามีทัศนคติที่ดีต่อพุทธศาสนาก็หมายความว่ามีโอกาสสูงที่จะมีพฤติกรรมต่างๆ ดังกล่าว

### 3. ทัศนคติต่อสิ่งใดที่เด่นชัดและหนักแน่น สามารถที่จะเป็นตัวทำนายพฤติกรรมได้

#### 2.4.2.4 การวัดทัศนคติ

เนื่องจากทัศนคติไม่ได้เป็นพฤติกรรมโดยตรง แต่ความเชื่อ ความรู้สึกและการกระทำนั้นเป็นพฤติกรรม ดังนั้นในการศึกษาทัศนคติของใครต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง สามารถวัดจากความเชื่อหรือความรู้สึก หรือการกระทำ หรือวัดทั้งสามอย่าง แล้วนำมาสรุปเป็นทัศนคติต่อสิ่งนั้นของบุคคลนั้น หรือกลุ่มนั้น นักวิจัยนิยมใช้วิธีศึกษาทัศนคติกันหลากหลาย แต่ที่มีการศึกษากันมาก 3 แบบ ได้แก่ การสังเกตพฤติกรรมโดยตรง เป็นการสังเกตพฤติกรรมภายนอกหรือการกระทำต่อที่หมายที่สนใจศึกษา เช่น ถ้าสนใจศึกษาทัศนคติต่อกิจกรรมของชมรมในมหาวิทยาลัยของนักศึกษา ก็อาจสังเกตการเข้าร่วมกิจกรรมนั้นๆ ของนักศึกษา ต้องการทราบทัศนคติของพนักงานที่มีต่อการบริหารงานของฝ่ายบริหารก็เข้าร่วมประชุมกลุ่ม ร่วมทำกิจกรรมต่างๆ สังเกตอาการแสดงออก แสดงความคิดเห็นของพนักงาน ต่อการบริหาร เป็นต้น ซึ่งวิธีการนี้ต้องใช้เวลา กำลังคน และค่าใช้จ่ายมากจึงไม่ค่อยเห็นบ่อยนัก การสัมภาษณ์ เป็นการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายโดยตรง ซึ่งอาจจะเป็นการสัมภาษณ์สดๆ หรือมีการเตรียมคำถามไว้ล่วงหน้าก็ได้ เช่น การสอบถามทัศนคติต่อการบริการของรถโดยสารประจำทางจากผู้ใช้บริการ หรือที่ทางโทรทัศนที่นิยมใช้คือการสัมภาษณ์สดๆ ออกอากาศ เป็นต้น วิธีการนี้ไม่เหมาะสมกับการศึกษากับจำนวนคนมากๆ การใช้แบบวัดทัศนคติ แบบวัดทัศนคติเป็นการให้บุคคลรายงานพฤติกรรมของตนจากแบบที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น แบบวัดทัศนคตินิยมสร้างขึ้นเป็นมาตรวัด (Scale) ซึ่งสามารถนำคะแนนของแต่ละมาตรวัดมารวมกันเข้าเป็นคะแนนรวม คะแนนรวมนี้จะบอกทิศทางและความเข้มของทัศนคติของบุคคลต่อที่หมายที่กำหนด

#### 2.4.2.5 การเกิดของทัศนคติ (Attitude formation)

ทัศนคติเป็นสิ่งที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่าส่วนใหญ่เกิดจากการเรียนรู้ เด็กที่โตขึ้นมาในครอบครัวจะได้รับอิทธิพลจากพ่อแม่ พี่น้อง และญาติในการสร้างทัศนคติต่อสิ่งต่างๆ เมื่อเด็กเข้าโรงเรียนครูและกลุ่มเพื่อนก็มีอิทธิพลในการสร้างและการเปลี่ยนทัศนคติ ประสบการณ์ส่วนตัวและสื่อสารมวลชนก็มีส่วนต่อทัศนคติของคนเป็นอย่างมาก

##### 1. อิทธิพลจากพ่อแม่

อิทธิพลจากพ่อแม่อาจเรียกได้ว่าเป็นแหล่งที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อเด็ก โดยเฉพาะก่อนเด็กเข้าโรงเรียน เด็กจะพัฒนาค่านิยม (Value) ความเชื่อ (Belief) และความรู้สึกนึกคิดขึ้นมาในกรอบ



ของครอบครัวซึ่งมีพ่อแม่เป็นหลัก พ่อแม่มีอำนาจให้คุณต่อเด็กเมื่อเด็กทำดี และมีอำนาจให้โทษเมื่อเด็กทำสิ่งที่ไม่ดี หรือสิ่งที่พ่อแม่ไม่เห็นด้วย

## 2. อิทธิพลจากกลุ่มต่างๆ

กลุ่มใน โรงเรียนคือครูและเพื่อนก็มีอิทธิพลต่อการสร้างทัศนคติของเด็กมาก ครูและโรงเรียนวางระเบียบกฎเกณฑ์ให้นักเรียนปฏิบัติตาม หนังสือที่ใช้ในการเรียนก็สอนให้เด็กพัฒนาทัศนคติทางด้านต่างๆ ไม่น้อย ถ้านักเรียนได้ครูที่ดีที่เป็นแบบอย่าง การพัฒนาทัศนคติก็น่าจะเป็นไปในทางที่ดี เพราะการอบรมสั่งสอนอย่างเดี๋ยวย่อมไม่เกิดผลมาก หรือ ไม่เกิดผลเลยถ้าผู้อบรมไม่ปฏิบัติตัวเป็นแบบอย่างที่ดีเสียก่อน

กลุ่มเพื่อน นับว่ามีอิทธิพลมากต่อการพัฒนาทัศนคติของเด็ก แรงกดดันจากภายนอกให้คนคล้อยตามก็นับว่ามีอิทธิพลสูง วัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณี และปทัสถานทางสังคมเป็นสิ่งกำกับทัศนคติของคนทั้งในขณะที่เป็นเด็กและผู้ใหญ่ส่วน

กลุ่มอ้างอิง (Reference group) มีอิทธิพลอีกทางหนึ่งในการสร้างทัศนคติเช่นกัน บุคคลจะผ่านกลุ่มอ้างอิงกลุ่มต่างๆ ไปตามวัย เริ่มจากวัยเด็กกลุ่มอ้างอิงจะเป็นพ่อแม่พี่น้อง ในวัยรุ่นจะเปลี่ยนไปเป็นกลุ่มเพื่อน และ ในวัยทำงานก็อาจเป็นกลุ่มคนทำงานด้วยกัน หรือกลุ่มคนที่มีความสนใจเรื่องหนึ่งเรื่องใดเหมือนกัน

## 3. อิทธิพลจากประสบการณ์ส่วนตัว

นักจิตวิทยาสกุลจิตวิเคราะห์ เน้นเรื่องประสบการณ์ในวัยเด็กว่ามีอิทธิพลต่อการพัฒนาของบุคคล รวมทั้งการพัฒนาทัศนคติด้วยและการได้พบเห็นบ่อยๆ ก็เป็นอีกทางหนึ่งในการสร้างทัศนคติ สิ่งที่พบเห็นอาจเป็นสิ่งของ คนหรือมโนทัศน์

การพบเห็นบุคคลบ่อยๆ ก็เป็นทางก่อให้เกิดทัศนคติที่ดีแก่กันได้ เช่น การพบระหว่างคนต่างสัญชาติ หรือเชื้อชาติ แต่ก็มีตัวประกอบหลายตัวเข้ามาเกี่ยวข้องในการจะก่อให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อกัน ออสแคมป์ (Oskamp, 1977) เน้นว่าตัวประกอบเหล่านี้ได้แก่ (ก) การพบกันจะต้องมีติดต่อกันนานพอสมควร (ข) พบกันในการทำงานร่วมกันและบุคคลที่พบกันก็จะต้อง (ค) มีสถานภาพเท่าเทียมกัน (ง) มีวัตถุประสงค์ร่วมกันและ (จ) มีความเชื่อคล้ายๆ กัน (ฉ) ได้รับการยอมรับ โดยสังคมหรือผู้นำของกลุ่มคนทั้งสองฝ่าย

### 2.4.2.6 การเปลี่ยนทัศนคติ (Attitude Change)

ตัวแปรในการเปลี่ยนทัศนคติอาจพิจารณาได้จากกระบวนการสื่อสารที่ว่า “ใครพูดอะไรกับใครพูดอย่างไร และได้ผลเช่นไร” พยางค์สุดท้าย “ได้ผลเช่นไร” จัดเป็นตัวแปรตามในการเปลี่ยนทัศนคติ ส่วนตัวแปรอื่นๆ จัดเป็นตัวแปรอิสระ และเรียกกันโดยชื่อที่คุ้นหูกว่าว่า แหล่ง (Source) ข่าวสาร (Message) สื่อ (Medium) และผู้รับสาร (Audience)

ตัวแปรเกี่ยวกับแหล่งได้แก่ลักษณะต่างๆ ของแหล่ง เช่น ความเชี่ยวชาญ ความน่าเชื่อถือ สถานภาพ ฯลฯ ส่วนตัวแปรเกี่ยวกับข่าวสารรวมถึงข้อความและโครงสร้างของข่าวสาร ในทางที่ว่าข่าวสารนั้นเรียบเรียงอย่างไร ข่าวสารใช้การกระตุ้นอารมณ์ด้วยหรือไม่ เป็นต้น ตัวแปรเกี่ยวกับสื่อ เช่น ข้อความที่พิมพ์เผยแพร่ทางวิทยุ โทรทัศน์ หรือถ่ายทอดแบบตัวต่อตัว เป็นต้น อนึ่ง ตัวแปรเกี่ยวกับสื่อนี้ยังมีการวิจัยน้อย (แม้จะใช้กันมากในชีวิตจริง) การพิจารณาในตอนต่อไปจะพิจารณาพร้อมกับข่าวสาร ตัวแปรเกี่ยวกับผู้รับสารเป็นลักษณะต่างๆ ของผู้รับสาร เช่น บุคลิกภาพ ความสนใจ ความเกี่ยวข้องในการสื่อสาร เป็นต้น

## 2.5 ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม

อำนาจไม่ใช่สิ่งที่อยู่คงที่ หรืออยู่กับผู้หนึ่งผู้ใด หรือตำแหน่งใด หากแต่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา แล้วแต่ว่าใครจะครอบครองตำแหน่งนั้น หรือใครจะใช้ความสามารถแสวงหา สะสมให้เกิดอำนาจขึ้นมา

ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม (Social Exchange Theory) ได้พยายามอธิบายให้เข้าใจถึงการเพิ่มและสูญเสียอำนาจ เหมือนกับกระบวนการแลกเปลี่ยนอิทธิพลระหว่างผู้นำกับผู้ตามที่เกิดขึ้นตลอดเวลาในการอยู่ร่วมกัน ทฤษฎีนี้พิจารณาบนพื้นฐานของกระบวนการมีความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เพื่อใช้อธิบายพฤติกรรมของกลุ่มคนในสังคมอันซับซ้อน

สิ่งสำคัญของการมีความสัมพันธ์กันในสังคมก็เพื่อแลกเปลี่ยนผลประโยชน์หรือความพอใจด้านต่างๆ กัน การนำประสบการณ์นั้นๆ มาใช้ได้ ในการดำเนินการแลกเปลี่ยนทางสังคม ไม่ใช่แต่เพียงผลประโยชน์ด้านวัตถุ ยังรวมทางด้านจิตใจ เช่น การถูกยอมรับ ยกย่องและผลกระทบทางจิตใจอื่นๆ ทุกคนเรียนรู้การแลกเปลี่ยนทางสังคมตั้งแต่เยาว์วัย และพัฒนาการแลกเปลี่ยนตามความคาดหวังของตนเองมากขึ้นและต้องการความยุติธรรมมากขึ้นด้วย

ยุกต์ (Yukl, 1989 : 28) ได้พบว่า มีทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคมมากมาย แต่ที่น่าสนใจและตรงประเด็นกับเรื่องอำนาจของผู้นำ ได้แก่

1. ทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการเกิดผู้นำในกลุ่มขนาดเล็ก (Emergent leaders in small groups)
2. ผู้นำแบบทางการในองค์กรต่างๆ (Formal leaders in organizations)

ดังรายละเอียดต่อไปนี้

การเกิดผู้นำในกลุ่มขนาดเล็ก (Emergent Leaders in Small groups) โดยทั่วไปเมื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กัน ก็จะมีบุคคลใดบุคคลหนึ่งถูกยอมรับให้เป็นผู้นำของกลุ่มขึ้นมา เมื่อผู้นำนั้นได้แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการทำงานต่างๆ ของกลุ่ม ตามความคาดหวังของสมาชิกได้ดีกว่าคนอื่น และมีความจงรักภักดีต่อกลุ่ม หรือทำงานเพื่อกลุ่มมากกว่าส่วนตัว

นอกจากจะได้รับการยกย่องให้เป็นผู้นำแล้ว ยังมีอิทธิพลต่อสมาชิกของกลุ่มในด้านต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งต่อการตัดสินใจของกลุ่ม การยอมรับในฐานะและอิทธิพลของผู้นำ จะขึ้นอยู่กับความสามารถดำเนินการ จัดหาสิ่งที่กลุ่มต้องการ เช่น วัตถุประสงค์ ข่าวดารา ข้อมูลที่จำเป็นแก่กลุ่ม รวมทั้งการแก้ไขปัญหาสำคัญๆ ของกลุ่มได้ด้วยดี ยิ่งกว่านั้นหากผู้นำสามารถหาแนวทางใหม่ๆ ทำให้กลุ่มประสบความสำเร็จ ความศรัทธาและไว้วางใจในความเป็นผู้เชี่ยวชาญของผู้นำก็จะยิ่งมากขึ้น และยึดมั่นตลอดไป แต่ถ้าหากแนวทางใหม่ๆ นั้น ไม่ประสบความสำเร็จ และการไม่สำเร็จนั้นเนื่องมาจากการตัดสินใจที่ผิดพลาด หรือเนื่องจากการไม่มีความสามารถของผู้นำมากกว่าการล้มเหลวที่มาจากสิ่งแวดล้อมที่คาดการณไม่ได้ ผู้นำก็จะถูกประเมินค่าภาวะผู้นำในด้านลบ และจะถดถอยมากขึ้นถ้าการดำเนินการที่ก่อให้เกิดล้มเหลวนั้นเนื่องจากที่โครงการผลประโยชน์ของตนเองมากกว่าเพื่อส่วนรวม การสูญเสียฐานะและอำนาจของการเป็นผู้นำนั้นจะมากหรือน้อย

นอกจากจะขึ้นอยู่กับความล้มเหลวของการดำเนินการแล้ว ยังขึ้นอยู่กับขนาดของความคาดหวังที่สมาชิกในกลุ่มเคยมีให้กับผู้นำด้วย คือ ถ้าสมาชิกให้การยกย่องผู้นำ ไว้วางใจในความรู้ความสามารถ ความเชี่ยวชาญสูงเมื่อผู้นำผิดพลาดก็จะสูญเสียฐานะและอำนาจมากกว่าผู้นำที่ผู้ตามคาดหวังไว้ไม่สูงนัก และผู้นำจะยิ่งสูญเสียฐานะและอำนาจมากขึ้น ถ้าการล้มเหลวนั้นก่อให้เกิดผลกระทบอย่างมากต่อสมาชิกของกลุ่ม

ผู้นำแบบทางการในองค์กรต่างๆ (Formal Leaders in Organizations) ผู้นำอย่างเป็นทางการก็จะมีกระบวนการเพิ่มอิทธิพล หรือสะสมอิทธิพลได้ เมื่อแสดงให้เห็นในความเชี่ยวชาญและจงรักภักดีต่อองค์กรของตน เหมือนกับผู้นำที่เกิดขึ้นในกลุ่มขนาดเล็กที่กล่าวมาแล้ว ทางกันตรงที่ผู้นำทางการมีอำนาจหน้าที่ (Authority) ซึ่งเป็นอำนาจจากตำแหน่ง (Position Power) และมีภาระหน้าที่ในการบริหาร โดยตรง จึงทำให้มีอิทธิพลโดยไม่ต้องขึ้นอยู่กับยอมรับในความสามารถของผู้นำจากผู้ตามเท่าใดนัก นอกจากนั้นผู้นำที่ไม่มีความสามารถก็ยังจะสามารถจะเกาะยึดอยู่กับตำแหน่ง ได้จนหมดวาระหรือเกษียณด้วยซ้ำไป อย่างไรก็ตามผู้นำแบบทางการก็สามารถจะสูญเสียการยอมรับฐานะและอำนาจจากความเชี่ยวชาญ (Expert power) ซึ่งได้มาอย่างถูกต้องตามกฎระเบียบได้ (คาดว่าต้องมีความเชี่ยวชาญจึงได้เป็นผู้นำ)

เนื่องจากการแสดงออกถึงการไม่มีความสามารถในการปฏิบัติงาน การไม่มีความคิดริเริ่มใหม่ๆ และยังไม่สามารถแก้ไขปัญหาคritical ที่เกิดขึ้นได้อีกด้วย ผู้นำแบบทางการจะมีอยู่ 2 ลักษณะ คือ ผู้นำจากการแต่งตั้ง และผู้นำจากการเลือกตั้ง ผู้นำที่มาจากการเลือกตั้งจะสร้างความหวังสูงให้แก่ผู้ตาม และจะต้องมีความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานมากยิ่งขึ้นกว่าผู้นำจากการแต่งตั้ง

การวิจัยผู้นำ พบว่า ผู้นำจากการเลือกตั้งต้องการการสนับสนุนจากผู้ตาม มากกว่าผู้นำที่มาจากแต่งตั้ง และมีแนวโน้มจะปกป้องผลประโยชน์ต่างๆ รวมทั้งหาทางเปลี่ยนแปลงให้เกิดผลดีแก่ผู้ตามมากกว่าผู้นำแบบแต่งตั้ง อย่างไรก็ตาม ผู้นำที่มาจากเลือกตั้ง จะถูกต่อต้านได้ง่ายกว่าผู้นำที่มาจากแต่งตั้ง

ภาระหน้าที่ของผู้นำที่จะก่อให้เกิดอำนาจหรือสูญเสียอำนาจนั้น ไม่ใช่พิจารณาเฉพาะความสามารถในการแก้ปัญหา และการทำให้ประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของกลุ่มเท่านั้น หากแต่ต้องพิจารณาถึงภาระหน้าที่ของผู้นำต่อไปนี้ด้วย คือการจัดตั้งหน่วยงานที่มีประสิทธิภาพ การจัดสรรรางวัลตอบแทนที่ยุติธรรม การสนับสนุนด้านจิตใจ การเป็นตัวแทนของกลุ่มในการรักษาผลประโยชน์ การสามารถปรับองค์การให้อยู่รอดในสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง สนองตอบต่อความต้องการและความคาดหวังของสมาชิก

นอกจากนั้นยังขึ้นอยู่กับชนิดของกลุ่มคน และสถานการณ์ ซึ่งเป็นปัจจัยที่จะทำให้ผู้นำประสบความสำเร็จในการปฏิบัติภาระหน้าที่ดังกล่าวด้วยหรือไม่

## 2.6 การช่วยเหลือ การร่วมมือ การแข่งขัน การขัดแย้ง และความก้าวร้าว

### 2.6.1 ความช่วยเหลือ พฤติกรรมที่เอื้อต่อการช่วยเหลือ

ความช่วยเหลือ (Helping) หมายถึง การที่บุคคลตั้งใจทำประโยชน์ให้แก่ผู้อื่น โดยไม่หวังผลตอบแทน อันเป็นพฤติกรรมที่สังคมส่วนใหญ่ปรารถนาให้มีขึ้น เพราะช่วยจรรโลงสังคมได้ (กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์, 2544)

สิทธิโชค วรานุสันติกุล (2546) ได้อธิบายถึงสาเหตุที่เกี่ยวข้องกับการช่วยเหลือว่า สามารถอธิบายได้อยู่ 4 ประเด็น ได้แก่ การช่วยเหลือเกิดจากบรรทัดฐานแห่งการแลกเปลี่ยน เกิดจากหลักแห่งการเสริมแรงหรือรางวัล เกิดจากหลักแห่งการวิวัฒนาการของมนุษย์ตามแบบคาร์วิน และเกิดจากแรงจูงใจอยากทำความดีภายใน ซึ่งสามารถสรุปได้ตามตาราง

### 2.6.2 ปัจจัยที่ทำให้เกิดพฤติกรรมช่วยเหลือคนอื่น

สิทธิโชค วรานุสันติกุล (2546) กล่าวถึงปัจจัยที่ทำให้เกิดพฤติกรรมช่วยเหลือคนอื่นว่า สามารถจำแนกได้ 2 ประเภท คือ จากสถานการณ์และจากตนเอง

#### 1. อิทธิพลจากตัวบุคคล

1.1 ความแตกต่างระหว่างบุคคลทำให้มีบุคลิกภาพช่วยเหลือผู้อื่นแตกต่างกัน บุคลิกภาพของคนเราจะก่อตัวตั้งแต่เด็ก และค่อยสะสมขึ้นจนกลายเป็นนิสัยใจคอหรือบุคลิกภาพดังนั้น พฤติกรรมช่วยเหลือคนอื่นเกิดขึ้นในตัวเราได้ตั้งแต่ยังเล็ก

1.2 ความแตกต่างระหว่างเพศ นักจิตวิทยาตั้งคมสตรี 2 คนคือ อิกลิกับ ครอเลีย (Eagly & Crowley, 1986) ได้รวบรวมผลการวิจัยมากกว่า 170 ชิ้นที่เกี่ยวกับ พฤติกรรมการให้ความช่วยเหลือ พบว่า ผู้ชายและผู้หญิงมีความแตกต่างกันในการแสดง พฤติกรรมการช่วยเหลือผู้อื่น ผู้ชายมักแสดง พฤติกรรมช่วยเหลือในรูปแบบของความกล้าหาญแบบวีรบุรุษ ในขณะที่ผู้หญิงจะนิยมแสดง พฤติกรรมช่วยเหลือแบบอาสาสมัครที่ต้องใช้เวลานานในการกระทำ นอกจากนี้ยังแตกต่างในแง่ ของกลุ่มเป้าหมายในการช่วยเหลือเพื่อนหรือคนแปลกหน้า กล่าวคือผู้ชายจะช่วยเหลือคนแปลก หน้ามากกว่าผู้หญิง แต่ผู้หญิงกลับช่วยเพื่อนมากกว่าผู้ชาย

1.3 ความแตกต่างทางวัฒนธรรม ในวัฒนธรรมตะวันตกผู้คนมีลักษณะเป็นปัจเจกบุคคล สูง (Individualistic) ในขณะที่วัฒนธรรมตะวันออกมักสอนให้ผู้คนมีลักษณะเป็นคนเห็นคุณค่าของ การอยู่ร่วมกัน (Collectivist) ฟังพาอาศัยกัน ด้วยเหตุนี้คนในสังคมตะวันออกจึงน่าจะเป็นผู้มีน้ำใจ ช่วยเหลือคนอื่นมากกว่าคนในวัฒนธรรมตะวันตก อย่างไรก็ตาม ไม่ว่าจะภายใต้วัฒนธรรมแบบใดก็ตาม การให้ความช่วยเหลือคนอื่นมักจะทำให้แก่คนอื่นซึ่งเป็น คนในกลุ่ม (In Group) มากกว่า คนนอกกลุ่ม (Out Group)

1.4 อารมณ์ การทดลองที่ใช้ผู้รับการทดลองที่เป็นคนอารมณ์ดีเพราะเหตุอื่นๆ เช่น รู้ว่า สอบได้คะแนนดี ได้รับของขวัญ ได้ฟังเพลงที่ชอบ คนเหล่านี้จะแสดงพฤติกรรมช่วยเหลือคนอื่น มากกว่าคนอารมณ์ปกติหรือคนอารมณ์เสีย (Aronson, Wilson, & Akert, 1999 : 455)

## 2. เงื่อนไขของสถานการณ์

2.1 การอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่เป็นชนบทหรือเขตเมืองใหญ่ จากการทดลองมากมายพบว่า ผู้คนในเมืองเล็กหรือหรือชนบทให้ความช่วยเหลือมากกว่าเมืองใหญ่ และ (Hedge & Yousif, 1992; Steblay) และเมืองที่มีความหนาแน่นของประชากรน้อยคนเราจะมึน้ำใจให้ความช่วยเหลือบ่อยกว่า เมืองที่มีอัตราความหนาแน่นสูง (Levine et.al.,1994)

สแตนลีย์ มิลแกรม (Stanley Milgram) นักจิตวิทยาคนสำคัญอธิบายว่า การที่อยู่อาศัยใน เมืองใหญ่ทำให้คนเราได้รับการกระตุ้นจากสิ่งเร้าอย่างมากเกินพอ (Urban-overload Hypothesis) ดังนั้น คนในเมืองใหญ่มักจะพยายามตัดขาดตนเองไม่เข้าไปยุ่งกับเหตุการณ์รอบตัวมากนัก ทั้งนี้ เนื่องจากจะ ได้ไม่ต้องรับการกระตุ้นจากสิ่งเร้าจนมากเกินไป

2.2 จำนวนคนที่อยู่ในเหตุการณ์ เมื่อมีเหตุการณ์ฉุกเฉินเกิดขึ้นต่อหน้า ยังมีคนอยู่น้อย เพียงใครจะยังได้รับความช่วยเหลือเร็วเท่านั้น และยังเกิดต่อหน้าคนเป็นจำนวนน้อยยังจะ ได้รับความช่วยเหลือมากกว่าเมื่อเกิดต่อหน้าคนจำนวนมาก ปรัชญาการณ์นี้เรียกว่า ผลกระทบจากคนมุง (Bystander Effect)

2.3 ธรรมชาติของความสัมพันธ์ คนเรามักจะให้ความช่วยเหลือกับคนที่อยู่ในความสัมพันธ์ระยะยาว (Communal Relationships) เช่น ลูก ภรรยา มากกว่าคนที่อยู่ในความสัมพันธ์แบบแลกเปลี่ยน (Exchange Relationships) ซึ่งไม่มีอะไรจะตอบแทนกลับให้ในเชิงแลกเปลี่ยนได้อย่างยุติธรรมในช่วงเวลาสั้นๆ ของความสัมพันธ์

2.4 การมีตัวอย่างในการเลียนแบบ ถ้ามีต้นแบบแสดงพฤติกรรมช่วยเหลือคนอื่นแล้วได้ผลตอบแทนที่ดี ก็มีแนวโน้มว่าคนที่ได้เห็นการกระทำนั้นจะทำตามต้นแบบนั้นมาก แต่ตัวแบบที่มีอิทธิพลทำให้เกิดการเลียนแบบทำตามนั้นต้องเป็นตัวอย่างที่มีความเป็นกันเองและมีความคล้ายคลึงกับผู้ที่จะเลียนแบบ

นอกจากนี้ยังมีผลการศึกษาของนักวิชาการตะวันตกพบว่า (นพมาศ ชีรเวทิน, 2542)

1. พฤติกรรมช่วยเหลือผู้อื่นเพิ่มตามอายุ
2. สภาพสตรีมีใจช่วยเหลือผู้อื่นมากกว่าวัยในกรณีฉุกเฉิน
3. บุคคลที่ชอบช่วยเหลือผู้อื่นมักจะเป็นคนที่ซื่อสัตย์และควบคุมตนเองได้ดี
4. บุคคลที่ชอบช่วยเหลือผู้อื่นเป็นประจำมักจะเป็นผู้ที่มีบุคลิกภาพดี รู้ดีกว่าตนเองมี

สมรรถภาพสูง และมีชีวิตที่ดี

#### 2.6.3 ปัจจัยที่ไม่เอื้อให้เกิดพฤติกรรมช่วยเหลือ

สิทธิโชค วรานุสันติกุล (2546) กล่าวถึงปัจจัยที่ไม่เอื้อให้เกิดพฤติกรรมช่วยเหลือคนอื่นว่า ที่สำคัญมี 2 ปัจจัย คือ การปิดความรับผิดชอบและการกลัวการเสียหาย

1. การปิดความรับผิดชอบ จากการทดลองทางจิตวิทยาพบว่า บุคคลจะไม่ค่อยให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ที่กำลังอยู่ในอันตรายถ้าหากว่าในสถานการณ์นั้นมีคนหลายคน ซึ่งหลายคนมากเท่าไรก็ยังไม่ช่วยมากเท่านั้น ทั้งนี้เนื่องจากในสถานการณ์ที่มีอันตรายหรือสถานการณ์ ฉุกเฉินซึ่งมีคนต้องการความช่วยเหลืออย่างเร่งด่วน ถ้ามีคนในเหตุการณ์มาก ๆ พวกเขาจะเกิดอาการเฉยเมยที่จะเข้าไปช่วย เพราะต่างคนต่างคิดว่าคนอื่น ๆ ซึ่งอยู่ในที่นั่นด้วยที่มีความสามารถคงจะลงไปช่วยอย่างแน่นอน ทำให้ทุกคนต่างก็บอกปิดความรับผิดชอบไปสู่ผู้อื่น จึงเป็นเหตุให้ไม่มีผู้ใดให้ความช่วยเหลือทันทีจนกว่าเวลาจะผ่านไปสักระยะหนึ่งจึงมีคนตัดสินใจให้ความช่วยเหลือเพราะเห็นว่าคงไม่มีใครช่วยเหลือแล้ว (Darley & Latane, 1968)

2. ความกลัวที่จะเสียหาย : กลัวหน้าแตก ก่อนที่คนเราจะให้ความช่วยเหลือแก่ใครได้นั้นคนเราจะคิดถึงความสามารถของตนเองก่อนว่าตนเองมีความสามารถเพียงพอที่จะช่วยเขาหรือไม่ เพราะการช่วยเหลือคนอื่นโดยที่ตนเองไม่มีความสามารถเพียงพอ นอกจากจะทำให้เกิดอันตรายแก่ตนเองแล้วยังทำให้ตนเองกลายเป็นคนโง่ในสายตาของคนอื่นอีกด้วย

#### 2.6.4 ความร่วมมือ

ความร่วมมือ หมายถึง การที่บุคคลหลายคนทำงานร่วมกันเพื่อให้เกิดจุดมุ่งหมายอันเดียวกัน ให้งานนั้นสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี (พัชนี วรกวิน, 2542)

ความร่วมมือ หมายถึง การที่บุคคลร่วมกันทำงานกับผู้อื่นเพื่อให้ได้ผลประโยชน์และเกิดความพอใจร่วมกัน (กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์, 2544)

ความร่วมมือ หมายถึง การที่คนที่ร่วมทำงานตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปเพื่อบรรลุเป้าหมาย ซึ่งอาจเป็นเป้าหมายร่วมกันของคนที่ทำงานด้วยกัน หรือเพื่อบรรลุเป้าหมายของแต่ละคนซึ่งไม่เหมือนกัน (สิทธิโชค วรรณสันติกุล, 2546)

การร่วมมือ เป็นวิธีการที่บุคคลมุ่งที่เป้าหมายตนเองและให้ความร่วมมือต่อการแก้ปัญหา โดยทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับความขัดแย้งต่างพยายามตอบสนองความต้องการของทุกฝ่ายให้ได้มากที่สุด (สุเทพ พงศ์ศรีวัฒน์, 2546)

สถานการณ์ที่เป็นความร่วมมือของสมาชิกนั้นจะเกิดขึ้นในกลุ่มหรือ ไม่นั้น ย่อมขึ้นอยู่กับผลประโยชน์ของผู้กระทำ (ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร, 2545)

#### 2.6.5 การแข่งขัน

การแข่งขัน หมายถึง การที่บุคคลต่างฝ่ายต่างทำงานในสถานการณ์เดียวกัน เพื่อนำไปสู่จุดมุ่งหมายส่วนตัวให้สำเร็จตามความมุ่งหมายนั้น (พัชนี วรกวิน, 2542)

การแข่งขัน หมายถึง การที่บุคคลพยายามเอาชนะบุคคลอื่นเพื่อให้ตนเองได้รับประโยชน์หรือความสำเร็จมากกว่าคนอื่น ๆ เช่น การแข่งขันกีฬา หรือการแข่งขันเพื่อชิงรางวัลต่างๆ (กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์, 2544)

การแข่งขัน หมายถึง การที่คนตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปต่างก็ทำงานของตนเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของตนเพียงแต่ผู้เดียว (สิทธิโชค วรรณสันติกุล, 2546)

การแข่งขันเป็นพฤติกรรมที่สมาชิกกระทำต่อกันด้วยเหตุผลที่ว่าด้วยผลประโยชน์ หรือจุดหมายของพฤติกรรมขัดกัน นั่นคือ การที่สมาชิกคนใดจะได้ถึงจุดหมายหรือได้ประโยชน์ก็ต่อเมื่อสมาชิกอีกคนหนึ่งหรือสมาชิกคนอื่น ๆ ต้องเสียผลประโยชน์ (ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร, 2545)

การแข่งขันมี 3 ลักษณะ คือ (พัชนี วรกวิน, 2542)

1. การแข่งขันระหว่างสมาชิกทั้งหมด เช่น การสอบแข่งขันเข้ามหาวิทยาลัย
2. การแข่งขันระหว่างกลุ่ม เช่น การแข่งขันกีฬาระหว่างกลุ่มหรือสถาบัน
3. การแข่งขันกับตนเอง เช่น การพยายามทำคะแนนในการเรียนให้สูงขึ้นเรื่อยๆ

สิทธิโชค วรรณสันติกุล (2546) กล่าวถึงสาเหตุที่ทำให้คนเราเลือกที่จะร่วมมือหรือแข่งขันกันว่าสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ความเหนียวแน่นของกลุ่ม : ความชอบพอกันทำให้ร่วมมือกัน กลุ่มที่มีความชอบพอกันระหว่างคนในกลุ่มทำให้สมาชิกมีความเหนียวแน่นสูง จะมีความร่วมมือในการทำงานสูงกว่ากลุ่มที่ไม่มีเหนียวแน่น ทำให้ผลผลิตที่ได้จากการทำงานมีมาก แต่ถ้าหากว่ากลุ่มมีความเหนียวแน่นมากเกินไปกลับทำให้ผลผลิตของการทำงานลดลงไป เนื่องจากสมาชิกที่มีความเหนียวแน่นมากไปจะให้ความสำคัญกับพฤติกรรมที่เป็นการสังคมซึ่งจะทำให้กลุ่มเหนียวแน่น แต่ละเลยพฤติกรรมที่เป็นการทำงานให้บรรลุเป้าหมายของกลุ่ม

2. ใครทำอะไรกับเราเขาควรได้รับอย่างนั้น : การแลกเปลี่ยนความร่วมมือ คนเราส่วนใหญ่หวังว่า เมื่อตนเองได้ทำอะไรให้ใครแล้วผู้นั้นควรจะได้ทำอะไรตอบแทนให้แก่เราบ้างเป็นการตอบแทน หรือในทางกลับกันถ้าใครทำอะไรให้เราแล้วเรารู้สึกสบายใจที่จะได้ทำอะไรให้เขาบ้างเป็นการตอบแทนให้เขา ความร่วมมือกันระหว่างบุคคลยึดหลักแห่งการแลกเปลี่ยน (Reciprocity Norms) เป็นสำคัญ ในวงการธุรกิจและการเมืองมีให้เห็นชัดเจนเรียกว่าการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ ถ้าไม่มีประโยชน์มาแลกเปลี่ยนก็จะได้รับความร่วมมือตอบกลับมาก่อนข้างยาก

3. การค้นหาสาเหตุแห่งการร่วมมือของฝ่ายอื่นกับการให้ความร่วมมือ คนเราต้องอ่านสาเหตุที่คนอื่น ๆ กระทำพฤติกรรมก่อนที่จะตัดสินใจตอบสนองต่อพฤติกรรมนั้น ดังนั้นสิ่งที่จะช่วยให้การตัดสินใจให้ความร่วมมือหรือไม่ในเหตุการณ์เช่นนี้คือ การหาข้อมูลให้ได้มากด้านและครอบคลุมที่สุด แล้วจึงค่อยตัดสินใจให้ความร่วมมือในระดับใดตอบแทนแลกเปลี่ยนกันไปตามบรรทัดฐานของสังคม

4. การเพิ่มความร่วมมือโดยการสื่อสารให้มากขึ้น ผลการวิจัยยืนยันว่า ไม่ว่าสถานการณ์จะอยู่ในรูปการร่วมมือหรือการแข่งขันอยู่แล้ว ถ้ามีการสื่อสารเพิ่มมากขึ้น การร่วมมือจะเพิ่มขึ้นทุกกรณี ยกเว้นการสื่อสารในลักษณะข่มขู่อีกฝ่ายหนึ่ง และการสื่อสารที่เป็น ไปลักษณะเผชิญหน้า ทั้งสองแบบนี้จะทำให้ความร่วมมือลดลงจากเดิม (baron, 1983 : 396)

5. ความแตกต่างระหว่างบุคคลกับความร่วมมือ ความร่วมมือและการแข่งขันขึ้นอยู่กับบุคลิกภาพของแต่ละคน ซึ่งบุคลิกภาพดังกล่าวได้มากจากการอบรมเลี้ยงดูและการสังคมประภิด (Socialization Process) ดังนั้นคนที่มาจากครอบครัวที่มีการอบรมเลี้ยงดูแบบสนับสนุนการ ร่วมมือก็จะชอบให้ความร่วมมือมากกว่าการแข่งขัน ส่วนคนที่มาจากวัฒนธรรมที่ส่งเสริมการแข่งขันก็มักจะนิยมการแข่งขันมากกว่าการร่วมมือ เช่น คนในเมืองอุตสาหกรรมย่อมจะชอบแข่งขันมากกว่าคนชนบท เป็นต้น

#### 2.6.6 ความขัดแย้ง

ความขัดแย้ง เป็นสภาวะที่ไม่สมดุลทางจิตใจหรือทางอารมณ์ของบุคคล ของกลุ่ม เป็นพฤติกรรมที่เกิดจากการแข่งขัน ความคิดเห็น ความรู้สึก ความต้องการ และความเชื่อที่ไม่ตรงกัน



ก่อให้เกิดการ ไม่ลงรอยกัน ไม่รวมมือระหว่างบุคคลต่อบุคคล บุคคลต่อกลุ่ม หรือกลุ่มต่อกลุ่ม (ประสิทธิ์ ทองอุ่น และคณะ, 2542)

Webster Dictionary ได้อธิบายความหมายคำว่า ความขัดแย้ง (Conflict) ไว้ว่า มาจากภาษาละติน คือ "Confligere" ซึ่งแปลว่า การต่อสู้ (Fight) การทำสงคราม (Warfare) ความไม่ลงรอยต่อกันหรือเข้ากันไม่ได้ (Incompatible) ตรงกันข้ามกัน (Opposition)จนความแตกต่างระหว่างกลุ่มหรือเผ่าพันธุ์ สัมพันธ์ภาพที่แตกต่างกันนี้ทำให้เป็นชนวนแห่งการต่อสู้แข่งขันระหว่างกัน" (วารภรณ์ ตระกูลศฤงคาร, 2546)

ความขัดแย้ง คือ การไม่เห็นพ้องที่เกิดขึ้นจากความแตกต่างระหว่างบุคคลหรือกลุ่ม ในสมัยเดิมมองว่า ความขัดแย้งเป็นสิ่งที่เลวร้ายก่อให้เกิดผลกระทบในด้านไม่ดีต่อพฤติกรรมกลุ่มและองค์การ แต่แนวคิดสมัยใหม่มองว่า ความขัดแย้งในระดับที่เหมาะสม เป็นสิ่งที่ดี ซึ่งจะช่วยให้กลุ่มและองค์การมีพฤติกรรมเชิงการปรับปรุงและพัฒนา และทำให้ผลการปฏิบัติงานอยู่ในระดับสูง ส่งผลให้องค์การเจริญเติบโตแบบสร้างสรรค์ (นิตยา เพ็ญศิริรักษาและ สุรชาติ ฅ หนองคาย, 2546)

วารภรณ์ ตระกูลศฤงคาร (2546) ได้กล่าวถึงแนวคิดความขัดแย้งในการทำงานว่า มีแนวคิดพื้นฐาน 2 ประการ คือ ความเชื่อแบบดั้งเดิมหรือความเชื่อแบบสมัยเก่า และความเชื่อแบบใหม่ สมัยใหม่ ซึ่งแนวคิดหรือความเชื่อนี้จะส่งผลไปถึงพฤติกรรมของผู้บริหาร ดังตาราง

#### 2.6.7 ธรรมชาติของความขัดแย้ง

ความขัดแย้งในสังคมย่อมเกิดขึ้นได้เสมอ โดยเฉพาะความขัดแย้งในองค์กรในส่วนของนายจ้างกับลูกจ้าง เพราะว่าคนทั้งสองฝ่ายมีจุดประสงค์และจุดมุ่งหมายต่างกัน จากการศึกษาของ March และ Simon (1958: 102) (อ้างถึงใน วารภรณ์ ตระกูลศฤงคาร, 2546) พบว่าความขัดแย้งแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. ความขัดแย้งต่อตนเอง (Individual Conflict) เป็นความขัดแย้งที่บุคคลมีต่อการกระทำของตนเอง แบ่งออกเป็น

1.1 รักที่เสียดายน้อง (Approach-Approach Conflict) เป็นความต้องการหรือพอใจทั้งสองอย่าง แต่เลือกได้เพียงอย่างเดียว

1.2 หนีเสือปะจระเข้ (Avoidance-Avoidance Conflict) เป็นความรู้สึกที่ไม่ต้องการไม่ปรารถนาทั้ง 2 อย่าง แต่ต้องเลือก 1 อย่าง

1.3 เกลียดตัวกินไข่ (Approach-Avoidance Conflict) คือมีทั้งสิ่งที่พอใจไม่พอใจอยู่ร่วมกัน จำเป็นต้องเผชิญหน้าทั้ง 2 อย่างในเวลาเดียวกัน

2. ความขัดแย้งในองค์กร (Organizational Conflict) เมื่อคนแต่ละคนมาอยู่ร่วมกัน ทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน จะมีความคิดเห็นต่างกัน มีวิธีการคิดที่ไม่เหมือนกัน ค่านิยมอคติ การรับรู้

ผลประโยชน์ เกิดจากการแบ่งทรัพยากรและงบประมาณมีจำนวนจำกัด หรือเกิดการเปลี่ยนแปลงเทคนิคในการทำงาน ความแตกต่างในหน้าที่การทำงาน ล้วนเป็นสาเหตุที่จะทำให้เกิดความขัดแย้งได้ทั้งสิ้น

3. ความขัดแย้งระหว่างองค์กร (Inter organization Conflict) เป็นความขัดแย้งที่เกิดขึ้นระหว่างองค์กรกับองค์กร หรือระหว่างกลุ่มกับกลุ่ม เช่นผลประโยชน์ขัดกัน

#### 2.6.8 สาเหตุของความขัดแย้ง

สุเทพ พงศ์ศรีวัฒน์ (2546) ได้กล่าวถึง ความขัดแย้งในองค์การเกิดขึ้นจากสาเหตุที่สำคัญอยู่ 2 ด้าน ได้แก่

1. ความขัดแย้งที่มีสาเหตุมาจากองค์กร ซึ่งประกอบด้วยปัญหาขัดแย้งหลายประการ ที่สำคัญที่สุดก็คือความขัดแย้งในการแย่งชิงทรัพยากรที่มีจำกัด โดยแต่ละฝ่ายแต่ละแผนกต่างต้องการได้งบประมาณ บุคลากร เครื่องมือ และพื้นที่ทำงานเพิ่มแก่ฝ่ายตนให้มากที่สุด แต่เนื่องจากทรัพยากรเหล่านี้มีน้อยกว่าจำนวนที่ร้องขออยู่มาก จึงจำเป็นต้องกำหนดเกณฑ์การจัดสรรที่เป็นธรรมและสอดคล้องต่อความจำเป็นตามเป้าหมายขององค์การ

นอกจากนี้ยังมีความขัดแย้งที่เป็นสาเหตุจากองค์กร ได้แก่ ความไม่ชัดเจนเรื่องหน้าที่งานรับผิดชอบและการตัดสินใจ (Ambiguity over responsibility and ambiguity over jurisdiction) ทั้งนี้ ในบางองค์กร การแบ่งงานรับผิดชอบให้แก่กลุ่มหรือแผนกยังขาดความชัดเจนว่าใครรับผิดชอบงานหรือหน้าที่อะไร จึงทำให้เกิดการแก่งแย่งหรือทางตรงกันข้ามอาจเกี่ยวกันก็ได้ ซึ่งทำให้เกิดความขัดแย้งขึ้น

2. ความขัดแย้งที่มีสาเหตุมาจากความสัมพันธ์ส่วนบุคคล ความขัดแย้งจำนวนไม่น้อยที่เกิดจากองค์ประกอบที่เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ได้แก่

ประการแรก ซึ่งเป็นความขัดแย้งที่มีความรุนแรงอันเกิดจากอารมณ์ขุ่นเคือง (Grudges) กล่าวคือ คนที่ต้องเสียน้ำพระทัยอยู่ท่ามกลางสาธารณชน จะรู้สึกว่าตนเสียหายอย่างใหญ่หลวง ก็จะเก็บเรื่องดังกล่าวกลับมาครุ่นคิดอาจเป็นแรมเดือนแรมปี เพื่อหาโอกาสและหนทางรอกแค้นให้ได้ จึงส่งผลเสียหายต่อองค์การและการทำงานกลุ่มอย่างมาก

ประการที่สอง ความขัดแย้งเกิดจากการเข้าใจว่ามีคนจ้องจับผิดตน (Faulty attributions) จึงพยายามหาเหตุที่อยู่เบื้องหลังพฤติกรรมของผู้นั้นว่าเพราะเหตุใด จึงพยายามขัดขวางผลประโยชน์ของตน การมีมุมมองในลักษณะเช่นนี้อยู่บ่อย ๆ ค่อย ๆ เพิ่มความหวาดระแวง ความเกลียดชังและพยายามหาทางควบคุมหรือกำจัดบุคคลนั้นให้พ้นจากเส้นทางของตน ความขัดแย้งที่เกิดขึ้นในลักษณะนี้มักจบลงด้วยความรุนแรงกว่าความขัดแย้งประการแรก

ประการที่สาม ความขัดแย้งที่เกิดจากการสื่อความหมายที่ผิด (Faulty communication) และไม่ถูกกับกาลเทศะและบุคคล เช่น ใช้คำพูดหรือแสดงท่าทางขี้ขลาดให้ผู้อื่น โกรธหรือเกิดความรำคาญจะโดยตั้งใจหรือไม่ก็ตาม ในบางกรณีความขัดแย้งอาจเกิดจากการใช้คำพูดไม่เหมาะสม วิจารณ์คนอื่น จนทำให้เกิดความโกรธเคืองและใช้วิธีตอบโต้กลับมาด้วยการไม่ให้ความร่วมมือในการทำงาน อย่างไรก็ตามคำวิจารณ์เป็นสิ่งที่มิใช่ประโยชน์ ดังนั้น การฝึกทักษะการวิจารณ์ที่ก่อให้เกิดการสร้างสรรค์ (Constructive criticism) จึงจำเป็นสำหรับทุกคน เพราะจะช่วยลดการวิจารณ์เชิงทำลาย (Destructive criticism) ที่นำมาซึ่งความขัดแย้งให้ลดลง

ประการที่สี่ ความขัดแย้งระหว่างบุคคลที่เกิดจากขาดความไว้วางใจต่อกัน โดยเฉพาะเมื่อเกิดความสงสัยว่าคนใดคนหนึ่งของกลุ่มเอาใจออกห่าง ความสัมพันธ์ที่มีต่อผู้นั้นจะเสื่อมทรามลงจนกลายเป็นความขัดแย้งได้ บริษัทส่วนใหญ่จึงพยายามสร้างบรรยากาศของความไว้นี้เมื่อเชื่อใจระหว่างบุคลากรทุกระดับและต่อองค์การอีกด้วย

ประการสุดท้ายที่อาจทำให้เกิดความขัดแย้งได้ก็คือ บุคลิกภาพที่เป็นคุณลักษณะเฉพาะบุคคล ดังที่เคยกล่าวในบทที่เกี่ยวกับเรื่องบุคลิกภาพว่า ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบเอ (Type A personality) มีโอกาสที่จะขัดแย้งกับผู้อื่นได้มากกว่าบุคลิกภาพแบบบี (Type B personality) ในทางกลับกัน ผู้ที่มีความสามารถควบคุมตนเองได้ดี (High in self-monitoring) จะมีความระมัดระวังในการปฏิบัติต่อผู้อื่นได้ดีไปด้วยและมักใช้วิธีแก้ปัญหาขัดแย้งอย่างสร้างสรรค์ เช่น ด้วยการประนีประนอม หรือให้ความร่วมมือ เป็นต้น

กล่าวโดยรวม ความขัดแย้งในการทำงาน เกิดขึ้นจากปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและคุณลักษณะบุคลิกภาพเฉพาะตัวของบุคคล รวมทั้งองค์ประกอบด้านโครงสร้างขององค์กร

#### 2.6.9 การจัดการความขัดแย้ง (Conflict Management)

Filley ได้เสนอกระบวนการของความขัดแย้ง โดยแบ่งออกเป็น 6 ขั้นตอน ดังนี้ (วารสารจิตระกูลสมัย, 2546)

1. สภาพก่อนเกิดความขัดแย้ง (Antecedent Condition of Conflict) เป็นลักษณะของสภาพการณ์ที่อาจปราศจากความขัดแย้ง แต่จะนำไปสู่การขัดแย้ง เช่น

1.1 ลักษณะส่วนบุคคล คนบางคนมีลักษณะที่พร้อมจะก่อให้เกิดความขัดแย้งกับผู้อื่นอยู่เสมอ เช่น ก้าวร้าว ไม่รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น มีอคติต่อผู้อื่น จู้จี้ จุกจิก ไม่มีมนุษยสัมพันธ์

1.2 จุดมุ่งหมาย ค่านิยม วัตถุประสงค์ แตกต่างกัน

1.3 ปัญหาอุปสรรคจากการสื่อสาร

1.4 ความจำกัดของทรัพยากร

1.5 ลักษณะโครงสร้าง ประเภทขององค์กร ได้แก่ บรรยากาศในการทำงาน การแข่งขัน ให้ได้มาซึ่งความสำเร็จ

2. ความขัดแย้งที่รับรู้ได้ (Perceived Conflict) เป็นการรับรู้จากสภาพการณ์ที่เกิดขึ้นของฝ่ายต่างๆ ว่ามีความขัดแย้งเกิดขึ้น

3. ความขัดแย้งที่รู้สึกได้ (Felt Conflict) เป็นความรู้สึกของบุคคลว่าเกิดความขัดแย้ง โดยอาจมีความรู้สึกถูกคุกคาม ถูกเกลียดชัง ถ้าว หรือไม่ไว้วางใจ

4. พฤติกรรมที่ปรากฏชัด (Manifest Behavior) เป็นการแสดงออกของบุคคลเมื่อรับรู้หรือรู้สึกว่ามีความขัดแย้งเกิดขึ้น อาจแสดงความก้าวร้าว การแข่งขัน การโต้เถียงหรือการแก้ปัญหา

5. การแก้ปัญหาหรือระงับความขัดแย้ง (Conflict Resolution or Supervision) เป็นการทำให้ความขัดแย้งสิ้นสุดลง อาจโดยให้ทุกฝ่ายตกลงกัน หรือให้ฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดชนะไป

วิธีการแก้ไขความขัดแย้งมี 3 วิธี ได้แก่ (ถัดดา วิศิษฐานนท์, 2534: 25-28) (อ้างถึงในวารสาร คระกฤตฤกษ์, 2546)

1. วิธีชนะ-แพ้ (Win-Lose Method) คือ มีฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดได้สิ่งที่ต้องการเป็นฝ่ายชนะ ไป ส่วนอีกฝ่ายเป็นฝ่ายแพ้ เหตุของการแพ้ อาจเกิดจากการใช้อำนาจหน้าที่ หรือการใช้เสียงข้างมากในการดำเนินการ เสียงข้างน้อยจึงแพ้ ซึ่งผู้แพ้ อาจเกิดความรู้สึกสูญเสียและภาวะคับข้องใจเกิดขึ้น วิธีแบบนี้ประกอบด้วย วิธีย่อยๆ คือ

1.1 วิธีการบังคับ (Forcing) โดยอีกฝ่ายหนึ่งมีอำนาจเหนือกว่าอีกฝ่าย และใช้อำนาจของตนเองบังคับให้อีกฝ่ายยินยอมและยุติข้อขัดแย้ง ซึ่งวิธีนี้อาจนำไปสู่ความคิดแก้แค้น เพราะการแก้ไขแบบนี้มิใช่การแก้ที่สาเหตุของปัญหา จึงทำให้ปัญหายังคงอยู่

1.2 วิธีการทำให้สถานการณ์ของความขัดแย้งสงบลง (Smoothing) วิธีการแบบนี้มีลักษณะเป็นการเข้าไปทำให้สถานการณ์ของความขัดแย้งที่กำลังเกิดขึ้นให้สงบลงมา เพื่อไม่ให้ความขัดแย้งขยายวงกว้างขวางมากขึ้น โดยการเข้าไปขอร้องให้ยุติความขัดแย้ง พยายามชักจูงคู่กรณีให้เห็นว่าปัญหาที่เกิดขึ้นไม่มีความสำคัญเพียงพอ ที่จะต้องเสียเวลาไปกับมันทำให้สมาชิกของกลุ่มที่ขัดแย้งกันเห็นถึงความสำคัญของการเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและเห็นถึงผลเสียของการแตกแยกกัน วิธีการนี้ไม่ใช่เป็นการเข้าไปแก้ที่สาเหตุของปัญหา หากแต่เป็นการแก้ปัญหาที่ปลายเหตุ ดังนั้น ปัญหายังจะดำรงอยู่ต่อไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับบุคคลหรือกลุ่มที่มีความรู้สึกว่าคุณเป็นฝ่ายแพ้ เพราะการที่พวกเขายอมยุติความขัดแย้ง อาจจะมาจกสาเหตุของการขอร้อง หรือเห็นแก่บุคคลอื่นก็ได้ ในสภาพเช่นนี้ความขัดแย้งที่ยุติลงไปในนั้นจึงเป็นความสงบชั่วคราวเท่านั้น และความขัดแย้งพร้อมที่จะปะทุขึ้นมาอีกเมื่อไรก็ได้

1.3 วิธีการหลีกเลี่ยง (Avoiding) วิธีการแบบนี้มีลักษณะเป็นการที่ผู้บริหารไม่สนใจที่จะเข้าไปเผชิญกับสถานการณ์ของความขัดแย้งที่กำลังเกิดขึ้น อาจจะเป็นไม่รู้ว่ามี ความขัดแย้งเกิดขึ้น เลยเมฆหรือ ไม่มีการตอบสนองต่อข้อเรียกร้องของผู้ได้บังคับบัญชา หรือพยายามยืดเวลา โดยไม่ยอมตัดสินใจแก้ปัญหา เป็นต้น การใช้วิธีการแบบนี้ไม่สามารถก่อให้เกิดประสิทธิผลในการแก้ไขความขัดแย้งได้เลยเพราะการหลีกเลี่ยงแท้ที่จริงก็คือการไม่ยอมเข้าไปแก้ไขที่สาเหตุของปัญหานั้นเอง และที่ร้ายไปกว่านั้นหากผู้บริหารใช้วิธีการแบบนี้กับการเรียกร้องของผู้ได้บังคับบัญชาแล้ว จะทำให้เกิดความรู้สึกกลายเป็นผู้แพ้ขึ้นมา เพราะข้อเสนอของพวกเขาไม่ได้รับความสนใจเลย สภาพเช่นนี้จะทำให้ความขัดแย้งยิ่งบานปลายและรุนแรงมากขึ้นเรื่อยๆ และแทนที่ความขัดแย้งควรจะถูกลดลงมาให้กลายเป็นสภาวะที่สร้างสรรค์ กลับมีลักษณะเป็นการทำลายมากขึ้น

2. วิธีแพ้ทั้งคู่ (Lose-Lose methods) หมายถึงว่า เป็นวิธีที่ทำให้ทั้งสองฝ่ายที่เป็นคู่กรณีของความขัดแย้งนี้ไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ตนเองต้องการได้ทั้งหมด แต่อาจจะได้มาบางส่วนเท่านั้น ดังนั้น จึงเรียกว่าทั้งสองฝ่ายเป็นผู้แพ้ วิธีการแบบนี้ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความคิดที่ว่า การได้มาบางส่วนดีกว่าไม่ได้เลย สำหรับวิธีการประการที่สองที่นิยมใช้กันนี้ ได้แก่ การประนีประนอม (Compromising) หรือบางครั้งอาจจะเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าเป็นการเจรจาต่อรอง (Bargaining) ซึ่งมีลักษณะเป็นการแก้ไขความขัดแย้งโดยการพบกันครึ่งทาง ซึ่งแต่ละฝ่ายจะไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ตนเองต้องการได้ทั้งหมด ต้องมีการลดเป้าหมายของตนเองลงบ้าง วิธีการแบบนี้ก็มีจุดอ่อนในการนำมาใช้แก้ไขความขัดแย้งเช่นกัน เพราะไม่สามารถนำไปสู่การแก้ไขสาเหตุของความขัดแย้งได้อย่างแท้จริง อันเนื่องมาจากว่า เป้าหมายที่แท้จริงของคู่กรณียังไม่สามารถบรรลุได้ตามที่ต้องการนั่นเอง ดังนั้น ความขัดแย้งอาจจะยุติลงเพียงชั่วคราวเท่านั้น และที่ร้ายไปกว่านั้น วิธีการประนีประนอมจะไม่สามารถนำไปสู่การสร้างสรรค้ขึ้นมาได้เลย

3. วิธีการที่ทั้งสองฝ่ายเป็นผู้ชนะ (Win-Win methods) วิธีการนี้ คู่กรณีของความขัดแย้งประสบผลสำเร็จในการแก้ปัญหาาร่วมกัน และทำให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้ตามที่ทั้งสองฝ่ายต้องการ ดังนั้นทั้งสองฝ่ายจึงเป็นผู้ชนะ

สำหรับวิธีการที่นิยมใช้กันคือ การแก้ไขปัญหาร่วมกัน (Integrative problem solving) ซึ่งบางครั้งมีนักวิชาการเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า การเผชิญหน้ากัน (Confrontation) วิธีการแบบนี้จะไม่มีการเข้าไปกำจัดความขัดแย้ง หรือประนีประนอมกันใดๆ ทั้งสิ้น หากแต่เป็นการเปิดโอกาสให้คู่กรณีของความขัดแย้งเข้ามาร่วมกันแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นกับตัวพวกเขาทั้งนี้เพื่อหาแนวทางแก้ไขที่ทั้งสองฝ่ายพึงพอใจและยอมรับกันได้ ในการใช้วิธีการแบบนี้ผู้บริหารจะต้องทำให้ผู้ได้บังคับบัญชาหรือคู่กรณีของความขัดแย้งเกิดความรู้สึกขึ้นมาว่า สมาชิกภายในองค์กรทุกคน

สามารถทำงานร่วมกันได้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกัน และต้องสร้างบรรยากาศให้คู่กรณีของความขัดแย้งสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นได้อย่างเป็นอิสระ กล่าวคือ ใช้กลยุทธ์ ดังนี้

1. กลยุทธ์การมีความเห็นสอดคล้อง โดยยึดหลักการหาวิธีการแก้ปัญหาที่จะเป็นที่ยอมรับร่วมกันจากทุกฝ่ายที่มีปัญหา มุ่งตอบสนองความต้องการของทั้ง 2 ฝ่าย ให้บรรลุเป้าหมาย ซึ่งทั้ง 2 ฝ่ายที่มีความขัดแย้งกันต้องดำเนินการให้ความช่วยเหลือเกื้อกูลกัน โดยมีหลักสำคัญคือ

1.1 ยอมรับแนวความคิดสมัยใหม่ที่ว่า ความขัดแย้งเป็นสิ่งที่มิใช่ประโยชน์ที่นำมาซึ่งการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง สร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ให้เกิดขึ้น และความขัดแย้งไม่ใช่สิ่งที่มาคุกคามหรือทำให้เกิดการต่อต้าน

1.2 มุ่งมองที่ตัวปัญหามากกว่าตัวบุคคล โดยพยายามค้นหาสาเหตุของปัญหาให้ได้ และเน้นการแก้ปัญหา หรือเอาชนะปัญหา มากกว่าเน้นเรื่องความต้องการ ความปรารถนาส่วนบุคคล

1.3 มุ่งหาข้อเท็จจริงที่เกี่ยวข้องกับปัญหาให้มากที่สุด ไม่กล่าวโจมตีว่าใครผิดหรือถูก

1.4 มีความจริงใจ เปิดเผยและใจกว้างยอมรับฟังความคิดเห็นผู้อื่น ไม่ยึดมั่นในความคิดของคนฝ่ายเดียว

1.5 หลีกเลี่ยงการเน้นถึงความต้องการของตนโดยที่ความต้องการนั้นไปขัดความต้องการของผู้อื่น

1.6 อาจต้องอาศัยบุคคลที่สามเข้ามาดำเนินการช่วยเหลือ และควรหลีกเลี่ยงการใช้เสียงข้างมากตัดสิน หรือใช้การแลกเปลี่ยนแบบ "หมูไปไก่มา" หรือ "ยื่นหมูยื่นแมว"

2. กลยุทธ์การตัดสินใจแบบผสมผสาน วิธีการนี้เกี่ยวเนื่องจากผลสืบเนื่องของกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งต้องอาศัยลำดับขั้นตอนมากขึ้น เพราะต่างฝ่ายที่ขัดแย้งกันยังยึดหลักของวิธีการแก้ปัญหาบางประการของตนไว้ และแต่ละฝ่ายจะนำจุดมุ่งหมายหรือเป้าหมายของตนมารวมกัน และจึงจะนำไปสู่การหาวิธีการแก้ปัญหาโดยให้มีการยอมรับร่วมกัน องค์ประกอบของการตัดสินใจและผสมผสานมีดังนี้

2.1 การทบทวนและการปรับตัวโดยเน้นทางด้านความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ด้านการรับรู้และด้านทัศนคติ

2.2 ระบุปัญหาให้ชัดเจน

2.3 การแสวงหาแนวทางการแก้ไข

2.4 ตัดสินใจแบบให้มีความเห็นสอดคล้องกัน

วิธีการแก้ไขปัญหาร่วมกัน หรือแบบชนะทั้งคู่ (Win-Win Method) สามารถนำไปสู่การแก้ไขปัญหของความขัดแย้งได้อย่างแท้จริง เพราะมันเป็นวิธีการที่จะนำไปสู่การค้นหาแหล่งที่มา

ของปัญหา และสามารถกำหนดวิธีการแก้ไขได้อย่างสมเหตุสมผล ซึ่งในท้ายที่สุดจะ ทำให้เกิดผล  
ในทางสร้างสรรค์ต่อองค์กร

นอกจากนั้นแล้ว วราภรณ์ กระจุกตฤณย์ (2546) ยังได้เสนอแบบพฤติกรรมในการ  
จัดการความขัดแย้ง 5 แบบ คือ

1. ลักษณะแบบ "เต่า" (ถอนตัว, หดหัว) มีลักษณะหลีกเลี่ยงความขัดแย้ง ขอมละวัตถุประสงค์  
และความสัมพันธ์ส่วนตัว พยายามหลีกเลี่ยงจากประเด็นปัญหาที่ก่อให้เกิดความขัดแย้งโดยการ  
หลีกเลี่ยงไม่เผชิญกับคู่กรณี และหลีกเลี่ยงจากผู้คนในแวดวงนั้น นอกจากนี้จะไม่ตัดสินใจอย่างใด  
อย่างหนึ่งเพื่อแก้ปัญหา

2. ลักษณะแบบ "ฉลาม" (บังคับ, ชอบใช้กำลัง) เป็นการแก้ปัญหาความขัดแย้งโดยใช้อำนาจ  
ตามตำแหน่ง (Authority) คำนึงถึงเป้าหมายหรือความต้องการของตนเองมากกว่าความสัมพันธ์  
กับเพื่อนร่วมงาน พยายามแสดงอำนาจเหนือฝ่ายตรงข้าม โดยการบังคับให้ยอมรับทางออกของ  
ความขัดแย้งที่ตนกำหนด การบรรลุเป้าหมายเป็นสิ่งสำคัญสูงสุด สัมพันธภาพมีความสำคัญน้อย  
มาก ผู้มีลักษณะเช่นนี้จะพยายามทำทุกอย่างให้บรรลุเป้าหมายโดยไม่คำนึงถึงความเสียหายใดๆ ไม่  
สนใจในความต้องการของคนอื่น ไม่สนใจที่คนอื่นไม่ชอบหรือไม่ยอมรับตน มีความเชื่อว่า ความ  
ขัดแย้งจะยุติได้เมื่อมีฝ่ายหนึ่งเป็นผู้ชนะ และอีกฝ่ายเป็นผู้แพ้ และลักษณะแบบฉลามต้องการเป็นผู้  
ชนะ ชัยชนะก่อให้เกิดความรู้สึกภาคภูมิใจและประสบความสำเร็จ แต่ความพ่ายแพ้ก่อให้เกิด  
ความรู้สึกอ่อนแอ ความไม่เหมาะสม และความล้มเหลว ลักษณะฉลามจะพยายามเอาชนะด้วยการ  
โจมตี โคนล้ม พิชิต คุกคามผู้อื่น

3. ลักษณะแบบ "ตุ๊กตาหมี" (สัมพันธภาพราบรื่น) ลักษณะนี้เชื่อว่าสัมพันธภาพเป็นสิ่งสำคัญ  
มาก เป้าหมายส่วนตัวมีความสำคัญน้อย ต้องการให้เป็นที่ยอมรับและชอบพอ เชื่อว่าความขัดแย้ง  
หลีกเลี่ยงได้เพื่อเห็นแก่ความกลมเกลียว การถกถึงความขัดแย้งเป็นการทำลายความสัมพันธ์และ  
เกรงว่าหากความขัดแย้งยังดำเนินต่อไปจะสะท้อนความรู้สึกและทำลายสัมพันธภาพ ขอมยกเลิก  
เป้าหมาย เพื่อรักษาสัมพันธภาพอันดีไว้ ใช้วิธีการอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขเหมือนครอบครัวเดียวกัน

4. ลักษณะแบบ "สุนัขจิ้งจอก" (ประนีประนอม, แก้ปัญหาเฉพาะหน้า) รูปแบบนี้ จะคำนึงถึง  
เป้าหมายส่วนบุคคลและสัมพันธภาพกับบุคคลอื่นในระดับปานกลาง แสวงหาการประนีประนอม  
ขอมละเป้าหมายส่วนบุคคลบางส่วนและชักจูงให้ผู้อื่นขอมสละเป้าหมายบางส่วน พยายามหาข้อสรุป  
ต่อข้อขัดแย้งที่ได้ประ โยชนทั้งสองฝ่าย พร้อมและเต็มใจที่จะสละวัตถุประสงค์ และสัมพันธภาพ  
บางส่วนเพื่อหาข้อตกลงร่วมที่ดี

5. ลักษณะแบบ "นกฮูก" (เผชิญหน้ากัน, สุขุม) รูปแบบนี้ จะมองความขัดแย้งว่าเป็นปัญหาที่  
จะต้องแก้ไข ให้คุณค่าแก่เป้าหมายและสัมพันธภาพ และหาทางออกที่สนองต่อเป้าหมายทั้งของคน

และของผู้อื่น ถือว่าความขัดแย้งเป็นสิ่งที่ปรับปรุงสัมพันธภาพ โดยการลดความตึงเครียดระหว่างบุคคลทั้งสอง พยายามที่จะถกประเด็นเพื่อระบุดังความขัดแย้งที่เป็นปัญหา การหาทางแก้ไขซึ่งเป็นที่พอใจของคนและผู้อื่น ทำให้สามารถคงสัมพันธภาพไว้ได้

## 2.7 พฤติกรรมมนุษย์ในกลุ่ม

### 2.7.1 กลุ่มทางจิตวิทยา

#### 2.7.1.1 ความหมายของกลุ่ม (Group)

กลุ่ม หมายถึง “การรวมตัวของคนตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปแล้วมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันอย่างสม่ำเสมอในช่วงเวลาหนึ่ง มีบรรทัดฐานร่วมกัน มีเอกลักษณ์เดียวกัน คนเหล่านี้จะมีการรับรู้ในตนเองว่า พวกเขาขึ้นต่อกันและกัน ในอันที่จะปฏิบัติการเพื่อบรรลุเป้าหมายร่วมกันของคนเหล่านั้น” (สิทธิโชค วรานุสันติกุล, 2546)

กลุ่ม หมายถึง การที่คนตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปมีความคิด มีการกระทำ มีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน มีแรงจูงใจร่วมกันในการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยที่แต่ละคนในกลุ่มมีอิทธิพล และได้รับอิทธิพลต่อกันและกัน แต่อาจมีวัตถุประสงค์ร่วมกันหรือไม่ก็ได้ (<http://www.onec.go.th/develop/5theorem/joint/joint17.htm>)

กลุ่ม หมายถึง การรวมตัวของสมาชิกที่มีความสัมพันธ์กัน มีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม และเกี่ยวข้องกับกลุ่มทั้งสังคมและจิตใจ (กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์, 2544)

กลุ่ม คือบุคคล 2 คน หรือมากกว่านั้นมารวมตัวกัน โดยมีลักษณะเหล่านี้คือ มีจุดมุ่งหมายเดียวกัน (Common Goal) มีการกระทำร่วมกัน (Interaction) และมีการปฏิบัติในบทบาทอันเดียวกัน (Common Role) (พัชนี วรกวิน, 2542)

#### 2.7.1.2 ธรรมชาติของกลุ่ม

##### 1. เหตุผลที่คนเข้ากลุ่ม

การเข้าร่วมกลุ่มของบุคคลมิได้มาจากเหตุผลเดียว ทั้งนี้เพราะบางคนอาจตั้งกคอยู่ในกลุ่มต่างๆ หลายกลุ่มซึ่งเห็นว่าเป็นประโยชน์และอยู่ในความสนใจของคน ต่อไปนี้เป็นเหตุผลว่าเพราะเหตุใดคนจึงเข้ากลุ่ม ได้แก่ (สุเทพ พงศ์ศรีวัฒน์, 2546)

1) เพื่อความมั่นคงปลอดภัย (Security) เพราะการเข้ากลุ่มช่วยสร้างความปลอดภัยมากกว่าการอยู่อิสระตามลำพังคนเดียว เช่น ไม่ถูกกลั่นแกล้ง ได้รับการคุ้มครองด้านต่างๆ หรือได้รับความช่วยเหลือคราวจำเป็น

2) เพื่อความมีศักดิ์ศรี (Status) การได้เป็นสมาชิกของกลุ่มที่มีชื่อเสียงยอมทำให้ฐานะศักดิ์ศรีของสมาชิกสูงไปด้วยในสายตาคนอื่น



3) เพื่อการยอมรับในคุณค่าหรือชื่อเสียงตนเอง (Self-esteem) การเข้ากลุ่มทำให้สมาชิกได้พิสูจน์ความมีคุณค่าของตนเอง เช่นการอุทิศตนเพื่อสังคม เป็นต้น เป็นการทำให้คนภายนอกเชื่อถือให้การยอมรับในชื่อเสียงเกียรติยศของบุคคลนั้น พร้อมทั้งทำให้สมาชิกคนอื่นพลอยได้รับผลดังกล่าวไปด้วย

4) เพื่อให้ได้รับความรักใคร่ผูกพัน (Affiliation) กลุ่มสามารถช่วยตอบสนองความต้องการทางสังคม จากการได้ทำกิจกรรมทางสังคมร่วมกัน การได้ช่วยเหลือเอื้ออาทรต่อกัน เป็นต้น

5) เพื่อความมีอำนาจ (Power) เพราะการรวมกลุ่มก่อให้เกิดพลังอำนาจการต่อรองต่างๆ สูงขึ้น เช่น กลุ่มอาชีพ หรือสหภาพต่างๆ เป็นต้น

6) เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของงานได้ (Goal achievement) ทั้งนี้เพราะมีกิจกรรมหลายอย่างที่มีอาจทำคนเดียวได้สำเร็จ แต่จำเป็นต้องร่วมมือกันเป็นกลุ่มงานจึงจะสำเร็จ โดยอาจรวมความคิด หรืออำนาจ เพื่อช่วยในการผลักดันงาน เป็นต้น

### 2.7.1.3 ประเภทของกลุ่ม

สิทธิโชค วรานุสันติกุล (2546) แบ่งกลุ่มออกได้ 2 ประเภทคือ

1. กลุ่มอย่างเป็นทางการ (Formal Group) หมายถึง กลุ่มที่ได้รับการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการจากผู้มีอำนาจ และมีกฎระเบียบรองรับอย่างถูกต้อง เช่น ภาควิชา คณะวิชา คณะกรรมการต่างๆ ซึ่งมีคุณลักษณะคือ มีโครงสร้าง มีกฎเกณฑ์และข้อบังคับที่แน่นอนในการดำเนินการ แม้ว่าบทบาทของสมาชิกแต่ละคนไม่เหมือนกัน แต่ก็มีจุดหมายร่วมกัน (พัชนี วรกวิน, 2542)

กลุ่มแบบทางการ แบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ (สุเทพ พงศ์ศรีวัฒน์, 2546)

1.1 กลุ่มตามบังคับบัญชา (Command groups) เป็นกลุ่มที่เชื่อมโยงระหว่างบุคคลตามระบบทางการขององค์การ เช่น อาจารย์ใหญ่ 1 คน บังคับบัญชาครูผู้สอน 8 คน ถือเป็นกลุ่มตามบังคับบัญชา เป็นต้น

1.2 กลุ่มทำงาน (Task groups) เป็นกลุ่มที่ประกอบด้วยบุคคลที่มีความสนใจพิเศษ หรือชำนาญเฉพาะด้านมาทำงานร่วมกัน โดยไม่ยึดถือเรื่องตำแหน่ง หรือสายการบังคับบัญชาแต่อย่างใด ซึ่งกลุ่มทำงานอาจอยู่ในรูปของคณะกรรมการถาวรสำหรับการนั้น (Standing committees) หรือคณะกรรมการเฉพาะกิจ (Ad hoc committees) หรือ คณะทำงาน (Task force) ก็ได้

2. กลุ่มที่ไม่เป็นทางการ (Informal Group) หมายถึง กลุ่มคนที่มีการรวมกลุ่มกันขึ้นมาตามธรรมชาติของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เช่น กลุ่มเพื่อนที่จบจากสถาบันเดียวกัน กลุ่มที่ชอบเล่นกีฬาชนิดเดียวกัน กลุ่มสังสรรค์เล็กๆ ฯลฯ กลุ่มเหล่านี้มักจะเป็นกลุ่มที่มีสมาชิกเป็นจำนวนไม่มาก มีความสัมพันธ์ใกล้ชิด ติดต่อกันบ่อยและง่าย แต่จะมีความสำคัญมาก เพราะว่าการเป็นสมาชิกกลุ่ม

ประเภทนี้เป็นการตอบสนองความต้องการของคนเราหลายอย่าง เช่น ความต้องการมิตรภาพ ความรัก ความห่วงใย นอกจากนั้นแล้วกลุ่มชนิดนี้สามารถควบคุม พฤติกรรมของสมาชิกกลุ่มให้คล้อยตามบรรทัดฐานของกลุ่มได้ แม้ว่าสมาชิกแต่ละคนจะมารวมกันด้วยความสมัครใจ โดยไม่ทราบว่าตนเองมีหน้าที่อย่างไร แต่จะมีความสัมพันธ์ดีกว่ากลุ่มอย่างเป็นทางการ และเต็มใจช่วยเหลืออย่างใกล้ชิด (พัชนี วรกวิน, 2542)

กลุ่มที่ไม่เป็นทางการ แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ (สุเทพ พงศ์ศรีวัฒน์, 2546)

2.1 กลุ่มผลประโยชน์ (Interest groups) เป็นกลุ่มที่เกิดขึ้นเพื่อทำกิจกรรมเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์เฉพาะซึ่งแต่ละคนมีส่วนเกี่ยวข้องหรือได้เสีย เช่น กลุ่มเกษตรกรสวนลำไย ชมรมพระเครื่อง เป็นต้น

2.2 กลุ่มมิตรภาพ (Friendship groups) เกิดจากการรวมตัวของบุคคลที่มีความสนใจกิจกรรมทางสังคมเพื่อส่งเสริมมิตรภาพต่อกัน เช่น กลุ่มกีฬา กลุ่มนันทนาการ กลุ่มสังสรรค์วันศุกร์ เป็นต้น เป็นกลุ่มที่มีกิจกรรมนอกที่ทำงานตามปกติ

สิทธิโชค วรานุสันติกุล (2546) ได้กล่าวถึงธรรมชาติของกลุ่มที่เป็นลักษณะพื้นฐานที่นำไปสู่พฤติกรรมของมนุษย์ในกลุ่ม ดังนี้

1. โครงสร้างของกลุ่ม เกิดจากความสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่างๆ เพื่อก่อให้เกิดแบบแผนของความสัมพันธ์ระหว่างส่วนต่างๆ ของกลุ่ม (ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร, 2545) โครงสร้างของกลุ่มที่สำคัญประกอบด้วย

1.1 พันธกิจของกลุ่ม (Mission) คือ วัตถุประสงค์หรือเป้าหมายในการดำรงอยู่ของกลุ่มที่กลุ่มจะต้องพยายามทำให้บรรลุผลให้ได้ เพื่อให้บรรลุพันธกิจที่ต้องการ กลุ่มจึงต้องใช้วิธีแบ่งงานกันทำ (Division of Labour)

1.2 สถานภาพ (Status) หมายถึง ตำแหน่งทางสังคมหรือตำแหน่งต่างๆ ในกลุ่ม ที่บุคคลได้รับตามความเหมาะสม (ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร, 2545)

1.3 บทบาท (Role) หมายถึง พฤติกรรมที่บุคคลแสดงออกให้เหมาะสมกับตำแหน่ง (Position) ที่ได้รับ (ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร, 2545) ใครได้ทำงานอะไรก็จะได้ตำแหน่งงานตามนั้น เช่น เป็นพ่อแม่ พี่ หัวหน้ากลุ่ม

การมีสถานภาพหรือตำแหน่งในกลุ่มนั้นเพื่อที่จะให้สมาชิกรู้ว่าใครจะต้องทำงานอะไร ส่วนไหนของพันธกิจของกลุ่ม จะได้ทำให้เกิดความเป็นระบบและง่ายต่อการหาสมาชิกผู้ที่มีความชำนาญและถนัดในงานเหล่านั้นเข้ามา

อย่างไรก็ตาม บุคคลไม่ได้มีสถานภาพหรือบทบาทเพียงอย่างเดียว เนื่องจากเป็นสมาชิกของกลุ่มหลายกลุ่ม จึงมีหลายสถานภาพ จนทำให้บางครั้งบุคคลอาจอยู่ในสภาพบทบาทขัดกัน (Role conflict) (กึ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์, 2546)

1.4 บรรทัดฐาน (Group Norms) หมายถึง กฎเกณฑ์ที่สมาชิกกลุ่มพึงปฏิบัติตามเพื่อจะทำให้ปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันเป็นไปโดยราบรื่นและคงเส้นคงวา เช่น ระเบียบ กฎหมาย คำสั่ง ข้อควรปฏิบัติของสมาชิกเป็นต้น (ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร, 2545) โดยปกติกลุ่มมักจะส่งเสริมให้กระทำพฤติกรรมที่เอื้อต่อการบรรลุพันธกิจของกลุ่ม และห้ามการกระทำที่ขัดขวางทำให้กลุ่มไม่สามารถบรรลุพันธกิจได้ ดังนั้นบรรทัดฐานจึงเป็นเหมือนมาตรวัดและเครื่องชี้สำหรับสมาชิกกลุ่มไว้พิจารณาพฤติกรรมของตนเองว่าสมควรกระทำหรือไม่

1.5 การสื่อสาร (Communication) หมายถึง การติดต่อแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างบุคคล การสื่อสารเป็นสะพานเชื่อมคนในกลุ่มเข้าด้วยกัน ถ้าขาดกระบวนการสื่อสารแล้ว ความเป็นกลุ่มจะเกิดขึ้นไม่ได้เลย หรือถ้าเป็นกลุ่มอยู่ยู่แล้ว แต่ขาดการติดต่อสื่อสาร ความเป็นกลุ่มก็จะสลายไปในที่สุด (ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร, 2545) ดังนั้น การอยู่ในสถานที่ซึ่งเอื้อต่อการพบกัน (Physical Layouts) ซึ่งสมาชิกมีโอกาสได้พบกันและสื่อสารกันเสมอนั้น ทำให้กิจกรรมทุกอย่างของกลุ่มดำเนินไปโดยความสะดวกราบรื่นและมีประสิทธิภาพ

นอกจากนั้น ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร (2545) ยังได้กล่าวเพิ่มเติมเกี่ยวกับ องค์ประกอบในโครงสร้างของกลุ่มนั่นก็คือ ปัจจัยเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่ม ซึ่งทำหน้าที่อำนวยความสะดวกให้กลุ่มพัฒนาและดำรงอยู่ได้ เช่น การที่คนเรามีความคิด เจตคติ ค่านิยมและความเชื่อคล้ายคลึงกัน หรือมีสถานภาพทางเศรษฐกิจใกล้เคียงกัน ย่อมจะทำให้มีการสื่อสารระหว่างกันบ่อยและเกิดเป็นกลุ่มได้เร็วขึ้น และทำให้กลุ่มมีความเหนียวแน่นมากขึ้นด้วย

## 2. พัฒนาการของกลุ่ม (Group Development)

สุเทพ (2546) กล่าวถึงขั้นตอนการพัฒนากลุ่มว่า โดยปกติกลุ่มจะมีวิวัฒนาการผ่านขั้นตอนต่างๆ ที่สำคัญ 5 ขั้นตอนด้วยกัน ซึ่งเรียกว่า “รูปแบบ 5 ขั้นตอนของการพัฒนากลุ่ม (The five-stage model)”

### 2.7.1.3 กลุ่มที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของสมาชิกกลุ่ม

นักจิตวิทยาสังคมมีความเห็นว่า เพียงแต่เข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มเท่านั้น คนเราก็ต้องมีการเปลี่ยนแปลงในตนเองแล้ว เนื่องจากพฤติกรรมทางสังคมของมนุษย์ทั้งที่สังเกตเห็นได้ และสังเกตไม่ได้ ก็ล้วนได้รับอิทธิพลจากกลุ่มที่มนุษย์เป็นสมาชิกอยู่ โดยมีปรากฏการณ์ต่างๆ ที่มีอิทธิพลกระทบต่อพฤติกรรมของบุคคลที่เป็นสมาชิกของกลุ่ม ดังนี้ (สิทธิโชค วรานุสันติกุล, 2546)

1. เอกลักษณ์ของกลุ่ม (Group Identity) หรือ เอกลักษณ์ทางสังคม (Social Identity) เป็นเอกลักษณ์ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของคนที่อยู่รวมเป็นสมาชิกคือ การที่ต้องยอมรับวัฒนธรรมของกลุ่ม คนเราจะได้รับอิทธิพลของวัฒนธรรมกลุ่มให้มีความคิด ค่านิยม ความเชื่อตามนั้น ทำให้คนเราแสดงพฤติกรรมตามวัฒนธรรมกำหนดโดยไม่มีความรู้สึกต่อต้าน เช่น ความคิดหรือนิสัยที่เป็นเอกลักษณ์ประจำชาติต่างๆ หรือวัฒนธรรมองค์กรต่างๆ ซึ่งจะส่งผลต่อการคิดและการกระทำของคนในองค์กรนั้นๆ

เอกลักษณ์ของกลุ่มที่น่าสนใจอีกอย่างคือ การเชื่อมโยงตนเองกับความสำเร็จของคนอื่นในกลุ่มที่ตนเองเป็นสมาชิกอยู่ (Basking in the reflected glory) เช่น เรามักได้ยินคนอ้างถึงในทำนองนี้ว่า ผมเป็นนักเรียนรุ่นเดียวกับ.....(ผู้มีชื่อเสียง) เมื่อตอนเรียนมหาวิทยาลัย เป็นต้น ปรากฏการณ์นี้มีลักษณะของการเอาตัวเองไปสัมพันธ์กับความสำเร็จของกลุ่มที่ตนเองเป็นสมาชิก ทำให้ตนเองรู้สึกภาคภูมิใจไปด้วย เป็นการตอบสนองความต้องการการยอมรับนับถือจากผู้อื่น

2. การอำนวยความสะดวกและการยับยั้ง เป็นปรากฏการณ์ที่บุคคลจะทำ กิจกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นเมื่อมีผู้อื่นอยู่ในเหตุการณ์

จากการศึกษาของนักวิชาการ ได้ค้นพบว่า ได้มีการเพิ่มกิจกรรมในกลุ่มเนื่องจากว่าเวลาทำงานหรือปฏิบัติการในกลุ่ม ได้มีผู้อื่นอยู่ด้วย และการอยู่ด้วยของคนอื่นนั้นก็ทำให้เพิ่มกิจกรรมเนื่องด้วยตัวแปรสองประการคือ (1) ได้เกิดการแข่งขัน (Rivalry) และ (2) กิจกรรมเพิ่มขึ้นเพราะมีผู้อยู่ด้วยข้างที่ร่วมทำอยู่และจังหวะของการกระทำ ทำให้เกิดปฏิกิริยาที่เรียกว่า Social Facilitation หมายความว่าแค่เห็นกันหรือได้ยินเสียงก็สามารถทำให้กิจกรรมของคนเพิ่มขึ้นได้ อย่างไรก็ตาม ในทางตรงกันข้าม การที่คนอยู่ในกลุ่มที่มีคนหมู่มาก อาจทำให้การใช้วิจารณญาณส่วนตัวได้ไม่ดีเท่าที่ควร การถูกทำให้เสียสมาธิ หรือควบคุมสติได้ไม่ค่อยดี เรียกว่า Social Inhibition ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า กลุ่มนั้นจะให้คุณหรือโทษแก่สมาชิกอย่างไรนั้นขึ้นอยู่กับเหตุการณ์เฉพาะเรื่อง ไม่ใช่เรื่องเสมอไป (นพมาศ ชีรเวทิน, 2542)

3. การออมแรงทางสังคม (Social Loafing) คือ การที่คนในกลุ่มไม่ออกแรงทำงานให้เต็มที่ตามแรงที่มีอยู่ วิศวกรชาวฝรั่งเศสได้พบปัญหานี้มาตั้งแต่ปี 1913 เรียกว่า Ringelmann Effect ตามชื่อของคนที่ได้ทำการทดลองเป็นคนแรก โดยพบว่า คนเราที่ทำงานร่วมกันเป็นกลุ่มจะออกแรงในการทำงานน้อยกว่าเมื่อทำสิ่งนั้นคนเดียว

นักจิตวิทยาในปัจจุบันอธิบายว่า เมื่อสังคมกดดันต่อกลุ่ม คนที่อยู่ในกลุ่มจะรู้สึกว่าตนเองเฉลี่ยเอาแรงที่กดดันนั้นไว้ทุกคน ดังนั้นยังมีคนมากเท่าไร ทุกคนจะยิ่งรู้สึกว่าตนเองรับเอาแรงกดดันนั้นน้อยลง ถึงแม้ว่างานที่กลุ่มทำจะเป็นงานอย่างอื่น เช่น ให้ตะ โคนเสียงดัง ให้ดึงเชือกชั๊กเย่อ การออมแรงของสมาชิกในกลุ่มยังคงเกิดขึ้น ได้อยู่เสมอ

4. พฤติกรรมไม่เป็นตัวเอง (Deindividuation) หมายถึง พฤติกรรมที่เกิดจากสภาพจิตใจของบุคคลเมื่ออยู่ในกลุ่มแล้วจะมีความรู้สึกตัว (Awareness) น้อยลงกว่าปกติ ทำให้ขาดความสามารถในการวิเคราะห์และการประเมินสถานการณ์รอบตัวอย่างมีสติสัมปชัญญะ ความคิดและความสามารถในการใช้เหตุผลไตร่ตรองจะลดลง และไม่สามารถควบคุมพฤติกรรมบางอย่างซึ่งในเวลาปกติเขาจะไม่ทำเช่นนั้น พฤติกรรมเหล่านี้ถูกแสดงออกตามสิ่งเร้าในสถานการณ์อย่างปราศจากการไตร่ตรอง ความรุนแรงของพฤติกรรมจึงมีมากกว่าปกติ ตัวอย่างเช่น พฤติกรรมของคนในขณะที่มีการจลาจล คนที่อยู่ในเหตุการณ์จะกระทำการหลายอย่าง ไม่เป็นตัวของตัวเอง เช่น ขว้างก้อนหินใส่ตำรวจ เผาขบวนรถ หรือโจรกรรมทรัพย์สินตามที่เกิดเหตุ ฯลฯ

มีเงื่อนไขหลายประการที่ทำให้คนเราเกิดพฤติกรรมไม่เป็นตัวเองขึ้นมา ซึ่งทุกเงื่อนไขไปทำให้ให้ความรู้สึกตัวเองลดลง โดยเงื่อนไขเหล่านี้ได้แก่

4.1 การที่คนในกลุ่มคิดว่าตนเองสามารถปกปิดเอกลักษณ์ของตนได้จนทำให้เกิดความเชื่อที่ว่า ไม่มีใครที่อยู่รอบนอกไปจากกลุ่มคนที่สนิทสนมของตนรู้จักหรือจำตนเองได้ ดังนั้นถ้ายังคนในกลุ่มแต่งกายเหมือนกันมีการปิดหน้า ปิดชื่อ ยังจะทำให้เกิดอาการเช่นนี้เพิ่มขึ้น เช่น ปัญหา นักเรียนนักศึกษาด้วยกัน

4.2 การจิตใจและอารมณ์ได้รับการกระตุ้นเร้าอย่างรุนแรง

4.3 การเพ่งจุดสนใจออกไปสู่เหตุการณ์นอกตัวเองออกไปจะทำให้ไม่นึกถึงตนเอง

4.4 การได้อยู่ในกลุ่มที่มีความใกล้ชิดสนิทสนมกัน และมีความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน

พัชนี วรกวิน (2542) กล่าวว่า กลุ่มมีอิทธิพลที่จะพัฒนาบุคคลให้มีพฤติกรรมอันพึงประสงค์ได้ ดังต่อไปนี้

1. ถ่ายทอดการเรียนรู้แก่สมาชิก จึงเป็นเสมือนแหล่งวิทยากร มีการแลกเปลี่ยนถ่ายทอดความรู้ให้แก่และกัน ทำให้สมาชิกเกิดการพัฒนา

2. กำหนดบุคลิกภาพและฝึกฝนสมาชิกให้มีคุณสมบัติตามความต้องการ เพราะเมื่อบุคคลอยู่ในกลุ่มใดก็ต้องยอมทำตามความต้องการของกลุ่มนั้น หากไม่ทำก็จะต้องถูกขจัดออกจากกลุ่มทันที

3. สร้างแรงจูงใจให้สมาชิกในทางที่ดีเพราะมนุษย์ต้องการได้รับการยกย่องจากสังคม จึงพยายามทำสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม

4. ฝึกให้เป็นคนมีเหตุผล หารตัดสินใจที่เกิดจากกลุ่มมักจะมีเหตุผล ซึ่งสมาชิกจะยอมรับทำให้เกิดการบังคับตนเองให้คล้อยตามเหตุผลที่ดีของกลุ่ม

5. เปลี่ยนทัศนคติของบุคคลได้ เพราะการเข้าร่วมกลุ่มจะทำให้ถูกชักจูงให้หันเหทัศนคติจากเดิมได้ แม้จะขัดกับความรู้สึกก็ตาม เหมือนกับคำกล่าวที่ว่า พวกมาก ลากไป

6. ช่วยให้สมาชิกเข้าใจตนเองและผู้อื่น เนื่องจากสมาชิกต้องมีการปฏิสัมพันธ์กัน จึงทำให้เห็นรูปแบบของพฤติกรรมต่างๆ เพื่อประเมินและเปรียบเทียบกับตนเองได้

#### 2.7.1.2 กระบวนการกลุ่ม (Group Process)

พัชนี วรกวิน (2542) กล่าวถึงกระบวนการกลุ่มว่า เป็นเรื่องเกี่ยวกับปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ระหว่างสมาชิกในกลุ่ม ซึ่งเป็นไปตามธรรมชาติภายใต้อิทธิพลทางจิตวิทยาและทางสังคม หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นรายละเอียดเกี่ยวกับธรรมชาติของกลุ่ม (Nature of Group)

กระบวนการกลุ่มมีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาคน ดังต่อไปนี้

1. ให้ได้มีโอกาสสำรวจตนเอง ตลอดจนสร้างความเข้าใจตนเองและผู้อื่น
2. ให้เข้าใจองค์ประกอบที่สำคัญของการทำงานกลุ่ม เข้าใจบทบาทและหน้าที่ของตน
3. ให้ได้ฝึกทักษะในการทำงานกลุ่ม ฝึกการวิเคราะห์และฝึกทักษะการแก้ปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ
4. ให้รู้จักนำความรู้และทักษะต่าง ๆ ไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน และเพื่อพัฒนางานของตนเองต่อไป

สิทธิโชค วรานุสันติกุล (2546) ได้กล่าวถึงกระบวนการกลุ่มหรือการเคลื่อนไหวภายในกลุ่ม โดยได้กล่าวถึงประเด็นที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ความเหนียวแน่นของกลุ่ม ขวัญและกำลังใจ และบทบาทของสมาชิกกลุ่ม ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ความเหนียวแน่นของกลุ่ม (Group Cohesiveness) ความเหนียวแน่น (Cohesiveness) หมายถึง ความสามัคคีแข็งแกร่งและเหนียวแน่นในความสัมพันธ์ที่สมาชิกกลุ่มมีต่อกัน ครอบคลุมทั้งสมาชิกของกลุ่มมีความรู้สึกว่าเป็นสิ่งที่น่าสนใจให้เป็นที่สมาชิกอยู่ ครอบงำกลุ่มยังคงมีความเหนียวแน่น สมาชิกกลุ่มจะมาร่วมกิจกรรมของกลุ่มเป็นประจำ แต่เมื่อกลุ่มไม่สามารถดึงดูดใจสมาชิกอีกต่อไป สมาชิกกลุ่มจะไม่คำนึงถึงมิตรภาพที่มีต่อกันในกลุ่ม รวมทั้งความนับถือกันก็จะค่อยจืดจางไป

ผลการวิจัยยังพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างความเหนียวแน่น (Cohesiveness) กับผลผลิต (Productivity) ยังขึ้นอยู่กับบรรทัดฐานที่เกี่ยวกับงาน (Performance – related norms) ที่กลุ่มตั้งขึ้น (เช่น เน้นผลผลิตสูง ผลงานมีคุณภาพ ความร่วมมือจากบุคคลภายนอกกลุ่ม เป็นต้น) โดยกลุ่มที่มีความเหนียวแน่นจะมีผลงานมากกว่ากลุ่มที่มีความเหนียวแน่นน้อย แต่ถ้าความเหนียวแน่นสูง บรรทัดฐานการทำงานต่ำ ก็จะทำให้ผลผลิตออกมาต่ำ ในกรณีที่ความเหนียวแน่นต่ำ บรรทัดฐานการทำงานสูง ปรากฏว่าได้ผลผลิตเพิ่มขึ้น แต่ก็น้อยกว่ากรณีเมื่อความเหนียวแน่นสูงและบรรทัดฐานการทำงานสูงด้วย แต่ในกรณีที่ทั้งความเหนียวแน่นและบรรทัดฐานการทำงานต่ำทั้งคู่ ผลที่เกิดขึ้นจะได้ผลผลิตอยู่ในระดับต่ำถึงปานกลาง (สุเทพ พงศ์ศรีวัฒน์, 2546)

### 2.7.1.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเหนียวแน่นของกลุ่มประกอบด้วย

1. ขนาดของกลุ่ม กลุ่มขนาดเล็กจะมีความเหนียวแน่นมากกว่ากลุ่มขนาดใหญ่ ทั้งนี้เพราะว่ากลุ่มขนาดใหญ่ติดต่อกันได้ลำบาก และเกิดกลุ่มขนาดเล็กซ่อนอยู่ภายใน ซึ่งโดยธรรมชาติต้องแข่งขันกันแย่งผลประโยชน์กัน ทำให้ความเหนียวแน่นในกลุ่มใหญ่ตกต่ำลงไป กลุ่มทำงานโดยทั่วไปจึงมักนิยมให้มีขนาด 8-10 คน ถ้าเกินกว่านี้ถือว่าใหญ่เกินไป

2. สมาชิกกลุ่มที่มีลักษณะคล้ายกัน (Member Homogeneity) การที่สมาชิกกลุ่มมีลักษณะคล้ายกันในด้านต่างๆ เช่น ค่านิยม เจตคติ สถานภาพทางเศรษฐกิจของครอบครัว ศาสนา และวัฒนธรรม ฯลฯ มีผลทำให้กลุ่มมีความเหนียวแน่นมากขึ้น เพราะสมาชิกจะติดต่อกันได้ง่ายกว่ากันได้อย่างสะดวกสบายโดยไม่กลัวการกระทบกระทั่งกัน เพราะรู้ว่าอะไรควรหรือไม่ควรอย่างไร

3. ความถาวรของการเป็นสมาชิก (Member Stability) กลุ่มที่มีสมาชิกอยู่ยาวนานมักจะมีความเหนียวแน่นในกลุ่มมากกว่ากลุ่มที่มีสมาชิกใหม่ๆ ออกๆ เพราะสมาชิกใหม่ๆ ที่เข้ามาแล้วระยะหนึ่งจะค้นหาทางที่จะไปสู่สถานภาพบางอย่างในกลุ่ม ทำให้เกิดความวุ่นวายปั่นป่วนขึ้นกับสัมพันธภาพของคนในกลุ่ม ซึ่งแตกต่างกับสมาชิกที่อยู่มานาน พวกเขาได้พัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างกันขึ้นมาจนกระทั่งมั่นคงและใกล้ชิดกันมาก ทุกคนรู้จักกันมานานและรู้จักกันดีจนกระทั่งรู้ว่าถึงไหนควรทำ ถึงไหนควรเว้น เมื่อทำงานกับสมาชิกกลุ่มนี้ ความขัดแย้งวุ่นวายต่างๆ จึงไม่เกิด นำไปสู่ความเหนียวแน่นของกลุ่มในที่สุด

4. การที่แต่ละคนมีเป้าหมายของตนเองซึ่งขึ้นอยู่กับคนอื่นด้วย การที่สมาชิกกลุ่มแต่ละคนต้องพึ่งพาอาศัยกันเพื่อที่จะบรรลุเป้าหมายของตนเอง ทำให้สมาชิกกลุ่มแต่ละคนมีความหมายแก่กันและกัน และทำให้กลุ่มที่มีความสำคัญขึ้นมา เพราะถ้าไม่มีกลุ่มแล้วสมาชิกไม่มีทางทำงานด้วยตนเองให้บรรลุเป้าหมายได้ ในสถานการณ์เช่นนี้ความร่วมมือระหว่างกันย่อมจะเกิดขึ้น ทำให้ความเหนียวแน่นเพิ่มมากขึ้นในกลุ่ม ในทางตรงกันข้ามหากมีความจำกัดทางทรัพยากร สมาชิกกลุ่มจะต้องแย่งกันเพื่อให้ได้มาซึ่งเป้าหมายของตน ส่งผลให้เกิดการแข่งขันกัน และทำให้ความรู้สึกเป็นพวกเดียวกันลดลง ความเหนียวแน่นของกลุ่มก็จะลดลงตามไปด้วย ผลการวิจัยทางจิตวิทยาพบว่า กลุ่มที่ประสบความสำเร็จในการทำงาน และสมาชิกกลุ่มแต่ละคนได้ผลประโยชน์ตอบแทนอันเนื่องมาจากการเป็นสมาชิกกลุ่มจะทำให้สมาชิกเกิดความรู้สึกว่า ตนเองเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม (Sherif, 1966) ความรู้สึกเช่นนี้ทำให้ความเหนียวแน่นของกลุ่มเพิ่มขึ้น

5. การถูกคุกคามหรือข่มขู่จากภายนอก เมื่อกลุ่มถูกคุกคามด้วยอันตรายจากภายนอก เช่น ศัตรูหรือคู่แข่ง สมาชิกจะรวมตัวเหนียวแน่นกว่าเดิม โดยที่สมาชิกจะรู้สึกว่าตนเองกำลังได้รับการกีดกันขัดขวางมิให้สามารถทำงานจนบรรลุเป้าหมายที่ตนต้องการอันเป็นเป้าหมายของกลุ่มด้วย ในภาวะเช่นนี้สมาชิกกลุ่มแต่ละคนจะละทิ้งข้อขัดแย้งที่มีต่อกัน และจะหันหน้ามาร่วมมือกันกำจัด

ภัยคุกคามที่มาจากนอกกลุ่มเสียก่อน เพราะกลุ่มจะต้องอยู่รอดก่อน สมาชิกและคนจึงจะสามารถอาศัยกลุ่มเพื่อไปสู่เป้าหมายของตนเองได้

6. การแข่งขันแย่งชิงทรัพยากรของสมาชิกกลุ่มทำให้เกิดความขัดแย้งระหว่างกันขึ้นมา ที่ใดที่มีกลุ่มจะต้องมี โอกาสที่ทำให้เกิดความขัดแย้งในกลุ่มคนเหล่านั้นเสมอ เพราะว่าความต้องการและเป้าหมายของบุคคลย่อมจะต้องขัดกันกับของคนอื่นในกลุ่ม การที่คนเราจะแก้ปัญหาด้วยความขัดแย้งอย่างสันติจึงเป็นสิ่งที่จะต้องทำเพื่อมิให้นำไปสู่ความก้าวร้าวและการทำลายกัน

7. ความยากในการเข้าเป็นสมาชิกกลุ่ม กลุ่มที่ไม่ใช่ธรรมดาและกลุ่มที่มีการคัดเลือกคนเข้าร่วมอย่างพิถีพิถันมีแนวโน้มที่จะมีความเหนียวแน่นมากกว่ากลุ่มที่เข้าร่วมได้ง่ายกว่า

#### 2.7.1.4 วิธีการสร้างความเหนียวแน่นในกลุ่ม

1. การเปิดโอกาสให้สมาชิกกลุ่มเลือกเพื่อนร่วมกลุ่มได้เอง การทำเช่นนี้ทำให้สมาชิกกลุ่มทุกคนได้อยู่ในกลุ่มที่ทำงานร่วมกัน ได้อย่างดี เนื่องจากทุกคนได้มีโอกาสเลือกกันและกันมาร่วมทีม เพราะการเลือกสมาชิกด้วยตนเองมักจะ ได้คนซึ่งมีนิสัยใจคอคล้ายคลึงกันมาอยู่ร่วมกลุ่มกันทำให้มีการติดต่อร่วมมือกันราบรื่น

2. การสร้างกลุ่มทำมาจากผู้ที่มีเจตคติหรือวัฒนธรรมคล้ายกัน ผลการวิจัยทางจิตวิทยาสังคมมากมาย (Aronson, Wilson, & Akert, 1999 : 371) สรุปอย่าง ชัดเจนว่า คนที่มีความคล้ายคลึงกัน (Similarity) ทางความคิด บุคลิกภาพ ค่านิยม เจตคติ ฯลฯ จะมีความดึงดูดใจระหว่างกัน พวกเขาจะคบหาสมาคมกัน ชอบพอกันมากกว่าคนที่มีความแตกต่างกัน ดังนั้นการนำเอาสมาชิกกลุ่มที่มาร่วมกันทำงานควรเริ่มต้นจากความคล้ายกันของสมาชิกที่มาอยู่กลุ่มเดียวกันจะทำให้เขาทำงานร่วมกัน ได้อย่างรวดเร็ว

3. การจำกัดจำนวนสมาชิก โดยธรรมชาติของการรวมกลุ่มยังมีจำนวนคนในกลุ่มมากเท่าไรจะยิ่งทำให้ความเหนียวแน่นของกลุ่มลดลง ไปมากเท่านั้น เนื่องจากการที่กลุ่มมีสมาชิกมากเกินไปจะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพลดต่ำลง ทำให้กลุ่มไม่สามารถตอบสนองความต้องการของสมาชิกแต่ละคนได้อย่างทั่วถึง กลุ่มทำงานโดยทั่วไปจึงมักนิยมให้มีขนาด 8-10คน

4. การเปิดโอกาสให้สมาชิกแต่ละคนได้รางวัลหรือแรงเสริมที่ตนต้องการ สมาชิกกลุ่มแต่ละคนมีความต้องการส่วนตัวและต้องการที่จะตอบสนองความต้องการนั้น ดังนั้นในการทำงานต่างๆ นั้นควรคำนึงถึงการตอบสนองความต้องการอย่างเหมาะสม เช่น คนที่ทำงานดีได้รับผลตอบแทนที่ดี และคนทำงานที่ไม่ดีก็ย่อม ได้รับผลตอบแทนไม่ดี ซึ่งจะทำให้ผู้ที่ทำงานมีแรงจูงใจในการทำงานต่อไป ซึ่งจะส่งผลให้องค์กรมีความเหนียวแน่นเพิ่มขึ้นตามไปด้วย



แบบแผนพฤติกรรมของสมาชิกขณะทำงานในกลุ่ม

สุเทพ พงศ์ศรีวัฒน์ (2546) ได้กล่าวถึง แบบแผนพฤติกรรมของสมาชิกขณะทำงานใน ว่า แต่ละคนจะแสดงบทบาทเด่นของตนแตกต่างกัน โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มแรก บทบาทที่มุ่งงาน (Task-oriented role) เป็นผู้แสดงบทบาทการช่วยเหลือคนอื่นให้ บรรลุเป้าหมาย ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่เอื้อต่อการทำงานให้ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ในงานที่ ต้องมีการประชุมเพื่อตัดสินใจปัญหาบางอย่าง พฤติกรรมที่เอื้อต่อการทำงาน ได้แก่ การแลกเปลี่ยน การวิเคราะห์ การประเมินข้อมูล การให้ข้อมูลเพิ่ม การซักถามรายละเอียด การเสนอทางออกในการ แก้ปัญหา เป็นต้น (สิทธิโชค วรานุสันติกุล, 2546)

กลุ่มที่สอง บทบาทที่มุ่งความสัมพันธ์ (Relation oriented) แสดงพฤติกรรมด้านการสนับสนุน ดูแลคนอื่นเพื่อให้ทุกคนเกิดความรู้สึกที่ดีต่อกัน คนกลุ่มนี้จึงแสดงบทบาทเกี่ยวกับด้านอารมณ์เชิง สังคม (Socioemotional) ทั้งนี้พฤติกรรมทั้งหลายที่สมาชิกกลุ่มทำไปก็เพื่อเป็นการทำให้กลุ่มอยู่ ต่อไปอย่างเข้มแข็งและเหนียวแน่น เช่น ถ้าสมาชิกคนใดเกิดความรู้สึกว่าไม่ปลอดภัย สมาชิกคน อื่นอาจจะปลอบใจให้กำลังใจ ทำให้รู้สึกว่ามีเพื่อนร่วมใจ หรือถ้ามีการขัดแย้งขึ้นในหมู่สมาชิกก็ อาจจะต้องมีสมาชิกคนอื่นมาเป็นคนประสารอบร้าว เป็นต้น พฤติกรรมนี้มีความสำคัญในลักษณะ ที่เอื้อต่อการทำงานที่จะทำให้กลุ่มมีชีวิตชีวา ถ้าหากสมาชิกไม่รับรู้ความสำคัญของพฤติกรรมแบบนี้ อาจทำให้กลุ่มแตกสลายได้ง่ายและรวดเร็ว (สิทธิโชค วรานุสันติกุล, 2546)

กลุ่มที่สาม บทบาทที่มุ่งตนเอง (Self-oriented role) เป็นผู้ที่คอยสนับสนุนแต่จกฉวยผลงานที่ เกิดจากการกระทำของคนอื่น ไปเป็นของตนเอง เช่น พยายามแสดงความคิดเห็นในลักษณะที่เป็น การ โจมตี เหยียดเย้ย ถากถางผู้อื่นเพื่อเรียกร้องความสนใจจากผู้อื่น หรือสมาชิกกลุ่มที่ต้องการ ความเห็นอกเห็นใจจากผู้อื่นก็มักจะชอบพูดแต่เรื่องของตนเอง เป็นต้น พฤติกรรมดังกล่าวนี้ อาจจะ ทำให้ความเหนียวแน่นของกลุ่มลดลง (สิทธิโชค วรานุสันติกุล, 2546)

จากบทบาททั้งสามแบบดังกล่าว สามารถนำมาจัดพฤติกรรมของคนในองค์กรลงใน บทบาทแบบใดแบบหนึ่ง เกิดเป็นบทบาทย่อย (Subroles) เฉพาะขึ้น

#### 2.7.1.5 ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่ม (Intergroup Relationship)

นอกจากกลุ่มจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคลที่เป็นสมาชิกอยู่แล้ว ความสัมพันธ์ ระหว่างกลุ่มก็มีอิทธิพลต่อบุคคลที่เป็นสมาชิกกลุ่มด้วยเช่นกัน เช่น การเหยียดผิว ศาสนา เชื้อชาติ และชนชั้นทางสังคม ในปัจจุบันในโลกของการทำงานธุรกิจ มีความผสมผสานกันมากขึ้นในผู้ทำ งานซึ่งมาจากกลุ่มที่แตกต่างกัน แต่ต้องมาทำงานร่วมในองค์กรเดียวกัน ดังนั้นความยากลำบากจึง อยู่ที่ที่จะทำให้พนักงานซึ่งมาจากกลุ่มวัฒนธรรมที่แตกต่างกันมาอยู่รวมกันเป็นกลุ่มเดียวกันได้

อย่างไร ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มจึงมีส่วนอย่างมากที่จะทำให้พฤติกรรมของสมาชิกในกลุ่มที่แตกต่างกันถูกแสดงออกมาอย่างไร

นักจิตวิทยาสังคมสนใจศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มในเรื่องความขัดแย้งระหว่างกันไว้อย่างน่าสนใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง งานของเซอร์ฟ (Sherief, 1966) ที่ได้ทำการทดลองภาคสนามด้วยการนำเด็กสองกลุ่มที่ไปเข้าค่ายฤดูร้อนบริเวณใกล้เคียงกันเป็นผู้ร่วมการทดลอง เขาได้จงใจสร้างสถานการณ์ให้เด็กทั้งสองกลุ่มแข่งขันกันจนถึงจุดที่กลายเป็นความขัดแย้งที่มีความรุนแรงถึงขนาดจะมีการทำร้ายทางกายต่อกัน เขาพบว่า ยังมีศัตรูภายนอกกลุ่ม คนในกลุ่มจะยังรักกัน ร่วมมือกันเพื่อต่อสู้กับศัตรูนอกกลุ่ม จนเด็กธรรมดาเมื่ออยู่ในสถานการณ์อย่างนี้กลายเป็นเด็กสร้างปัญหา ใช้ความรุนแรงในการทำร้ายร่างกายกัน ในที่สุดเซอร์ฟและคณะ ได้พบว่า วิธีที่ดีที่สุดที่จะทำให้เด็กทั้งสองกลุ่มหันมาคิดกันคือ การทำให้สองกลุ่มต้องแก้ปัญหาเดียวกันและน้ำท่วมกัน ถ้าไม่แก้ปัญหาร่วมกันพวกเขาจะต้องเค็คร้อนโดยไม่ได้รับประทานอาหารและน้ำทั้งสองกลุ่ม การได้หันหน้าเข้ามาหากันเพื่อแก้ปัญหาซึ่งนำไปสู่เป้าหมายร่วมกันได้ประโยชน์ทั้งสองฝ่าย ทำให้เกิดความร่วมมือ และการใกล้ชิดมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างทำงานร่วมกันทำให้ความขัดแย้งลดลงไป (สิทธิโชค วรานุสันติกุล, 2546)

#### 2.7.2 กลุ่มกับการสื่อสาร

คำว่ากลุ่ม หมายถึง การรวมตัวของบุคคลซึ่ง ปฏิสัมพันธ์ (Interaction) กัน มีความสนใจร่วมกันหรือการแสดงออกร่วมกันในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยรับอิทธิพลหรือผลกระทบจากกันและกัน

เมื่อคนมาอยู่ร่วมกันโดยมีวัตถุประสงค์ร่วมกัน มีการสื่อสารหรือประกอบกิจกรรมร่วมกัน ตระหนักถึงความรู้สึกร่วมกันของสมาชิกคนอื่น และให้ความสนใจเข้าใจผู้คนที่เหล่านั้นกำลังทำหน้าที่เป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มให้กลุ่มคงสภาพได้

ความเป็นกลุ่มอาจจะบ่งชี้ได้ด้วย 3 ลักษณะ คือ

1. ชะตากรรมร่วมกัน นั่นคือไม่ว่าจะเกิดอะไรขึ้นกับกลุ่ม ผลที่เกิดขึ้นจะกระทบผู้ที่อยู่ในกลุ่มทุกคน
2. ความคล้ายคลึงกัน ซึ่งอาจจะออกมาในรูปการแต่งเครื่องแบบ การใช้เครื่องมืออุปกรณ์ เช่น พนักงานห้างสรรพสินค้า สมาชิกแท็กซี่ เป็นต้น
3. ความใกล้ชิดกัน ผู้ที่สังกัดกลุ่มเดียวกันมักจะอยู่ใกล้กัน ในแง่สถานที่ที่จะระบุได้ว่าพวกเดียวกัน อย่างไรก็ตามลักษณะที่ 3 เป็นลักษณะที่สำคัญน้อยที่สุด ทั้ง 3 ลักษณะนี้จะบ่งชี้การรวมตัวกันของบุคคลว่าเป็นกลุ่มคือ มีสมาชิกจำนวนหนึ่งมีปฏิสัมพันธ์กัน พึ่งพาอาศัยกัน มีอิทธิพลต่อกันและกันในการทำงานร่วมกัน

### 2.7.2.1 ปัจจัยที่ควรคำนึงถึงเมื่อจะสื่อสารกับกลุ่ม

ปัจจัยที่ควรพิจารณาเมื่อจะสื่อสารกับกลุ่ม จำแนกได้เป็น 2 ประเภทคือ

1. ปัจจัยทางกายภาพของกลุ่ม (Physical Property of the Group) ปัจจัยทางกายภาพที่สำคัญ ได้แก่ ขนาดของกลุ่มและการจัดรูปแบบที่นั่งในกลุ่ม ปัจจัยเหล่านี้จะส่งผลให้แต่ละกลุ่มมีความแตกต่างกันออกไปและมีผลต่อการสื่อสาร

1.1 ขนาดของกลุ่ม (Group Size) การสื่อสารเพื่อให้มีประสิทธิภาพกระทำในรูปของการสื่อสารแบบเห็นหน้ากัน คือผู้ส่งสารและผู้รับสารมีโอกาสเห็นหน้ากันและกัน ถามตอบกันได้สะดวก และยิ่งกลุ่มใหญ่ขึ้นเท่าใด โอกาสที่สมาชิกในกลุ่มจะได้พูดคุยกันก็น้อยลง เพราะฉะนั้นยิ่งกลุ่มใหญ่ขึ้นการ โน้มน้าวใจก็จะ ได้ผลน้อยลง

ขนาดของกลุ่มที่เหมาะสมไม่ควรใหญ่มากอาจจะอยู่ในช่วง 5-8 เพราะจะ ไม่มีปัญหาเรื่องมนุษยสัมพันธ์ภายในกลุ่ม และในการทำงานใดของกลุ่ม ทุกคนจะได้ทำงาน เท่าๆ กัน แทนที่จะนั่งฟังการสื่อสารเฉยๆ ในกลุ่มขนาดเล็กมีการตอบคำถามของสมาชิกได้ทั่วถึง และสิ่งนี้จะทำ ความพึงพอใจให้กับสมาชิกมาก

บางครั้งผู้พูดอาจพบกับคนที่มีความคิดเห็นขัดแย้งกับสารที่เขาเสนอ ในกรณีนี้เขา จะต้องมีเวลาให้ฝ่ายตรงข้ามมีโอกาสได้พูดด้วย แต่ในการสื่อสารนั้น ผู้ส่งสารจะต้องทำการสื่อสาร กับทุกคนในกลุ่มไม่ใช่เฉพาะกับคนที่เห็นด้วยเท่านั้น มีการศึกษาหลายเรื่องที่ยืนยันว่าขนาดของ กลุ่มที่ใหญ่ขึ้น การสื่อสารภายในกลุ่มไม่ได้เพิ่มขึ้นตามขนาดของกลุ่ม ผู้พูดเองก็รู้สึกตัวว่ามีเรื่อง พูดได้น้อยลง การ โน้มน้าวใจก็ทำได้ยากขึ้น

ในการสื่อสารเพื่อการ โน้มน้าวใจในกลุ่ม มีประเด็นสำคัญประเด็นหนึ่งที่ควรเน้นย้ำ คือ เมื่อมีการประชุมกลุ่มและมีข้อขัดแย้งเกิดขึ้นในทางความคิด ประชานควรจะให้สมาชิกของกลุ่ม ยอมรับมติของกลุ่มด้วยการให้แต่ละคนอภิปรายแสดงความคิดเห็นจนพอใจเรื่องสื่อสารเพื่อ โน้มน้าวใจให้เกิดการประนีประนอม ไม่ควรจะจบการอภิปรายด้วยการให้กลุ่มโหวตออกเสียงว่าใคร เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย เพราะจะทำให้เกิดการแตกแยกในหมู่สมาชิกกลุ่ม ผู้ที่เห็นด้วยอยากจะ ร่วมมือกับกลุ่มในกิจกรรมหรือประเด็นที่ตนเองออกเสียงให้ ในขณะที่ผู้ไม่เห็นด้วยจะไม่ร่วมมือ ไม่ สนับสนุน ถ้ารุนแรงพออาจเกิดการต่อต้านได้

แต่อย่างไรก็ตามมีผลการศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มเล็กที่มีสมาชิกไม่เกิน 7 คน ก็พบข้อเสียด้วย เหมือนกันคือสมาชิกไม่กล้าแสดงความรู้สึกจริงๆ ของตนเองออกมาเช่น ไม่เข้าใจก็ไม่กล้าบอกเพราะ เห็นว่าคนอื่นฯ เข้าใจหมดแล้ว ดังนั้น สมาชิกจะทำอะไรตามคนอื่นในกลุ่ม แต่ถ้าเป็นกลุ่มใหญ่ผู้ส่ง สารจะควบคุมความรู้สึกของสมาชิกได้ยาก ในกลุ่มใหญ่จะแบ่งเป็นกลุ่มย่อย (Subgroup) และกลุ่ม

ข้อย่นั้นจะกล้าแสดงความขัดแย้งออกมาอย่างเปิดเผย ถ้าขนาดของกลุ่มใหญ่ขึ้น ปัญหาที่จะเกิดขึ้นได้แก่

จะมีผู้นำกลุ่มเกิดขึ้นอย่างเป็นทางการ สมาชิกจะเลือกผู้นำหรือหัวหน้าขึ้นมา และการสื่อสารอาจจะต้องกลายเป็น 2 ขั้นตอน (Two-Step Flow) นั่นคือผู้ส่งสารหรือผู้อภิปรายในกลุ่มต้องอาศัยผู้นำคนนี้ในการถ่ายทอดสาร ไปยังสมาชิกและการมีผู้นำเท่ากับเป็นการลดภาระให้กับผู้พูดด้วย แต่มีข้อเสียตรงที่ว่าสารที่ผ่านไปยังสมาชิกอาจจะบิดเบือนได้ ทั้งโดยตั้งใจและไม่ตั้งใจ เพราะฉะนั้นการสื่อสารโดยผ่านผู้นำกลุ่มแบบนี้ก็มีผลดีและผลเสีย

กลุ่มใหญ่มักจะมีการแบ่งพวก มีการแตกความสามัคคี มีพวกที่ไม่เห็นด้วยกับสมาชิกส่วนใหญ่ และปัญหาของผู้พูดก็คือว่าจะมีผู้มีความคิดเห็นขัดแย้งต่อสารที่ได้รับมากขึ้น ซึ่งไม่ได้เกิดขึ้นจากสารนั้น ไม่ดี แต่เกิดจากการขัดแย้งกับผู้นำในกลุ่มหรือผู้เสนอสารก็ได้

เมื่อกลุ่มใหญ่ขึ้น รูปแบบการสื่อสารก็จะเปลี่ยนไป ต้องมีการเตรียมอุปกรณ์ต่างๆ ให้พร้อม การสื่อสารจะเป็นอยู่ในรูปเป็นทางการ โอกาสที่สมาชิกในกลุ่มจะสอบถามข้อข้องใจก็ลดน้อยลง

1.2 การจัดระยะห่างในกลุ่ม (Spatial Arrangement) ปัจจัยอย่างหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารในกลุ่ม คือ การจัดที่นั่ง การจัดโต๊ะเป็นโต๊ะสี่เหลี่ยมยาว แบบห้องสมุดและมีที่นั่งหัวโต๊ะเป็นที่ของประธานจะก่อให้เกิดความรู้สึกเป็นพิธีรีตอง ความเป็นกันเองระหว่างสมาชิกลดลง การจัดโต๊ะกลมจะให้ผลดีกว่าถ้าต้องการบรรยากาศที่ไม่เป็นงานเป็นการจนเกินไป

1.3 ปฏิกริยาตอบกลับจากสมาชิก (Feedback) หมายถึง ข้อมูลที่ผู้ส่งสารได้รับจากผู้รับสาร เพื่อตอบสนองต่อสารที่ส่งมา ฉะนั้น การยิ้ม การขมวดคิ้ว ความตั้งใจ การเหม่อลอย คำถาม คำวิจารณ์ การเข้าเท่า เป็นตัวอย่างของปฏิกริยาตอบกลับทั้งสิ้น ปฏิกริยาตอบกลับมีสองประเภท คือ แบบทันที (Immediate) และแบบภายหลัง (Delayed) ในสถานการณ์กลุ่มย่อยซึ่งเห็นหน้ากันและกัน ผู้พูดจะได้รับปฏิกริยาตอบกลับจากสมาชิกทันที ซึ่งจะส่งผลให้มีการปรับสารให้เข้ากับผู้ฟังภายหลังจากที่พูดเสร็จ ผู้พูดอาจจะติดตามผลแบบภายหลัง โดยการถามถึงความเห็นของสมาชิกต่อสารที่ตนเสนอ หรือติดตามพฤติกรรมของสมาชิกกลุ่มในการจัดโต๊ะประชุมแบบรูปกลม ปฏิกริยาตอบกลับจะเห็นได้ชัดเจนและโอกาสจะแสดงปฏิกริยาตอบกลับมีมาก ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการโน้มน้าวใจอย่างยิ่ง

ปฏิกริยาตอบกลับมีความสัมพันธ์กับขนาดของกลุ่มและการจัดที่นั่งของสมาชิกกลุ่ม เมื่อกลุ่มมีขนาดใหญ่ขึ้น ผู้ส่งสารก็ไม่สามารถจะตรวจสอบปฏิกริยาตอบกลับของสมาชิกได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา (Psychological Property of the Group) การสื่อสารเป็นกระบวนการที่มีความสลับซับซ้อน ผู้พูดจึงจำเป็นต้องพิจารณาปัจจัยทางด้านจิตวิทยาเหล่านี้ เพื่อเตรียมสารให้เหมาะกับสมาชิกกลุ่มองค์ประกอบทางด้านจิตวิทยาที่มีผลต่อการสื่อสาร ได้แก่

2.1 ความพอใจของกลุ่ม หมายถึง ความรู้สึกใกล้ชิดของสมาชิกแต่ละคนต่อกิจกรรมที่กลุ่มทำ ผู้ส่งสารจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับผู้ที่เป็นแกนกลางของกลุ่มและต้องเอาใจใส่สมาชิกคนอื่น ๆ ในกลุ่ม ความพอใจของกลุ่มวัดไม่ได้จากการสอบถามผู้นำกลุ่มเพียงคนเดียว หากแต่ต้องมาจากคำตอบของสมาชิกคนในกลุ่ม

2.2 ความเหนียวแน่นของกลุ่ม (Cohesiveness) หมายถึง ความผูกพันกลมเกลียวที่สมาชิกมีต่อกัน วิธีการวัดความเหนียวแน่นของกลุ่มในการทดลอง คือการถามสมาชิกกลุ่มว่าต้องการจะทำงานกับกลุ่มต่อไปหรือไม่ ในกลุ่มที่มีความเหนียวแน่น สมาชิกมีความกระตือรือร้นที่จะทำงานกับกลุ่มต่อไป ในขณะที่กลุ่มที่ไม่มีความเหนียวแน่น สมาชิกไม่ปรารถนาที่จะทำงานกับกลุ่มต่อไป ความเหนียวแน่นของกลุ่มเกิดขึ้นได้เพราะปัจจัยหลายประการ ในด้านกายภาพ ความเหนียวแน่นของกลุ่มสัมพันธ์โดยตรงกับขนาดของกลุ่ม ถ้ากลุ่มมีขนาดใหญ่ ความเหนียวแน่นจะมีน้อย ตรงข้ามถ้ามีขนาดเล็ก ความเหนียวแน่นของกลุ่มย่อมมีมากกว่าเพราะความรู้สึกใกล้ชิดจะเป็นตัวเชื่อมให้มีความผูกพันกันแน่นแฟ้นยิ่งขึ้น สมาชิกกลุ่มที่มีความเหนียวแน่นสูงจะมีค่านิยมและพฤติกรรมที่สอดคล้องไปในทางเดียวกัน สมาชิกแต่ละคนต่างมีความรู้สึก “มีสังกัดกลุ่ม” ความรู้สึกเหนียวแน่นนี้เป็นความรู้สึกที่เหนือกว่าความรู้สึกสังกัดกลุ่ม มันหมายถึงความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันอย่างแข็งแกร่งที่ประกอบภารกิจร่วมกัน ถ้าปราศจากความรู้สึกเหนียวแน่นนี้แล้ว กลุ่มจะสั่นคลอนได้ง่าย ถ้ามีความกดดันเพียงเล็กน้อยเกิดขึ้น ความเหนียวแน่นของกลุ่มจะมีผลต่อการสื่อสารเพื่อ โน้มน้าวใจคือ ถ้าโน้มน้าวใจสมาชิกหลักได้สำเร็จก็จะ โน้มน้าวใจได้ทั้งกลุ่ม ในทางกลับกันถ้า โน้มน้าวใจสมาชิกหลักไม่สำเร็จก็จะล้มเหลวกันทั้งกลุ่ม

2.2.1 ผู้ส่งสารจะพบว่า กลุ่มที่มีความเหนียวแน่นอย่างมั่นคงจะมีสมาชิกเพียงไม่กี่คนมีพฤติกรรมเบี่ยงเบนไปจากคนอื่น และจะคอยต่อต้านการตัดสินใจของกลุ่ม สมาชิกส่วนใหญ่จะยอมทำอะไรตามกัน และสมาชิกที่มีพฤติกรรมเบี่ยงเบนจะต้องยอมทำตาม เมื่อผู้ส่งสารเข้าไปอยู่ในกลุ่มที่มีการรวมตัวกันอย่างเหนียวแน่น ถ้าสมาชิกส่วนใหญ่ของกลุ่มต่อต้านเขา โอกาสที่เขาจะประสบความสำเร็จในการสื่อสารย่อมเป็นไปได้ยากแต่ในอีกด้านหนึ่งถ้าคนส่วนใหญ่เห็นด้วยกับข้อเสนอของเขาในหมู่สมาชิกที่จะคล้อยตามกัน กลุ่มมีแนวโน้มที่เห็นด้วยทั้งหมดเพราะมีแรงกดดัน

2.2.2 กลุ่มที่มีความเหนียวแน่นกันอย่างมั่นคงมักจะสามารรถถูกโน้มน้าวใจได้ง่าย เพราะกลุ่มจะมีลักษณะที่เป็นแบบเดียวกัน

2.2.2 การสื่อสารกับกลุ่มที่มีความเหนียวแน่นจะทำได้มากและสารจะกระจายไปสู่สมาชิกกลุ่มอย่างทั่วถึง ซึ่งหมายความว่า การโน้มน้าวใจในเรื่องใดๆ มีแนวโน้มจะสำเร็จ เพราะผู้รับสารมีความเต็มใจที่จะรับฟังข้อเสนอเนื่องจากสมาชิกกลุ่มชักชวนกันและกัน รู้ข้อมูลกันอย่างทั่วถึง

2.2.3 สมาชิกของกลุ่มที่มีความเหนียวแน่นจะชัดเจน หรือคัดค้านข่าวสารที่เป็นปรปักษ์ต่อกลุ่มของตนมากกว่ากลุ่มที่รวมตัวไม่เหนียวแน่น

วิธีที่จะเพิ่มความเหนียวแน่นของกลุ่ม คือต้องเพิ่มพันธะผูกพัน (Commitment) ที่สมาชิกแต่ละคนมีต่อกลุ่ม ปัจจัยสำคัญที่จะสร้างสัมพันธภาพในหมู่สมาชิกคือ การรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มหรือสถาบัน การรู้สึกมีส่วนร่วมที่จะควบคุมสมาชิกกลุ่มและการดำเนินงานของกลุ่มได้ ความรักผูกพันในหมู่สมาชิกกลุ่ม และการได้ตอบสนองความต้องการซึ่งกันและกัน (Mutual Satisfaction of Needs) ถ้าหากปัจจัยทั้ง 4 ประการนี้เป็นหลักที่สมาชิกกลุ่มปฏิบัติต่อสมาชิกใหม่และปฏิบัติต่อกันและกันอยู่เสมอแล้ว ความเหนียวแน่นก็จะยิ่งเพิ่มขึ้น

สมาชิกของกลุ่มจะเพิ่มความเหนียวแน่นกลมเกลียวได้ด้วยความพึงพอใจของสารที่พวกเขาได้รับและความมีชื่อเสียงของกลุ่ม ซึ่งจะก่อให้เกิดขวัญและกำลังใจและความรู้สึกที่จะทุ่มเทให้กลุ่มมากยิ่งขึ้น สมาชิกกลุ่มที่คำนึงถึงปัจจัยเหล่านี้ในการสื่อสารสามารถเพิ่มความกลมเกลียวในกลุ่มมากยิ่งขึ้น กลุ่มที่เหนียวแน่นจะทำให้การสื่อสารโน้มน้าวใจประสบความสำเร็จได้ง่ายขึ้น

#### 2.7.2.2 ความกดดันให้คล้อยตามกลุ่ม (Conformity Pressure)

1. สมาชิกกลุ่มมักจะถูกกดดันให้คล้อยตามความเห็นของสมาชิกส่วนใหญ่
2. ในการคล้อยตามกลุ่มนั้น ถ้าเป็นเรื่องที่ยากจำนวนสมาชิกกลุ่มที่คล้อยตามจะมีมากกว่าเรื่องที่ย่าง
3. ในการโน้มน้าวใจสมาชิกกลุ่มผู้ส่งสารต้องเอาใจใส่ว่าจะมีผู้คัดค้านหรือไม่ก่อนจะขอความเห็นชอบจากผู้รับสาร ถ้ามีเสียงคัดค้านการจะใช้ความกดดันจากกลุ่มให้เกิดการคล้อยตามอาจจะไม่ได้ผล ถ้าเป็นเรื่องสำคัญและผู้พูดต้องการให้กลุ่มคล้อยตาม ผู้พูดอาจจัดให้ผู้คัดค้านนั่งอยู่ในที่ที่ไม่ใช่เป้าความสนใจของกลุ่ม

4. การกดดันให้กระทำตามกันไม่ได้หมายความว่า จะคงผลอยู่ในระยะยาว เพราะในการสอบถามส่วนตัวหลังจากเสร็จสิ้นการทดลองแล้ว ผู้ซึ่งยอมรับตามกลุ่มเป็นจำนวนมากแสดงอาการสงสัยเกี่ยวกับสิ่งที่เขาพูด ในกลุ่ม และมีแนวโน้มที่จะกลับไปยอมรับการตัดสินใจของตนเอง ดังนั้น ในการสื่อสารที่ส่งไปจึงต้องเป็นสารที่ต้องการผลในระยะยาวชั่วคราว ถ้าต้องการผลในระยะยาวผู้สื่อสารควรให้ข่าวสารเพิ่มเติมแก่สมาชิกที่คล้อยตามกลุ่ม เพื่อให้เขาเกิดความมั่นใจ และดำรงไว้ซึ่งการยอมรับนั้น โดยชี้ให้เห็นว่าความกดดันให้มีการคล้อยตามกันเป็นวิธีการสำคัญอย่าง

หนึ่งที่จะทำให้กลุ่มมีความคิดเห็นหรือตัดสินใจแบบเดียวกัน อย่างไรก็ตามในการทำการสื่อสารเราจะต้องเข้าใจแนวคิดบางอย่างเกี่ยวกับเรื่องนี้ว่าการคล้อยตามเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นเมื่อมีการขัดแย้งกันระหว่างค่านิยม ความคิดเห็นของบุคคลกับปทัสถาน ซึ่งสังคมพยายามดึงขึ้น บุคคลที่ยอมละทิ้งความต้องการและทัศนคติของตนเองหรือไม่กล้าสนับสนุนความคิดเห็นของตัวเอง และยอมตามปทัสถาน ซึ่งเป็นที่ยอมรับกันของบุคคลอื่น ๆ ได้ชื่อว่าเป็นผู้ทำตาม มีการคล้อยตามอยู่ 2 แบบ คือ การคล้อยตามแท้จริง (True Conformity) และการคล้อยตามเพื่อหวังผล (Expedient Conformity) ในแบบแรกบุคคลเปลี่ยนทั้งพฤติกรรมและทัศนคติ ตามความกดดันของกลุ่ม ส่วนในแบบหลังบุคคลยอมรับทำตามปทัสถานด้วยถ้อยคำเท่านั้น แต่ใจจริงแล้วยังคงยึดตามทัศนคติของตนอยู่

### 2.7.2.3 องค์ประกอบของกลุ่มที่มีผลต่อการคล้อยตาม

จากการศึกษาเกี่ยวกับการคล้อยตามกลุ่มพบว่าองค์ประกอบต่างๆ ของกลุ่มมีผลต่อการคล้อยตามของบุคคล องค์ประกอบของกลุ่ม ได้แก่

1. ขนาด โดยทั่วไปแล้วจะเพิ่มตามขนาดของกลุ่มที่บุคคลอยู่ แต่มีขีดจำกัดเมื่อมีบุคคลอยู่ในกลุ่มเพียง 2 คน และมีคนเดียวเท่านั้นที่จะต่อต้านความเห็นของเขา ก็จะมีการคล้อยตามน้อยมาก ความโน้มเอียงที่จะยอมตามเมื่อบุคคลอยู่ในกลุ่ม 3 คน และ 2 คน มีความเห็นค้านกับคนจะมีมากขึ้น และจะยิ่งยอมตามยิ่งขึ้น ถ้าเป็นกลุ่ม 4 หรือ 5 คน เมื่อคนอื่นๆ เห็นค้านกับคนที่จริงกลุ่ม 4 คน หรือ 5 คน จะมีผลให้เกิดการคล้อยตามเท่า ๆ กับกลุ่ม 15 คน หรือมากกว่านั้น

2. เอกฉันท การทำตามกันและกันมีมากขึ้น เมื่อบุคคลเห็นสมาชิกของกลุ่มมีความเห็นเป็นเอกฉันทที่ยิ่งกว่ากลุ่มที่มีความเห็นแยกกัน การที่มีคนอื่นไม่เห็นด้วยแม้แต่เพียงคนเดียว ก็จะลดการยอมตามลงไปมากทีเดียว

3. สถานภาพ ถ้าบุคคลมีความรู้สึกกว่า สมาชิกอื่นของกลุ่มมีฐานะสูงกว่าตัวเขาก็จะคล้อยตามง่ายขึ้น ถ้าเขารู้สึกว่าสมาชิกอื่นๆ มีฐานะต่ำกว่าเขาก็จะยอมตามได้ยากขึ้น

4. ความสัมพันธ์ของบุคคลที่มีต่อกลุ่ม มีการศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของบุคคลที่มีต่อกลุ่ม โดยก่อนที่จะมีการทดลอง ผู้ถูกทดลองบางคนได้รับความรู้สึกว่าการยอมรับเขา ส่วนบางคนรู้สึกว่าถูกตัดออกจากกลุ่ม ผู้ที่รู้สึกว่าถูกตัดออกจากกลุ่มแสดงการคล้อยตามกลุ่มสูงกว่าผู้อื่น แต่การยอมตามในลักษณะนี้อาจเป็นแบบการคล้อยตามเพื่อหวังผล (Expedient Conformity)

การคล้อยตาม การเป็นอิสระ และการต่อต้าน (Conformity, Independence and Rebellion)

เท่าที่เราพูดกันมาในเรื่องของการมีอิทธิพลทางสังคมระหว่างบุคคล เราพูดถึงการที่บุคคลยอมรับอิทธิพลของผู้อื่น แต่ยังไม่ได้พูดถึงกรณีที่บุคคลปฏิเสธอิทธิพลของผู้อื่น ซึ่งน่าจะ

พิจารณาถึงความเหมือนและความแตกต่างของคำต่างๆ ที่บ่งถึงการมีอิทธิพลทางสังคมระหว่างบุคคลที่ใช้กันอยู่

1. การคล้อยตาม เกิดขึ้นเมื่อบุคคลมีความรู้สึกไวต่อเกณฑ์ปกติ และ/หรือต่อความคาดหวังของผู้อื่นในกลุ่ม และพยายามปฏิบัติตามเกณฑ์และความคาดหวังของกลุ่ม

2. การเป็นอิสระ เป็นกรณีที่บุคคลรู้สึกเฉยๆ ต่อเกณฑ์และความคาดหวังของกลุ่ม ไม่แสดงว่าปฏิเสธหรือยอมรับแต่เฉยไม่มีปฏิกริยาตอบ

3. การต่อต้าน เกิดขึ้นเมื่อบุคคลรู้ว่าเกณฑ์และความคาดหวังของกลุ่มเป็นอย่างไร แต่ไม่ยอมรับ โดยการกระทำในสิ่งที่ตรงกันข้ามกับเกณฑ์และความคาดหวังของกลุ่มพฤติกรรมเฉพาะอย่างหนึ่งอย่างใดที่เกิดขึ้นในสภาพการณ์ทางสังคมที่แตกต่างกัน อาจจะได้รับความคิดเห็นว่าเป็นลักษณะประเภทพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไปด้วย เช่น การใส่กางเกงยีน และหมยขาว จะถูกตำหนิว่าไม่รักษานขนบธรรมเนียมประเพณีดั้งเดิมของไทย ทำให้เอกลักษณ์ของชาติต้องสูญเสียไป (ถือว่าเป็นพวกต่อต้าน) แต่เมื่อเวลาผ่านไปคนเริ่มนิยมกันมากเข้า คนที่นุ่งกางเกงยีนและหมยขาวก็มีมากขึ้นโดยไม่อึดอัดและไม่โยคีว่าคนอื่นจะว่าอย่างไร (ถือว่าเป็นพวกอิสระ) ในปัจจุบันการนุ่งกางเกงยีนและการไว้หมยขาวดูเหมือนจะเป็นแฟชั่นสำหรับคนหนุ่มสาว การใส่กางเกงยีนและไว้หมยขาวตามแฟชั่น (ถือว่าเป็นพวกคล้อยตาม)

เรื่องของพฤติกรรมการคล้อยตาม ก็เช่นเดียวกับพฤติกรรมโปรดสังคมแบบต่างๆ คือขึ้นอยู่กับสภาพและตัวแปรอื่นๆ อีกมากมาย เช่น ในเรื่องการคล้อยตามกันเชิงข่าวสาร บุคคลมีแนวโน้มที่จะคล้อยตามบุคคลอื่นที่เขาับถือว่ามีความรู้หรือมีคุณสมบัติครบในการทำกิจกรรมเฉพาะอย่าง (Willis & Hollander, 1964) นอกจากนั้นการให้ข่าวสารแก่บุคคลว่าผู้ที่จะมีอิทธิพลเหนือเขานั้นเป็นผู้ที่ประสบผลสำเร็จในการทำงานที่เขาทำ มีแนวโน้มที่บุคคลจะคล้อยตามมากขึ้น ส่วนในเรื่องการคล้อยตามกันเชิงเกณฑ์ปกติ บุคคลมีแนวโน้มที่จะคล้อยตามผู้ที่เขาชอบเป็นการส่วนตัว หรือคล้อยตามกลุ่มที่เขาต้องการจะเข้าไปเป็นสมาชิกในสภาพการณ์ที่ชัดเจน ไม่คลุมเครือ และกำหนดให้มีการแสดงการยอมรับอย่างเปิดเผย ช่วยเพิ่มการคล้อยตามแบบการคล้อยตามกันเชิงเกณฑ์ปกติ (Normative conformity) ส่วนในสภาพการณ์ที่ไม่ชัดเจน คลุมเครือ และไม่บังคับให้แสดงการคล้อยตามอย่างเปิดเผยพบว่าพฤติกรรมการคล้อยตามกันเชิงเกณฑ์ปกติลดลง แต่พฤติกรรมการคล้อยตามกันเชิงข่าวสารเพิ่มขึ้น นอกจากนั้นยังมีการวิจัยหลายชิ้นที่ชี้ให้เห็นว่าบุคลิกภาพของผู้มีอิทธิพลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการคล้อยตาม

### 2.7.3 ปทัสถาน (Norms)

ปทัสถาน (Norms) หมายถึง รูปแบบของพฤติกรรมของกลุ่ม ซึ่งเป็นไปในทางเดียวกันซึ่งเกิดขึ้นและดำรงอยู่ได้โดยแรงกดดันของกลุ่ม เวลาที่เราจะ โน้มหน้าใจให้กลุ่มทำการ



เปลี่ยนแปลงความเห็น ตอนแรกกลุ่มจะทำการอภิปรายปัญหานั้น ๆ ก่อนและในที่สุดก็เห็นคล้ายตามที่ผู้พูดต้องการ โดยกลุ่มจะพัฒนามาตรฐานในการตัดสินใจ หรือปทัสถานของพฤติกรรมที่มีต่อสารนั้นและสารในลักษณะเดียวกัน การสื่อสารมีประโยชน์ในแง่การสร้างปทัสถาน การดำรงปทัสถานและการเปลี่ยนปทัสถานเมื่อสมาชิกกลุ่มมารวมตัวกันใหม่ ๆ กลุ่มจะยังไม่มีการปทัสถานเฉพาะตัวของกลุ่ม มีแต่ความสัมพันธ์เก่า ๆ ของหมู่สมาชิก พฤติกรรมที่เป็นรูปแบบเดียวกันจะค่อย ๆ มีการพัฒนาขึ้น โดยอาศัยเวลาสักระยะหนึ่ง และอาศัยการสื่อสารเมื่อสมาชิกคนหนึ่งเสนอพฤติกรรมอย่างหนึ่งให้กลุ่มนำไปปฏิบัติ สมาชิกคนอื่น ๆ ก็จะเสนอพฤติกรรมอื่น ๆ ที่มีความแตกต่างเล็กน้อยให้กลุ่มพิจารณา สมาชิกคนใดสามารถเสนอพฤติกรรมที่มีประโยชน์แก่กลุ่มมากที่สุด ข้อเสนอและพฤติกรรมนั้นก็ได้รับการพัฒนาเป็นปทัสถานของกลุ่มสมาชิกในกลุ่มแต่ละคนยึดถือปทัสถานไม่เท่ากัน บางคนอาจจะถืออย่างเคร่งครัด บางคนปฏิบัติตามปทัสถานแต่ไม่ถึงเป็นเรื่องสำคัญนัก ถ้าหากผู้สื่อสารต้องการริเริ่มให้มีการเปลี่ยนแปลงปทัสถานบางอย่างอาจเริ่มที่สมาชิกกลุ่มหลังก่อน

#### 2.7.4 สมดุลของกลุ่ม (Equilibrium)

สมดุลของกลุ่ม (Equilibrium) คือ ความกดดันภายในกลุ่มที่พยายามจะให้กลุ่มรักษาระดับความคงที่ไว้ โดยมีการเปลี่ยนแปลงกระทบกระเทือนน้อยที่สุด กลุ่มประกอบด้วยสมาชิกที่มีลักษณะบุคลิกภาพแตกต่างกันออกไป ถ้ากลุ่มต้องการจะคงอยู่เป็นเวลานาน สมาชิกกลุ่มแต่ละคนต้องมีความต้องการที่จะตั้งกีดกลุ่ม บางครั้งกลุ่มก็ต้องประสบปัญหาหลายอย่าง เช่น ความกดดันที่จะต้องให้งานมีประสิทธิภาพ การเปลี่ยนตำแหน่งของสมาชิกกลุ่ม การพยายามให้กลุ่มมีความมั่นคงทางด้านอารมณ์-สังคม การพยายามให้กลุ่มยอมรับความคิดใหม่ เมื่อเกิดความกดดัน ทฤษฎีสมดุลของกลุ่มกล่าวว่ากลุ่มต้องพยายามปรับตัวให้เข้าสู่สภาพคงที่หรือสมดุลเร็วที่สุด จากทฤษฎีนี้ผู้ส่งสารสามารถสรุปได้ว่า ถ้าเขาจะ โน้มน้าวใจเพื่อให้กลุ่มเปลี่ยนแปลงเขาจะต้องสื่อสารบ่อย ๆ กลุ่มมิได้เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว กลุ่มจะเปลี่ยนก็ต่อเมื่อมีความกดดันมากขึ้น ๆ ถ้าสมาชิกในกลุ่มได้รับความกดดันที่จะต้องเปลี่ยนพฤติกรรมเป็นระยะเวลาสั้น ๆ โดยที่กลุ่มไม่ได้เข้าสู่สภาพสมดุลเสียที สมาชิกมีแนวโน้มที่จะลาออกจากกลุ่มไป เพราะฉะนั้นถ้าจะให้กลุ่มมีความเปลี่ยนแปลง ผู้ส่งสารต้องเตรียมสารหลายๆ ชิ้น ยิ่งกลุ่มเกาะกันมั่นคงเพียงใด ประเด็นที่ต้องการเปลี่ยนมีความสำคัญมากเพียงใด และกลุ่มต่อต้านสารที่เสนอมามากเพียงใด ผู้ส่งสารก็ต้องเตรียมตัวมากขึ้นเพียงนั้น

ทฤษฎีสภาพสมดุลของกลุ่มมีผลต่อการ โน้มน้าวใจในกลุ่ม คือ

1. เมื่อกลุ่มเกิดการรวมตัวใหม่ ๆ กลุ่มมักจะยังไม่มั่นคงนัก ถ้าสมาชิกคนหนึ่งคนใดนำกลุ่มไปในทิศทางที่จะก่อให้เกิดความสมดุลขึ้นในกลุ่ม สมาชิกนั้นและสารของเขาจะได้รับการยอมรับง่ายขึ้น

2. หลังจากกลุ่มได้มีการก่อตั้งมาระยะหนึ่ง กลุ่มมักจะปิดตัวเองจากข่าวสารข้อมูลที่จะทำให้กลุ่มเสียสภาพสมคูล กลุ่มจะต้องถูกสั่นคลอนเสียก่อน จากปัจจัยหนึ่งปัจจัยใด กลุ่มจึงจะยอมรับข้อมูลใหม่

3. กลุ่มที่มีการรวมตัวกันอย่างไม่เป็นทางการ เช่น ชมรมแบดมินตัน มักจะเกิดความเบื่อหน่ายในหมู่สมาชิกและกลุ่มจะหมดแรงงูใจ ทั้งนี้ไม่ใช่เพราะกลุ่มเสียสภาพสมคูล แต่เพราะกลุ่มไม่มีแรงเสริมมาเป็นกำลังหนุนเงื่อนขาในการก่อตั้งแต่แรก ฉะนั้นสมาชิกคนใดที่มีความคิดใหม่ๆ จะเสนอให้กลุ่ม ช่วงนี้จะเป็นโอกาสที่เหมาะสมที่สุด เพื่อให้กลุ่มได้มีพฤติกรรมใหม่ๆ และจัดสภาพสมคูลใหม่ การโน้มน้าวใจจะได้ผลมาก

สภาพสมคูลของกลุ่มเป็นสิ่งที่ผู้สื่อสารต้องเรียนรู้เพื่อจะได้ทราบว่ากลุ่มอยู่ในสภาพการณ์เช่นไร และผู้สื่อสารจะต้องเตรียมสารชนิดใดที่จะสื่อสารกับกลุ่ม

โดยสรุปการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจกับกลุ่มบางครั้งก็กระทำได้ง่าย เพราะมีปัจจัยทางด้านกายภาพและทางด้านจิตวิทยาเกื้อหนุน แต่ในทางกลับกันปัจจัยทางด้านกายภาพและจิตวิทยาอาจจะทำให้การโน้มน้าวใจกลุ่มประสบความสำเร็จได้ยากเช่นกัน ถ้ากลุ่มมีความสัมพันธ์ในหมู่สมาชิกอย่างดีเยี่ยม และไม่เห็นด้วยกับผู้ส่งสาร ผู้ส่งสารจึงต้องใช้ความพยายามมากขึ้นเมื่อจะสื่อสารกับกลุ่มชนิดนี้

## 2.8 อิทธิพลทางสังคม

### 2.8.1 ความหมายของอิทธิพลทางสังคมต่อพฤติกรรมของบุคคล

คนเรามักจะพยายามที่จะใช้อิทธิพลในการกระตุ้นและชักจูงใจเพื่อเปลี่ยนพฤติกรรมหรือเปลี่ยนความคิดของคนอื่น เพื่อประโยชน์บางสิ่งบางอย่างแก่ตนเอง หรือแก่ตัวผู้ที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหรือความคิดนั้น ในวิชาจิตวิทยาสังคมนั้นมีหัวข้อโดยเฉพาะสำหรับศึกษาเรื่องนี้คือ “อิทธิพลทางสังคม (Social Influences)” ซึ่งหมายถึงการกระทำโดยคนหนึ่งหรือหลายคน เพื่อที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหรือความคิดหรือความรู้สึกของคนอื่น อิทธิพลทางสังคมนี้แสดงออกมาได้หลายรูปแบบ แต่ที่นิยมกล่าวถึงมีอยู่ 4 แบบคือ (ลีทริโซค วรานูสันติกุล, 2546)

1. การชักจูงใจ (Persuasion) คือการใช้การสื่อสารเพื่อประโยชน์เฉพาะในการเปลี่ยนใจหรือความคิดความเชื่อของบุคคล รวมตลอดไปจนถึงการเปลี่ยนพฤติกรรมของคนด้วย ผู้ไปชักจูงใจคนอื่นต้องพยายามอย่างยิ่งที่จะทำให้ข้อคิดหรือข้อโต้แย้งที่เสนอไปมีเหตุผลหรือตรรกะที่น่าเชื่อถือที่สุด แต่มักจะซ่อนความไม่ถูกต้องบางอย่างเอาไว้ด้วย การชักจูงใจเป็นวิธีการใช้อิทธิพลต่อบุคคลอื่นแบบง่ายที่สุด และเราได้เห็นบ่อยที่สุด ซึ่งในแต่ละวันเราจะได้พบเห็นอยู่เสมอไม่ว่าจะเป็นการที่พ่อแม่ชักจูงใจลูก ครูชักจูงใจลูกศิษย์ หัวหน้าชักจูงใจลูกน้อง หนังสือพิมพ์ชักจูงใจคนอ่าน

นักการเมืองชักจูงใจประชาชน ฯลฯ เป็นต้น บางครั้งก็ทำได้สำเร็จ บางครั้งก็ล้มเหลว นักจิตวิทยา ได้ศึกษาวิธีการชักจูงใจแล้วสำเร็จว่ามีองค์ประกอบที่สำคัญ 2 ประการคือ (Paulus, Seta, & Baron, 1996 : 169-175)

1.1 คุณลักษณะของผู้ชักจูงใจ ในการรวบรวมผลงานวิจัยต่างๆ ของนักจิตวิทยาสังคัม พบว่า ผู้สื่อสารที่มีคุณลักษณะ มีเสน่ห์ (Attractive) หมายถึงมีรูปร่างหน้าตาดี กิริยาอาการน่าชม และแต่งตัวดี ทำให้ผู้ฟังเกิดความรู้สึกชอบ มีผลทำให้ผู้ฟังไม่ค่อยจะตั้งแง่เอา มีแบบการนำเสนอที่ดี (Style) ก็หมายถึงวิธีการพูด การเขียน การแสดงตัว คนที่พูดเร็ว ไม่มีตะกุกตะกักเป็นคนที่ทำให้ผู้ฟังคิดว่าเขาเป็นคนที่มีความรู้ในเรื่องที่พูดนั้นจริง ออกอากัปกิริยาสุภาพ ใช้วัจนภาษา (Nonverbal Language) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ มักจะทำให้ผู้รับสารเชื่อถือในสิ่งที่เขาเสนอ และมีความน่าเชื่อถือ (Credibility) หมายถึงเป็นคนที่ผู้ฟังคิดว่าเป็นคนที่รู้และชำนาญเรื่องนั้นจริง (Expertise) หรือเป็นคนที่มีความน่าเชื่อถือในความซื่อตรงไม่หลอกลวงใครมาก่อน ไม่ใช่คนที่ทำอะไรเพื่อตนเอง (Trustworthiness)

1.2 เนื้อหาของข้อเสนอ ผลจากการวิจัยของนักจิตวิทยาสามารถสรุปให้เป็นหลักปฏิบัติ สำหรับการชักจูงใจให้มีประสิทธิภาพได้เป็นข้อๆ ดังต่อไปนี้

ประการแรก ควรเสนอเนื้อหาในการชักจูงให้เป็นแบบมีข้อเสนอ 2 ด้านคือ ทั้งด้านที่เราต้องการเสนอซึ่งเราต้องให้เหตุผลสนับสนุน และอีกด้านหนึ่งซึ่งเราไม่ต้องการ เราต้องให้เหตุผลสนับสนุนเหมือนกันแต่เราจะเสนอข้อแย้งเหตุผลสนับสนุนดังกล่าวไปด้วย เช่น พนักงานขายสินค้าจะต้องพยายามเสนอเหตุผลที่สนับสนุนว่าทำไมจึงควรซื้อสินค้าของเขาด้านหนึ่ง แต่อีกด้านหนึ่งก็จะต้องได้แย้งว่าเหตุผลของสินค้าคู่แข่งนั้นไม่ใช่อะไร จึงสมควรจะใช้สินค้าของเขาแทนที่จะไปใช้สินค้าของคู่แข่ง

ประการที่สอง ควรทำให้ข้อเสนอของเราเป็นสิ่งที่เรารวม โดยเฉพาะอย่างยิ่งอารมณ์กลัวหรือกังวลเช่น ให้ทราบว่าจะไม่ทำตามข้อเสนอของเราแล้วสิ่งที่ไม่ดีอะไรบ้างจะเกิดขึ้นกับเขา และถ้าตัดสินใจจะรับข้อเสนอที่เราชักจูงใจ เราจะแนะนำให้เขาทำอะไรบ้าง แต่อย่าทำให้กลัวจนเกินไปจะเป็นการทำให้เกิดอารมณ์กลัวจนไม่รับการสื่อสาร

นอกจากนั้นต้องพยายามวิเคราะห์ความต้องการของผู้รับสารให้ชัดเจน และพยายามทำให้เขาเห็นว่าข้อเสนอของเรานั้นตอบสนองความต้องการของเขาได้อย่างไร อย่างที่นักโฆษณาทั้งหลายทำกัน คือการแนะนำสินค้าของเขาว่าตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้แน่ เช่น วิทยุรุ่นต้องการการยอมรับจากเพื่อนรุ่นราวคราวเดียวกันมาก เครื่องดื่มยี่ห้อหนึ่งก็โฆษณาว่าเป็นเครื่องดื่มสำหรับคนรุ่นใหม่ เป็นต้น

ประการที่สาม ต้องพยายามที่จะสื่อสารไปในระดับที่ผู้รับสารเข้าใจได้ ใช้ภาษาและวิชาการที่อยู่ในระดับที่จะเข้ากับประสบการณ์ของผู้รับสารชักจูงได้ มิฉะนั้นเขาจะไม่เข้าใจ และการชักจูงก็จะหมดประสิทธิภาพไปในทันที หรือบางครั้งอาจจะทำให้ผู้รับสารชักจูงใจเกิดอารมณ์ต่อต้านไม่รับสารที่เขาเข้าใจคือด้วยซ้ำไป เล่น การออกมาสื่อสารให้ประชาชนเข้าใจรัฐบาลในอดีตที่ผ่านมา บางครั้งได้ตั้งรัฐมนตรีที่คิดว่าพูดเก่งมากมาออกโทรทัศน์เพื่อชักจูงใจประชาชนในบางเรื่อง แต่กลับทำให้ประชาชนเกิดความรู้สึกรู้สึกต่อต้านมากขึ้นแทนที่จะชักจูงใจได้สำเร็จ เพราะว่าผู้รับสารเกิดอารมณ์หมั่นไส้ผู้พูดชักจูงใจซึ่งใช้ภาษาอังกฤษแทนภาษาไทยโดยไม่จำเป็น หรือใช้ท่าทางเย่อหยิ่งไม่กลัวใคร โดยปกติในวัฒนธรรมไทยนั้นคนไทยยกย่องผู้ที่มีความอ่อนน้อมถ่อมตน ดังนั้นผู้ที่จะไปชักจูงใจใครจึงควรเป็นคนที่มีการยอมาลาถ้อยอ่อนน้อมต่อผู้ฟังด้วย

ประการที่สี่ ควรพยายามทำให้ข้อเสนอของเราไม่ห่างไกลจนเป็นคนละขั้วกับความเห็นของเขา เพราะคนเรามีแนวโน้มที่จะปฏิเสธสิ่งที่เป็นความเห็นคนละขั้วทันทีที่ได้รับฟัง จึงเสนอให้เป็นความเห็นกลางๆ ไว้ก่อน ซึ่งแม้จะเป็นความเห็นที่แตกต่างจากเขาเหมือนกันแต่เขาพอรับได้บ้าง แล้วค่อยชักจูงเขาไปสู่ข้อเสนอที่แตกต่างมากขึ้นไปเรื่อยๆ คือให้พูดจากับผู้ที่มีจุดยืนตรงกันข้ามกับตนเองด้วยเรื่องที่คิดเห็นเหมือนกันก่อน ต่อเมื่อมีความสัมพันธ์ที่ดีเกิดขึ้นแล้วจึงค่อยใช้เวลาที่เสนอน้อยเสนอข้อเสนอที่แตกต่างไปจากจุดยืนของผู้รับสารชักจูงใจ

2. การคล้อยตาม (Conformity) เกิดขึ้นในสถานการณ์ที่บุคคลเปลี่ยนพฤติกรรมของตนเองให้เข้ากับมาตรฐานหรือความเชื่อซึ่งเป็นที่ยอมรับกันทั่วไป หรือจะกล่าวทำให้เข้ากับบรรทัดฐาน (Norms) ของกลุ่มก็ได้ ปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการคล้อยตามนั้นคือแรงกดดันจากกลุ่ม ดังจะเห็นได้จากตัวอย่างการที่เด็กวัยรุ่นมักจะคล้อยตามกลุ่มเพื่อนของตนเองเป็นอย่างมาก ยิ่งกลุ่มเพื่อนมีความคิดเหมือนกันมากเท่าไรยิ่งมีอิทธิพลทำให้คนในกลุ่มนั้นต้องคิดคล้อยตามมากขึ้นเท่านั้น

สำหรับคนที่อยู่ในกลุ่มเดียวกัน อาจจะมีบางคนที่ไม่ยอมคล้อยตาม (Non-Conformity) ซึ่งเราจะพบเห็นอยู่เสมอ ในกลุ่มพวกที่ไม่ยอมคล้อยตามนี้ยังแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ ประเภทแรก ไม่คล้อยตามแล้วยังต่อต้านอีกด้วย เรียกว่าพวกต่อต้านการคล้อยตาม (Counter conformity) ได้แก่ คนที่ชอบต่อสู้กับกฎเกณฑ์กติกาของกลุ่ม ประเภทที่สอง คือพวกที่เป็นตัวของตัวเอง (Independence) ซึ่งถึงแม้จะไม่คล้อยตาม แต่ก็ไม่ต่อต้านและผลักดันตนเองออกไปจากกลุ่ม คงทำตัวอยู่ในกลุ่มแบบไม่ยุ่งกับใคร และใครอย่ามายุ่งกับเรา

เรื่องของการคล้อยตามเป็นเรื่องที่น่าวิเคราะห์ว่าสมควรจะทำให้มีน้อยลงในกรณีอย่างไรบ้าง เป็นต้นว่าในการทำธุรกิจ ถ้าหากว่ากลุ่มผู้บริหารในบริษัทมีการคล้อยตามกันมาก ไม่ค่อยมีใครคิดแตกต่างไปจากกลุ่มอาจจะทำให้การบริหารงานผิดพลาดไปได้เนื่องจากว่าขาดข้อมูลแย้ง เนื่องจากทุกคนพยายามคล้อยตามกลุ่มทำให้ไม่รอบคอบจึงอาจจะทำให้การตัดสินใจผิดพลาด

3. การยอมทำตาม (Compliance) เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นเนื่องมาจากการได้รับคำขอร้องจากผู้อื่นให้กระทำ ทั้งที่ใจจริงไม่อยากจะทำแต่ปฏิเสธไม่ได้ จะด้วยความเกรงใจและรู้ตนเองอยู่ตลอดเวลาหรือไม่ก็ตาม หรือหลวมตัวไปปรับทำอย่างไม่รู้ตัวก็ได้ ดังที่ผู้ใหญ่หลายคนได้เคยหลวมตัวด้วยลูกไม้ของเด็กเล็กๆ เสมอ โดยเด็กอาจจะร้องขอซื้อขนมเค้ก ทอफी ไอศกรีม ช็อกโกแลต ฯลฯ ทำให้ผู้ใหญ่ต้องปฏิเสธเพราะมากมายเหลือเกิน แต่พอเด็กขอลดลงเหลือเพียงไอศกรีมเพียงอย่างเดียวผู้ใหญ่ก็ยอมซื้อให้ เพราะเกรงจะเสียน้ำใจของเด็ก ซึ่งจุดสำคัญคือการขมมาดั่งหลายอย่าง แท้จริงแล้วเด็กก็ต้องการไอศกรีมเพียงอย่างเดียว แต่ที่ทำเช่นนั้นเพราะเรียนรู้ว่า ถ้าขอซื้อไอศกรีมเพียงอย่างเดียวตั้งแต่แรก มักจะถูกปฏิเสธจากผู้ใหญ่ แต่ถ้าขอเอาไว้มากๆ ให้ผู้ใหญ่ปฏิเสธเสียก่อนแล้วค่อยขออย่างที่เราต้องการจริงๆ เพียงอย่างเดียวมักจะได้เสมอ เด็กบางคนเรียนรู้วิธีทำให้ผู้ใหญ่ยอมทำตามด้วยการแสดงฤทธิ์เดชออกอาการที่น่าอับอายสำหรับผู้ใหญ่ในที่สาธารณะ เพราะเรียนรู้ว่าถ้าตนเองขออะไรจากผู้ใหญ่ในขณะที่กำลังอยู่ในที่มีคนมาก แล้วผู้ใหญ่ไม่ให้ เขาจะต้องแสดงอาการชักคั่นชักงอเกลือกกลิ้งไปตามพื้น ในที่สุดผู้ใหญ่ก็จะต้องรีบให้ตามที่เขาขอ ดังนั้นผู้ใหญ่จึงต้องระวังอย่าตกหลุมพรางของเด็ก ผู้ใหญ่ต้องใจแข็งให้ตลอดเพียงครั้งสองครั้งเด็กจะเรียนรู้ได้เองว่าการทำเช่นนั้นไม่สำเร็จเขาจะเลิกไปเอง

4. การเชื่อฟัง (Obedience) เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจากการที่บุคคลยอมทำตามคำสั่งของผู้ที่มีอำนาจเหนือกว่า ตัวอย่างเช่น นักเรียนเชื่อฟังครู ลูกเชื่อฟังพ่อแม่ และลูกน้องเชื่อฟังเจ้านาย ฯลฯ เป็นต้น โดยทั่วไปผู้ที่ออกคำสั่งต้องเป็นผู้ที่อยู่ในตำแหน่งซึ่งควบคุมการกระทำของผู้ที่จะรับคำสั่งได้ และผู้ออกคำสั่งต้องสามารถหาวิธีที่ทำให้คำสั่งที่วางนั้นบังเกิดผลในทางปฏิบัติให้ได้

### 2.8.2 อิทธิพลทางสังคมที่มีต่อการคล้อยตามของบุคคล

การอยู่รวมกันเป็นกลุ่มเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับคนปกติทุกคน การที่ต้องออกไปจากกลุ่มหรือหากกลุ่มอยู่ไม่ได้เป็นเรื่องผิดปกติ ด้วยความจำเป็นนี้เองกลุ่มจึงมีความสำคัญต่อบุคคลมาก การที่คนเราจะอยู่ในกลุ่มได้อย่างมีความสุขนั้น เราจะต้องปฏิบัติตนให้เป็นไปตามบรรทัดฐานของกลุ่ม บางครั้งเราอาจจะอยากกระทำในสิ่งที่ไม่เป็นไปตามบรรทัดฐาน แต่ด้วยความกลัวว่าจะถูกลงโทษจากกลุ่มเราจึงจำเป็นต้องเปลี่ยนความคิดและการกระทำนั้นเสีย เช่น ในบางครั้งเราไม่อยากจะทำอย่างที่เราเพื่อนในกลุ่มของเราทำ แต่เรากลัวว่าเพื่อนจะไม่ยอมรับเรา เราจึงต้องทำทั้งที่ไม่อยากจะทำเลย นี่คือการยอมคล้อยตามกลุ่มเพื่อน เพราะแรงกดดันจากกลุ่มนั่นเอง ความที่มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่เราอ้างกันเสมอ ซึ่งความจริงได้มีการทดลองของนักจิตวิทยาสนับสนุนคำอ้างนี้เหมือนกันว่า ถ้าคนเราขาดการสังสรรค์กับคนอื่นเป็นเวลานานแล้วคนเราจะเครียดและเกิดอาการทางจิต (Baumeister & Leary, 1995) การที่คนเราต้องอยู่เป็นกลุ่มเป็นสังคมทำให้มีประสบการณ์ร่วมในกิจกรรมของกลุ่มด้วย มีผลทำให้เราได้รับความเห็นใจ ความรัก ความนับถือ ได้การยอมรับ

จากผู้อื่นซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ทุกคนต้องการ ความต้องการการยอมรับจากกลุ่มนี้เองที่เป็นแรงจูงใจให้คนคล้อยตามคนอื่นในกลุ่ม ซึ่งจะแบ่งได้เป็น 2 กรณีคือ บางครั้งเป็นการคล้อยตามอย่างจริงจังด้วยการยอมรับความเชื่อของกลุ่มทั้งใจ (Private Conformity) แต่บางครั้งอาจจะจำเป็นต้องคล้อยตามทั้งที่ยังไม่เชื่อแต่จำเป็นต้องทำเป็นยอมรับ (Public Compliance) (สิทธิโชค วรานุสันติกุล, 2546)

### 2.8.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคล้อยตาม

นักจิตวิทยาสังคม ได้พยายามศึกษาเรื่องการคล้อยตาม ไว้มาก ซึ่งส่วนหนึ่งจะเป็นการวิจัยเพื่อที่จะหาคำตอบที่ว่า “ปัจจัยอะไรที่เป็นตัวกำหนดการเกิดหรือไม่เกิดการคล้อยตาม” ผลจากการวิจัยปรากฏปัจจัยดังกล่าว ดังนี้ (สิทธิโชค วรานุสันติกุล, 2546)

1. กลุ่มอ้างอิง (Reference Group) กับการคล้อยตาม คนเราทุกคนมิใช่ว่าจะคล้อยตามคนอื่นไปหมด เช่น ครูที่อยู่ในหมู่บ้านอ่านหนังสือพิมพ์และดูโทรทัศน์พบว่า คาราภาพยนตร์ที่ตนชอบไปออกกำลังกายด้วยการตีกอล์ฟ การปฏิบัติของคาราภาพยนตร์มิได้มีอิทธิพลทำให้ครูคนนี้ต้องคล้อยตาม ทำไมจึงเป็นเช่นนั้น ที่เป็นเช่นนั้นก็เพราะว่า คนเราจะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงของเราเท่านั้น “กลุ่มอ้างอิง” หมายถึง กลุ่มที่เราคิดว่าเราก็เหมือนกับเขา หรือเราอยากเหมือนเขาเหล่านั้น ครูชายที่อยู่ชนบทหลายคนต้องกลายเป็นคนขี้เหล้าเพราะว่ากลุ่มอ้างอิง ซึ่งได้แก่ ครูที่เคยอยู่ในหมู่บ้านนั้นมาก่อน ครูเหล่านั้นตั้งวงเหล้าทุกวัน คนที่ไปอยู่ใหม่ๆ ก็ต้องคล้อยตามในตอนแรก เพราะทนแรงกดดันของครูเก่าเหล่านั้นไม่ได้ ในที่สุดเมื่ออดทนตัวไม่ออกก็กลายเป็นสมาชิกคนหนึ่งของกลุ่มอ้างอิงของตนไปด้วย

2. ขนาดของกลุ่มกับการคล้อยตาม (Group Size) ถ้าจะให้คาดการณ้ล่วงหน้าเราคงจะต้องทำนายว่า คนเราควรที่จะคล้อยตามเป็นอย่างมากในกรณีที่กลุ่มอ้างอิงมีจำนวนคนมาก ยิ่งกลุ่มมีขนาดใหญ่มากขึ้นเท่าไรก็ควรจะมีอิทธิพลทำให้คนเราต้องคล้อยตามมากขึ้นเท่านั้น แต่ผลการวิจัยของนักจิตวิทยาสังคมพบว่า ไม่เป็นไปอย่างที่กล่าว การคล้อยตามอาจจะเกิดขึ้นมากขึ้นเรื่อยๆ ตามจำนวนคนที่เพิ่มในกลุ่มก็จริง แต่จะมีจุดหนึ่งซึ่งจะเป็นจุดอิ่มตัว ภายหลังจากจุดนี้ไปการคล้อยตามจะลดน้อยลง ถึงแม้ว่าจะเพิ่มจำนวนคนขึ้นมาในกลุ่มเพื่อสร้างแรงกดดันให้มากขึ้นก็ตาม สำหรับการวิจัยของนักจิตวิทยาเกี่ยวกับขนาดของกลุ่มกับการคล้อยตาม ได้พบว่า กลุ่มที่มีขนาด 3-5 คนจะเป็นขนาดที่ทำให้คนในกลุ่มเกิดการคล้อยตามสูงที่สุด ถ้ามีคนในกลุ่มเกินกว่านี้แล้วปริมาณการคล้อยตามจะลดลงไป

นักจิตวิทยาบางท่าน (Wilder, 1977) อธิบายว่า จำนวนคนมิใช่ปัจจัยสำคัญที่ทำให้คนในกลุ่มเกิดการคล้อยตาม จำนวนกลุ่มหรือบุคคลที่แสดงตนเองว่าทำพฤติกรรมออกไปอย่างอิสระต่างหากที่มีอิทธิพลทำให้เกิดการคล้อยตามมากขึ้น เขาได้ทดลองนำเอาผู้เข้าร่วมการทดลองมาอ่านคดีที่เด็กถูกลวกด้วยไอร้อนจากเครื่องทำน้ำร้อน โดยแบ่งเป็น 3 เงื่อนไข ผู้ร่วมการทดลองใน

เงื่อนไขควบคุมอ่านคดีแล้วให้ตอบว่าผู้ใดควรรับผิดชอบ (ระหว่างมารดาของเด็กกับผู้ผลิตเครื่องดังกล่าว) เงื่อนไขที่สองอ่านแล้วให้ฟังเทปการอภิปรายของคนอื่นมีจำนวน 4 คน ซึ่งเป็นกลุ่มเดียวกัน และเงื่อนไขที่สามอ่านคดีแล้วฟังเทปของ 4 คนเหมือนกัน แต่แบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มละ 2 คน ผู้อภิปรายทุกคนระบุว่า เป็นความคิดของมารดาของเด็ก ผลการทดลองปรากฏว่าผู้ร่วมการทดลองในเงื่อนไขที่สาม (ซึ่งได้ฟังเทปการอภิปรายของคน 2 กลุ่ม) คล้อยตามมากกว่าผู้ร่วมการทดลองในเงื่อนไขอื่นซึ่งมีจำนวนผู้ร่วมกลุ่มมากกว่า

ฉะนั้นข้อสรุปควรจะเป็นว่าจำนวนคนในกลุ่มที่จะทำให้เกิดการคล้อยตามไม่สำคัญเท่ากับจำนวนคนหรือกลุ่มที่ได้แสดงให้บุคคลเห็นว่าพฤติกรรมของเขาเป็นอิสระ เพราะจำนวนคนที่มีความคิดเหมือนกันอาจจะทำให้บุคคลเกิดความคิดว่าเขาเหล่านั้นกำลังรวมหัวกันจะกดดันเรา จึงเกิดการต่อต้านขึ้นมาแทนที่จะคล้อยตาม

3. พันธมิตรกับการคล้อยตาม ในขณะที่คนเรารู้สึกดีใจว่าจะคล้อยตามหรือไม่และถ้าเขาได้รู้ว่ามีคนอื่นอีกอย่างน้อยหนึ่งคนซึ่งคิดเหมือนเขาหรือไม่เหมือนกับคนอื่น ๆ ในกลุ่ม เหตุการณ์ดังกล่าว จากการทดลองทางจิตวิทยาพบว่าลดลง นั่นคือเมื่อใดก็ตามที่มีคนหนึ่งในกลุ่มที่มีการคล้อยตามอยู่แสดงความคิดหรือพฤติกรรมแตกต่างไปจากกลุ่ม บุคคลที่กำลังตัดสินใจว่าจะคล้อยตามหรือไม่ ส่วนมากจะตัดสินใจเลิกการคล้อยตาม เนื่องจากเขามีตัวอย่างของการไม่คล้อยตามให้เห็น

4. การแลกเปลี่ยนทางสังคม (Social Exchange) ทฤษฎีแลกเปลี่ยนทางสังคม (Social Exchange Theory) เป็นหลักการที่สำคัญมากในจิตวิทยาสังคม ซึ่งพอสรุปได้ว่า...การที่คนเราจะมีปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ต่อกันนั้น คนเราจะคิดถึงการลงทุนและผลตอบแทนจากปฏิสัมพันธ์นั้นด้วย อาทิ ถ้านายเคซางจะสู้มิตรกับนายเคน การคบหาสมาคมกันต้องมีทั้งตนเองเป็นฝ่ายให้และต้องได้รับกลับคืนมาด้วย ผลที่ได้รับกลับคืนมาจะเป็นแรงเสริมให้คบกันต่อไปอีก และในสังคมมนุษย์นั้นแรงเสริมที่สำคัญอย่างหนึ่งสำหรับพฤติกรรมของมนุษย์ก็คือ การได้รับการยอมรับจากคนอื่น ๆ ในสังคมหรือในกลุ่ม ซึ่งฮอลแลนด์ (Hallander, 1975 : 484) กล่าวว่า “การคล้อยตามเป็นการเปลี่ยนเพื่อที่จะได้รับการยอมรับและการสนับสนุนจากคนอื่น”

ฮอลแลนด์ ได้อธิบายว่า ... การที่บุคคลคล้อยตามหรือปฏิบัติตามมาตรฐานของผู้อื่นเป็นการให้แรงเสริมแก่ผู้อื่น ซึ่งจะมีผลทำให้ผู้อื่นให้การยอมรับและสนับสนุนแก่บุคคลผู้นั้นเป็นการตอบแทน.... กล่าวง่าย ๆ ว่า ต้องรู้จักประจบด้วยการแสดงคล้อยตามคนที่เราสนับสนุนเสียก่อน และด้วยหลักแห่งการแลกเปลี่ยนทางสังคม บุคคลผู้ที่เราต้องการจะขอการสนับสนุนจะสนับสนุนเราในเวลาข้างหน้า

5. วัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อการคล้อยตาม นักจิตวิทยาสังคมในหลายประเทศได้ทำการวิจัยเปรียบเทียบพฤติกรรมการคล้อยตามข้ามวัฒนธรรม ด้วยความเชื่อว่าการที่คนเราได้รับการเลี้ยงดูมา

ในวัฒนธรรมที่ต่างกันย่อมมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการคล้อยตามอย่างแน่นอน ผลการวิจัยโดยสรุปเป็นเช่นนั้นจริงคือ สังคมใดหรือประเทศใดที่มีวัฒนธรรมเป็นแบบเน้นความเป็นปัจเจกบุคคล (Individualism) ก็จะมีการคล้อยตามคนอื่นน้อยกว่าคนในสังคมที่เน้นการรวมหมู่พวก (Collectivism) ไม่ว่าจะการวิจัยนั้นจะใช้วิธีการวิจัยแบบใดก็จะได้ผลอย่างนี้ อย่างเช่น ใช้วิธีการแบบของแอสไปเปรียบเทียบกับระหว่างชาวเยอรมันกับชาวฝรั่งเศส พบว่าชาวเยอรมันคล้อยตามมากกว่าชาวฝรั่งเศส เพราะวัฒนธรรมของชาวเยอรมันเน้นการรวมหมู่พวกมากกว่าฝรั่งเศส เช่นเดียวกับที่ชาวฮ่องกงคล้อยตามน้อยกว่าชาวซิมบับเว

แม้จะเปรียบเทียบระหว่างเผ่าที่มีอาชีพล่าสัตว์กับเผ่าที่ยังชีพด้วยการเกษตร นักจิตวิทยาตั้งสมมติฐานว่า เผ่าที่ยังชีพด้วยการล่าสัตว์จะส่งเสริมค่านิยมการเป็นตัวของตัวเอง อิสระ กล้าผจญภัย ซึ่งเหมาะกับการล่าสัตว์ ในขณะที่เผ่าที่ยังชีพด้วยการเกษตรจะเน้นค่านิยมความร่วมมือและการคล้อยตาม เพราะค่านิยมแบบนี้จำเป็นสำหรับการทำการเกษตร เมื่อลองนำการทดลองวิธีของแอสไปทำ ได้ผลสรุปว่าพวกล่าสัตว์คล้อยตามน้อยกว่าพวกทำการเกษตรจริง (Aronson, Wilson, & Akert, 1999 : 308)

ในสังคมไทยเรานั้นมีพื้นฐานมาจากการเกษตรเช่นกัน และเราเองก็สนับสนุนการรวมหมู่พวก คนไทยนั้นคล้อยตามง่ายกว่าฝรั่งตะวันตกทั้งหลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าหากว่าเป็นการแสดงพฤติกรรมที่ต้องกระทำเปิดเผยต่อหน้าหมู่พวกของตนเองแล้ว คนไทยเราจะยิ่งเกรงใจไม่กล้ากระทำผิดแผกออกไปจากหมู่ของตน ยกเว้นว่าการกระทำนั้นเป็นการกระทำลับหลังหรือกลุ่มที่เห็นกันอยู่นั้นเราไม่รู้จักกัน คนไทยจะมีการคล้อยตามน้อยลง และจะทำตามใจมากขึ้น อิทธิพลของสังคมที่มีต่อการยอมทำตามคำขอ

ในชีวิตประจำวันของเรา เรามักจะได้ประสบกับการขอร้องหลายแบบ บางครั้งได้รับการขอร้องให้บริจาคเงิน บางทีได้รับการขอร้องให้ช่วยทำอะไรให้แก่ผู้ร้องขอ บางคราวการขอร้องให้ช่วยทำอะไรก็เป็นเรื่องเล็กน้อยซึ่งเรายินดีทำให้ แต่บางครั้งการขอร้องก็ทำให้เราอึดอัดเพราะจะปฏิเสธก็กลัวว่าจะเสียหน้าใจกัน จะรับทำให้ก็รู้สึกว้าปากใจแก่ตนเอง กลายเป็นภาวะกลืนไม่เข้าคายไม่ออก สำหรับวงการธุรกิจนั้นเรื่องของการหาเทคนิคมาทำให้เกิดการยอมทำตามมีสารพัดวิธี ไม่ว่าจะยอมทำตามโดยรู้ตัวหรือไม่ก็ตาม เช่น บริษัทขายผลิตภัณฑ์พลาสติกสำหรับใช้ประจำบ้าน มักจะใช้วิธีออกไปขายตามสถานที่ทำงานของราชการและรัฐวิสาหกิจต่างๆ โดยมีการติดต่อกับผู้ที่ทำงานในนั้นให้เป็นเจ้าภาพ คนที่เป็นเจ้าภาพจะต้องทำหน้าที่เชิญเพื่อนๆ มาร่วมชมการสาธิตประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์และจัดสถานที่ให้ โดยที่เขาจะได้เปอร์เซ็นต์จากการขายผลิตภัณฑ์ดังกล่าวให้แก่เพื่อนๆ ที่มาชมการสาธิต (บางทีมีการเล่นเกมหรือจัดปาร์ตี้เล็กๆ) ซึ่งเมื่อสนุกกับการสาธิตและเกมแล้ว ส่วนมากเพื่อนจะซื้อของติดมือไปด้วยเพราะความเกรงใจเจ้าภาพ เกรงว่าเดี๋ยว



เจ้าภาพจะเสียหน้าที่เพื่อน ไม่อดหนุนเลย นี่เป็นเรื่องของการยอมทำตาม (ชื่อของ) โดยไม่รู้ตัว ผู้ที่ได้ประโยชน์อย่างมากก็คือบริษัทที่ขายผลิตภัณฑ์เหล่านั้นนั่นเอง

ต่อไปนี้ผู้เขียนจะอธิบายถึงรายงานการวิจัยเกี่ยวกับเรื่องการยอมทำตามซึ่งเกิดจากการสร้างเงื่อนไขกระตุ้นให้เกิดขึ้นมาในหลายรูปแบบ คือ (สิทธิโชค วรานุสันติกุล, 2546)

1. การแลกเปลี่ยนมีอิทธิพลต่อการยอมทำตาม การทดลองของรีแกน (Regan, 1971) นับเป็นตัวอย่างของการกระตุ้นให้ยอมทำตามที่ได้รับการอ้างอิงอยู่เสมอ เนื่องจากรูปแบบของการทดลองดำเนินไปอย่างเรียบง่าย กล่าวคือรีแกนได้ให้ผู้รับการทดลองทำงานร่วมกันกลุ่มละ 2 คน คนหนึ่งจะเป็นผู้สมรู้ของเขา เมื่อทำงานไปด้วยกันได้สัก 10 นาที ผู้สมรู้จะทำทีเป็นว่าขอพักยืดเส้นยืดสายสักประเดี๋ยว เขาเดินออกนอกห้องไปสักครู่หนึ่ง และกลับมาพร้อมกับเครื่องคืม 2 ที่ให้ผู้ร่วมการทดลอง 1 ที่ แล้วทำงานร่วมกันต่อไปอีกจนเสร็จ ในตอนที่จะจากกัน ผู้สมรู้ทำเป็นนึกขึ้นมาได้ว่าเขามีบัตรชมฟุตบอลการกุศลของโรงเรียนเก่าของเขาและขอร้องให้ผู้ร่วมการทดลองช่วยซื้อบัตรด้วย ส่วนในอีกเงื่อนไขหนึ่งผู้สมรู้ออกไปนอกห้องแต่ไม่ได้ซื้อเครื่องคืมมาฝากผู้ร่วมการทดลอง ผลการขายบัตรได้ก็คือ จำนวนผู้ร่วมการทดลองที่ได้รับแจกเครื่องคืมจากผู้สมรู้ซื้อบัตรมากกว่าผู้ที่ไม่ได้รับแจกเครื่องคืม ผลการทดลองนี้แสดงให้เห็นดังคำพังเพยที่ว่า “หวานพืชหวังผล” เป็นความจริง เมื่อต้องการจะให้ผู้ใดยอมทำตามคำขอร้องของเราก็จงหวานบุญคุณกับเขาไว้ก่อน

ในประเด็นของการแลกเปลี่ยนสำหรับวัฒนธรรมไทยนับว่าน่าวิเคราะห์ต่อไปปรากฏการณ์ที่เราจะเห็นได้เสมอคือ คนไทยมักจะถือว่าผู้ที่มีฐานะทางเศรษฐกิจสังคมเหนือกว่าต้องเป็นผู้ให้แก่ผู้ที่อยู่ในฐานะต่ำกว่า และต้องเป็นผู้ให้ก่อน โดยที่ผู้ให้ขอนั้นไม่มีความคิดที่จะทำอะไรให้เป็นการตอบแทนภายหลังหรือไม่เคยคิดที่จะทำอะไรให้เขาก่อน ขอบที่จะได้อะไรมาฟรีๆ

2. ความชอบพอกับการยอมทำตาม เป็นเรื่องธรรมดาสำหรับเราทุกคนที่ว่าเราเต็มใจและยินดีที่จะตามสิ่งที่คนที่เราชอบพอขอร้องให้ทำ และเมื่อคนที่เราไม่ชอบมาขอร้องให้เราช่วยทำอะไรให้ก็ตาม เรามักจะทำได้เป็นอย่างดี โจ้ จิราร์ด (Joe Girard) นักขายรถยนต์ผู้ซึ่งทำสถิติขายได้วันละ 5 คัน (และเป็นการขาย ณ ที่งานของบริษัทด้วย) ได้กล่าวว่า มีหลักในการขายเพียง 2 ประการคือราคาที่ยุติธรรมและต้องทำให้ผู้ซื้อชอบผู้ขาย เมื่ออ่านคุณแล้วคล้ายกับจะเป็นหลักการธรรมดานี้เอง แต่ในแง่ของการปฏิบัติมีเทคนิคมากมายที่จิราร์ดได้ทำลงไปเพื่อเอาชนะใจของลูกค้าให้ชอบเขา และ จิราร์ดเองก็ได้บรรยายไว้อย่างละเอียดในหนังสือที่เขียนเกี่ยวกับเรื่องของเขา (ฉบับภาษาไทยแปลโดย ไพบูลย์ ตำราญญติ ชื่อ โจ้ จิราร์ด ยอดนักขายบันลือโลก)

ในทางการวิจัยของนักจิตวิทยาสังคมผลการวิจัยปรากฏว่า คนเราจะชอบคนที่มีลักษณะรูปร่างหน้าตาดีมีความคิดและเจตคติคล้ายกับเรา สามารถให้ประโยชน์แก่เราได้ อยู่ใกล้กันหรือพบกัน

บ่อย และมีสิ่งที่เราต้องการให้เขาในขณะที่เราก็มีสิ่งที่เขาต้องการเช่นกัน (Shaw & Costanzo, 1982 : 86-89)

อย่างไรก็ตาม เราเห็นว่าถ้ากล่าวถึงอิทธิพลของคำชมเชยไม่ได้ คำชมเชยทำให้คนที่ได้รับเกิดความรู้สึกชอบคนที่ให้เสมอ ผลการวิจัยทางจิตวิทยาปรากฏเช่นนั้นจริง (Drachman, Decarufel & Insko, 1978) โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อคนที่ถูกชมเชยแอบได้ยิน เขาจะชอบคนพูดมากกว่าเมื่อถูกชมต่อหน้าเสียอีก ทั้งนี้เพราะเขาเชื่อว่าคนที่กล่าวคำชมลับหลังย่อมจะมีความจริงใจต่อเขามากกว่าการยกย่องชมเชยต่อหน้า และในทางตรงกันข้ามถ้าหากเขา (ผู้ซึ่งได้รับคำชมเชยจากเรา) รู้หรือเข้าใจว่าเราใช้คำชมเชยเพื่อให้เขายอมทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งเขาจะเกิดความไม่พอใจมากกว่าที่จะชอบเราเสียอีก

ข้อสรุปสำหรับหัวข้อนี้คือ เมื่อต้องการที่จะขอร้องใครให้ยอมทำอะไรให้ ผู้ขอร้องควรจะทำตนให้เป็นคนที่เขาชอบ ด้วยวิธีการต่างๆ ดังได้กล่าวมาแล้ว อันได้แก่ การแต่งตัวให้ดูดี ทำประโยชน์ให้แก่เขาได้ พบกับเขาให้บ่อย มีเจตคติคล้ายคลึงกัน โอบอ้อมอารีย์เป็น มีทักษะในการกล่าวชม ฯลฯ เพราะเมื่อเขาชอบแล้วเขาย่อมยินดีที่จะช่วยเหลือตามที่เขาขอร้อง

3. การให้สมญากับการยอมทำตาม ในนิยายกำลังภายในของจีน ตัวละครแต่ละตัวจะมีฉายาประจำตัวที่บอกลักษณะนิสัยและพฤติกรรมของตัวละครนั้นตลอดชีวิต เช่น กระบี่เดี่ยวดาบ หมายถึงตัวละครผู้นั้นใช้กระบี่เป็นอาวุธและชอบไปไหนมาไหนคนเดียว ดังนั้นถ้าหากจะนำเอาวิธีการนี้ไปใช้ในการขอร้องให้ผู้อื่นยอมทำตาม เราอาจจะทำเช่นเดียวกับการให้สมญาในนิยายกำลังภายใน

เมื่อคนเราได้รับการให้ฉายาจากสังคม (Social Labeling) แล้ว โดยทั่วไปคนเราจะพยายามที่จะรักษาภาพลักษณ์ของตนเองให้เป็นไปตามสายตาของสาธารณชนที่มองเรา ด้วยการแสดงพฤติกรรมของตนเองให้สอดคล้องกับความคาดหวังหรือภาพพจน์ที่สังคมมีต่อคน ทำอย่างนี้ไปนานเข้าภาพที่สังคมคาดหวังจากเราจะกลายเป็นภาพลักษณ์ประจำตัว (Self-image) ในความคิดของเราไปในที่สุด

มีกระบวนการอย่างหนึ่งที่เกิดขึ้นภายหลังจากที่ได้รับการขนานนาม กระบวนการนี้คือการรับรู้ตนเอง (Self-perception) ขณะที่ผู้ร่วมการทดลองบริจาคเงินทำบุญแล้วได้รับการชมเชยพร้อมกับบอกว่า “คุณเป็นคนใจบุญ” เป็นการทำให้ผู้บริจาคเรียนรู้หนักแน่นขึ้นอีกว่าตนเองเป็นคนใจบุญ เพราะได้บริจาคไปแล้ว และยังมีคนบอกให้รู้อีกที่ว่าเป็นคนใจบุญการเรียนรู้เกี่ยวกับตัวเองว่าเป็นคนใจบุญ ทำให้เขาเข้าใจตนเองว่าเป็นเช่นนั้น ฉะนั้นเมื่อมีการบริจาคอีก เขาจึงบริจาคเพื่อให้สอดคล้องกับความคิดเกี่ยวกับตนเองว่าใจบุญ และความคาดหวังจากคนอื่นด้วย (เพราะเคยมีคนบอกว่าเขาใจบุญ)

4. การยอมทำตามโดยอัตโนมัติ (Automatic of mindless compliance) มีอยู่บ่อยครั้งในชีวิตของคนเราที่จะต้องประสบกับการขอร้องให้เราทำอะไรให้สักอย่างหนึ่ง ซึ่งเราไม่ค่อยเต็มใจที่จะทำ แต่เมื่อได้รับการขอร้องจากผู้อื่น เราพลั้งปากยอมรับทำให้โดยไม่ได้ตั้งใจ เมื่อพลั้งปากออกไปแล้วก็จำเป็นต้องทำตามเลย หรือบางกรณีเราก็ได้รับคำขอร้องให้ทำอะไรสักอย่างหนึ่งซึ่งไม่สมเหตุผล แต่เราต้องทำตามเพราะเคยทำกันมาอย่างนั้น โดยที่ไม่ได้ถูกคิดว่าเป็นทำไมต้องทำอย่างนั้น

แลงเกอร์ (Langer, 1989) ได้ทำการทดลองภาคสนามเพื่อศึกษาการยอมทำตามอัตโนมัติ โดยเขาได้ฝึกผู้สมรู้ของเขาให้เข้าไปขอตัดคิ้วของนักศึกษาที่กำลังยืนรอเข้าไปใช้บริการถ่ายเอกสารจากเครื่องถ่ายเอกสารแบบบริการตนเอง ผู้ที่ถูกขอร้องเป็นคนที่จะใช้เครื่องต่อจากคนที่กำลังถ่ายอยู่ ผู้สมรู้ของแลงเกอร์จะแปรเปลี่ยนวิธีขอร้องอยู่ใน 3 เงื่อนไขคือ เงื่อนไขแรก เขาจะให้เหตุผลประกอบอย่างเหมาะสมโดยพูดว่า “ขอโทษเถอะครับ ผมขออนุญาตถ่ายเอกสารสัก 5 แผ่นก่อนคุณนะครับ เพราะว่าผมมีธุระด่วนที่จะต้องรีบไปทำ” ในเงื่อนไขที่สอง ผู้สมรู้จะใช้เหตุผลเหมือนกัน แต่การอ้างเหตุผลเป็นไปอย่างขำๆ ง่ายๆ คือพูดว่า “ขอโทษเถอะครับ ผมมีเอกสาร 5 แผ่นขอผมใช้เครื่องถ่ายเอกสารหน่อยนะครับ เพราะว่าผมต้องการถ่ายเอกสาร” จะเห็นได้ว่าเหตุผลที่อ้างนี้ฟังไม่ขึ้นเอาเสียเลย เพราะทุกคนก็ต้องการจะถ่ายเอกสารไม่ก็แผ่นทั้งนั้น แต่ในเงื่อนไขที่สาม ผู้สมรู้ไม่อ้างเหตุผลอะไรเลยเพียงแต่บอกว่า “ขอโทษครับผมมีอยู่ 5 แผ่น ขอใช้เครื่องถ่ายเอกสารนะครับ” ปรากฏว่าเมื่อใช้เงื่อนไขที่หนึ่ง คนรอคิวยอมให้ถ่ายก่อน 94% ในขณะที่เงื่อนไขที่สองเขายอมให้ตัดคิ้ว 93% ส่วนเงื่อนไขที่สามคนรอคิวยอมให้ตัดคิ้ว 60% ผลการวิจัยของแลงเกอร์ชี้ให้เห็นว่า คนเรายอมทำตามคำขอร้องโดยอัตโนมัติโดยไม่ต้องมีเหตุผลที่เหมาะสมมาประกอบก็ได้ เหมือนดังผู้ที่ยอมให้ผู้สมรู้ตัดคิ้วในเงื่อนไขที่สองซึ่งมีเปอร์เซ็นต์สูงพอกับการยอมทำตามของผู้รอคิวในเงื่อนไขที่หนึ่ง ซึ่งผู้สมรู้ได้ให้เหตุผลที่เหมาะสมประกอบขอร้อง

การยอมให้ผู้สมรู้ที่มาขอตัดคิ้วได้ถ่ายเอกสารก่อน โดยที่มิได้มีเหตุผลอันสมควรเช่นนี้เป็นการยอมทำตามคำขอร้องโดยอัตโนมัติ เมื่อเขาขอร้องก็ยอมให้เลยทั้งที่มีได้รู้จักกันมาก่อน เรื่องการยอมทำตามโดยอัตโนมัตินี้เป็นเรื่องของธรรมชาติของมนุษย์โดยทั่วไปที่เป็นอย่างนั้นเอง กล่าวคือเมื่อมีผู้ใดมาขอร้องให้เราทำในสิ่งที่เป็นเรื่องเล็กน้อย เรามักจะรับปากทำให้โดยมิได้คิดครั้นพอคิดได้ขึ้นมาก็ต้องรักษาพันธะสัญญาที่ได้พูดออกไป

ดังนั้นการขอร้องให้ผู้ใดยอมทำบางสิ่งบางอย่างหรือไม่ทำบางสิ่งบางอย่าง บางครั้งควรจะเอ่ยปากในขณะที่เขาผู้นั้นยังไม่ทันตั้งตัวคิดปฏิเสธ เป็นการทำให้ยอมโดยอัตโนมัติเสียก่อนด้วยพันธะสัญญาที่เขาได้รับปาก เขาจะต้องยอมทำสิ่งที่เราได้ขอร้องเอาไว้ บางครั้งการยอมทำตามโดยไม่รู้ตัวเกิดขึ้นจากการเปรียบเทียบ (Perceptual Contrast) ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ธรรมชาติที่เกี่ยวกับการ

รับรู้ที่ไม่ตรงกับความเป็นจริง เพราะการรับสัมผัสที่ทำให้เกิดการรับรู้ในครั้งแรกมีอิทธิพลต่อการสัมผัสในการรับรู้ครั้งที่สอง

5. การรักษาพันธสัญญาและการทำให้เกิดความคงเส้นคงวาของภาพพจน์ของตนเองกับการยอมทำตาม เอ็ดการ์ ไชน์ (Schein, 1956) ได้ศึกษาจากเชลยศึกอเมริกันที่ได้รับการปล่อยตัวให้กลับบ้านได้เมื่อครั้งที่เกิดสงครามเกาหลี เนื่องจากได้มีข้อสังเกตว่าบรรดาเชลยศึกเหล่านี้กลับมาสู่บ้านเกิดเมืองนอนแล้วได้แสดงความคิดและพฤติกรรมที่ผิดไปจากเดิม ผลจากการศึกษาของเขาซึ่งได้จากการสัมภาษณ์เชลยศึกอย่างกลุ่มเล็กและละเอียดพบว่า ชาวจีนแดงซึ่งช่วยเกาหลีเหนือรบได้ใช้วิธีการเปลี่ยนแปลงเจตคติดังสมองเชลยศึกอเมริกัน

กระบวนการที่จีนแดงใช้ในการล้างสมองเชลยศึกเริ่มจากการใช้การเปรียบเทียบการรับรู้ (Perceptual Contrast ดังกล่าวมาแล้วในหัวข้อที่แล้ว) ซึ่งทำให้เชลยศึกเห็นความคิดของทหารจีนแดงดีเกินกว่าปกติคือ เมื่อถูกจับเชลยเหล่านั้นต้องคิดแล้วว่าตนเองต้องถูกทรมาน ต้องถูกใช้แรงงาน ต้องพบกับความทุกข์ยากแน่นอน แต่ในความเป็นจริงกลับได้รับการต้อนรับอย่างเป็นปกติธรรมดา การโอภาปราศรัยที่สุภาพเรียบร้อย เพียงแค่นี้ภาพลักษณ์ของทหารจีนก็ดูดีเกินกว่าปกติเสียแล้ว อย่างไรก็ตาม เชลยศึกอเมริกันจะถูกทำลายความสัมพันธ์ระหว่างเชลยด้วยกันอย่างไม่รู้สึกรู้หา โดยวิธีการต่างๆ เพื่อให้เกิดความไม่ไว้วางใจกันและกัน จะได้ไม่ยอมปรับตัวหรือพูดคุยปรึกษากันในหมู่เชลยด้วยกัน เมื่อเวลาผ่านไปนานเข้าจะมีทหารจีนแทรกเข้ามาพูดคุยกับเขาเท่านั้น ทหารจีนเหล่านี้จะกลายเป็นเพื่อนยากของเขาไปแล้ว และเพื่อนจีนนี้เองที่จะค่อยๆ คุยกับเขาเรื่องทัศนคติทางการเมืองของคอมมิวนิสต์ ซึ่งทหารอเมริกันผู้เป็นเชลยจะค่อยๆ ซึมซับไปเรื่อยๆ เชลยทุกคนจะต้องได้รับการสอบสวนหรือการแลกเปลี่ยนความเห็นเกี่ยวกับลัทธิเศรษฐกิจ เขาจะถูกทำให้ต้องยอมรับความจริงบางอย่างที่เป็นข้อเสียของระบอบประชาธิปไตย และที่เป็นข้อดีของคอมมิวนิสต์ เช่น ระบอบเสรีประชาธิปไตยมีคนอดตาย มีโสภณิ ในระบอบคอมมิวนิสต์ไม่มี เป็นต้น หลังจากนั้นมีการขอให้อ้างชื่อหรือลงชื่อเชลยศึกเพื่อยืนยันความเห็นของตนในข้อความเหล่านั้น โดยให้สมัครใจ ข้อความเหล่านี้จะถูกเผยแพร่ออกไปในรูปของแผ่นปลิว ข่าวของค่ายและเสียงตามสายซึ่งระบุชื่อผู้ให้ความเห็นด้วย ด้วยเหตุนี้เชลยศึกที่ได้รับการอ้างชื่อในประกาศดังกล่าวแม้จะแก้ตัวอย่างไรก็ตาม ในสายตาของเพื่อนเชลยด้วยกันก็จะกลายเป็นคนทรยศไปเข้ากับศัตรูเสียแล้ว เชลยผู้นั้นจะยิ่งโดดเดี่ยวจากพวกเดียวกันมากขึ้นไปอีกเพราะเพื่อนฝูงศัตรูออกห่างไปหมด แต่จะยิ่งถูกผลักไปหาทหารจีนมากขึ้น ความโน้มเอียงเข้าหาและศึกษาลัทธิคอมมิวนิสต์จึงเกิดขึ้น เมื่อใดก็ตามที่ได้อภิปรายกลุ่มเชลยศึกด้วยกัน และ ได้แสดงความคิดที่ค่อนข้างเห็นด้วยกับคอมมิวนิสต์ก็มักจะได้รับการวัลเล็กน้อย ซึ่งทำให้เขาไม่อาจจะคิดได้ว่าเขาแสดงความคิดเห็นอย่างนั้นเพราะเขาหวังรางวัล เช่น สิทธิบางอย่างในค่ายกักกัน อาหารพิเศษบางมื้อ ฯลฯ ในที่สุดก็ต้องแสดงตนเองให้

เป็นไปตามที่ตนเองพูด หรือแสดงความคิดเห็นออกไปให้คนอื่นเห็น เป็นการรักษาพันธสัญญาและภาพพจน์ของตนเองให้สอดคล้องกับท่าทีที่ตนเองแสดงออกไปให้สังคมรอบตัวได้รับรู้ เมื่อเวลาผ่านไปนานเข้า ความคิดและเจตคติทั้งหลายก็เปลี่ยนไปในทิศทางนิยมคอมมิวนิสต์มากขึ้นทุกที

#### 2.8.4 เทคนิคในการทำให้เกิดการยอมทำตาม

นักจิตวิทยาสังคม ได้ศึกษาสังเกตเทคนิคในการทำให้เกิดการยอมทำตามที่ได้มีการใช้กันอยู่ในสังคม โศดเคี้ยวโดยทั่วไปซึ่งมีอยู่หลายวิธี แล้วได้นำไปทำการทดลองเพื่อสรุปเป็นหลักการ ผลการวิจัยที่น่าสนใจเกี่ยวกับเทคนิคการทำให้ยอมทำตามมีหลายวิธี ดังนี้ (ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร, 2545)

1. The foot-in-the-door Technique เป็นเทคนิคในการทำให้เกิดการยอมทำตามแบบขอให้ทำในสิ่งเล็กน้อยก่อน เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ว่าตนเองเป็นคนที่ชอบช่วยเหลือผู้อื่น แล้วค่อยขอร้องในสิ่งที่มีความใหญ่ จะประสบผลสำเร็จช่วยให้เกิดการยอมทำตามมากขึ้น

2. The door-in-the-face Technique เป็นวิธีการที่ตรงกันข้ามกับวิธีแรก คือจะเสนอข้อขอร้องที่มีความใหญ่มาจนผู้ถูกขอร้องต้องปฏิเสธ แล้วจึงเสนอข้อที่มีความเล็กลงมา (ซึ่งเราต้องการ) การที่ผู้ขอร้องลดข้อเสนอลงมา จะทำให้ผู้ถูกขอร้องต้องลดท่าทีหรือปล่อยท่าทีจากปฏิเสธมาเป็นยอมรับ ซึ่งเป็นไปตามหลักการแห่งการพึ่งพาอาศัยกันและการแลกเปลี่ยนกัน เมื่อเขาลดให้เรา เราก็ควรลดให้เขาบ้าง มิฉะนั้นเขาจะมองเราเป็นคนไม่เอื้อเฟื้อ เพราะโดยปกติแล้วคนเรามักจะชอบแสดงภาพพจน์ตนเองให้สังคมรู้จักเราในแง่ดีเสมอ

3. วิธีทำให้เกิดการยอมทำตามโดยการสร้างความรู้สึกผิดให้เกิดขึ้น (Guilt) หลายครั้งเราอาจจะเคยสังเกตเด็กเล็กเมื่อได้รับการกระทบกระทั่งให้เจ็บ เขาจะร้องเพื่อให้ผู้กระทำเกิดความรู้สึกผิด และหาทางเอาอกเอาใจเขาภายหลัง หรือภายหลังจากการลงโทษเด็กด้วยการตักเตือนเด็กที่ทำผิดสักพักหนึ่ง เด็กจะกระทำสิ่งที่ดีงามมีพฤติกรรมประจบประแจงผู้ใหญ่คนที่ตักเตือน นี่คือตัวอย่างของพฤติกรรมดีๆ ที่เกิดขึ้นภายหลังความรู้สึกผิด

4. วิธีการที่เขายอมทำตามเสียก่อนอย่างหนึ่งแล้วเพิ่มเงื่อนไขทีหลัง (Low Ball Caring) ในวงการธุรกิจการค้าปัจจุบัน การแข่งขันกัน แจก แถม ชิงโชค เป็นทางออกทางหนึ่งที่พยายามสร้างสิ่งดึงดูดใจให้แก่ผู้ซื้อ เมื่อผู้ซื้อต้องการของแถมจึงต้องซื้อทั้งของแถมและสินค้าชนิดนั้นด้วย ซึ่งสอดคล้องกับตัวอย่างอีกสถานการณ์หนึ่งคือ ถ้าเราได้รับการไหว้วานให้ไปส่งที่จุดหมายแห่งหนึ่ง พอผู้ร้องขึ้นรถแล้วบอกว่าขอให้ไปสถานที่อื่นก่อนแล้วจึงไปส่งจุดหมายปลายทาง เราก็ควรจะตอบว่า “ตกลง” อย่างแน่นอน

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษา “ความต้องการแลกเปลี่ยนทางสังคมของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะศึกษาศาสตร์ วิชาเอกการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยวิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางในการดำเนินการวิจัย โดยมีรายละเอียดในเรื่อง การกำหนดประชากร การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง การเก็บรวบรวมข้อมูล การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

#### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา (Population) คือ นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะศึกษาศาสตร์ วิชาเอกการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ปีการศึกษา 2552 จำนวน 149 คน (ที่มา : สำนักทะเบียน นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยรามคำแหง ณ เดือนมกราคม 2553) เนื่องจากกลุ่มประชากรมีจำนวนน้อยผู้วิจัยจึงใช้ประชากรเป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

#### 3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มีขั้นตอนดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้มาจากการออกแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งในที่นี้จะเป็นนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะศึกษาศาสตร์ วิชาเอกการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง โดยจะทำการเก็บข้อมูลในช่วงเดือน มกราคม 2553 ข้อมูลที่ใช้จะประกอบด้วยปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ชั้นปีที่เรียน เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพ และรายได้ ระดับความสัมพันธ์การแลกเปลี่ยนทางสังคมของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะศึกษาศาสตร์ วิชาเอกการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง และแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิดแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการที่มีผู้ศึกษารายละเอียดในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่จะทำการศึกษาไว้แล้ว เช่นบทความ สิ่งพิมพ์ วารสาร และสื่อทาง อิเล็กทรอนิกส์

ความสำคัญของข้อมูลเหล่านี้นำมาใช้เป็นกรอบหรือบริบทในการวิเคราะห์ สรุปผลร่วมกับข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งทำให้การศึกษาได้ข้อมูลที่มีความสมบูรณ์ครบถ้วนมากขึ้น

3. นำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถามสำหรับการวิจัยโดยครอบคลุมเนื้อหาที่กำหนดไว้

4. นำแบบสอบถามที่ร่างได้ ทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากผู้เชี่ยวชาญ (อ.ที่ปรึกษา) พิจารณาตรวจสอบและขอคำแนะนำในการแก้ไข ปรับปรุงเพื่อให้อ่านแล้วมีความเข้าใจง่ายและชัดเจนตามความมุ่งหมายของการวิจัย

5. นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปสอบถามกลุ่มตัวอย่าง

### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) ซึ่งผู้สร้างได้สร้างขึ้นโดยอาศัยแนวคิด และทฤษฎี ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การศึกษานี้ผู้ศึกษาใช้วิธีการวิจัยภาคสนามเป็นหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการดำเนินการสำรวจความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่าง

แบบสอบถามที่ใช้ชนิดของคำถามปลายปิดซึ่งได้กำหนดคำตอบไว้ให้เลือกตอบ (Multiple Choices and Check List) และแบบลำดับ (Rating Scale) โดยคำถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพผู้ตอบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป ได้แก่ ชั้นปีที่เรียน เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพ และรายได้ โดยแบบสอบถามที่คำถามมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices)

ส่วนที่ 2 ระดับความสัมพันธ์การแลกเปลี่ยนทางสังคมของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะศึกษาศาสตร์ วิชาเอกการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง จำแนกเป็น 3 ด้าน คือ ปฏิสัมพันธ์ด้านการทำกิจกรรมร่วมกัน ด้านการแลกเปลี่ยนทางวิชาการและด้านบทบาทหน้าที่ ซึ่งคำถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ คือ

- 5 หมายถึงอยู่ในระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึงอยู่ในระดับมาก
- 3 หมายถึงอยู่ในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึงอยู่ในระดับน้อย
- 1 หมายถึงอยู่ในระดับน้อยที่สุด

### 3.3.1 การแปลความหมาย

สำหรับเกณฑ์การให้คะแนนค่าเฉลี่ยในแต่ละระดับนั้น ใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของชั้นได้ดังนี้ (มัลลิกา บุณนาค, 2537 : 29)

$$\text{Interval (I)} = \frac{\text{Rang (R)}}{\text{Class (S)}}$$

$$I = \frac{5-1}{5} = 0.8$$

ผลที่ได้จากการวัดค่าตัวแปร จะนำมาคำนวณหาค่าเฉลี่ยเพื่อนำไปเปรียบเทียบกับเกณฑ์การวัดดังนี้

ระดับคะแนน	ความหมาย
คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80	เป็นคะแนนบ่งชี้ถึงระดับน้อยที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60	เป็นคะแนนบ่งชี้ถึงระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40	เป็นคะแนนบ่งชี้ถึงระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20	เป็นคะแนนบ่งชี้ถึงระดับมาก
คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00	เป็นคะแนนบ่งชี้ถึงระดับมากที่สุด

### 3.4 การทดสอบเครื่องมือ

การวิจัยครั้งนี้ได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูล เมื่อเก็บข้อมูล ได้แล้วจำเป็นต้องมีการนำข้อมูลไปตรวจสอบก่อน (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2550)

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือในงานวิจัย ซึ่งใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยการทดสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล (Reliability) ดังนี้

ความเชื่อมั่น (Reliability) หมายถึง ความคงที่แน่นอนของคะแนนที่ข้อสอบวัดออกมาได้ ตามความมุ่งหมาย ในแง่ทางสถิติความเชื่อมั่นจะเป็นค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r_{xy}$ ) ระหว่างคะแนนข้อสอบชุดนั้นกับคะแนนของข้อสอบอีกชุดหนึ่งที่คู่ขนานกัน (parallel test) จากการทดสอบกับกลุ่มบุคคลเดียวกัน (สงบ ลักษณะ, 2511 : 22) ซึ่งการหาค่าความเชื่อมั่นในเชิงสถิติด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ( $\alpha$  - Coefficient) โดยใช้สูตรครอนบาค (Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่น



### 3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การดำเนินงานการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยทีมงานวิจัยนำแบบสอบถามไปให้กลุ่มตัวอย่างตอบ นำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้อง

### 3.6 การประมวลผลข้อมูล

หลังจากรวบรวมแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างเสร็จเรียบร้อยแล้ว ได้ดำเนินการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Checking) นำแบบสอบถามที่ได้มาตรฐานมาตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูล
2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ได้รับการตรวจสอบแล้วมาลงรหัสตามที่ได้มีการกำหนดไว้แล้วล่วงหน้าเพื่อบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์
3. การบันทึกข้อมูล (Data Entry) ข้อมูลที่ลงรหัสเสร็จแล้วจะถูกนำมาป้อนลงสู่เครื่องคอมพิวเตอร์ และใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ (Static Package for Social Sciences : SPSS) ทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย
4. นำเสนอข้อมูล ที่ได้จากการแปลความหมายในรูปแบบของตาราง

### 3.7 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะถูกนำไปวิเคราะห์โดยยึดวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้เป็นหลัก ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป SPSS ซึ่งสถิติที่ใช้ ได้แก่

1. ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อการแจกแจงความถี่ (Frequency) ของกลุ่มตัวอย่าง
2. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ใช้สถิติในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยประชากร 2 กลุ่ม ใช้สถิติ t-test และประชากร 3 กลุ่มขึ้นไป ใช้สถิติ F-Test แบบ One -Way ANOVA กำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลไว้ที่ระดับ 0.05

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “ความต้องการแลกเปลี่ยนทางสังคมของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะศึกษาศาสตร์ วิชาเอกการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง” เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามซึ่งใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 149 คน การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้กำหนดคสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
SD	แทน	ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา t – Distribution
F	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา F- Distribution
Sig.	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกลำดับสำคัญทางสถิติ
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสัมพันธ์การแลกเปลี่ยนทางสังคมของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะศึกษาศาสตร์ วิชาเอกการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ส่วนที่ 3 การทดสอบสมมติฐาน

**ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม**

**ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์**

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (n=149)	ร้อยละ
<b>ชั้นปี</b>		
ชั้นปีที่ 1	60	40.30
ชั้นปีที่ 2	89	59.70
<b>เพศ</b>		
ชาย	39	26.20
หญิง	110	73.80
<b>อายุ</b>		
ต่ำกว่า 30 ปี	51	34.20
30 – 40 ปี	54	36.20
มากกว่า 40 ปี	44	29.50
<b>อาชีพ</b>		
นักศึกษา	27	18.10
รับจ้างทั่วไป	8	5.40
ธุรกิจส่วนตัว	42	28.20
ข้าราชการ	14	9.40
พนักงานบริษัทเอกชน	58	38.90
<b>สถานภาพ</b>		
โสด	91	61.10
สมรส	58	38.90
<b>รายได้</b>		
น้อยกว่า 10,000 บาท	4	2.70
10,000 – 20,000 บาท	50	33.60
20,001 – 30,000 บาท	79	53.00
มากกว่า 30,000 บาท	16	10.70
<b>รวม</b>	<b>149</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่ 2 จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 59.7 ชั้นปีที่ 1 จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3 ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 73.8 เพศชาย จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 26.2 มีอายุ 30 – 40 ปี จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 36.2 ต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 34.2 มากกว่า 40 ปี จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 38.9 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 28.2 นักศึกษา จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 18.1 ข้าราชการ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 9.4 รับจ้างทั่วไป จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.4 มีสถานภาพโสด จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 61.1 สมรส จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 38.9 และส่วนใหญ่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 53.0 มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 33.6 มากกว่า 30,000 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 10.7 และน้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.7

**ส่วนที่ 2 ระดับความสัมพันธ์การแลกเปลี่ยนทางสังคมของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะ  
ศึกษาศาสตร์ วิชาเอกการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง**

**ตารางที่ 4.2 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสัมพันธ์การแลกเปลี่ยนทาง  
สังคมของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะศึกษาศาสตร์ วิชาเอกการพัฒนาทรัพยากร  
มนุษย์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง**

ปฏิสัมพันธ์ด้านการทำกิจกรรมร่วมกัน	$\bar{X}$	SD	ระดับ
การเล่นกีฬาร่วมกันระหว่างกลุ่ม	1.76	.47	น้อย
จัดตั้งกลุ่ม	2.54	.73	น้อย
ลงพื้นที่ศึกษาดูงาน	2.68	.46	ปานกลาง
ทัศนศึกษาาร่วมกัน	2.70	.45	ปานกลาง
นัดคิววิชาการร่วมกัน	2.56	.54	น้อย
สัมมนาวิชาการประเด็นปัญหาอื่นๆ เช่น ปัญหาโลกร้อน	2.72	.68	ปานกลาง
<b>ภาพรวม</b>	<b>2.49</b>	<b>.36</b>	<b>น้อย</b>

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ระดับความสัมพันธ์การแลกเปลี่ยนทางสังคมของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะศึกษาศาสตร์ วิชาเอกการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ด้านปฏิสัมพันธ์ด้านการทำกิจกรรมร่วมกัน มีความสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีคะแนนเฉลี่ย 2.49 เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า ความสัมพันธ์ลำดับแรกคือ สัมมนาวิชาการประเด็นปัญหาอื่นๆ เช่น ปัญหาโลกร้อน มีคะแนนเฉลี่ย 2.72 รองลงมาคือทัศนศึกษาาร่วมกัน มีคะแนนเฉลี่ย 2.70 ลงพื้นที่ศึกษาดูงาน มีคะแนนเฉลี่ย 2.68 นัดคิววิชาการร่วมกัน มีคะแนนเฉลี่ย 2.56 จัดตั้งกลุ่ม มีคะแนนเฉลี่ย 2.54 และการเล่นกีฬาร่วมกันระหว่างกลุ่ม มีคะแนนเฉลี่ย 1.76

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสัมพันธ์การแลกเปลี่ยนทางสังคมของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะศึกษาศาสตร์ วิชาเอกการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ด้านการแลกเปลี่ยนทางวิชาการ

ด้านการแลกเปลี่ยนทางวิชาการ	$\bar{X}$	SD	ระดับ
แลกเปลี่ยนระหว่างกลุ่มเกี่ยวกับปัญหาการเมือง ความขัดแย้งทางการเมือง ทางออกทางการเมือง เป็นต้น	2.59	.76	น้อย
แลกเปลี่ยนระหว่างกลุ่มเกี่ยวกับปัญหาเศรษฐกิจ	2.75	.64	ปานกลาง
แลกเปลี่ยนเกี่ยวระหว่างกลุ่มเกี่ยวกับปัญหาสังคม เช่น เด็กเล่นเกม ท้องก่อนวัยเรียน การหย่าร้าง ฯลฯ เป็นต้น	2.92	.61	ปานกลาง
แลกเปลี่ยนเกี่ยวระหว่างกลุ่มเกี่ยวกับปัญหาวัฒนธรรม เช่น วัฒนธรรมเกาหลีเข้ามามีบทบาทต่อสังคมไทย	2.18	.72	น้อย
ภาพรวม	2.61	.39	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ระดับความสัมพันธ์การแลกเปลี่ยนทางสังคมของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะศึกษาศาสตร์ วิชาเอกการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ด้านการแลกเปลี่ยนทางวิชาการ มีความสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ย 2.61 เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า ความสัมพันธ์ลำดับแรกคือ แลกเปลี่ยนเกี่ยวระหว่างกลุ่มเกี่ยวกับปัญหาสังคม เช่น เด็กเล่นเกม ท้องก่อนวัยเรียน การหย่าร้าง ฯลฯ เป็นต้น มีคะแนนเฉลี่ย 2.92 รองลงมาคือ แลกเปลี่ยนระหว่างกลุ่มเกี่ยวกับปัญหาเศรษฐกิจ มีคะแนนเฉลี่ย 2.75 แลกเปลี่ยนระหว่างกลุ่มเกี่ยวกับปัญหาการเมือง ความขัดแย้งทางการเมือง ทางออกทางการเมือง เป็นต้น มีคะแนนเฉลี่ย 2.59 และแลกเปลี่ยนเกี่ยวระหว่างกลุ่มเกี่ยวกับปัญหาวัฒนธรรม เช่น วัฒนธรรมเกาหลีเข้ามามีบทบาทต่อสังคมไทย มีคะแนนเฉลี่ย 2.18

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสัมพันธ์การแลกเปลี่ยนทางสังคมของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะศึกษาศาสตร์ วิชาเอกการพัฒนาศาสตร์พยาบาล มนุษย์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ด้านบทบาทหน้าที่

ด้านบทบาทหน้าที่	$\bar{X}$	SD	ระดับ
การฝึกงาน	2.25	.64	น้อย
แบ่งบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบในการจัดกิจกรรม	2.20	.67	น้อย
ความรู้สึกผูกพันระหว่างรุ่นพี่รุ่นน้อง	2.68	.82	ปานกลาง
ภาพรวม	2.38	.44	น้อย

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ระดับความสัมพันธ์การแลกเปลี่ยนทางสังคมของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะศึกษาศาสตร์ วิชาเอกการพัฒนาศาสตร์พยาบาล มนุษย์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ด้านบทบาทหน้าที่ มีความสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีคะแนนเฉลี่ย 2.38 เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า ความสัมพันธ์ลำดับแรกคือ ความรู้สึกผูกพันระหว่างรุ่นพี่รุ่นน้อง มีคะแนนเฉลี่ย 2.68 รองลงมาคือการฝึกงาน มีคะแนนเฉลี่ย 2.25 และแบ่งบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบในการจัดกิจกรรม มีคะแนนเฉลี่ย 2.20

### การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 นักศึกษาที่เรียนต่างชั้นปี มีความต้องการแลกเปลี่ยนทางสังคมแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.5 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความต้องการแลกเปลี่ยนทางสังคมของนักศึกษาที่เรียนชั้นปีต่างกัน

ด้าน	ชั้นปี	$\bar{X}$	SD	t	Sig.
ด้านการทำกิจกรรมร่วมกัน	1	2.45	.37	1.004	.318
	2	2.52	.36		
ด้านการแลกเปลี่ยนทางวิชาการ	1	2.60	.37	.158	.692
	2	2.62	.41		
ด้านบทบาทหน้าที่	1	2.39	.48	.104	.748
	2	2.37	.41		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ค่าที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานด้วย t-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ของทุกด้าน คือ ด้านการทำกิจกรรมร่วมกัน ด้านการแลกเปลี่ยนทางวิชาการและด้านบทบาทหน้าที่ มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่า ชั้นปีต่างกัน มีความต้องการแลกเปลี่ยนทางสังคมไม่แตกต่างกัน



**สมมติฐานที่ 2 นักศึกษาที่มีเพศต่างกัน มีความต้องการแลกเปลี่ยนทางสังคมแตกต่างกัน**

**ตารางที่ 4.6 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความต้องการแลกเปลี่ยนทางสังคมของนักศึกษาที่มีเพศต่างกัน**

ด้าน	เพศ	$\bar{X}$	SD	t	Sig.
ด้านการทำกิจกรรมร่วมกัน	ชาย	2.5510	.2983	7.008	.009*
	หญิง	2.4772	.3876		
ด้านการแลกเปลี่ยนทางวิชาการ	ชาย	2.5897	.4311	.075	.784
	หญิง	2.6250	.3857		
ด้านบทบาทหน้าที่	ชาย	2.6072	.4589	1.367	.244
	หญิง	2.3019	.4067		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.6 พบว่าค่าที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานด้วย t-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ด้านการทำกิจกรรมร่วมกัน มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่า เพศต่างกัน มีความต้องการแลกเปลี่ยนทางสังคมแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

**สมมติฐานที่ 3 นักศึกษาที่มีอายุต่างกัน มีความต้องการแลกเปลี่ยนทางสังคมแตกต่างกัน**

**ตารางที่ 4.7 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความต้องการแลกเปลี่ยนทางสังคมของนักศึกษาที่มีอายุต่างกัน**

แหล่งความแปรปรวน		SS	df	MS	F	P
ด้านการทำกิจกรรมร่วมกัน	ระหว่างกลุ่ม	1.731	2	.866	6.948	.001*
	ภายในกลุ่ม	18.188	146	.125		
	รวม	19.919	148			
ด้านการแลกเปลี่ยนทางวิชาการ	ระหว่างกลุ่ม	.843	2	.422	2.740	.068
	ภายในกลุ่ม	22.472	146	.154		
	รวม	23.315	148			
ด้านบทบาทหน้าที่	ระหว่างกลุ่ม	3.634	2	1.817	10.575	.000*
	ภายในกลุ่ม	25.084	146	.172		
	รวม	28.718	148			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.7 พบว่าค่าที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานด้วย f-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ของ ด้านการทำกิจกรรมร่วมกัน และด้านบทบาทหน้าที่ที่มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่า อายุต่างกัน มีความต้องการแลกเปลี่ยนทางสังคมด้านการทำกิจกรรมร่วมกัน และด้านบทบาทหน้าที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05

**สมมติฐานที่ 4 นักศึกษาที่มีอาชีพต่างกัน มีความต้องการแลกเปลี่ยนทางสังคมแตกต่างกัน**

**ตารางที่ 4.8 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความต้องการแลกเปลี่ยนทางสังคมของนักศึกษาที่มีอาชีพต่างกัน**

แหล่งความแปรปรวน		SS	df	MS	F	P
ด้านการทำกิจกรรมร่วมกัน	ระหว่างกลุ่ม	.937	4	.234	1.777	.137
	ภายในกลุ่ม	18.982	144	.132		
	รวม	19.919	148			
ด้านการแลกเปลี่ยนทางวิชาการ	ระหว่างกลุ่ม	1.157	4	.289	1.879	.117
	ภายในกลุ่ม	22.159	144	.154		
	รวม	23.315	148			
ด้านบทบาทหน้าที่	ระหว่างกลุ่ม	2.559	4	.640	3.522	.009*
	ภายในกลุ่ม	26.158	144	.182		
	รวม	28.718	148			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ค่าที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานด้วย f-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ของด้านบทบาทหน้าที่มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่า อาชีพต่างกัน มีความต้องการแลกเปลี่ยนทางสังคมด้านบทบาทหน้าที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05

สมมติฐานที่ 5 นักศึกษาที่มีสถานภาพต่างกัน มีความต้องการแลกเปลี่ยนทางสังคมแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.9 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความต้องการแลกเปลี่ยนทางสังคมของนักศึกษาที่มีสถานภาพต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน		SS	df	MS	F	P
ด้านการทำกิจกรรมร่วมกัน	ระหว่างกลุ่ม	.133	1	.133	.990	.321
	ภายในกลุ่ม	19.785	147	.135		
	รวม	19.919	148			
ด้านการแลกเปลี่ยนทางวิชาการ	ระหว่างกลุ่ม	3.505	1	3.505	.000	.988
	ภายในกลุ่ม	23.315	147	.159		
	รวม	23.315	148			
ด้านบทบาทหน้าที่	ระหว่างกลุ่ม	1.933	1	1.933	10.609	.001*
	ภายในกลุ่ม	26.785	147	.182		
	รวม	28.718	148			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ค่าที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานด้วย *f-test* ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ของด้านบทบาทหน้าที่มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่า สถานภาพต่างกัน มีความต้องการแลกเปลี่ยนทางสังคมด้านบทบาทหน้าที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

**สมมติฐานที่ 6 นักศึกษาที่มีรายได้ต่างกัน มีความต้องการแลกเปลี่ยนทางสังคมแตกต่างกัน**

**ตารางที่ 4.10 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของความต้องการแลกเปลี่ยนทางสังคมของนักศึกษาที่มีรายได้ต่างกัน**

แหล่งความแปรปรวน		SS	df	MS	F	P
ด้านการทำกิจกรรมร่วมกัน	ระหว่างกลุ่ม	.800	3	.267	2.024	.113
	ภายในกลุ่ม	19.118	145	.132		
	รวม	19.919	148			
ด้านการแลกเปลี่ยนทางวิชาการ	ระหว่างกลุ่ม	.809	3	.270	1.737	.162
	ภายในกลุ่ม	22.507	145	.155		
	รวม	23.315	148			
ด้านบทบาทหน้าที่	ระหว่างกลุ่ม	1.188	3	.396	2.086	.105
	ภายในกลุ่ม	27.530	145	.190		
	รวม	28.718	148			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ค่าที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานด้วย f-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ของทุกด้านมีค่า Sig. มากกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่า รายได้ต่างกัน มีความต้องการแลกเปลี่ยนทางสังคมไม่แตกต่างกัน

## บทที่ 5

### บทสรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การสรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะจากการศึกษาความต้องการการแลกเปลี่ยนทางสังคมของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะศึกษาศาสตร์ วิชาเอกการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อศึกษาพฤติกรรมและการแลกเปลี่ยนทางสังคมของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะศึกษาศาสตร์ วิชาเอกการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยรามคำแหงและเพื่อศึกษาความต้องการการแลกเปลี่ยนทางสังคมของนักศึกษา ในด้านปฏิสัมพันธ์ด้านการทำกิจกรรมร่วมกัน ด้านการแลกเปลี่ยนทางวิชาการและด้านบทบาทหน้าที่

โดยมีวิธีการดำเนินงานการวิจัย คือ ประชากรและกลุ่มตัวอย่างจากการวิจัยครั้งนี้เป็นนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะศึกษาศาสตร์ วิชาเอกการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ชั้นปีที่ 1 และ 2 จำนวน 149 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งอาศัยแนวคิด ทฤษฎี ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็นกรอบในการเขียนแบบสอบถาม ซึ่งเนื้อหาของแบบสอบถามมีทั้งหมด 2 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการแลกเปลี่ยนทางสังคมของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะศึกษาศาสตร์ วิชาเอกการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง โดยลักษณะของคำถามผู้วิจัยได้ใช้มาตราวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยใช้สถิติในการเสนอผลงานวิจัย ซึ่งประกอบด้วย อัตราส่วน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบความแตกต่างโดยใช้การทดสอบค่าที (t-test) และใช้วิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way Analysis of Variance หรือ f-test) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) ช่วยในการประเมินผล

## 5.1 สรุปผลการศึกษา

การศึกษาความต้องการการแลกเปลี่ยนทางสังคมของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะศึกษาศาสตร์ วิชาเอกการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง จำนวน 149 คน พบว่า

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่ 2 จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 59.7 ชั้นปีที่ 1 จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3 ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 73.8 เพศชาย จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 26.2 มีอายุ 30 – 40 ปี จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 36.2 ต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 34.2 มากกว่า 40 ปี จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 38.9 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 28.2 นักศึกษา จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 18.1 ข้าราชการ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 9.4 รับจ้างทั่วไป จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.4 มีสถานภาพโสด จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 61.1 สมรส จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 38.9 และส่วนใหญ่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 53.0 มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 33.6 มากกว่า 30,000 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 10.7 และน้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.7

5.1.2 ข้อมูลระดับความสัมพันธ์การแลกเปลี่ยนทางสังคมของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะศึกษาศาสตร์ วิชาเอกการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง เรียงตามลำดับ ดังนี้

5.1.2.1 ด้านการแลกเปลี่ยนทางวิชาการ มีความสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ย 2.61 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ความสัมพันธ์ลำดับแรกคือ แลกเปลี่ยนเกี่ยวระหว่างกลุ่มเกี่ยวกับปัญหาสังคม เช่น เด็กเล่นเกม ท้องก่อนวัยเรียน การหย่าร้าง ฯลฯ เป็นต้น รองลงมาคือ แลกเปลี่ยนระหว่างกลุ่มเกี่ยวกับปัญหาเศรษฐกิจ และแลกเปลี่ยนเกี่ยวระหว่างกลุ่มเกี่ยวกับปัญหาวัฒนธรรม เช่น วัฒนธรรมเกาหลีเข้ามามีบทบาทต่อสังคมไทยเป็นลำดับสุดท้าย

5.1.2.2 ด้านปฏิสัมพันธ์ด้านการทำกิจกรรมร่วมกัน มีความสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีคะแนนเฉลี่ย 2.49 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ความสัมพันธ์ลำดับแรกคือ สัมมนาวิชาการ ประเด็นปัญหาอื่นๆ เช่น ปัญหาโลกร้อน รองลงมาคือทัศนศึกษาร่วมกัน และการเล่นกีฬาพร้อมกัน ระหว่างกลุ่มเป็นลำดับสุดท้าย

5.1.2.3 ด้านบทบาทหน้าที่ มีความสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีคะแนนเฉลี่ย 2.38 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ความสัมพันธ์ลำดับแรกคือ ความรู้สึกผูกพันระหว่างรุ่นพี่รุ่นน้อง รองลงมาคือการทำงาน และแบ่งบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบในการจัดกิจกรรม เป็นลำดับสุดท้าย

### 5.1.3 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

5.1.3.1 สมมติฐานที่ 1 นักศึกษาที่เรียนต่างชั้นปี มีความต้องการแลกเปลี่ยนทางสังคมแตกต่างกัน จากการศึกษ พบว่า ค่าที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานด้วย  $f$ -test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ของทุกด้าน คือ ด้านการทำกิจกรรมร่วมกัน ด้านการแลกเปลี่ยนทางวิชาการและด้านบทบาทหน้าที่ที่มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่า ชั้นปีต่างกัน มีความต้องการแลกเปลี่ยนทางสังคมไม่แตกต่างกัน

5.1.3.2 สมมติฐานที่ 2 นักศึกษาที่มีเพศต่างกัน มีความต้องการแลกเปลี่ยนทางสังคมแตกต่างกัน จากการศึกษ พบว่า ค่าที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานด้วย  $f$ -test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ด้านการทำกิจกรรมร่วมกัน มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่า เพศต่างกัน มีความต้องการแลกเปลี่ยนทางสังคมแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

5.1.3.3 สมมติฐานที่ 3 นักศึกษาที่มีอายุต่างกัน มีความต้องการแลกเปลี่ยนทางสังคมแตกต่างกัน จากการศึกษพบว่า ค่าที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานด้วย  $f$ -test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ของ ด้านการทำกิจกรรมร่วมกัน และด้านบทบาทหน้าที่ที่มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่า อายุต่างกัน มีความต้องการแลกเปลี่ยนทางสังคมแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

5.1.3.4 สมมติฐานที่ 4 นักศึกษาที่มีอาชีพต่างกัน มีความต้องการแลกเปลี่ยนทางสังคมแตกต่างกัน จากการศึกษ พบว่า ค่าที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานด้วย  $f$ -test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ของด้านบทบาทหน้าที่ที่มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่า อาชีพต่างกัน มีความต้องการแลกเปลี่ยนทางสังคมแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05

5.1.3.5 สมมติฐานที่ 5 นักศึกษาที่มีสถานภาพต่างกัน มีความต้องการแลกเปลี่ยนทางสังคมแตกต่างกัน จากการศึกษ พบว่า ค่าที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานด้วย  $f$ -test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ของด้านบทบาทหน้าที่ที่มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่า สถานภาพต่างกัน มีความต้องการแลกเปลี่ยนทางสังคมแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

5.1.3.6 สมมติฐานที่ 6 นักศึกษาที่มีรายได้ต่างกัน มีความต้องการแลกเปลี่ยนทางสังคมแตกต่างกัน จากการศึกษพบว่าค่าที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานด้วย  $f$ -test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ของทุกด้านมีค่า Sig. มากกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่า รายได้ต่างกัน มีความต้องการแลกเปลี่ยนทางสังคมไม่แตกต่างกัน



## 5.2 อภิปรายผล

การศึกษาความต้องการการแลกเปลี่ยนทางสังคมของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะศึกษาศาสตร์ วิชาเอกการพัฒนาศึกษากรมมนุษย์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง จำนวน 149 คน พบว่า ส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่ 2 เป็นเพศหญิง มีอายุ 30 – 40 ปี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีสถานภาพโสด และส่วนใหญ่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท มีความสัมพันธ์การแลกเปลี่ยนทางสังคมด้านการแลกเปลี่ยนทางวิชาการ อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความสัมพันธ์ด้านแลกเปลี่ยนระหว่างกลุ่มเกี่ยวกับปัญหาสังคม เช่น เด็กเล่นเกม ท้องก่อนวัยเรียน การหย่าร้าง ฯลฯ เป็นต้น รองลงมาคือแลกเปลี่ยนระหว่างกลุ่มเกี่ยวกับปัญหาเศรษฐกิจ ด้านปฏิสัมพันธ์ด้านการทำกิจกรรมร่วมกัน มีความสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับน้อย โดยความสัมพันธ์ลำดับแรกคือสัมมนาวิชาการ ประเด็นปัญหาอื่นๆ เช่น ปัญหาโลกร้อน รองลงมาคือทัศนศึกษาร่วมกัน และการเล่นกีฬาร่วมกัน ระหว่างกลุ่มเป็นลำดับสุดท้าย และด้านบทบาทหน้าที่ มีความสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับน้อย เช่นกัน คือความรู้สึกผูกพันระหว่างรุ่นพี่รุ่นน้อง รองลงมาคือการทำงาน และแบ่งบทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบในการจัดกิจกรรม เป็นลำดับสุดท้าย เมื่อทดสอบสมมติฐาน พบว่า เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ คือ นักศึกษาที่มีเพศต่างกัน มีอายุต่างกัน มีอาชีพต่างกันและมีสถานภาพต่างกัน มีความต้องการแลกเปลี่ยนทางสังคมแตกต่างกันแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05

## 5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 เนื่องจากนักศึกษาระดับปริญญาโทบางส่วนอยู่ในวัยทำงาน และมีภาระหน้าที่ทางครอบครัว จึงให้ความสำคัญต่อการแลกเปลี่ยนทางสังคมไม่มากนัก ทางมหาวิทยาลัยควรจัดกิจกรรมช่วงให้นักศึกษาได้ใช้เวลาร่วมกัน อันจะนำมาซึ่งการแลกเปลี่ยนทางสังคม

5.3.2 นักศึกษาควรให้ความสำคัญต่อการแลกเปลี่ยนทางสังคมให้มากขึ้น



## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

#### หนังสือ

- กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์. (2544). **จิตวิทยาสังคม** (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ ฯ : ธรรมดาเพรส.
- นพมาศ ธีรเวคิน. (2546). **จิตวิทยาสังคมกับชีวิต**. กรุงเทพฯ ฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ประสิทธิ์ทองอุ้น และคณะ. (2542). **พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาคน**. กรุงเทพฯ ฯ : เวิร์คเวฟ เอ็ดดูเคชั่น,
- พัชรี วรรณวิน. (2542). **ทฤษฎีและปฏิบัติการจิตวิทยาสังคม**. ภาควิชาจิตวิทยาและการแนะแนว คณะครุศาสตร์ สถาบันราชภัฏจันทรเกษม.
- ลักขณา สรวิวัฒน์. (2544). **จิตวิทยาในชีวิตประจำวัน**. กรุงเทพฯ ฯ : โอเคียนสโตร์.
- ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร. (2545). **จิตวิทยาสังคม : ทฤษฎีและปฏิบัติการ**. กรุงเทพฯ ฯ : สุวีริยาสาส์น.
- สิทธิโชค วรรณสันติกุล. (2546). **จิตวิทยาสังคม : ทฤษฎีและการประยุกต์**. กรุงเทพฯ ฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.

#### บทความ

- เกษม ดันติผลาชีวะ. (2546, 9 กันยายน). “วัยรุ่นกับพลังก้าวร้าว.” **มติชน**. หน้า 7.
- วันเพ็ญ บุญประกอบ. (2546, 28 ตุลาคม – ธันวาคม) “เด็กเป็นฆาตกร-ใครคิด.” **วารสารราชบัณฑิตยสถาน**, หน้า 57-63.

#### สารสนเทศจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์

- นางพงา ลิ้มสุวรรณ. (2546). พัฒนาการทางจิตใจ ภาควิชาจิตเวชศาสตร์ คณะแพทยศาสตร์ ร.พ. รามาธิบดี. สืบค้นเมื่อ 20 มกราคม 2553,  
จาก <http://www.mahidol.ac.th/mahidol/ra/rapc/s6.html>
- นิตยา เพ็ญศิริินภา และ สุรชาติ ฅ หนองคาย. พฤติกรรมองค์การและการจัดการทรัพยากรมนุษย์. สืบค้นเมื่อ 20 มกราคม 2553,  
จาก [http://www.stou.ac.th/Thai/Grad\\_Std/schools/shs/DOC/no4/no4-1.doc](http://www.stou.ac.th/Thai/Grad_Std/schools/shs/DOC/no4/no4-1.doc)

วรากรณ์ ตระกูลสถิตย์. (2546). การบริหารจัดการความขัดแย้ง เอกสารประกอบรายวิชา SSC334  
จิตวิทยาการปรับตัว. สืบค้นเมื่อ 20 มกราคม 2553,

จาก <http://www.kmutt.ac.th/organization/ssc334/asset5.html>

สุเทพ พงศ์ศรีวัฒน์. (2546). ความขัดแย้งและการเจรจาต่อรอง (Conflict and Negotiation) สืบค้น  
เมื่อ 20 มกราคม 2553, จาก <http://suthep.ricr.ac.th/chapter7.doc>





**ภาคผนวก**

## แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

### เรื่อง ความต้องการแลกเปลี่ยนทางสังคมของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะศึกษาศาสตร์ วิชาเอกการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

คำชี้แจง : แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาคามหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ โดยวิจัยความต้องการแลกเปลี่ยนทางสังคมของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะศึกษาศาสตร์ วิชาเอกการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และเกิดการสร้างเครือข่ายทางสังคมในองค์กรทางการศึกษา ผู้วิจัยจึงขอความกรุณาจากท่าน ได้ตอบแบบสอบถามชุดนี้ตามความเป็นจริง และขอรับรองว่าข้อมูลที่ได้ทั้งหมดจะนำไปใช้ประโยชน์ในการวิจัยเท่านั้น แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 สถานภาพผู้ตอบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป ได้แก่ ชั้นปีที่เรียน เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพ และรายได้

ส่วนที่ 2 ระดับความสัมพันธการแลกเปลี่ยนทางสังคมของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะศึกษาศาสตร์ วิชาเอกการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิดแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1 สถานภาพผู้ตอบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย  ลงในช่อง  ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

โดยเลือกตอบเพียงข้อละ 1 คำตอบ

1. ชั้นปีที่.....
2. เพศ  ชาย  หญิง
3. อายุ
 

<input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 30 ปี	<input type="checkbox"/> 30 - 40 ปี
<input type="checkbox"/> มากกว่า 40 ปี	
4. อาชีพ
 

<input type="checkbox"/> เกษตรกรรม	<input type="checkbox"/> รับจ้างทั่วไป
<input type="checkbox"/> ธุรกิจส่วนตัว	<input type="checkbox"/> พนักงานบริษัทเอกชน
<input type="checkbox"/> ข้าราชการ	<input type="checkbox"/> รัฐวิสาหกิจ
<input type="checkbox"/> อื่นๆ.....	
5. สถานภาพ
 

<input type="checkbox"/> โสด	<input type="checkbox"/> สมรส
<input type="checkbox"/> หย่า/แยกกันอยู่	

## 6. รายได้

- น้อยกว่า 10,000 บาท                       10,000 – 20,000 บาท  
 20,001 – 30,000 บาท                       มากกว่า 30,000 บาท

ส่วนที่ 2 ระดับความเข้มข้นการแลกเปลี่ยนทางสังคมของนักศึกษาระดับปริญญาโท วิชาเอกการจัดการ  
ทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่กำหนดไว้ตามความพึงพอใจของท่าน

รายการ	ระดับความเข้มข้น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>ปฏิสัมพันธ์ด้านการทำกิจกรรมร่วมกัน</b>					
1. การเล่นกีฬาหรือทำกิจกรรมระหว่างกลุ่ม					
2. จัดตั้งกลุ่ม					
3. ลงพื้นที่ศึกษาศึกษางาน					
4. ทักษะศึกษาร่วมกัน					
5. นวัตกรรมร่วมกัน					
6. สัมมนาวิชาการประเด็นปัญหาอื่น ๆ เช่น ไทยจัดแย้งพม่า ปัญหาโลกร้อน เป็นต้น					
<b>ด้านการแลกเปลี่ยนทางวิชาการ</b>					
1. แลกเปลี่ยนระหว่างกลุ่มเกี่ยวกับปัญหา การเมือง ความขัดแย้งทางการเมือง ทางออกทางการเมือง เป็นต้น					
2. แลกเปลี่ยนระหว่างกลุ่มเกี่ยวกับปัญหา เศรษฐกิจ					
3. แลกเปลี่ยนเกี่ยวระหว่างกลุ่มเกี่ยวกับปัญหา สังคม เช่น เด็กเล่นเกม ท้องก่อนวัยเรียน การหย่าร้าง ฯลฯ เป็นต้น					
4. แลกเปลี่ยนเกี่ยวระหว่างกลุ่มเกี่ยวกับปัญหา วัฒนธรรม เช่น วัฒนธรรมเกาหลีเข้ามามีบทบาทต่อสังคมไทย					





**ประวัติผู้เขียน****ชื่อ-นามสกุล**

ภวิษย์พร เหลือหลาย

**ประวัติการศึกษา**ปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ สาขาบริหารธุรกิจ  
แขนงวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูล  
สงคราม ปีการศึกษาที่จบ พ.ศ. 2547**ตำแหน่งและสถานที่ทำงานปัจจุบัน**

บริษัท คิคติ มุ่งทำดี จำกัด ตำแหน่ง Producer

