

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง“กลยุทธ์การสื่อสารในโครงการพัฒนาเยาวชนตามแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง ของธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน)” ผู้วิจัยมุ่งศึกษาถึงกลยุทธ์ในการสื่อสาร และการมีส่วนร่วมของครูนักเรียนในโครงการ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ใช้แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งนำมาเป็นแนวทางในการวิจัยครั้งนี้ โดยแบ่งออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร

โดยแสดงให้เห็นถึง แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสาร ซึ่งประกอบไปด้วย ความหมายของการสื่อสาร วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร แบบจำลองกระบวนการสื่อสาร ประเภทการสื่อสาร และทฤษฎีการสื่อสาร เพื่อให้เห็นภาพโดยรวมของการสื่อสาร อันเป็นแนวคิดเบื้องต้น ในการทำงานวิจัยครั้งนี้

ส่วนที่ 2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารและเครือข่ายการสื่อสาร

ในการดำเนินกิจกรรมเพื่อให้การพัฒนาสำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ของโครงการ จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการวางแผนการสื่อสาร หรือ กลยุทธ์การสื่อสารก่อน โดยแนวคิดที่จะนำมาวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารในโครงการครั้งนี้คือ แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสาร เครือข่ายการสื่อสาร และ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ

ส่วนที่ 3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ

โดยแสดงให้เห็นถึง วัตถุประสงค์ของการโน้มน้าวใจ ลักษณะของการโน้มน้าวใจ องค์ประกอบพื้นฐานของการโน้มน้าวใจ การพิจารณาผลของการโน้มน้าวใจ และ ปัจจัยต่างๆ ในการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ

ส่วนที่ 4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม

เพื่อเป็นการศึกษาถึงผลจากการสื่อสารเรื่องราว หรือข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ อันมีผลทำให้ครูและนักเรียนให้การตอบรับโครงการ โดยเข้ามามีส่วนร่วมกับโครงการในรูปแบบต่างๆ

ส่วนที่ 5 แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียง

โดยศึกษาถึงปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงแล้วนำมาเป็นกรอบแนวคิดในการดำเนินงานของโครงการ

ส่วนที่ 6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ส่วนที่ 1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร

การสื่อสารมีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ตั้งแต่เกิดจนตาย ทั้งนี้เพราะมนุษย์ไม่สามารถดำเนินชีวิตอยู่ตามลำพังโดยไม่ต้องพึ่งพาอาศัยผู้อื่นได้ มนุษย์ใช้การสื่อสารในกิจกรรมต่าง ๆ ในฐานะที่เป็นสื่อสำหรับแลกเปลี่ยนความรู้ ข่าวสาร ทศนคติ ตลอดจนประสบการณ์ระหว่างกันเพื่อให้เกิดความเข้าใจ จูงใจ หรือมีอิทธิพลต่อเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน

ความหมายของการสื่อสาร

การสื่อสาร ตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า Communication ได้มีผู้ให้ความหมายไว้ต่าง ๆ ดังนี้

อริสโตเติล (Aristotle, 1960) ให้คำจำกัดความของการศึกษาวิชาวาทศิลป์ (rhetoric) หรือการสื่อสารว่า คือ การแสวงหา “วิธีชักจูงใจที่พึงมีอยู่ทุกรูปแบบ”

จอร์จ เอ มิลเลอร์ (George A. Miller, 1951) กล่าวว่า “การสื่อสารหมายถึง การถ่ายทอดข่าวสารจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง”

คาร์ล ไอ ฮอฟแลนด์ (Carl I. Hovland, 1953) และคณะให้ความเห็นว่า “การสื่อสาร คือ กระบวนการที่บุคคลหนึ่ง (ผู้ส่งสาร) ส่งสิ่งเร้า (โดยปกติจะเป็นภาษาพูดหรือภาษาเขียน) เพื่อเปลี่ยนพฤติกรรมของบุคคลอื่น ๆ (ผู้รับสาร)”

วอร์เรน ดับเบิลยู วีเวอร์ (Warren W. Weaver, 1949) ให้คำอธิบายเกี่ยวกับการสื่อสารว่า “การสื่อสารมีความหมายกว้าง ครอบคลุมถึงกระบวนการทุกอย่างที่จิตใจของคน ๆ หนึ่ง อาจมีผลต่อจิตใจของคนอีกคนหนึ่ง การสื่อสารจึงไม่หมายความแต่เพียงการเขียน การพูดเท่านั้น หากแต่ยังรวมไปถึงดนตรี ภาพ การแสดง บัลเลต์ และพฤติกรรมทุกพฤติกรรมของมนุษย์อีกด้วย”

เอเวอเรท เอ็ม โรเจอร์ และเฟล ฟลอยด์ ชูเมเกอร์ (Everett M. Rogers and F. Floyd Shoemaker, 1971) กล่าวว่า “การสื่อสารคือกระบวนการซึ่งสารถูกส่งจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร”

วิลเบอร์ ชรามม์ (Wilbur Schramm, 1974) อธิบายว่า “การสื่อสารคือการมีความเข้าใจร่วมกันต่อเครื่องหมายที่แสดงข่าวสาร (Information signs)”

จากความหมายข้างต้น จะเห็นได้ว่า สิ่งหนึ่งที่มีความหมายเหล่านี้มีร่วมกันก็คือการสื่อสารของมนุษย์ตั้งอยู่บนหลักของความสัมพันธ์ (relationship) กล่าวคือ ในการสื่อสารนั้นจะต้องมีผู้เกี่ยวข้องอยู่สองฝ่าย โดยฝ่ายหนึ่งทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร และอีกฝ่ายหนึ่งทำหน้าที่เป็นผู้รับสาร ซึ่งทั้งสองฝ่ายมีความเกี่ยวข้องหรือสัมพันธ์กัน

กล่าวโดยสรุป “การสื่อสาร เป็นกระบวนการที่มีความเคลื่อนไหวและเป็นการกระทำอย่างต่อเนื่องในการส่งและรับสารระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร โดยผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน (เกศินี จุฑาวิจิตร, 2537)

วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร

ในการติดต่อสื่อสารกันทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างก็มีวัตถุประสงค์ในการสื่อสารทั้งสิ้น ซึ่งทั้งสองฝ่ายอาจมีวัตถุประสงค์ที่เหมือนกันหรือแตกต่างกันก็ได้ ดังนั้นวัตถุประสงค์ของการสื่อสารจึงสามารถจำแนกได้ดังนี้

1. เพื่อแจ้งให้ทราบ (To inform) เป็นวัตถุประสงค์ที่ผู้ส่งสารต้องการเผยแพร่หรือบอกกล่าว เรื่องราว เหตุการณ์ต่าง ๆ กิจกรรม นโยบาย ความเคลื่อนไหว ฯลฯ ของตนเอง หรือหน่วยงานให้ผู้รับสารได้ทราบ ผู้รับสารก็มีความประสงค์ที่จะได้ทราบข่าวสาร เพื่อนำไปชีวิตประจำวัน หรือเป็นข้อมูลสำหรับการตัดสินใจ
2. เพื่อให้ความรู้ (To Educate) เป็นวัตถุประสงค์ที่ผู้ส่งสารต้องการให้ผู้รับสารได้เรียนรู้ และเกิดความเข้าใจที่ลึกซึ้งมากกว่าการได้รับทราบ ผู้รับสารก็มีความประสงค์ที่จะเรียนรู้และศึกษา
3. เพื่อโน้มน้าวใจ (To Persuade) เป็นวัตถุประสงค์ที่ผู้ส่งสารต้องการให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกชอบใจ สนใจ คล้อยตาม สนับสนุนและต้องการที่จะปฏิบัติตาม ส่วนผู้รับสารก็ต้องการที่จะได้ข้อมูลสำหรับการตัดสินใจ
4. เพื่อความบันเทิง (To Entertain) เป็นวัตถุประสงค์ที่ผู้ส่งสารต้องการให้ผู้รับสารเกิดความพอใจ สนุกสนาน ส่วนผู้รับสารก็ต้องการได้รับความพอใจ เพลินเพลินใจ หรือสนุกสนาน จึงอาจสรุปวัตถุประสงค์ของการสื่อสารได้ดังนี้ (ประม, 2533 : 60)

วัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร	วัตถุประสงค์ของผู้รับสาร
1. เพื่อแจ้งให้ทราบ (inform)	1. เพื่อทราบ (Understand)
2. เพื่อสอนหรือให้การศึกษา (Teach or Educate)	2. เพื่อศึกษา (Learn)
3. เพื่อสร้างความพอใจหรือให้ความบันเทิง (Please or Entertain)	3. เพื่อหาความพอใจ (Enjoy)
4. เพื่อเสนอหรือชักจูงใจ (Propose or Persuade)	4. เพื่อกระทำหรือตัดสินใจ (Dispose or Decide)

นอกจากวัตถุประสงค์ของการสื่อสารยังอาจแบ่งได้ในแง่ผลของการสื่อสารว่าเกิดผลโดยตรงหรือโดยอ้อม กล่าวคือ ผู้ส่งสารและผู้รับสารอาจมีวัตถุประสงค์ในการสื่อสารเพื่อให้เกิดผลทันที (consummatory purpose) หมายถึงสารนั้นสามารถสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ส่งสารและผู้รับสารได้ในทันทีทันใด (immediate reward) (Wilbur,1949) เช่นการเสนอข่าวเบา (soft news) ที่อ่านง่ายและเข้าใจง่าย สามารถตอบสนองความต้องการของผู้อ่านได้ทันที นอกจากนี้ยังมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นเครื่องมือ (instrumental purpose) (Wilbur,1949) ซึ่งหมายถึงสารนั้นถูกใช้เป็นเครื่องมือเพื่อนำไปสู่การกระทำอย่างอื่นต่อไป ผลที่เกิดขึ้นจึงไม่ได้เกิดจากสารนั้นโดยตรง แต่เกิดจากการใช้สารเป็นเครื่องมือให้เกิดผลนั้นซึ่งทำให้เกิดความพึงพอใจช้า (delayed reward) (Wilbur,1949) เช่น การเสนอข่าวหนัก (hard news) ซึ่งต้องใช้ความคิดในการอ่านเพื่อทำความเข้าใจเพื่อนำไปใช้แก้ปัญหาหรือใช้เป็นเครื่องมือเพื่อการกระทำสิ่งอื่นในโอกาสต่อมา

องค์ประกอบของการสื่อสาร

องค์ประกอบของการสื่อสารโดยทั่วไปมี 4 ประการ ดังนี้

1. ผู้ส่งสาร คือ บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ต้องการทำการสื่อสารความคิด ความรู้สึก ความต้องการและวัตถุประสงค์ของตน ผู้ส่งสารจะทำหน้าที่เข้ารหัส (encoding) อันเป็นการแปรสารให้อยู่ในรูปของสัญลักษณ์ที่มนุษย์สร้างขึ้นแทนความคิด ได้แก่ ภาษา (ภาษาพูด ภาษาเขียน) หรือวจนภาษา และอากัปกิริยาท่าทางต่าง ๆ (อวัจนภาษา)

2. สาร คือ เรื่องราวอันมีความหมายและแสดงออกมาโดยอาศัยภาษา หรือสัญลักษณ์ใด ๆ ที่ตามที่สามารถที่จะสามารถทำให้เกิดการรับรู้ร่วมกันได้ สารจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อผู้ส่งสารเกิดความคิดขึ้น และต้องการถ่ายทอดความคิดนั้นไปสู่การรับรู้ของผู้รับสาร การส่งสารเกิดจากการที่ผู้ส่งสารแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างเพื่อแทนความคิดที่เกิดขึ้น เช่น การพูด การเขียน การวาด การแสดงอาการหรือกิริยาอย่างใดอย่างหนึ่งก็ได้

3. ช่องทางการสื่อสารหรือสื่อ คือ สิ่งที่ขนส่งสาร (a carrier of message) หรือเป็นพาหนะที่ทำให้สารของผู้ส่งสารปรากฏ เช่น อากาศ แสง เสียงตลอดจนอุปกรณ์หรือเครื่องมือมนุษย์คิดขึ้นเพื่อใช้ติดต่อส่งสารไปถึงกันและกัน

4. ผู้รับสาร คือ บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่รับสารของผู้ส่งสาร เป็นองค์ประกอบประการสุดท้ายในกระบวนการสื่อสารและเป็นองค์ประกอบสำคัญไม่ยิ่งหย่อนกว่าองค์ประกอบอื่น ๆ ทั้งนี้เพราะการสื่อสารใด ๆ ก็ตามจะไม่ประสบผลสำเร็จได้เลยหรืออาจประสบความสำเร็จไม่เต็มที่หากผู้รับสารไม่เข้าใจหน้าที่และบทบาทของตนเองที่มีต่อการสื่อสาร

ในกระบวนการสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารประเภทใดหรือระดับใดก็ตาม จากองค์ประกอบสื่อสารทั้ง 4 ประการนี้แล้วก็น่าจะมีองค์ประกอบเพิ่มเติมอีก 2 ประการ ที่ทำให้กระบวนการติดต่อสื่อสารมีความสมบูรณ์ขึ้น นั่นคือ ปฏิกริยาตอบกลับหรือปฏิกริยาสะท้อนกลับ (feedback) ที่ผู้รับสารแสดงตอบกลับต่อสารของผู้ส่งสาร และกรอบแห่งการอ้างอิง (frame of reference) หรือสนามแห่งประสบการณ์ร่วม (field of experience) ระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารนั้น ๆ ด้วย

แบบจำลองกระบวนการสื่อสาร

แบบจำลองกระบวนการสื่อสาร

เป็นแผนภาพที่ใช้อธิบายการสื่อสารเพื่อให้สามารถเข้าใจได้อย่างชัดเจน โดยแบบจำลองกระบวนการสื่อสารสามารถเขียนอย่างง่ายได้ดังนี้ (ปรมะ, 2533:65)

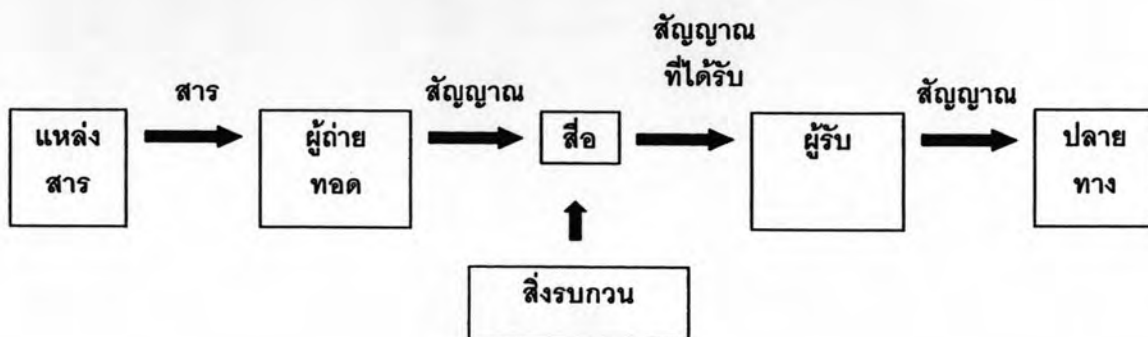


แบบจำลองนี้ได้อธิบายขั้นตอนต่าง ๆ ในกระบวนการสื่อสาร ว่าเมื่อผู้ส่งสารต้องการทำการสื่อสาร ผู้ส่งสารก็ต้องนำเอาสิ่งที่ตนต้องการจะสื่อสารมาผลิตให้เกิดเป็นสารแล้วถ่ายทอดผ่านสื่อไปยังผู้รับสาร

แบบจำลองของแชนนอนและวีเวอร์ (The Shannon and Weaver Model)

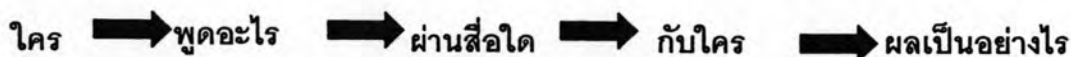
แบบจำลองนี้เป็นแบบจำลองการสื่อสารเชิงทฤษฎีคณิตศาสตร์ (The Mathematical Theory of Communication) หมายถึงแบบจำลองการสื่อสารที่พยายามนำวิชาการหรือทฤษฎี

ทางด้านคณิตศาสตร์มาอธิบายถึงปรากฏการณ์ทางการสื่อสาร ทั้งนี้เนื่องจากผู้คิดค้นแบบจำลองซึ่งก็คือ คล็อด อี แชนนัน (Claude E. Shannon) เป็นนักคำนวณด้านวิศวกรรมไฟฟ้าของบริษัท Bell Telephone และ วอเรน วีเวอร์ (Warren Weaver) ได้เป็นผู้นำเอาความคิดของแชนนันมาขยายต่อให้ประยุกต์ใช้ได้กับการสื่อสารของมนุษย์ ซึ่งสามารถอธิบายได้จากแบบจำลองดังนี้



แบบจำลองของลาสเวลล์ (The Lasswell Model)

ฮาโรลด์ ดี ลาสเวลล์ (Harold D. Lasswell) เป็นนักรัฐศาสตร์ชาวอเมริกันได้เสนอบทความที่เป็นการเริ่มต้นอธิบายการสื่อสารที่มีคนรู้จักมากที่สุด โดยเสนอว่าวิธีอธิบายการสื่อสารคือการตอบคำถามที่ว่า ใคร (ผู้ส่งสาร) พุดอะไร (สาร) ผ่านสื่อใด (สื่อ) กับใคร (ผู้รับสาร) ผลเป็นอย่างไร (ผลการสื่อสาร) ตามแบบจำลองดังนี้



แบบจำลองการสื่อสารของลาสเวลล์ เป็นทฤษฎีการสื่อสารที่อธิบายกระบวนการสื่อสารเชิงพฤติกรรม ซึ่งเป็นการศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร เนื้อหาข่าวสาร ชนิดของสื่อ และผลที่เกิดจากการกระทำการสื่อสารนั่นเอง

โดยแบบจำลองที่ใช้ในงานวิจัยเรื่องนี้ ได้แก่ แบบจำลอง ของ เดวิด เค เบอร์โล

แบบจำลองของเบอร์โล (The Berlo Model)

เดวิด เค เบอร์โล (David K. Berlo) ผู้เขียนหนังสือชื่อ The Process of Communication ใน ค.ศ. 1960 อธิบายแบบจำลองกระบวนการสื่อสารที่รู้จักกันดีในชื่อ SMCR Model (Berlo, 1960:4-7) ซึ่งย่อมาจาก Source (ผู้ส่งสาร) , Message (สาร) , Channel (สื่อ) และ Receiver (ผู้รับสาร)

เบอร์โล กล่าวว่า การที่การสื่อสารจะมีประสิทธิผลมากน้อยเพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบ 4 ประการนี้ว่ามีประสิทธิภาพเพียงใด ประสิทธิภาพขององค์ประกอบแต่ละองค์ประกอบขึ้นอยู่กับปัจจัยต่อไปนี้

1. ผู้ส่งสาร มีปัจจัยคือ ทักษะในการสื่อสาร (communication skills) , ทัศนคติ (attitude) , ความรู้ (knowledge) , ระบบสังคม (social system) และวัฒนธรรม (culture)
2. สาร มีปัจจัยคือ รหัส (code) เนื้อหา (content) การจัดเสนอ (treatment)
3. สื่อ คือช่องทางที่จะนำสารไปสู่ประสาทในการรู้สึก (sense mechanisms) หรือการถอดรหัสของผู้รับสาร อันได้แก่การเห็น (seeing) , การได้ยิน (hearing) , การสัมผัส (touching) , การได้กลิ่น (smelling) และการลิ้มรส (tasting)
4. ผู้รับสาร มีปัจจัยคือ ทักษะในการสื่อสาร (communication skills) , ทัศนคติ (attitude) , ความรู้ (knowledge) , ระบบสังคม (social system) และวัฒนธรรม (culture)

ประเภทของการสื่อสาร

การสื่อสารแบ่งได้เป็นหลายประเภท ซึ่งหากใช้เกณฑ์ทางด้านจำนวนของผู้ทำการสื่อสารเป็นหลักแล้ว จะสามารถแบ่งการสื่อสารออกได้ดังนี้ (เกศินี จุฑาวิจิตร, 2537)

1. การสื่อสารภายในบุคคล (Intrapersonal Communication) คือการสื่อสารกับตนเอง เช่น การคิด การไตร่ตรองหาเหตุผล การวิเคราะห์ การทบทวนเรื่องที่พูดหรือเขียน การร้องเพลง ฟังคนเดียว ซึ่งทั้งหมดนั้นจะมีผู้สื่อสารเพียงคนเดียว บุคคลนั้นทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร

2. การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลสองหรือสามคน เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็นและสร้างสัมพันธ์ระหว่างกัน เช่น การพูดคุยแบบเห็นหน้าค่าตา การใช้โทรศัพท์คุยกัน เป็นต้น

3. การสื่อสารกลุ่มย่อย (Small Group Communication) เป็นการสื่อสารภายในกลุ่มคนจำนวนหนึ่ง ซึ่งผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถที่จะพูดคุยโต้ตอบกันได้โดยตรงและทั่วถึง เช่น การสื่อสารในการประชุมสัมมนา เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ กระตุ้น หรือร่วมกันแก้ปัญหา

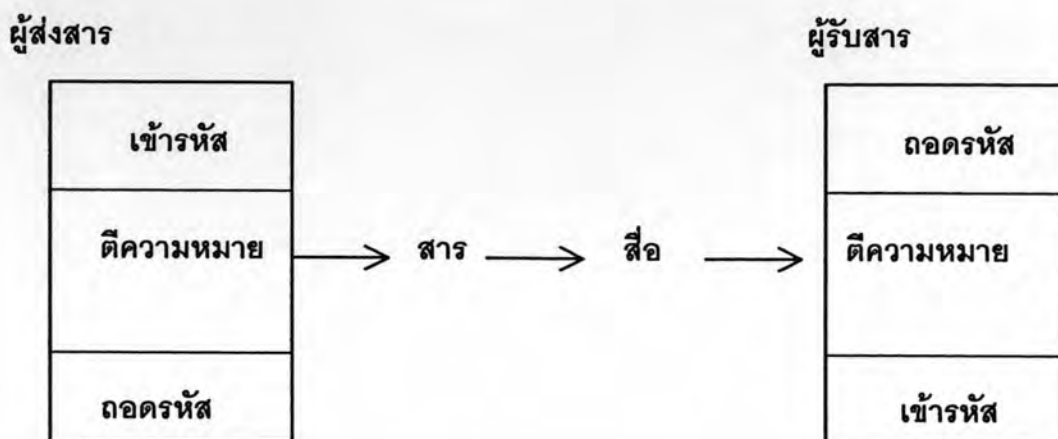
4. การสื่อสารกลุ่มใหญ่ (Large Group Communication or Public Communication) เป็นการสื่อสารระหว่างคนจำนวนมากซึ่งอยู่ในสถานที่เดียวกันหรือใกล้เคียงกัน โดยอาจจะใช้สื่อโสตทัศนศึกษาช่วย เช่น การใช้โทรทัศน์วงจรปิดในการสอนนักศึกษาในกลุ่มใหญ่ที่มีหลายห้องเรียน การสื่อสารในกลุ่มใหญ่นี้ ได้แก่ การอภิปรายในหอประชุม การปราศรัยหาเสียง เป็นต้น โอกาสที่ผู้ส่งสาร และผู้รับสารจะสื่อสารกันได้อย่างโดยตรงและทั่วถึงมีน้อยมาก และขาดลักษณะของการสื่อสารแบบตัวต่อตัว

5. การสื่อสารมวลชน (Mass Communication) เป็นการสื่อสารที่ผู้ส่งสาร ซึ่งอาจมีมากกว่า 1 คน ส่งข่าวสารไปยังผู้รับสารที่มีเป็นจำนวนมาก ซึ่งอาศัยอยู่ในสถานที่ต่าง ๆ ห่างไกลกันได้อย่างรวดเร็ว ภายในระยะเวลาเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน โดยผ่านทางสื่อมวลชนต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น การสื่อสารแบบนี้ผู้ส่งสารไม่สามารถทราบปฏิกิริยาของผู้รับสารได้อย่างทันทีทันใด

ทิศทางของการสื่อสาร

ทิศทางของการสื่อสาร ประกอบด้วย การสื่อสารแบบทิศทางเดียว (One-way Communication) และการสื่อสารแบบสองทิศทาง (Two-way- Communication) ประม ะส ะเว ทิน ได้เสนอแบบจำลอง ซึ่งเป็นการสรุปรวมความคิดเห็นของแบบจำลองต่างๆ และแสดงทิศทางของการสื่อสารได้อย่างชัดเจน คือ

1. แบบจำลองกระบวนการสื่อสารแบบทางเดียว (Model of One-way Communication Process) อธิบายการสื่อสารโดยไม่กล่าวถึงการสื่อสารกลับ (feedback) เป็นการอธิบายกระบวนการสื่อสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารเท่านั้น

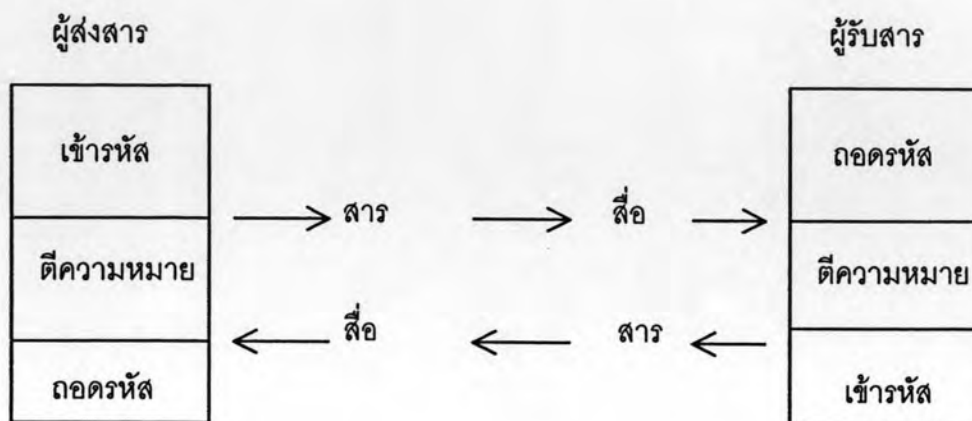


ในกระบวนการสื่อสารแบบทางเดี่ยวนั้น มีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 องค์ประกอบที่สำคัญ 4 องค์ประกอบ คือ ผู้ส่งสาร, และผู้รับสาร เมื่อผู้ส่งสารต้องการที่จะสื่อสารความคิด ข่าวสาร หรือ วัตถุประสงค์ของตน ผู้ส่งสารจะต้องการเข้ารหัส (encode) เสียก่อน การเข้ารหัสคือ การนำเอาสิ่งที่เมื่อผู้ส่งสารต้องการจะสื่อสารมาใส่ไว้ในรหัส (code) เช่น ภาษาพูด ภาษาเขียน รูปภาพ กริยาท่าทาง เป็นต้น เพื่อส่งออกไปเป็นสาร

เมื่อส่งสารทำการเข้ารหัส แล้วส่งสิ่งที่ต้องการสื่อสารออกไปเป็นสารผ่านสื่อไปยังผู้รับสาร ก็จะทำการถอดรหัส (decode) สารที่ตนได้รับการ ถูกรหัส คือการทำความเข้าใจต่อรหัสและสารที่ได้รับเพื่อส่งต่อไปยังผู้รับสาร แบบจำลองนี้สามารถใช้อธิบายได้ทั้งการสื่อสารภายในบุคคล การสื่อสารระหว่างบุคคล 2 คน การสื่อสารในกลุ่ม และการสื่อสารมวลชน

2. แบบจำลองกระบวนการสื่อสารแบบสองทาง (Model of Two-way Communication Process) อธิบายการสื่อสารที่มีการสื่อสารกลับ (feedback) ซึ่งปกติแล้วการสื่อสารของมนุษย์นั้นมักจะมีลักษณะเป็นการโต้กัน มีปฏิริยาตอบกลับมา แม้ว่าในการสื่อสารมวลชนจะมีการสื่อสารกลับที่ล่าช้า (delayed feedback) ก็ตาม

กระบวนการการสื่อสารแบบสองทาง เขียนเป็นแบบจำลองได้ ดังนี้



คำว่า feedback หรือปฏิกิริยาสนองตอบ หมายถึงวิธีการหรือการทำทางที่ฝ่ายผู้รับสารใช้หรือแสดงออกมาให้ผู้ส่งสารได้รับทราบ ทั้งนี้เนื่องจากผล (consequence) ของข่าวสาร feedback นับว่าเป็นกลไกสำคัญที่ทำให้ผู้ส่งสารสามารถหยั่งทราบได้ว่า ข่าวสารที่ส่งออกไปนั้นได้รับผลตามเป้าหมายหรือไม่เพียงใด

ลักษณะ feedback อาจเป็นไปโดยตั้งใจ (purposive) หรือโดยตั้งใจ (nonpurposive) ก็ได้ นอกจากนี้อาจเป็นทั้งผลดีและผลเสีย

feedback มีหน้าที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งคือเป็นกลไกควบคุม (Control or cybernetic mechanism) ของกระบวนการสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง feedback ที่เป็นผลเสียหรือเชิงลบมีบทบาทสำคัญมาก เพราะจะคอยแจ้งให้ผู้ส่งสารทราบว่าการส่งสารผิดพลาดล้มเหลว หรือบกพร่องแค่ไหน เพียงไร เพื่อจะได้หาทางปรับปรุงและแก้ไขให้ดีขึ้น ส่วน feedback ที่เป็นผลดีหรือเชิงบวกไม่เกี่ยวข้องเท่าไร

นอกจากนี้ ยังมีแบบจำลองของการสื่อสารซึ่งนักทฤษฎีและนักวิจัยทางการสื่อสารได้สร้างขึ้น เพื่อวิเคราะห์กระบวนการสื่อสาร และประสิทธิภาพของสื่อแต่ละชนิดในการเผยแพร่ข่าวสาร หรือแสดงขั้นตอนของการสื่อสารไว้ ดังนี้

แบบจำลองการสื่อสารแบบขั้นตอนเดียว (One-step Flow Model) แสดงให้เห็นว่าสื่อมวลชนถ่ายทอดข่าวสาร ความคิด หรือนวัตกรรมไปยังผู้รับสารโดยตรง โดยไม่ต้องผ่านสื่อระหว่างบุคคล เช่น ผู้นำความคิดเห็น และข่าวสารนั้นไม่ได้เข้าถึงผู้รับทุกคนเท่าๆ กันแบบจำลองการสื่อสารแบบขั้นตอนเดียวเน้นว่า

1. สื่อมวลชนไม่ได้มีพลังหรืออำนาจอย่างล้นเหลือ
2. ข่าวสารหรือนวัตกรรมจะถูกถ่ายทอดผ่านสื่อมวลชนและจะถูกกรองโดยกระบวนการทางจิตวิทยา (Selectivity Process) ได้แก่ การเลือกเปิดรับข่าวสาร (Selective exposure) การเลือกเปิดรับข่าวสาร (Selective exposure) การเลือกตีความสาร (Selective perception) และการเลือกจดจำข่าวสาร (selective retention) ซึ่งเป็นแนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับตีความ และจดจำข่าวสารที่ตรงกับความสนใจ ความเชื่อ หรือทัศนคติที่มีอยู่เดิม
3. อิทธิพลหรือผลของข่าวสารความคิด หรือนวัตกรรมที่มีต่อผู้รับสารมวลชน จะแตกต่างกัน
4. สื่อมวลชนสามารถมีผลโดยตรง (Direct Effects) ต่อผู้รับ คอยซ์แมนและแดเนียลสัน (Deutschmann and Danielson) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับการเผยแพร่ข่าวสาร 6 ชนิด แล้วสรุปว่าข่าวสารที่สำคัญจากสื่อมวลชนจะถูกถ่ายทอดไปยังประชาชนผู้รับสารโดยตรงโดยแทบจะไม่มีการถ่ายทอดข่าวสารนั้นต่อไปยังผู้อื่นอีกเลย

แบบจำลองการสื่อสารแบบสองขั้นตอน (Two-step Flow Model) เน้นบทบาทและความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนและสื่อระหว่างบุคคล โดยคำนึงถึงความจริงที่ว่ามนุษย์มิได้อยู่โดดเดี่ยวในสังคม แต่ได้มีการติดต่อสัมพันธ์กับบุคคลอื่นในลักษณะเป็นกลุ่มปฐมภูมิหรือทุติยภูมิเสมอ ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลเป็นกลุ่มต่างๆ ในสังคมนี้นำให้เกิดเครือข่าย (Interpersonal Network) ในการสื่อมวลชน ซึ่งมีหน้าที่เป็นช่องทางในการถ่ายทอดข่าวสารในสังคม และเป็นแหล่งของอิทธิพลกลุ่มหรืออิทธิพลบุคคล ที่มีหน้าที่ต่อความคิดและการกระทำของสมาชิกในสังคม

จะเห็นได้ว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลสามารถมีอิทธิพลในการชักจูงใจบุคคลให้เปลี่ยนแปลงทัศนคติจากเดิมที่เป็นอยู่ได้ และจากแนวความคิดเกี่ยวกับการสื่อสารสองขั้นตอนนั้นการสื่อสารจากแหล่งสารประเภทสื่อมวลชนอาจจะไม่ผ่านไปยังผู้รับสารโดยตรง แต่จะผ่านโยงโยความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในสังคมอีกชั้นหนึ่ง และโยงโยแห่งความสัมพันธ์บุคคลนั้น มิได้ทำ

หน้าที่ในการส่งผ่านข่าวสารแต่อย่างเดียว แต่จะมีบทบาทในการให้สิทธิ์ แดงเดิม ขยาย บิด เบือน หรือแปรเปลี่ยนข่าวสารไปเรื่อยๆ ดังนั้นสื่อมวลชนกับผู้บริหารบางส่วนนั้น จะมีจากกัน กรอง คือความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่จะกลั่นกรองและแปรเปลี่ยนข่าวสารที่ส่งผ่านไปบ้าง

แบบจำลองนี้มองมวลชนว่า ประกอบด้วยบุคคลจำนวนมากซึ่งมีปฏิสัมพันธ์หรือมีการตอบโต้ซึ่งกันและกัน และเห็นว่าสื่อมวลชนไม่ได้มีพลังอย่างยิ่ง บุคคลอาจจะได้รับข่าวสารหรือความรู้โดยผ่านสื่อมวลชนหรือสื่อระหว่างบุคคลก็ได้ เมื่อได้รับข่าวสารแล้วจะมีการแลกเปลี่ยนความคิดหรือปรึกษาหารือกับบุคคลอื่น เช่น เพื่อนหรือญาติพี่น้องก็ได้ ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการหลังไหลของข่าวสาร (Flow of information) จะแบ่งออกเป็นสองขั้นตอน คือ ขั้นแรกเป็นการหลังไหลของข่าวสารจากแหล่งสารไปยังผู้นำความคิด การหลังไหลของข่าวสารในขั้นแรกจะเป็นการถ่ายทอดข่าวสาร ส่วนในขั้นที่สองจะเป็นการหลังไหลของข่าวสารจากผู้นำความคิดไปยังผู้ตามความคิดนั้น ในขั้นนี้จะเกี่ยวข้องกับการแพร่หรือกระจายอิทธิพลด้วย

อย่างไรก็ตามในสภาพสังคมที่แท้จริง ผู้นำความคิด (Opinion Leader) อาจรับข่าวสารจากผู้อื่นและเป็นผู้ให้ข่าวสารด้วยเช่นกันจากการวิจัยในระยะหลังๆ ผลการวิจัยบางชิ้นชี้ให้เห็นว่าผู้นำความคิดรับข่าวสารส่วนใหญ่มาจากแหล่งอื่นมากกว่า หรือรับข่าวสารจากแหล่งที่ไม่ใช่สื่อมวลชน เช่น เกษตรกรที่เป็นผู้นำความคิดในชนบทที่ห่างไกลในประเทศด้อยพัฒนาที่ไม่มีสื่อมวลชนเข้าถึงหรือมีน้อย ข่าวสารที่ได้จากสื่อ เช่น การพบปะพูดคุยกับเจ้าหน้าที่ส่งเสริมหรือการเดินทางออกนอกท้องถิ่น อาจเป็นสาเหตุสำคัญของการเผยแพร่ข่าวสารก็ได้

ผลการวิจัยของโรเจอร์ (Rogers) และสเวนนิ่ง (Svenning) เกี่ยวกับสื่อระหว่างบุคคลในชุมชนแสดงให้เห็นว่าการสนทนาระหว่างเพื่อนบ้านและเพื่อนๆ เป็นช่องทางที่สำคัญสำหรับการให้ความรู้ความสนใจและการจูงใจ

และจากทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม (The Social Relationship Theory) ของเดอเฟลอร์ (De Fleur) ทฤษฎีนี้ชี้ให้เห็นว่าความสัมพันธ์ที่ไม่เป็นทางการในสังคม (ความสัมพันธ์แบบเครือญาติ) มีบทบาทต่อการตัดสินใจว่า จะยอมรับการเปลี่ยนแปลงใหม่ๆ หรือไม่ โดยเฉพาะสังคมชนบทเป็นสังคมที่ครอบครัวของบุคคลแต่ละคนมีความผูกพันทางสังคมกับเพื่อนบ้านอย่างแน่นแฟ้น เมื่อมีความคิดใหม่ๆ จากภายนอก การตัดสินใจของเพื่อนบ้านเกี่ยวกับความคิดนั้นจะมีความสำคัญต่อการตัดสินใจของบุคคลว่า ควรจะยอมรับความคิดเหล่านั้นหรือไม่ จึงอาจสรุปได้ว่า

การสื่อสารแบบสองขั้นตอนนั้น ภายหลังจากที่ผู้รับสารได้รับข่าวสารจากแหล่งข่าว ซึ่งอาจจะเป็นสื่อมวลชนหรือสื่อระหว่างบุคคลแล้ว จะนำข่าวสารนั้นไปพูดคุย ปรีกษาหารือกับผู้อื่นอีกครั้งหนึ่งก่อนที่จะตัดสินใจเกี่ยวกับข่าวสารหรืออนิจกรรมนั้น

แบบจำลองการสื่อสารแบบหลายขั้นตอน (Multi-step Flow Model) แบบจำลองนี้ไม่ได้กำหนดขั้นตอนว่า การหลังไหลของข่าวสารจะต้องมีหนึ่งหรือสองขั้นตอน แหล่งสารอาจจะไม่ใช่สื่อมวลชนเสมอไป อาจจะได้รับข่าวสารจากสื่อระหว่างบุคคล หรือจากการบอกเล่าของบุคคลอื่นต่อๆ กันมาก็ได้ แบบจำลองนี้ชี้ให้เห็นว่าจำนวนครั้งที่มีการถ่ายทอดข่าวสารจากแหล่งสารไปยังผู้รับสารจะแตกต่างกันไป การหลังไหลของข่าวสารจะมีกี่ขั้นตอนขึ้นอยู่กับความตั้งใจของ แหล่งสาร ในปัจจุบันนักวิจัยทางการสื่อสารส่วนมากให้ความเชื่อถือและเห็นว่าการสื่อสารแบบหลายขั้นตอนมีประโยชน์มากที่สุด

ส่วนที่ 2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารและเครือข่ายการสื่อสาร

ในการดำเนินกิจกรรมเพื่อให้การพัฒนาสำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ของผู้ดำเนินโครงการได้นั้น องค์การจำเป็นที่จะต้องให้ความสำคัญกับการวางแผน หรือ กลยุทธ์การสื่อสารเสียก่อน เนื่องจากกลยุทธ์การสื่อสารถือเป็นขั้นตอนหนึ่งในการที่จะเข้าถึงผู้รับสาร เพื่อโน้มน้าวให้ผู้รับสารเกิดความเชื่อ เกิดความเข้าใจในสารที่ผู้ส่งสารต้องการจะสื่อออกไป อันนำมาสู่ความเต็มใจที่จะให้ความช่วยเหลือ และความร่วมมือในกิจกรรมของผู้ส่งสารต่อไป

ดังนั้น แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารและเครือข่ายการสื่อสารในการทำงานเพื่อสังคมจึงมีความจำเป็นและสำคัญอย่างยิ่งต่อการนำมาศึกษาวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารในโครงการพัฒนาเยาวชนตามแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง

การสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญในการถ่ายทอดข้อมูล ความรู้ เทคโนโลยี ตลอดจนเป็นสื่อกลางสำคัญในการที่จะเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของบุคคลให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน มีความสามัคคี ซึ่งเป็นวิธีที่จะช่วยทำให้การปฏิบัติงานสำเร็จลุล่วงตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์นั้น

แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสาร

การสื่อสารเป็นองค์ประกอบหลักสำคัญประการหนึ่งที่เกี่ยวข้องในการรวมกลุ่มและการบริหารจัดการหน่วยงานต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพ โดยการสื่อสารเปรียบเสมือนสายใยของสังคม

ที่ประสานหน่วยงานต่าง ๆ ของสังคมให้รวมเข้าด้วยกัน การที่มนุษย์สามารถรวมตัวกันเป็นกลุ่ม เป็นสังคมได้นั้น เกิดจากการที่มนุษย์ทำการสื่อสารเพื่อให้เกิดความเข้าใจและสร้างกฎระเบียบของสังคมให้เป็นที่ยอมรับระหว่างสมาชิก

รูปแบบของการสื่อสารลักษณะต่าง ๆ ซึ่งได้มีการจำแนกรูปแบบการสื่อสารในหลายลักษณะตามหลักเกณฑ์ ที่ใช้ในการพิจารณาที่แตกต่างกันไป ในที่นี้จะกล่าวถึง รูปแบบของการสื่อสาร 4 ลักษณะ คือ (อ่างใน นพรัตน์ มณีรัตน์, 2541)

1. จำแนกตามทิศทางการสื่อสาร
2. จำแนกตามลักษณะการใช้
3. จำแนกตามสัญลักษณ์ที่ใช้ในการสื่อสาร
4. จำแนกตามการไหลของข่าวสาร

1. จำแนกตามทิศทางการสื่อสาร แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือ

1.1 การสื่อสารแบบทางเดียว (One - way Communication)

หมายถึง การสื่อสารที่ผู้ส่งสารถ่ายทอดสารไปยังผู้รับสารแต่เพียงฝ่ายเดียวโดยไม่เปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้ซักถามข้อสงสัยหรือแสดงความคิดเห็น จึงไม่มีปฏิกริยาย้อนกลับจาก ผู้รับสาร การสื่อสารแบบนี้มีลักษณะเป็นเส้นตรง ปราศจากการคำนึงถึงปฏิกริยาโต้กลับจากผู้รับสาร ทำให้ปริมาณของข้อมูลสะท้อนกลับ (feedback) จากผู้รับสารมีน้อยหรือไม่มีเลย ซึ่งแสดงเป็นแผนภาพจำลองได้ ดังนี้

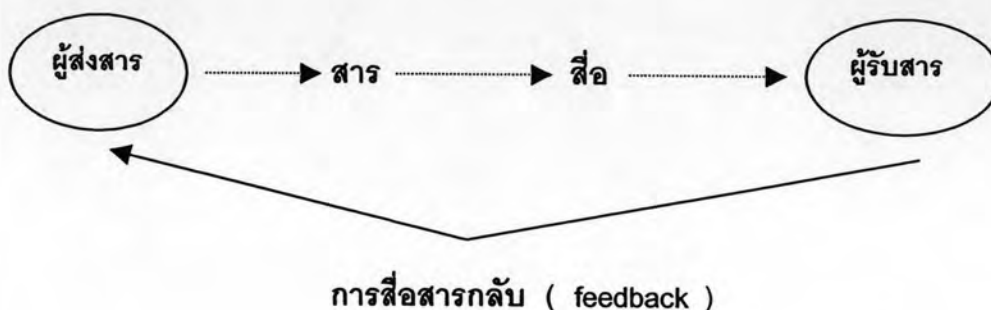


การสื่อสารในลักษณะนี้จะออกมาในรูปของนโยบาย แผนงานคำสั่งต่าง ๆ ของผู้บริหาร หรือผู้นำ โดยผ่านสื่อชนิดต่าง ๆ เช่น เสียงตามสาย เอกสารสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ โดยส่วนใหญ่แล้ว การสื่อสารแบบทางเดี่ยวมักจะเกิดขึ้นกับสื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ที่มีการเสนอข่าวสารสู่ประชาชนแต่เพียงฝ่ายเดียว

1.2 การสื่อสารแบบสองทาง (Two - way communication)

หมายถึง การสื่อสารที่ผู้ส่งสารส่งข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับสารทางหนึ่ง ในขณะที่เดียวกัน เมื่อผู้รับสารได้รับข้อมูลแล้วก็ส่งข้อมูลข่าวสารตอบกลับมายังผู้ส่งสารด้วยอีกทางหนึ่ง จึงเป็นการสื่อสารที่ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างก็สามารถรับและส่งข่าวสารซึ่งกันและกัน มีการเปิดโอกาสให้

ผู้รับสารได้ซักถามข้อข้องใจหรือข้อสงสัยต่าง ๆ มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน มีการโต้ตอบกัน ทำให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถที่จะตอบสนองต่อกันเพื่อสร้างความเข้าใจได้อย่างชัดเจน การสื่อสารแบบนี้ผู้ส่งสารจะให้ความสำคัญกับปฏิกริยาโต้กลับ (feedback) ของผู้รับสาร ดังแผนภาพจำลอง



ทั้งนี้การสื่อสารแบบสองทางมีผลทำให้การสื่อสารที่เกิดขึ้นมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพราะการให้ความสำคัญต่อการสื่อสารกลับ (feedback) นั้น เป็นวิธีการที่ทำให้ผู้รับสารและผู้ส่งสารมีความเสมอภาคกันในการติดต่อสื่อสารโดยไม่มีฝ่ายใดมีอิทธิพลเหนืออีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งจะก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานได้เป็นอย่างดี

Harold J. Leavitt (อ้างในกรซวัล หอมไกรลาส, 2540) ได้กล่าวถึงการทดลองเปรียบเทียบระหว่างการสื่อสารทางเดียวกับการสื่อสารสองทาง ซึ่งผลการทดลองปรากฏว่า การสื่อสารทางเดียว รวดเร็วกว่า แต่ในเรื่องความถูกต้องแม่นยำและการสร้างความมั่นใจแก่ผู้รับสารควรใช้การสื่อสารแบบสองทางแต่ Leavitt ยังได้เสนอแนะว่าหากต้องการความรวดเร็วและความถูกต้องอย่างง่าย ๆ ในการติดต่อสื่อสารทางเดียวจะมีความเหมาะสมมากกว่า

2. จำแนกตามลักษณะการใช้ สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 รูปแบบ คือ

2.1 การสื่อสารแบบเป็นทางการ (formal Communication)

หมายถึง การติดต่อสื่อสารที่คำนึงถึงบทบาทหน้าที่และตำแหน่งระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสารเป็นสำคัญ ตามระเบียบแบบแผนที่กำหนดไว้ โดยส่วนใหญ่จะเป็นการสื่อสารที่เป็นลายลักษณ์อักษร เช่น ประกาศแจ้ง นโยบาย คำสั่งปฏิบัติงาน เป็นต้น

2.2 การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication)

หมายถึง การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นโดยไม่พิจารณาถึงตำแหน่งหน้าที่และมีได้ ดำเนินไปตามระเบียบแบบแผนที่กำหนดไว้ แต่เป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นจากความสนิทสนมคุ้นเคย และจากความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในทางส่วนตัวมากกว่า การติดต่อสื่อสารในลักษณะนี้ส่วนใหญ่จะเป็นการสื่อสารโดยใช้คำพูด ได้แก่ การพบปะพูดคุยสนทนากัน

3. จำแนกตามสัญลักษณ์การที่ใช้ในการสื่อสาร แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือ

3.1 การสื่อสารแบบใช้ถ้อยคำ หรือ แบบวจนะ (Verbal Communication)

หมายถึง การสื่อสารที่อาศัยคำพูด (words) หรือ (number) เป็นสัญลักษณ์ของข่าวสาร สัญลักษณ์นี้อาจเป็นในรูปของภาษาพูด ภาษาเขียน หรือ ภาษาทางคณิตศาสตร์ก็ได้ เพื่อใช้ในการสื่อความหมายให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายได้อย่างชัดเจนและตรงตามกับผู้ส่งสาร ต้องการ

ลักษณะการสื่อสารแบบวจนะนี้ได้แก่ การสนทนา การสัมภาษณ์ การเขียนบันทึก การเขียนรายงาน การประกาศข่าวสาร การประชุม เป็นต้น

3.2 การสื่อสารแบบไม่ใช้ถ้อยคำหรือแบบอวจนะ (Non - Verbal Communication)

หมายถึง การสื่อสารโดยปราศจากคำพูด แต่แสดงออกทางท่าทางสีหน้า การเคลื่อนไหว ส่วนใดส่วนหนึ่งของร่างกายตามธรรมชาติของคน ซึ่งแต่ละบุคคลก็สื่อสารกับบุคคลอื่นโดยมีความหมายเฉพาะตนเอง ซึ่งทำให้ผู้อื่นเข้าใจว่าเราอยู่ในสภาพเช่นใด เช่น การสั่นศีรษะแสดงถึงการปฏิเสธ การพยักหน้าแสดงถึงการเข้าใจ หรือเห็นด้วย เป็นต้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ การตีความหมายของแต่ละคนที่รับข่าวสารว่าจะสอดคล้องและตรงตามกับผู้ส่งสารต้องการหรือไม่

ทั้งนี้การสื่อสารทั้งแบบวจนะ และ การสื่อสารแบบอวจนะ ต้องดำเนินควบคู่กันไปเพื่อให้การสื่อสารนั้นมีประสิทธิภาพ เกิดความเข้าใจที่ตรงกันในการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร

4. จำแนกตามทิศทางการไหลของข่าวสาร การสื่อสารในลักษณะนี้ แบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ

4.1 การสื่อสารตามแนวตั้ง (Vertical Communication) โดยแบ่งออกเป็น

4.1.1 การสื่อสารจากบนลงล่าง (Top - down หรือ Downward Communication)

หมายถึง การส่งข่าวสารจากบุคคลที่ตำแหน่งสูงกว่าลงมายังตำแหน่งที่ต่ำกว่า โดยออกมาในรูปของ นโยบาย แผนงาน ประกาศ เป็นต้น ซึ่งการสื่อสารรูปแบบนี้จะทำให้ผู้รับสารที่อยู่ในตำแหน่งต่ำกว่าไม่เกิดการพัฒนาศักยภาพของตนเอง ขาดความริเริ่ม คอยรับฟังคำสั่งอยู่เสมอ หลีกเลี่ยงการตัดสินใจ และไม่ก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน

4.1.2 การสื่อสารจากล่างขึ้นบน (Bottom - up หรือ Upward Communication)

หมายถึง การส่งข่าวสารจากผู้ส่งสารซึ่งอยู่ในระดับหรือตำแหน่งที่ต่ำกว่า ขึ้นไปสู่ผู้รับสารซึ่งอยู่ในระดับหรือตำแหน่งที่สูงกว่า ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้สมาชิกในสังคมได้ติดต่อสื่อสารกันโดยมีทั้งส่งสารและรับสารอย่างตัดเทียมกัน การสื่อสารรูปแบบนี้จะออกมาในลักษณะของการประชุม ปรึกษาหารือ การสัมมนา เป็นต้น ทั้งนี้จะก่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร เสริมสร้างให้มีความคิดสร้างสรรค์ และทำให้สมาชิกทุกคนของสังคมนั้นมีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการอย่างเต็มที่

4.2 การสื่อสารตามแนวนอน หรือ แนวราบ (Horizontal Communication)

หมายถึง การติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ที่มีระดับหรือมีตำแหน่งที่เสมอกัน ใกล้เคียงกัน โดยอาศัยความสัมพันธ์ส่วนตัว เช่น เพื่อนฝูงญาติพี่น้อง การสื่อสารรูปแบบนี้จะช่วยเสริมสร้างความรับผิดชอบร่วมกันของหมู่คณะ ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิด และเป็นการสื่อสารอีกรูปแบบหนึ่งที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมของสมาชิกในสังคม

จากรูปแบบการสื่อสารดังกล่าวข้างต้น อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่าการสื่อสารทางเดียว คือ การสื่อสารจากบนลงล่าง ส่วนการสื่อสารสองทาง ก็คือ การสื่อสารทั้งจากบนลงล่าง และ จากล่างขึ้นบน ทั้งนี้การสื่อสารจากบนลงล่างหรือจากล่างขึ้นบน อาจใช้รูปแบบการสื่อสารอย่างเป็นทางการ หรือไม่เป็นทางการก็ได้ ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ ในขณะที่เดียวกันระหว่างการสื่อสารอาจใช้รูปแบบการสื่อสารทั้งวัจนะและอวัจนะควบคู่กันไปได้

ส่วนรูปแบบการสื่อสารที่จะก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการพัฒนาได้นั้น ได้แก่ รูปแบบการสื่อสารแบบสองทาง การสื่อสารจากล่างขึ้นบน และการสื่อสารในแนวนอน ทั้งนี้เป็นไปในลักษณะของการสื่อสารที่ผสมผสานกันทั้งการสื่อสารในแนวดิ่งและแนวนอน โดยมีการสื่อสารแบบสองทางเป็นแกนหลัก

Everette M. Roger (1983) ได้เสนอว่าการสื่อสารจะมีประสิทธิภาพและเป็นไปอย่างราบรื่น คุณลักษณะระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารเป็นปัจจัยสำคัญที่จะอธิบายว่าใครถ่ายทอดข่าว

สารไปยังใคร จะมีประสิทธิภาพในการถ่ายทอดข่าวสารแค่นั้น ทั้งนี้การสื่อสารจะเป็นไปด้วยความราบรื่นเมื่อผู้ส่งสารมีคุณลักษณะที่คล้ายคลึงกัน (Homophily) เช่น ทศนคติ ค่านิยม การศึกษา อาชีพ สถานะทางสังคม ฯลฯ โดยบุคคลส่วนใหญ่จะมีความสบายใจที่จะติดต่อสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ๆ ที่คล้ายคลึงกับตนมากกว่า การพูดคุยกับบุคคลที่แตกต่างกับตน ซึ่งต้องใช้ความพยายามมากที่จะทำให้การสื่อสารประสบผล เพราะการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารที่มีคุณลักษณะแตกต่างกัน (Heterophily) อาจทำให้การรับรู้ที่ไม่สอดคล้องกันก็ได้ และผู้รับสารเองอาจจะมีความรู้สึกไม่สะดวกหรือไม่สบายใจที่จะทำการสื่อสาร

นอกจากนี้ในเรื่องของรูปแบบการสื่อสาร Sven Windahl และคณะ (1992) ได้พิจารณาปฏิกริยาระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารว่ามีส่วนที่จะทำให้การสื่อสารนั้นเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยได้ศึกษาถึงปฏิกริยาระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารใน 4 ลักษณะคือ

- (1) ผู้รับสารและผู้ส่งสารตื่นตัว จะทำให้เกิดสภาพการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน
- (2) ผู้ส่งสารตื่นตัว แต่ผู้รับสารเป็นฝ่ายรับฝ่ายเดียว รูปแบบการสื่อสารจะเป็นลักษณะที่ผู้ส่งสารอย่างเดียวแต่ผู้รับสารไม่ปฏิกริยาโต้ตอบใดๆ
- (3) ผู้ส่งสารเป็นฝ่ายรับอย่างเดียว แต่ผู้รับสารตื่นตัว กล่าวคือ ผู้ส่งสารมีข้อมูลข่าวสารอยู่แต่ไม่เผยแพร่ ส่วนผู้รับสารจะเป็นประเภทที่อยากรู้ อยากรู้อยากเห็น พยายามค้นหาข้อมูลเอง
- (4) ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารตั้งรับทั้งคู่ จะไม่เกิดผลอะไรขึ้น เพราะข้อมูลข่าวสารทุกอย่างจะถูกเก็บไว้

ดังนั้น ในการที่ประชาชนจะเข้ามาดำเนินกิจกรรมต่างๆ ร่วมกันให้การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ควรที่จะสร้างความตื่นตัวทั้งผู้รับและผู้ส่งเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกันของสมาชิกขององค์กร

เห็นได้ว่าในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ทางองค์กรได้ตั้งไว้ นั้น จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายฝ่าย ดังนั้น การศึกษาเกี่ยวกับเครือข่ายการดำเนินงานของธนาคารไทยพาณิชย์ จึงเป็นเรื่องจำเป็นและนำมาซึ่งความเข้าใจในการดำเนินงานได้ดียิ่งขึ้น

แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายการสื่อสาร

เราสามารถจำแนกเครือข่ายการสื่อสารออกเป็น 5 ประเภทใหญ่ๆ คือ

- (1) เครือข่ายการสื่อสารแบบลูกโซ่ (chain network) เป็นเครือข่ายการสื่อสารที่สมาชิกแต่ละคนจะติดต่อไปยังสมาชิกคนอื่นที่อยู่ถัดไปเท่านั้น เนื่องจากมีข้อจำกัดในเรื่องการประสานงานและการติดต่อระหว่างสมาชิกในกลุ่ม บางครั้งจึงเป็นความลำบากที่กลุ่มจะทำงานได้สำเร็จ และขาดความเป็นอิสระในการติดต่อสื่อสารเพราะสมาชิกจะติดต่อกับบุคคลอื่นได้เพียง 1 หรือ 2 คนเท่านั้น จึงทำให้ความพอใจของสมาชิกในกลุ่มค่อนข้างต่ำ
- (2) เครือข่ายการสื่อสารแบบตัววาย (Y network) เป็นเครือข่ายการสื่อสารที่มีสมาชิกที่อยู่ตรงกลางเพียง 2 คน ซึ่งจะทำหน้าที่ประสานงานและส่งข้อมูลผ่านทิศทางต่างๆ ได้มากกว่า แต่สมาชิกที่อยู่ตรงกลาง 2 คนเท่านั้น จะมีความพอใจต่อรูปแบบการสื่อสารนี้ แต่ส่วนผู้ที่อยู่รอบนอกจะมีความพอใจต่ำ เครือข่ายการสื่อสารแบบนี้มักเกิดขึ้นในกลุ่มที่มีสมาชิก 1 หรือ 2 คนที่เต็มใจที่จะรับผิดชอบต่อผลงานในขณะที่ส่วนที่เหลือของกลุ่มจะไม่ยอมรับผิดชอบ
- (3) เครือข่ายการสื่อสารแบบมีศูนย์กลาง (wheel network) เป็นเครือข่ายที่มีสมาชิกคนหนึ่งเป็นผู้รับข่าวสารจากสมาชิกคนใดคนหนึ่งแล้วส่งข่าวสารนั้นไปยังสมาชิกคนอื่น ๆ บุคคลที่อยู่ตรงกลางของกลุ่มจะเป็นผู้มีอำนาจอย่างแท้จริงและเป็นผู้นำของกลุ่มเพราะเป็นผู้เดียวที่รับผิดชอบผลสำเร็จของงาน
- (4) เครือข่ายการสื่อสารแบบวงกลม (circle network) เป็นเครือข่ายการสื่อสารที่สมาชิกในกลุ่มทุกคนสามารถติดต่อสื่อสารกับสมาชิกที่อยู่ถัดจากตนทั้ง 2 ข้าง สถานะของทุกคนมีความเท่าเทียมกันและทุกคนมีความพอใจ อย่างไรก็ตาม ปัญหาเรื่องความรับผิดชอบจะเกิดขึ้นเพราะจะหาคนรับผิดชอบไม่ได้เพราะแต่ละคนมีฐานะเท่าเทียมกันจะหาใครมาเป็นศูนย์รวมของกลุ่มไม่ได้
- (5) เครือข่ายการสื่อสารที่ติดต่อกันได้หมดทุกคน (all-channel network) เป็นเครือข่ายการสื่อสารที่สมาชิกทุกคนสามารถติดต่อกับสมาชิกคนอื่นได้โดยตรงโดยไม่ต้องผ่านสมาชิกคนอื่น ๆ ในการรับช่วยและส่งข่าว เครือข่ายการสื่อสารแบบนี้มีผลดีและผลเสียเท่ากันทั้งในแง่ความพอใจและความสำเร็จของงาน

จากรูปแบบของเครือข่ายการสื่อสารที่สำคัญทั้ง 5 แบบนั้น อาจสรุปได้เป็น 2 ลักษณะใหญ่ คือ รูปแบบของเครือข่ายการสื่อสารแบบรวมอำนาจ (Centralized network) ซึ่งได้แก่ เครือข่ายแบบลูกโซ่ แบบตัว Y และแบบมีศูนย์กลาง และรูปแบบของเครือข่ายการสื่อ

สารแบบกระจายอำนาจ (decentralized network) คือ แบบวงกลม และ แบบติดต่อกันได้หมดทุกคน

เสนาะ ตีเยาว์ (2542) ได้ให้ความเห็นว่า อิทธิพลของเครือข่ายการสื่อสารจะมีอิทธิพลต่อลักษณะความสัมพันธ์ภายในกลุ่ม เพราะลักษณะความสัมพันธ์ของสมาชิกจะเกิดขึ้น ซึ่งผลกระทบดังกล่าวเราสามารถพิจารณาได้ดังนี้

1. การเกิดขึ้นของความเป็นผู้นำกลุ่ม (group leaderships) เครือข่ายการสื่อสารจะมีผลโดยตรงกับการเกิดผู้นำ เพราะบุคคลที่มีระดับศูนย์กลางรวมในกลุ่ม (relative centrality) สูง ชัด ความสามารถที่จะมีอิทธิพลต่อกลุ่มก็จะสูงและบุคคลนั้นก็จะเป็ผู้นำของกลุ่มไปในที่สุด ซึ่งทำให้บุคคลดังกล่าวมีอำนาจควบคุม หรือสั่งการในกลุ่ม และสามารถยึดข่ายงานที่สำคัญที่เป็นหัวใจของกลุ่ม ดังนั้นการตัดสินใจของเขาจึงก่อให้เกิดผลกระทบต่องานของกลุ่มได้มากกว่าคนอื่นๆ จะเห็นได้ชัดในเครือข่ายแบบมีศูนย์กลาง (wheel network) บุคคลที่อยู่ตรงกลางจะเป็นผู้นำ ซึ่งต่างจากเครือข่ายแบบติดต่อกันหมด และแบบวงกลม ซึ่งไม่มีผู้ที่อยู่ตรงกลางเพราะทุกคนมีระดับศูนย์กลางเท่ากันหมดและสมาชิกแต่ละคนจะสลับทำหน้าที่เป็นผู้นำ ดังนั้นการเกิดขึ้นของความเป็นผู้นำจะเกิดขึ้นในเครือข่ายการสื่อสารแบบมีศูนย์กลางมากกว่า แต่ก็อาจเกิดปัญหาได้มากเช่นกัน อย่างในกรณีของการเกิดความหนาแน่นมากเกินไปของกิจกรรมการสื่อสาร เพราะข้อมูลและการตัดสินใจมักจะรวมอยู่ที่ผู้นำ หรือศูนย์กลางของกลุ่มทำให้รับภาระมากเกินไปและผลงานที่ออกมาขาดประสิทธิภาพได้
2. การแก้ปัญหาของกลุ่ม (group problem solving) ประสิทธิภาพของเครือข่ายการสื่อสารที่จะนำมาใช้ในการแก้ไขปัญหาของกลุ่มจะมีมากน้อยเพียงใด จะขึ้นกับชนิดของปัญหาและความยุ่งยากซับซ้อนของปัญหา ถ้าเป็นปัญหาง่ายๆ ที่ไม่ต้องใช้ความคิดลึกซึ้งในการแยกแยะปัญหาจะเหมาะสมกับเครือข่ายแบบรวมอำนาจ (centralization network) แต่สำหรับปัญหาที่ต้องอภิปรายเพื่อหาข้อสรุปที่เหมาะสมจะต้องใช้เครือข่ายแบบกระจายอำนาจ (decentralization network) จะมีประสิทธิภาพมากกว่าเพราะปัญหายุ่งยากลึกซึ้งนี้ ต้องอาศัยการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันอย่างรอบคอบและต้องผิดพลาดน้อยที่สุด
3. ผลกระทบต่อขวัญของกลุ่ม (group morale) กลุ่มที่มีลักษณะเครือข่ายแบบกระจายอำนาจ จะทำให้ความพึงพอใจในการทำงานสูงกว่ากลุ่มที่มีลักษณะเครือข่ายแบบรวมอำนาจซึ่งระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่อยู่รอบนอกของกลุ่มจะต่ำกว่าระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่อยู่ตรงศูนย์กลางของกลุ่ม จะเห็นได้ว่ารูปแบบการสื่อสาร

ในกลุ่มที่ทำให้ขาดความเป็นอิสระทางการสื่อสารมากเท่าใด ความพึงพอใจในการทำงานก็จะยิ่งลดลงและในแง่ของความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในกลุ่มเครือข่ายการสื่อสารแบบรวมอำนาจจะทำให้สมาชิกมีความสัมพันธ์ต่อกันในทางลบเมื่อเปรียบเทียบกับเครือข่ายการสื่อสารแบบกระจายอำนาจ

อีกประเด็นหนึ่งที่น่าสนใจในการนำมาวิเคราะห์ในเรื่องของเครือข่ายการสื่อสาร คือ บทบาทของแต่ละบุคคลต่างๆ ที่อยู่ในเครือข่าย (Harris, 1993) ซึ่งเราจะสามารถแบ่งออกได้เป็น 5 ประเภท คือ

1. ผู้ประสานงาน (liaisons) ทำหน้าที่ติดต่อประสานงานกับบุคคลต่างๆ ภายในกลุ่ม โดยจะเป็นผู้รับความคิดเห็น ผลจากสมาชิกในกลุ่ม และจะนำไปแจกจ่าย หรือมอบหมายให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องกับงานนั้นได้ทำต่อ ดังนั้นผู้ประสานงานจึงเป็นที่คาดหวังว่า จะต้องเป็นบุคคลที่ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. ผู้ควบคุมการไหลของข่าวสาร (gatekeeper) เป็นผู้ควบคุมการไหลของข่าวสารจากภายนอกว่าสมควรให้เข้ามาเผยแพร่ภายในกลุ่มได้หรือไม่และมีหน้าที่สำคัญมากเช่นเดียวกันเพราะถ้าผู้ควบคุมการไหลของข่าวสารไม่เปิดโอกาสให้ข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อกลุ่มเข้ามาในกลุ่มก็จะทำให้ขาดข้อมูลส่วนนั้นไป
3. ผู้นำความคิดเห็น (opinion leader/star) จะเป็นผู้ที่เป็นจุดรวมของการสื่อสารภายในกลุ่ม ซึ่งเป็นผู้ที่มีความสัมพันธ์ที่ดีกับสมาชิกคนอื่นๆ ในกลุ่ม และมีแนวโน้มที่จะเป็นผู้ที่มีความคิดก้าวไกล เป็นที่ยอมรับ นับถือ และมีอิทธิพลเหนือสมาชิกคนอื่นๆ ในกลุ่ม
4. ผู้ที่ติดต่อกับบุคคลภายนอก (cosmopolite) คือ ผู้ที่มีการติดต่อหรือมีความสัมพันธ์กับบุคคลภายนอก หรือ สภาพแวดล้อมภายนอกสูง ซึ่งจะมีบทบาทในการหาข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ ให้กับกลุ่มและนำข้อมูลข่าวสารของกลุ่มที่ต้องการเผยแพร่ไปเผยแพร่ให้กับคนภายนอก
5. ผู้ที่แยกตนเอง (isolate) คือ ผู้ที่มีแนวโน้มที่จะติดต่อกับสมาชิกคนอื่นๆ ในกลุ่มและไม่เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ของกลุ่ม ซึ่งสาเหตุของการไม่เข้ากับกลุ่มคือ การไม่เข้าร่วมในการตัดสินใจบางอย่างเพราะคิดว่าตนไม่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือคิดว่าจะบางอย่างควรเป็นไปอย่างอิสระไม่ควรมีหน้าที่เฉพาะเจาะจง ซึ่งผลจากการที่บุคคลในกลุ่มบางคนแยกตัวออกมาจะทำให้การไหลของข้อมูลข่าวสารขาดช่วงไป และการขาดข้อมูลนี้เองทำให้เป็นการยากที่จะดูแลปรับปรุงกลุ่มการสื่อสาร หรือร่วมกันทำกิจกรรมภายใน

กลุ่ม และอีกประการหนึ่งคือ คนกลุ่มนี้จะไม่กระตือรือร้นที่จะเข้าร่วมกิจกรรมของกลุ่ม เพราะตนเองปิดการรับรู้ข่าวสารข้อมูลของกลุ่ม

ศักดิ์ดา ทวีศรี (2532) พบว่า ในการเชื่อมโยงระหว่างเครือข่ายต่างๆ จะพบว่า การสื่อสารในข่ายงานขนาดใหญ่ซึ่งมีข่ายงานย่อยจำนวนหนึ่ง การสื่อสารจะเป็นไปได้ อย่างรวดเร็วถ้ามีจุดเชื่อมต่อกันซ้อนกันระหว่างข่ายงานย่อย ซึ่งเป็นการลดระยะทางระหว่างสมาชิกกับจุดเริ่มต้นของข่าวสารลง อัตราการแพร่ของข่าวสารก็จะเพิ่มขึ้น ดังนั้น ข่ายงานที่มีการแพร่ข่าวสารอย่างมีประสิทธิภาพจะต้องมีความเกี่ยวเนื่องกัน ระหว่างสมาชิกให้มากที่สุด

เครือข่ายการสื่อสารอีกประเภทหนึ่งที่ควรพิจารณาก็คือ “ความแนบแน่นของความสัมพันธ์แบบหลวม” (the strength of weak ties) ซึ่ง Harris (1993) ได้อธิบาย เป็นความสัมพันธ์ของคนที่อยู่ห่างไกลกัน ไม่ได้เป็นบุคคลที่อยู่ในกลุ่ม หรือ สภาพแวดล้อมเดียวกัน ซึ่งเมื่อคนเหล่านี้ได้มาพบปะกันของกลุ่มแบบเป็นครั้งคราวก็จะรับรู้เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารจากที่อื่นๆ เพิ่มมากขึ้นซึ่งต่างจากการพบปะกันของคนกลุ่มเดียวกัน เพราะพวกเขาจะแลกเปลี่ยนความคิดเห็นข้อมูลข่าวสารในเรื่องเดิมๆ ที่พวกเขารับรู้ร่วมกันอยู่แล้ว จะเห็นว่าความแนบแน่นของความสัมพันธ์แบบหลวมจะมีส่วนสัมพันธ์กับการเผยแพร่ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ข้อมูลใหม่ๆ เข้าไปยังกลุ่มต่างๆ และเป็นการเชื่อมโยงเครือข่ายต่างๆ เข้าด้วยกัน และเราสามารถใช้ประโยชน์จากความแนบแน่นของความสัมพันธ์แบบหลวมในการจัดการของกลุ่มได้ เช่น ใช้ในการตัดสินใจและควบคุมวิกฤตการณ์ของกลุ่ม ช่วยสนับสนุนในกระบวนการตัดสินใจ ช่วยให้คำปรึกษา แนะนำ ติดตามกิจกรรมของกลุ่ม หรือ ช่วยเป็นสะพานในการขยาย หรือสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มอื่นๆ ต่อไป

ทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ

สื่อ (Media) เป็นหนทางหรือวิถีทางที่จะนำข่าวสารไปสู่ผู้รับ (สนั่น ปัทมะทิน อ้างถึงใน อลิสา วีรพัฒน์กุล, 2540) หรืออาจกล่าวได้ว่า สื่อคือพาหนะที่นำพาข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้

รับสาร ซึ่งจำแนกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ สื่อมวลชน (Mass Media) และสื่อบุคคล (Personal Media) นั้นเอง (เสถียร เขยประทับ, 2528)

สื่อมวลชน (Mass Media) หมายถึงสื่อที่ทำให้ผู้ส่งสารซึ่งอาจจะเป็นบุคคลเดียวหรือกลุ่มบุคคล สามารถส่งสารไปยังผู้รับสารเป้าหมายจำนวนมาก และอยู่กระจัดกระจายได้ในเวลาอันรวดเร็ว

สื่อบุคคล (Personal Media) หมายถึงตัวบุคคลผู้ที่นำพาข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อสื่อสารแบบตัวต่อตัวระหว่างบุคคล 2 คน หรือมากกว่าสองคนขึ้นไป (ขวัญรักษ์ วชิรยนเสถียร, 2541)

นอกจากสื่อ 2 ประเภทนี้แล้ว ชแรมม์ ได้กล่าวว่า (Wilbur Schramm, 1973) ยังมีสื่ออีกชนิดหนึ่งที่สามารถถ่ายทอดข่าวสารไปยังสื่อมวลชน หรือบุคคล สร้างขึ้นเพื่อให้ติดต่อกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ เรียกว่า สื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media) ได้แก่ สื่อประเภทโสตทัศนูปกรณ์ (Audio Visual Media) และสื่อสิ่งพิมพ์ (Printed Media) เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ สติกเกอร์

ประสิทธิภาพของสื่อมวลชน สื่อบุคคลนั้น นักวิชาการด้านการสื่อสารมวลชนส่วนใหญ่เห็นพ้องต้องกันว่า สื่อมวลชนจะมีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อบุคคลในแง่ของการให้ข่าวสารแก่คนจำนวนมาก เพื่อก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างถูกต้อง ส่วนสื่อบุคคลนั้น จะมีประสิทธิภาพมากกว่าในด้านการชักจูงใจหรือโน้มน้าวใจให้บุคคลมีทัศนคติต่อเรื่องนั้น ๆ ตามแนวที่มุ่งหวัง

แคท และลาซาร์เฟลด์ (Katz and Lazarsfeld, 1955) เห็นพ้องต้องกันว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลมีผลต่อ การทำให้ผู้รับสารยอมรับที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติและยอมรับ ที่จะให้ความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ มากที่สุด ดังนั้น สื่อบุคคลจึงมีความสำคัญมากกว่าสื่อมวลชนในการชักจูงใจ ส่วนสื่อมวลชนจะมีความสำคัญกว่าสื่อบุคคลในขั้นของการให้ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง และอาจมีผลบ้างในการสร้างทัศนคติในเรื่องที่บุคคลยังไม่เคยรับรู้ก่อน

โรเจอร์ (Rogers, 1978) ได้กล่าวเปรียบเทียบประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลว่า ผลการวิจัยต่าง ๆ พบว่าสื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนแปลงการรับรู้ ซึ่งหมายถึง การเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่การสื่อสารระหว่างบุคคลนั้นมีประสิทธิภาพมาก

กว่า เมื่อวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารอยู่ที่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ เพราะข่าวสารที่ถ่ายทอดออกจากสื่อมวลชนเพียงฝ่ายเดียว

ลาซาร์เฟล และเมนเซล (Lazarsfeld and Menzel, 1968) ให้เหตุผลที่ทำให้การสื่อสารระหว่างบุคคลมีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อมวลชน ดังนี้

1. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลสามารถจัดการเลือกรับสารของผู้ฟังได้ เนื่องจากการหลีกเลี่ยงการสนทนาหรือรับฟังเป็นไปได้อย่างกว่าการรับฟังข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยในการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนนั้น ผู้รับสารอาจหลีกเลี่ยงไม่รับฟังเนื้อหาที่ขัดแย้งกับทัศนคติและความเชื่อของตนหรือเรื่องที่ตนไม่สนใจได้ง่าย

2. การติดต่อสื่อสารแบบเผชิญหน้ากันเปิดโอกาสให้ผู้ส่งสารปรับปรุง หรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหาที่ใช้ในการสนทนากันได้ในเวลาอันรวดเร็ว หากว่าเนื้อหาที่สนทนานั้นได้รับการต่อต้านจากคู่สนทนา

3. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล มักจะมีลักษณะง่ายเป็นกันเอง จึงง่ายต่อการชักจูงให้คล้อยตาม ผู้รับสารส่วนใหญ่มักจะเชื่อถือในเรื่องข้อตัดสินใจ และความคิดเห็นของผู้ที่ตนรู้จัก และนับถือมากกว่าบุคคลที่ตนไม่เคยรู้จักมาก่อน แล้วมาติดต่อสื่อสารด้วย

ส่วนสื่อเฉพาะกิจนั้นจัดว่ามีความสำคัญต่อการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลเพราะสื่อเฉพาะกิจเป็นสื่อที่จัดทำขึ้นเพื่อสนับสนุนกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะเป็นการให้ความรู้และข่าวสารที่เป็นเรื่องราวเฉพาะอย่างโดยมีกลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) ที่กำหนดไว้แน่นอนแล้ว ตัวอย่างสื่อเฉพาะกิจได้แก่ การจัดพิมพ์เอกสาร จุลสาร แผ่นพับ หรือใบปลิวออกเผยแพร่ ซึ่งอาจจะจัดส่งไปยังกลุ่มเป้าหมายทางไปรษณีย์ นอกจากนี้การปิดโปสเตอร์ตามชุมชนต่าง ๆ การจัดนิทรรศการ การสาธิต ก็เป็นการใช้สื่อเฉพาะกิจที่มีประสิทธิภาพในการรณรงค์เผยแพร่ (Adam, Janes Q., 1977)

ส่วนที่ 3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ

การโน้มน้าวใจเป็นวัตถุประสงค์อย่างหนึ่งของการสื่อสาร ซึ่งผู้โน้มน้าวใจมีความตั้งใจที่จะมีอิทธิพลบางประการเหนือผู้ถูกโน้มน้าว ดังที่ Miller (1989) กล่าวว่า การโน้มน้าวใจหมายถึง สถานการณ์ซึ่งพยายามกระทำการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และ/หรือ พฤติกรรม โดยการติดต่อ

ต่อทางสัญลักษณ์ (สาร) ซึ่งบางครั้งเกี่ยวข้องกับการบังคับ (ทางอ้อม) และการใช้จุดมุ่งใจทางเหตุผล และ อารมณ์ ต่อผู้ถูกโน้มน้าวใจเป้าหมาย

ซึ่งในงานวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาถึงกลยุทธ์การสื่อสารของโครงการพัฒนาเยาวชนตามแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง โดยมุ่งศึกษาถึงความสามารถในการโน้มน้าวใจหรือชักจูงใจให้ผู้รับสารซึ่งเป็นนักเรียนได้เข้าร่วมในกิจกรรม ตลอดจนเห็นประโยชน์ของเศรษฐกิจพอเพียงและนำมาใช้ในชีวิตประจำวันได้ ดังนั้น งานวิจัยชิ้นนี้จึงนำเอาแนวคิดและกรอบทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจมาใช้เป็นแนวทางประกอบการวิจัยด้วย

Cutlip และ Center (1964) ได้เสนอความคิดเห็นว่าการโน้มน้าวใจทางการประชาสัมพันธ์มีวัตถุประสงค์เพื่อการเปลี่ยนแปลง (change) ความคิดเห็นที่ไม่ลงรอยกัน หรือทำให้ความคิดเห็นที่ไม่ลงรอยนั้นสลายไป (neutralize) เพื่อก่อให้เกิด (crystallize) ความคิดเห็นในทางที่เป็นประโยชน์ต่อเราหรือต่อหน่วยงานของเราหรือเพื่อรักษา (conserve) ความคิดเห็นที่ดีอยู่แล้วนั้นให้คงอยู่ตลอดไป

Taylor และคณะ (1986) ได้ให้คำจำกัดความของการโน้มน้าวใจว่าหมายถึง การสื่อสารซึ่งเริ่มขึ้นด้วยเจตนาที่ทำการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ความเชื่อ ค่านิยม หรือ พฤติกรรมในทางใดทางหนึ่งโดยเฉพาะ

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า การโน้มน้าวใจ เป็นกระบวนการสื่อสารประเภทหนึ่ง โดยผู้โน้มน้าวใจมีความตั้งใจที่จะมีอิทธิพลบางประการเหนือผู้รับสาร โดยผู้รับสารจะมีทางเลือกมากกว่าหนึ่งทาง และผู้โน้มน้าวใจจะพยายามชักจูงผู้รับสารให้ยอมรับทางเลือกที่ตนเสนอ สิ่งที่ผู้โน้มน้าวใจต้องการคือ การเปลี่ยนแปลง การสร้าง หรือ การดำรงไว้ซึ่งความคิดเห็น ทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อของผู้รับสาร ซึ่งจะส่งผลต่อบัจจัยอื่นๆ ได้แก่ อารมณ์ พฤติกรรม เป็นต้น

วัตถุประสงค์ของการโน้มน้าวใจ

วิชญ์ สุวรรณเพิ่ม (2526) ยังกล่าวด้วยว่า โดยทั่วไปแล้วสามารถแบ่งจุดมุ่งหมายของการจูงใจได้ดังนี้

1. เพื่อให้เกิดความเชื่อ เพื่อให้สมาชิกในชุมชนยอมรับแนวคิด แนวปฏิบัติ หรือหลักการ แก้ไขปัญหาในชุมชน
2. เพื่อ ให้ลงมือกระทำ โดยพยายามเปลี่ยนแนวคิด ความเชื่อ ทศนคติ สร้างให้เกิดแนวคิดใหม่ แล้วปฏิบัติตามแนวคิดใหม่
3. เพื่อสร้างพลัง โดยพยายามเร้าอารมณ์ให้คนฟังเกิดความเชื่อมั่นหรือเห็นคุณค่าในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ให้เกิดความกระตือรือร้น สนใจและคล้อยตาม

กรรณิการ์ อัสวครเดชา (2533) ได้กล่าวไว้ว่า การโน้มน้าวใจจะประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย จำเป็นที่ต้องมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน เพราะวัตถุประสงค์จะช่วยกระตุ้นเตือนกิจกรรมต่างๆ ได้อย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ อริสโตเติล (Aristotle อ้างใน ลักษณะ สตะเวทิน, 2536) ได้ชี้ให้เห็นว่า การโน้มน้าวใจจะมีประสิทธิผลมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับปัจจัย 3 ประการคือ

1. Ethos คือ บุคลิกลักษณะของผู้พูด (Character) เป็นการสร้างบุคลิกลักษณะของผู้พูดที่จะทำให้ผู้ฟังเกิดความเชื่อ ความประทับใจ และมีความศรัทธา ซึ่งเป็นเครื่องช่วยตัดสินใจ จากผู้ฟังว่าจะเห็นด้วยและมีความคิดสอดคล้องกันหรือไม่ สิ่งที่จะช่วยเสริมสร้างบุคลิกภาพของผู้พูดในการพูดมีประสิทธิภาพได้นั้นคือ การมีความรู้จริงในเรื่องที่จะพูด การมีทัศนคติที่ดีต่อผู้ฟัง การเป็นผู้พูดที่แสดงออกซึ่งความเป็นผู้มีคุณธรรม เป็นต้น

2. Logos คือ การชี้แจงเหตุผลหรือเนื้อหาสาระ หรือวาทะของผู้พูด (content, arrangement, and delivery) เป็นการแสดงให้เห็นถึงความจริงอันประกอบไปด้วยเหตุผล (logic) มาเสนอต่อผู้ฟัง ซึ่งประกอบไปด้วยข้อเท็จจริง (fact) หลักฐาน (evidence) และเหตุผล (reasoning) อย่างไรก็ตาม ข้อเท็จจริงและหลักฐานต่างๆ นั้นจะต้องสอดคล้องกับทัศนคติ ความเชื่อ และค่านิยมของผู้ฟัง

3. Pathos คือ การใช้อารมณ์ (emotional) หมายถึง สภาพอารมณ์ของผู้พูดและผู้ฟังร่วมกัน ซึ่งผู้พูดเป็นฝ่ายสร้างขึ้นเพื่อที่จะโน้มน้าวให้ผู้ฟังเกิดความชอบ ความเกลียด ความเจ็บปวด หรือความสนุกสนานในกรณีใดกรณีหนึ่ง

อริสโตเติลยังกล่าวได้ว่า พฤติกรรมในการสื่อสารด้วยการพูดในแต่ละครั้งประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ประการ คือ ผู้พูด (speaker) เนื้อหาที่พูด (speech) และผู้ฟัง (listener) การพูด

โน้มน้าวนั้น กลุ่มของผู้ฟังถือได้ว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญยิ่งในการกำหนดเนื้อหาของการพูด และยิ่งกว่านั้นผู้พูดจะต้องเข้าใจถึงธรรมชาติความต้องการของผู้ฟังอีกด้วย

ลักษณะของการโน้มน้าวใจ

อรรวรรณ ปิลันธน์โอวาท (2537) กล่าวสรุปลักษณะของการโน้มน้าวใจไว้ดังนี้

1. ความตั้งใจ ผู้โน้มน้าวใจมีความตั้งใจที่จะมีอิทธิพลบางประการให้เหนือกว่าผู้ถูกโน้มน้าวใจ
2. ทางเลือก โดยปกติผู้ถูกโน้มน้าวใจจะมีทางเลือกมากกว่าหนึ่ง โดยผู้โน้มน้าวใจจะพยายามชักจูงผู้ถูกโน้มน้าวใจให้ยอมรับทางเลือกที่ตนเสนอ
3. การเปลี่ยนแปลงหรือการสร้าง สิ่งสำคัญที่ผู้โน้มน้าวใจต้องการคือ การเปลี่ยนแปลงหรือการสร้าง หรือการดำรงไว้ซึ่งความคิดเห็น ทศนคติ ค่านิยม และความเชื่อของผู้ถูกโน้มน้าวใจ ซึ่งจะมีผลต่อบัจจัยอื่นซึ่งได้แก่ อารมณ์ พฤติกรรม เป็นต้น

องค์ประกอบพื้นฐานในการโน้มน้าวใจ

1. องค์ประกอบภายนอกของผู้รับสาร สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ประการคือ
 - ความแตกต่างภายในผู้ส่งสาร ผู้ส่งสารแต่ละคนมีลักษณะที่แตกต่างกัน จึงทำให้มีความน่าโน้มน้าวใจไม่เหมือนกัน เช่น ความน่าเชื่อถือ อำนาจทางสังคม บทบาทในสังคม สัมพันธภาพกับผู้รับสาร และลักษณะทางประชากร เช่น อายุ เพศ อาชีพ
 - ความแตกต่างภายในสาร สารแต่ละชิ้นมีความน่าโน้มน้าวใจแตกต่างกัน การพูดหรือการเขียนมีความโน้มน้าวใจไม่เหมือนกัน ความแตกต่างในหัวข้อหรือเนื้อหาของสาร ลักษณะของการโน้มน้าวที่จะใช้ การจัดเรียบเรียงสาร ข้อโต้แย้งที่ใช้ ภาษา ตลอดจนลักษณะของท่วงทำนองลีลา
 - ความแตกต่างของสื่อ ความน่าโน้มน้าวใจของสารจะแตกต่างกันเมื่อเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลเปรียบเทียบกับ การสื่อสารโดยผ่านสื่อ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ
 - ความแตกต่างภายในสภาพการณ์ สภาพการณ์ที่มีหรือขาดบุคคลหนึ่งบุคคลใด ความคุ้นเคยหรือไม่คุ้นเคยของผู้รับสารต่อสภาพการณ์หนึ่งๆ การมีสิ่งเร้าบวกหรือทางลงในสภาพการณ์

2. องค์ประกอบภายในของผู้รับสาร ผู้รับสารจะมีความอ่อนไหว (susceptible) ต่อการโน้มน้าวใจเพียงใด พิจารณาได้จากสิ่งต่อไปนี้

- ลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ เชื้อชาติ การศึกษา อาชีพ
- ทักษะ และทัศนคติ
- ความรู้ซึ่งผู้รับสารมีเกี่ยวกับสารนั้นๆ
- ลักษณะทางด้านอารมณ์
- ความสำคัญที่ผู้รับสารให้แก่หัวข้อหนึ่งๆ
- วิธีการที่ผู้รับสารรับรู้สภาพการณ์หนึ่งๆ

การพิจารณาผลของการโน้มน้าวใจ

ผลของการโน้มน้าวใจ กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ ผลของการสื่อสาร หมายถึง "การเปลี่ยนแปลง" หรือ "ข้อแตกต่าง" (change or discrepancy) ซึ่งเกิดขึ้นกับบุคคล หรือกลุ่มบุคคลอันเนื่องมาจากข่าวสาร (messages) ที่ได้รับ (บุญเลิศ ศุภติลภ อ้างถึงใน พรสิทธิ์ พัฒนานุรักษ์, 2531) ความหมายของผลของการสื่อสาร อาจขยายไปสู่ประเด็นของการที่ผู้ส่งสารต้องการให้สารมีอิทธิพลหรือก่อให้เกิดผลบางอย่างต่อผู้รับสารตามจุดมุ่งหมายที่ได้กำหนดไว้ และบางครั้งผลของการสื่อสารอาจรวมไปถึงการที่ผู้รับสารเกิดการยอมรับ หรือปฏิบัติตามสารที่ผู้ส่งสารได้สื่อสารไป

Hovland, Janis และ Kelly (1959) กล่าวว่าผลของการโน้มน้าวใจเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและความเชื่อ ซึ่งนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงการรับรู้เชิงแนวคิด การเปลี่ยนแปลงอารมณ์ความรู้สึก และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

ดังนั้น ผลของการโน้มน้าวใจสังเกตได้จาก 3 ประการ คือ

1. การเปลี่ยนแปลงในด้านการรับรู้เชิงแนวคิด (Cognitive Change)
2. การเปลี่ยนแปลงในด้านอารมณ์ความรู้สึก (Affective Change)
3. การเปลี่ยนแปลงในด้านพฤติกรรม (Behavioral Change)

การรับรู้แนวคิด อารมณ์ความรู้สึก และพฤติกรรม ไม่สามารถแยกออกจากกันได้อย่างชัดเจน เมื่อมีการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจเกิดขึ้น ผลจากการโน้มน้าวใจมักจะเกิดขึ้นรวมกัน Hovland, Janis และ Kelly (1959) กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงในการรับรู้เชิงแนวคิด อารมณ์ ความรู้สึก และ

พฤติกรรมจะเกิดขึ้นไม่ได้โดยปราศจากการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และความเชื่อ อย่างไรก็ตาม การที่บุคคลมีทัศนคติ และความเชื่อต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ไม่ได้หมายความว่า บุคคลจะต้องมีพฤติกรรมตามนั้นด้วย ทั้งนี้ เพราะทัศนคติ และความเชื่อของบุคคล ถูกควบคุมด้วยตัวแปรอื่นๆ

แม้ว่าผลของการโน้มน้าวใจจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และความเชื่อ ซึ่งสามารถสังเกตเห็นได้จากการเปลี่ยนแปลงการรับรู้เชิงแนวคิด ความรู้สึก และพฤติกรรม แต่ผลของการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจอาจไม่แบบฉับพลันทันที แต่ผลอาจจะยังคงอยู่ในระยะยาวกว่าจะแสดงออกมาเป็นพฤติกรรม

ปัจจัยต่างๆในการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจเป็นกระบวนการที่ประกอบด้วยผู้โน้มน้าวใจ ผู้ถูกโน้มน้าวใจ สารโน้มน้าวใจ รวมทั้งช่องทางการสื่อสาร ซึ่งจะก่อให้เกิดผลต่างๆ Wilcox และคณะ (1995) ได้ชี้ให้เห็นปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจที่จะช่วยให้เกิดความสำเร็จในการโน้มน้าวใจ ซึ่งสรุปได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์ผู้รับสาร (audience analysis) ความรู้เกี่ยวกับผู้รับสาร เช่น ความเชื่อ ทัศนคติ วิถีชีวิต เป็นสิ่งที่มีความจำเป็นต่อการโน้มน้าวใจ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ส่งสารปรับปรุงสารให้ดึงดูดความสนใจ สามารถตอบสนองของความต้องการของผู้รับสาร และจัดความเป็นเหตุเป็นผลของการกระทำได้ รวมทั้งความรู้ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร เช่น เพศ อายุ ระดับรายได้ อาชีพ ฯลฯ
2. ความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร (source credibility) ผู้รับสารจะเชื่อถือสารมากขึ้น ถ้าแหล่งสารมีความน่าเชื่อถือ โดยมีองค์ประกอบต่างๆ 3 ประการ คือ ความเชี่ยวชาญ (expertise) ความจริงใจ (sincerity) และบารมี (charisma)
3. จุดจูงใจต่อประโยชน์ส่วนตน (appeal to self-interest) ผู้รับสารจะเริ่มข้องเกี่ยวกับประเด็นปัญหาหรือให้ความสนใจต่อสาร เมื่อมีจุดจูงทางจิต หรือ ความจำเป็นทางเศรษฐกิจ
4. ความชัดเจนของสาร (clarity of message) สารโน้มน้าวใจต้องเจาะจง เข้าใจง่ายและไม่ซับซ้อนมากนัก

5. เวลาและบริบท (timing and context) สารโน้มน้าวใจจะมีความจริงจังมากขึ้น ถ้ามีปัจจัยแวดล้อมต่างๆ สนับสนุน หรือตัวผู้รับสารได้รับสารภายในบริบทหรือสถานการณ์ซึ่งบุคคลคุ้นเคย
6. การมีส่วนร่วมของผู้รับสาร (audience participation) ความเกี่ยวข้องหรือการมีส่วนร่วมของผู้รับสารจะมีส่วนทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือผลักดันให้เกิดความเชื่อได้
7. การแนะนำสำหรับการกระทำ (Suggestions for action) ผู้ถูกโน้มน้าวใจจะเห็นพ้องด้วยถ้าได้รับข้อแนะนำสำหรับการกระทำจากผู้สนับสนุน
8. เนื้อหาโครงสร้างของสาร (Content and Structure of message) กลวิธีที่จะทำให้สารมีความจูงใจสูงขึ้น ควรประกอบด้วย
 - มีลักษณะละคร (drama) เนื่องจากทุกคนชอบเรื่องราวที่ดี การที่จะทำให้ผู้รับสารสนใจ อาจสร้างเหตุการณ์หรือสถานการณ์ขึ้น
 - การใช้สถิติ (Statistic) สาธารณชนมักเชื่อถือสถิติ
 - มีผลการสำรวจหรือการตรวจสอบประจักษ์ (Surveys and polis)
 - การยกตัวอย่าง (examples) ถ้อยคำที่แสดงความคิดเห็นจะมีความโน้มน้าวใจมากขึ้น ถ้ามีการยกตัวอย่างประกอบ
 - การใช้พยาน (testimonials) คือมีการอ้างถึงผู้ทรงคุณวุฒิหรือแหล่งสารที่น่าเชื่อถือ
 - มีการรับรอง (endorsements) การรับรองสามารถกระทำได้โดยบุคคลที่เป็นผู้เชี่ยวชาญ องค์กรที่เป็นที่ยอมรับ หรือสื่อมวลชนภายนอก
 - การใช้จุดจูงใจทางอารมณ์ (emotional appeals) จะช่วยดึงดูดความสนใจของผู้รับสาร อย่างไรก็ตามการใช้เหตุผลก็มีความจำเป็นด้วย
9. การพูดโน้มน้าวใจ (persuasive speaking) เทคนิคการพูดโน้มน้าวใจมีดังนี้
 - ใช่-ใช่ (yes-yes) เริ่มต้นด้วยการชี้แนะให้ผู้ฟังเห็นด้วย แล้วพัฒนารูปแบบการพูดเพื่อให้ผู้ฟังตอบว่า "ใช่"
 - เสนอตัวเลือกเชิงโครงสร้าง (offer structured choice) ให้ตัวเลือกเชิงโครงสร้างระหว่าง A กับ B เพื่อให้ผู้ฟังเลือก
 - ค้นหาข้อผูกพัน (seek partial commitment) สร้างข้อผูกพันสำหรับการกระทำบางอย่างในส่วนของผู้รับสาร
 - ถามเพื่อได้สิ่งที่มีมากกว่า หยุดนิ่งสำหรับสิ่งที่มีน้อย (ask for more/settle for less)

การที่ผู้ส่งสาร ซึ่งในที่นี้คือ พนักงานธนาคาร หรือ ครู ในโรงเรียนที่ร่วมโครงการจะ ใช้การโน้มน้าวใจให้มีประสิทธิผลได้นั้น ผู้ส่งสารควรที่จะรู้ถึงทักษะในการสื่อสารด้าน ต่างๆ เพื่อโน้มน้าวให้เหมาะสมและสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันออกไป นอก จากนี้ ผู้ส่งสารต้องเสนอตัวเองเพื่อให้ผู้รับสาร คือ นักเรียนในโครงการเกิดความเชื่อถือ และ มีส่วนร่วมโครงการ ตลอดจนนำความรู้ที่ได้ ไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ส่วนที่ 4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม

แนวคิดการมีส่วนร่วมของประชาชนนี้ได้มีผู้นำไปใช้ในเรื่องต่างๆไม่ว่าทางการเมือง สังคม เศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรม หรือสิ่งแวดล้อม ดังนั้นความหมายจึงถูกให้คำจำกัดความแตกต่าง กันไปตามวัตถุประสงค์ที่ใช้ แต่ในการศึกษาค้นคว้าวิจัยจะมุ่งเน้นเฉพาะในแง่ของปัจจัยที่มีผลต่อ การมีส่วนร่วมในการพัฒนาของโครงการ

สหประชาชาติ (1975) ให้ความหมายของการมีส่วนร่วม ในฐานะกระบวนการพัฒนา คือ การเข้า ร่วมของประชาชนและมีพลังในระดับต่างๆ ดังนี้

- ในกระบวนการตัดสินใจ เพื่อตัดสินใจกำหนดเป้าหมายของสังคมและจัดสรรทรัพยากรให้ บรรลุตามเป้าหมายนั้น
- ในการปฏิบัติตามแผนหรือร่วมกิจกรรมโครงการต่างๆโดยสมัครใจ

ทวิทอง หงษ์วิวัฒน์ (2527) ให้ความหมายของการมีส่วนร่วม คือ การที่ประชาชนหรือชุมชนพัฒนา ซึ่ขีดความสามารถของตนในการจัดการ และควบคุมการใช้และการกระจายทรัพยากรและปัจจัย การผลิตมีมืออยู่ในสังคม เพื่อประโยชน์ต่อการดำรงชีพทางเศรษฐกิจและสังคมตามความจำเป็น อย่างสมศักดิ์ศรีในฐานะสมาชิกสังคม

Cary (1976) กล่าวว่า ผู้ที่เข้าร่วมมามีส่วนร่วม หมายถึง การเป็นผู้ชักชวน (Solicitor) เป็นผู้ใช้แรง งาน (Manual Worker) รวมทั้งเป็นผู้สนับสนุนในการกระทำ

Davis (1972) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมหมายถึง การเกี่ยวข้องทางด้านจิตใจและอารมณ์ของบุคคล หนึ่งในกลุ่มสถานการณ์กลุ่ม ซึ่งผลของการเกี่ยวข้องดังกล่าวเป็นเหตุเร้าใจให้กระทำการให้บรรลุจุดมุ่ง

หมายของกลุ่มนั้น และทำให้เกิดความรู้สึกมีส่วนร่วมรับผิดชอบกับกลุ่มนั้น ซึ่งการมีส่วนร่วมนี้เกิดจากแนวคิด 3 ประการ คือ

1. ความสนใจและห่วงกังวลร่วมกัน ซึ่งเกิดจากความสนใจและห่วงกังวลของบุคคลซึ่งบังเอิญพ้องต้องกัน กลายเป็นความสนใจและความห่วงกังวลร่วมกันของส่วนรวม
2. ความเดือดร้อนและความไม่พึงพอใจร่วมกันที่มีต่อสถานการณ์ที่เป็นอยู่จึงมีการลงมือกระทำร่วมกัน
3. การตกลงใจร่วมกันที่จะเปลี่ยนแปลงกลุ่มหรือชุมชนไปในทิศทางที่ปรารถนา การตัดสินใจร่วมกันนี้จะต้องรุนแรงมากพอที่จะทำให้เกิดความคิดริเริ่มกะทำการที่สนองตอบความเห็นชอบของคนส่วนใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมนั้น

อย่างไรก็ตามการมีส่วนร่วมอาจเกิดจากแนวคิดอื่นๆ ดังที่ นิรันดร์ จงวุฒิเวศน์ ได้กล่าวว่า

1. ความศรัทธา ที่มีต่อความเชื่อถือบุคคลสำคัญและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ทำให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ เช่น การลงแขก การบำเพ็ญประโยชน์ การสร้างโบสถ์วิหาร
2. ความเกรงใจ ที่มีต่อบุคคลที่เคารพนับถือ หรือมีเกียรติยศตำแหน่งทำให้ประชาชนเกิดความเกรงใจที่จะมีส่วนร่วมด้วยทั้งที่ยังไม่มีความศรัทธาหรือความเต็มใจอย่างเต็มเปี่ยมที่จะกระทำ
3. อำนาจบังคับ ที่เกิดจากบุคคลที่มีอำนาจเหนือกว่าทำให้ประชาชนถูกบีบบังคับให้มีส่วนร่วมในการกระทำต่างๆ

จากความหมาย เหตุผล และแนวคิดอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วม มีนักคิด นักวิชาการได้เสนอแนวคิด ข้อเสนอแนะต่างๆ ไว้ในหลายวัตถุประสงค์ ผู้วิจัยจึงขอนำเสนอเฉพาะส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย โดยจะขอนำเสนอเรื่องการมีส่วนร่วม ดังนี้ คือ

ขั้นตอนการมีส่วนร่วม

วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน (2531 อ้างถึงใน ปราณี หมอนทองแดง 2533) ระบุว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนที่แท้จริง ควรจะหมายถึงการมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน ดังนี้คือ

1. การมีส่วนร่วมในการศึกษาและวิเคราะห์ชุมชน เพื่อนำไปสู่การค้นหาปัญหาและความต้องการที่แท้จริงของชุมชน ตลอดจนการจัดลำดับความสำคัญของปัญหาและการคัดเลือกปัญหาที่จะแก้ไขตามลำดับ ก่อนหรือหลัง ชาวบ้านต้องรู้ถึงปัญหาของเขาเอง มิใช่คนภายนอกชี้ปัญหา

2. การมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์สาเหตุของปัญหา
3. การมีส่วนร่วมในการเลือกวิธีและวางแผนในการแก้ปัญหา
4. การมีส่วนร่วมดำเนินการตามแผน เช่น การสละแรงงานและทรัพยากรต่างๆ
5. การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล

อคิน รพีพัฒน์ (2527) ได้แบ่งการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนออกเป็น 4 ขั้นตอน คือ

1. การค้นหาปัญหา สาเหตุของปัญหาตลอดจนแนวทางแก้ไข
2. การตัดสินใจเลือกแนวทาง และวางแผนพัฒนาแก้ไขปัญหา
3. การปฏิบัติงานในกิจกรรมการพัฒนาตามแผน
4. การประเมินผลงานกิจกรรมงานพัฒนา

ขั้นตอนดังกล่าวข้างต้น คล้ายคลึงกับแนวคิดของ เจิมศักดิ์ ปิ่นทอง (2527) ที่ได้ระบุไว้ว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนมี 4 ขั้นตอน คือ

1. การมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหา
2. การมีส่วนร่วมในการวางแผนดำเนินกิจกรรม
3. การมีส่วนร่วมในการลงทุนและปฏิบัติงาน
4. การมีส่วนร่วมในติดตามและประเมินผล

กล่าวโดยสรุป คือ การมีส่วนร่วม ประกอบด้วยขั้นตอน ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาและความต้องการที่แท้จริงของชุมชน
2. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกแนวทาง และวางแผนการทำงาน
3. การปฏิบัติการในกิจกรรมการพัฒนาตามแผน
4. การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล

จะเห็นได้ว่า ขั้นตอนการมีส่วนร่วมของบุคคลนั้นขึ้นอยู่กับบทบาทของแต่ละบุคคลเป็นหลัก เพราะคนที่มีบทบาทหน้าที่ต่างกันย่อมมีขั้นตอนการมีส่วนร่วมที่แตกต่างกันด้วย

ทั้งนี้ในกระบวนการของการมีส่วนร่วมดังกล่าวนี้ ขั้นตอนการมีส่วนร่วมที่มีความสำคัญต่อการพัฒนามากที่สุด คือ ขั้นตอนการตัดสินใจ (Jan Servaes, 1996)

สอดคล้องกับ Cohen และ Uphoff ได้กล่าวถึง การมีส่วนร่วม ว่าหมายถึง การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ แต่ไม่ได้หมายความว่า จะเป็นการตัดสินใจแต่เพียงอย่างเดียว แต่เป็นการตัดสินใจควบคู่ไปกับการดำเนินงาน (Implementation) ตัวอย่าง เช่น การจัดการองค์กร การกำหนดกิจกรรมพัฒนา

โดย Everett M Roger, 1973 ได้แบ่งการตัดสินใจออกเป็นประเภทต่างๆ ดังนี้ คือ

1. การตัดสินใจโดยบุคคล (Optional Decision) เป็นการตัดสินใจซึ่งบุคคลแต่ละคนกระทำ ได้โดยเสรี และการตัดสินใจนั้นส่งผลกระทบต่อตัวบุคคลเอง ไม่กระทบคนอื่น ๆ
2. การตัดสินใจโดยกลุ่ม (Collective Decision) เป็นการตัดสินใจร่วมกันของคนในสังคม ซึ่ง ผลของการตัดสินใจนั้นสมาชิกในสังคมต้องยอมรับและปฏิบัติตาม
3. การตัดสินใจโดยผู้มีอำนาจ (Authority Decision) เป็นการตัดสินใจโดยผู้มีอำนาจ ซึ่งการตัดสินใจนี้ จะส่งผลกระทบต่อส่วนร่วม

หากเปรียบเทียบการตัดสินใจทั้ง 3 ประเภท ในแง่ของผู้ตัดสินใจกับผู้ปฏิบัติตามการตัดสินใจ จะเห็นว่า

1. การตัดสินใจโดยบุคคล (Optional Decision) ผู้ตัดสินใจและผู้ปฏิบัติเป็นคนๆเดียวกัน และเป็นผู้รับผิดชอบเต็มที่ในการตัดสินใจนั้น
2. การตัดสินใจโดยกลุ่ม (Collective Decision) ผู้ปฏิบัติมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ แม้ว่าผลของการตัดสินใจนั้นอาจไม่ตรงตามความต้องการของตน แต่ก็ต้องยอมรับเสียงข้างมาก ของสังคม
3. การตัดสินใจโดยผู้มีอำนาจ (Authority Decision) ผู้ปฏิบัติไม่มีโอกาสร่วมตัดสินใจ

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่า การตัดสินใจซึ่งเปิดโอกาสให้สมาชิกของวงคมได้เข้ามีส่วนร่วม คือ การตัดสินใจโดยกลุ่ม

นอกจากขั้นตอนการมีส่วนร่วมแล้ว รูปแบบของการมีส่วนร่วมก็เป็นประเด็นที่น่าสนใจศึกษา เช่นกัน เพราะในการเข้ามามีส่วนร่วมของบุคคลนั้น แต่ละคนสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในรูปแบบต่างๆ มากมาย ดังนั้น รูปแบบของการมีส่วนร่วมของบุคคลก็ขึ้นอยู่กับบทบาทของบุคคลนั้นด้วย เช่นกัน เช่น ผู้ก่อการหรือแกนนำมักจะมีรูปแบบการมีส่วนร่วมในการเป็นผู้นำ มีส่วนร่วมในการเป็นกรรมการ, สมาชิก ก็มักจะมีส่วนร่วมในการประชุม และมีส่วนร่วมเป็นผู้ใช้แรงงาน ส่วนเครือข่ายพันธมิตรก็อาจจะมีส่วนร่วมในการออกเงิน และมีส่วนร่วมในการออกวัสดุอุปกรณ์ เป็นต้น

จากการศึกษารูปแบบของการมีส่วนร่วมของประชาชน โดย กรรณิการ์ ชมดี (2524 : บทคัดย่อ) พบว่า "ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในรูปแบบต่างๆ คือ การร่วมประชุม การร่วมออกแรง การร่วมออกเงิน การร่วมออกวัสดุอุปกรณ์ การร่วมเป็นผู้นำ การร่วมเป็นคณะกรรมการ การร่วมเป็นผู้ชักชวน และการร่วมเป็นผู้ริเริ่ม โดยมีส่วนร่วมในการประชุมมากที่สุด รองลงมาคือ ร่วมออกแรง และร่วมเป็นผู้ชักชวน

ศาสตราจารย์โจเซ อักบายานี จูเนียร์ (Prof. Jose A. Agbayani, Jr, 1970) ได้จัดลำดับขั้นของการเข้ามามีส่วนร่วมในลักษณะต่างๆ ดังนี้ (อ้างในปัญญา สวัสดิ์เสรี, 2538)

1. การร่วมประชุม
2. การออกความเห็นและเสนอแนะ
3. การตีปัญหาให้กระจ่าง
4. การออกเสียงสนับสนุนหรือคัดค้านปัญหา
5. การออกเสียงเลือกตั้ง
6. การบริจาคเงิน
7. การบริจาควัสดุ
8. การช่วยเหลือด้านแรงงาน
9. การใช้โครงการที่เป็นประโยชน์ให้ถูกต้อง
10. การช่วยเหลือในการรักษาโครงการ
11. ทำงานกับตัวนำในการเปลี่ยนแปลง

กล่าวโดยสรุป จากการศึกษารูปแบบการมีส่วนร่วมของบุคคล สามารถสรุปประมวลรูปแบบการมีส่วนร่วมได้ดังต่อไปนี้

รูปแบบการมีส่วนร่วม

1. การมีส่วนร่วมเป็นผู้ริเริ่ม
2. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจดำเนินงาน
3. การมีส่วนร่วมในการใช้ทรัพยากร
4. การมีส่วนร่วมในการออกความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ
5. การมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหา
6. การมีส่วนร่วมในการคิดหาวิธีการแก้ไขปัญหา

7. การมีส่วนร่วมในการวางแผน
8. การมีส่วนร่วมในการประชุม
9. การมีส่วนร่วมในกิจกรรมกลุ่ม
10. การมีส่วนร่วมในการออกเสียงสนับสนุนหรือคัดค้านปัญหา
11. การมีส่วนร่วมในการเป็นคณะกรรมการหรือบริหารงาน
12. การมีส่วนร่วมในการเป็นสมาชิก
13. การมีส่วนร่วมในการเป็นผู้ชักชวนหรือประชาสัมพันธ์
14. การมีส่วนร่วมในการดำเนินตามกิจกรรมที่วางไว้
15. การมีส่วนร่วมในการลงทุนหรือบริจาคเงิน ทรัพย์สิน
16. การมีส่วนร่วมในการออกแรง หรือสละแรงงาน
17. การมีส่วนร่วมในการดูแล รักษา ติดตาม ประเมินผล

ปัจจัยที่มีส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน

อานาจ อนันตชัย (อ้างในเฟื่องฟ้า คณานุรักษ์ 2530) ได้กล่าวว่า ความสำเร็จของการระดมความร่วมมือขึ้นอยู่กับปัจจัย 3 ประการ คือ

1. การเข้ามามีส่วนร่วมตัดสินใจของประชาชนตั้งแต่แรกเริ่มว่ามีปัญหา สาเหตุของปัญหา การแก้ปัญหาด้วยการคิดจะทำโครงการอะไรที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชน โดยใช้ประโยชน์จากแรงงาน ทรัพยากรท้องถิ่นอย่างเต็มที่
2. การผสมผสานแผนงานและโครงการด้วยการพัฒนาความรู้ ทักษะด้านความสามารถด้านประชาชน และคุณภาพเจ้าหน้าที่เพื่อแก้ปัญหาความเดือดร้อน สนองประโยชน์ประชาชน ได้ถูกต้องตามกาลเวลาและสถานที่
3. สร้างองค์กรท้องถิ่น กลไกการประสานงาน งบประมาณ ปัจจัย การดำเนินงานทั้งภาครัฐ และเอกชนตามความต้องการอันจำเป็นของประชาชน รวมทั้งการร่วมติดตามประเมินผล และรักษาสืบไป

ลี เจ แครี่ (Lee J Carry อ้างในเฟื่องฟ้า คณานุรักษ์ 2530) ได้สรุป เงื่อนไขของการพัฒนาที่เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนไว้ดังนี้ คือ

1. ประชาชนต้องมีความเต็มใจ เห็นประโยชน์ในการเข้าร่วม โดยมีได้ถูกบังคับหรือผลักดัน

2. ประชาชนต้องมีความพร้อมที่จะเข้ามามีส่วนร่วม และมีความเป็นไปได้ที่จะเข้าร่วม นอกจากประชาชนมีความพร้อมในระดับหนึ่งแล้ว คือ มีสถานภาพทางเศรษฐกิจ วัฒนธรรม กายภาพที่ไม่ขัดขวาง มีโอกาสได้รับอำนาจในการตัดสินใจในการกำหนดกิจกรรมที่ตนเองต้องการในระดับที่เหมาะสม
3. ประชาชนต้องมีความสามารถที่จะมีส่วนร่วม สามารถตัดสินใจด้วยตนเองในหารดำเนินกิจกรรมหรือโครงการใดๆ ในทุกขั้นตอนหรือกระบวนการพัฒนา

ส่วนปัจจัยพื้นฐานในการระดมการมีส่วนร่วมของประชาชนที่ World Health Organization (อ้างในเฟื่องฟ้า คณานุรักษ์ 2530) ได้เสนอไว้มี 2 ประการ คือ

1. การมองเห็นว่าตนได้ประโยชน์ตอบแทนในสิ่งที่ตนทำไป ซึ่งถือเป็นเรื่องการกระตุ้นให้เกิดมีสิ่งจูงใจ
2. การได้รับการบอกกล่าวหรือชักชวนจากเพื่อนให้เข้าร่วมโดยมีสิ่งจูงใจเป็นผู้นำ ซึ่งถือว่าเป็นเรื่องการก่อให้เกิดมีสิ่งจูงใจ

Hay (อ้างในจินตนา เสมาเงิน 2530) กล่าวว่า ในการมีส่วนร่วมทางสังคมนั้น มีปัจจัยที่เกี่ยวข้อง คือ สถานภาพทางสังคม เศรษฐกิจ อาชีพ และที่อยู่อาศัยของบุคคลมีผลต่อการเข้าร่วมในกิจกรรมต่างๆ

Clark (อ้างในจินตนา เสมาเงิน 2530) กล่าวว่า ความรู้ ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านและรายได้ เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีส่วนผลักดันให้เกิดการมีส่วนร่วมทางสังคม

Kaufman (1949) ได้ศึกษาเรื่อง Participation in Organized Activities in Selected Kentucky localities พบว่า อายุ เพศ การศึกษา ขนาดครอบครัว อาชีพ รายได้ ความยาวนานของการอาศัยอยู่มรท้องถิ่น มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชน

ดิเรก ฤกษ์หรัย ได้กล่าวถึงกระบวนการยอมรับของ Rogers ว่ามีผลต่อการเข้ามีส่วนร่วมในการพัฒนา แบ่งออกเป็นปัจจัยย่อยๆ คือ

1. ปัจจัยที่เกี่ยวกับลักษณะส่วนตัว ประกอบด้วย อายุ สภาพทางสังคม ฐานะทางเศรษฐกิจ โดยรวมถึงรายได้ ขนาดที่ดินหรือทรัพย์สินต่างๆตลอดจนระดับการศึกษา การมีความรู้ ความเข้าใจ

2. ปัจจัยด้านพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร ประกอบด้วยพฤติกรรมกรรมการติดตามข่าวสาร ซึ่งมีทั้งข่าวสารที่มาจากแหล่งข่าวที่ไม่เป็นทางการและเป็นทางการ สำหรับพฤติกรรมกรรมการสื่อสารนี้จะประกอบไปด้วย ผู้สื่อสารหรือแหล่งกำเนิดข่าวสาร ช่องทางการสื่อสารและผู้รับสาร ซึ่งช่องทางสื่อสารนั้นนอกจากจะเป็นวิถีทางในการถ่ายทอดหรือรับข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับสื่อมวลชนทั้งหมด เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ตลอดจนบุคคลที่สามารถส่งข่าวสารไปยังผู้รับสารจำนวนมากได้ และการติดต่อกันระหว่างบุคคลกับบุคคลที่มีจำนวนไม่มากนักแล้ว ยังรวมรวมถึงการติดต่อกับผู้นำในท้องถิ่น ญาติพี่น้อง เพื่อนฝูง หรือเจ้าหน้าที่ของรัฐ เป็นต้น

ในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมการพัฒนา จะต้องมีปัจจัยที่เอื้ออำนวย หรือ ส่วนผลักดันให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมพัฒนาชุมชน โดยปัจจัยที่สำคัญมีดังต่อไปนี้ (ไพบุลย์ เจริญทรัพย์, 2534)

1. ด้านนักพัฒนา โดยนักพัฒนาต้องมีความเข้าใจในเนื้อหาและกระบวนการทำงานแบบมีส่วนร่วมของประชาชน
2. ด้านประชาชน โดยประชาชนต้องเป็นผู้ตัดสินใจเริ่มกิจกรรมของตนเอง
3. การได้รับการสนับสนุนจากภายนอกในด้านต่างๆ เช่น เทคนิควิทยาการข้อมูลข่าวสาร การประสานงาน และอุปกรณ์ที่จำเป็น

ซึ่งสอดคล้องกับที่ อคิน รพีพัฒน์ (2531) ได้กล่าวถึงปัจจัยด้านนักพัฒนาซึ่งอาจจะต้องมีบทบาทเป็นผู้สนับสนุนข้อมูลข่าวสาร การทำกิจกรรมการพัฒนาจะต้องสอดคล้องกับความต้องการและปัญหาของชุมชน นอกจากนี้จะต้องคำนึงถึงโครงสร้างอำนาจของผู้นำท้องถิ่นและผลประโยชน์ด้วย

บารุง บุญปัญญา (2528) ได้กล่าวว่า ประชาชนต้องเป็นตัวหลักในการแก้ปัญหา การทำกิจกรรมการพัฒนาจะต้องสอดคล้องกับความต้องการและปัญหาของชุมชน โดยมีหน่วยงานภายนอกเป็นผู้สนับสนุนเท่านั้น

นอกจากนี้ยังมีองค์ประกอบที่สนับสนุนประชาชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมพัฒนาชุมชน คือ เงื่อนไขโครงการการพัฒนาและตัวนักพัฒนา ดังที่ ไพบุลย์ เจริญทรัพย์ (2534) กล่าวว่า โครงการ

พัฒนาจะต้องมีความเรียบง่ายและมีความสะดวกต่อประชาชนร่วมกันเป็นเจ้าของในส่วนนักพัฒนา ซึ่งฝ่ายสนับสนุนประชาชนในกิจกรรมการพัฒนายังต้อง

- มีการศึกษาชุมชนร่วมกับประชาชน
- มีความตั้งใจทำงานพัฒนาและมีความพร้อมที่จะทำงานกับประชาชน
- มีการรับฟังปัญหาและร่วมทุกข์สุขของประชาชน

ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ฉลาดชาย รมิตานนท์ ใน ทวีทอง หงษ์วิวัฒน์ บรรณาธิการ (2537) ได้ศึกษาสภาพเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และวัฒนธรรมของสังคมหมู่บ้านชนบทกับการมีส่วนร่วมของประชาชน: วิเคราะห์กรณีหมู่บ้านภาคเหนือพบว่า ด้านนักพัฒนาให้ความเชื่อมั่นต่อประชาชนในการแก้ปัญหา โดยการสนับสนุนการร่วมกลุ่ม การสนับสนุนด้านวิชาการและเทคโนโลยีจะเป็นเงื่อนไขสำคัญที่ทำให้เกิดความสำเร็จในการดำเนินกิจกรรมการพัฒนา

เมื่อพิจารณาในส่วนผู้พซึ่งเป็นผู้ที่ประชาชนเลือกและไว้วางใจให้เป็นตัวแทนในการทำกิจกรรม ฉลาดชาย รมิตานนท์ ใน ทวีทอง หงษ์วิวัฒน์ บรรณาธิการ (2537) ที่ได้ศึกษาเรื่องเดียวกันกับข้างต้น ได้กล่าวว่า ผู้นำเป็นเงื่อนไขสำคัญในการผลักดันให้กิจกรรมพัฒนาชุมชนประสบความสำเร็จ โดยผู้นำจะต้อง

- มีประวัติการทำงานเพื่อส่วนรวม
- มีความจริงใจ/ความตั้งใจในการทำงาน
- ได้รับการยอมรับนับถือจากชาวบ้าน
- มีความสามารถในการกระตุ้นให้ชาวบ้านเห็นถึงปัญหา

นอกจากนี้ อนุภาพ ธิรลภ (2528) ยังได้กล่าวในประเด็นเงื่อนไขของการบริหารจัดการว่า ประชาชนจะต้องมีความสามารถในด้านการวางแผน การบริหารองค์กร การใช้ทรัพยากรและประชาชนจะต้องมีความเต็มใจ และเห็นความสำเร็จในการทำกิจกรรมของกลุ่มเป็นเงื่อนไขที่ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา

ปาริชาติและคณะ (2543) ปัจจัยส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน ไว้ว่า

1. ปัจจัยเกี่ยวกับกลไกของภาครัฐ ทั้งในระดับนโยบาย มาตรการและระดับการปฏิบัติที่เอื้ออำนวย หรือสร้างช่องทางการมีส่วนร่วมของประชาชน จำเป็นต้องทำให้การพัฒนาเป็นระบบเปิด มีความโปร่งใส รับฟังความคิดเห็นของทุกฝ่ายและมีการตรวจสอบได้

2. ปัจจัยด้านประชาชน มีสำนึกต่อปัญหาและประโยชน์ร่วม มีสำนึกต่อความสามารถและภูมิปัญญาในการจัดการปัญหา ซึ่งเป็นผลจากประสบการณ์การและการเรียนรู้ รวมทั้งมีการสร้างพลังเชื่อมโยงในรูปองค์กร เครือข่าย และประชาสังคม
3. ปัจจัยด้านนักพัฒนา และองค์การพัฒนามีบทบาทในการกระตุ้น ส่งเสริมเอื้ออำนวยกระบวนการพัฒนา สนับสนุนข้อมูลข่าวสาร และทรัพยากรตลอดจนร่วมเรียนรู้สมาชิกชุมชน

กรณีการ ชมดี (2524) ศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจศึกษาเฉพาะกรณีโครงการสารภี ต.ท่าช้าง อ.วารินชำราบ จ.อุบลฯ พบว่า ปัจจัยจูงใจให้มีส่วนร่วม ได้แก่ เกียรติ และความต้องการ อาชีพใหม่ การจูงใจจากเพื่อ ความสัมพันธ์อันดีกับเพื่อนและเจ้าหน้าที่ของรัฐ ความต้องการเงินทุน และผู้ที่ชักนำให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม ได้แก่ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน แพทย์ ครู กรรมการสภาตำบล เป็นต้น

ลาวัดณ์ อินทรารักษ์ (2533) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความศรัทธาที่มีต่อพระสงฆ์ ทศนคติและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ของชาวบ้านแม่สอย ต.แม่สอย อ.จอมทอง เชียงใหม่ พบว่า ความศรัทธาในคำสอนของพระสงฆ์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับทศนคติต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ แต่ความศรัทธาในเพศบรรพชิตและความศรัทธาในพิธีกรรม ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ของชาวบ้านแม่สอย ความศรัทธาของประสงค์เป็นตัวแปรที่อธิบายทศนคติต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ของชาวบ้านแม่สอยได้มากกว่าความศรัทธาเพศบรรพชิตและศรัทธาในพิธีกรรม

พิสฎฐ์ บุญไชย ได้ศึกษาการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ป่าไม้ของกรรมการสภาตำบลศึกษาเฉพาะกรณีภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง พบว่า ระดับความสนใจข่าว การได้รับทราบการอนุรักษ์ป่าไม้ทางสื่อมวลชนและความสนใจต่อโครงการอนุรักษ์ป่าไม้ มีผลต่อระดับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ป่าไม้ คือกลุ่มที่ได้ทราบเรื่องอนุรักษ์ป่าไม้ทางสื่อมวลชนมาก จะมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ป่าไม้มากกว่ากลุ่มที่ได้น้อยกว่า

สรุปได้ว่า การที่ประชาชนจะเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนานั้น ย่อมขึ้นอยู่กับเงื่อนไขหรือปัจจัยที่แต่ละคนมีต่างกัน เช่น ปัจจัยทางด้าน เศรษฐกิจ สังคม การปกครอง การบริหาร และทางด้านบุคคล ฯลฯ สิ่งเหล่านี้เองมีส่วนในการกำหนดความสำเร็จและความเป็นไปได้ของการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาเป็นอย่างยิ่ง

เพื่อให้เห็นถึงปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาตามแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัย และงานเขียนอื่นที่เกี่ยวข้องดังกล่าวมาแล้วนั้น พอจะสรุปแยกออกมาได้ ดังนี้

ปัจจัยภายใน ได้แก่ กาย ใจ พลังความคิด ความศรัทธาต่อประเพณี พิธีกรรม และสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ความศรัทธา เกรงใจที่มีต่อบุคคลที่เคารพนับถือหรือเกียรติยศตำแหน่ง ระดับความสามารถของบุคคล เพศ การศึกษา ตำแหน่งทางสังคม เช่น การเป็นผู้นำท้องถิ่น ลักษณะอาชีพ แรงจูงใจต่างๆ ฐานะทางเศรษฐกิจ ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้าน เป็นประโยชน์แก่ประชาชน เช่น ได้พัฒนาความรู้ ทักษะความสามารถ

ปัจจัยภายนอก ได้แก่ ค่านิยมในสังคม การจูงใจจากผู้นำ การจูงใจจากเพื่อนบ้าน แรงจูงใจและแรงผลักดันจากกลุ่ม ความสนใจและห่วงกังวลร่วมกัน ความเดือนร้อนและความไม่พึงพอใจร่วมกันที่มีต่อสถานการณ์ที่เป็นอยู่ การตกลงร่วมใจกันของกลุ่มหรือชุมชน ความสัมพันธ์อันดีกับเพื่อนและเจ้าหน้าที่ การสร้างองค์กรท้องถิ่น การไถ่การประสานงาน วัสดุอุปกรณ์และงบประมาณ ปัจจัยด้านการบริหารการจัดการของโครงการ วิธีการติดต่อสื่อสารและพฤติกรรมด้านการสื่อสาร

เนื่องจากการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนจะต้องมีปัจจัยและบริบทอื่นๆที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยขอแนะนำเสนอในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับบริบทและสถานการณ์ดังนี้ คือ

การสร้างสถานการณ์ในการมีส่วนร่วม

ปารีชาติ วลัยเสถียรและคณะ (2543) กล่าวว่า การทำให้กลุ่มมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมใด หมายถึง การทำให้เกิดความรู้สึกผูกมัดต่อเรื่องนั้น (commit) และส่วนในการปฏิบัติ (Behavior component) ซึ่งเป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของตนเอง สถานการณ์ที่ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชนมี 2 ลักษณะ

ลักษณะแรก คือ กรณีที่มีสถานการณ์เร่งด่วนเกิดขึ้นในชุมชน เช่น ความเดือนร้อนจากปัญหาที่มีผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ จึงทำให้เกิดการประท้วง เจริญต่อรอง เป็นต้น การสร้างการมีส่วนร่วมจะเกิดขึ้นได้เร็ว เพราะประชาชนจะมีสำนึกที่จะแก้ไขปัญหาร่วมกัน และได้ลงมือปฏิบัติในสถานการณ์จริง ทำให้การปฏิบัติงานประสบความสำเร็จ คือ การจัดการด้านข้อมูลข่าวสาร การจับตาทบทวนหน้าที่ของแต่ละฝ่าย และการประสานงานกับสื่อมวลชน

ดังตัวอย่างจากการศึกษาของประภาส ปิ่นตบแต่ง (2541) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องการเมืองบนท้องถนน 99 วันของสมาชิกสภาคนจน และประวัติศาสตร์การเดินขบวนประท้วงในสังคมไทย พบว่า ยุทธศาสตร์การต่อสู้ของสมาชิก เป็นการต่อสู้การสร้างอำนาจของขบวนการโดยการเรียนรู้ เพื่อสรุปประสบการณ์เพื่อให้ผู้เข้าร่วมเกิดความตระหนักในอำนาจของตน เห็นข้อจำกัดโดยวิธีการ คือ การปักหลักชุมนุม การสร้างพันธมิตร การสร้างสัญลักษณ์ การประกอบพิธีกรรม เป็นต้น โดยมีการเคลื่อนไหว คือ การให้สื่อมวลชนเป็นตัวเชื่อมระหว่างขบวนการกับสาธารณะ เพื่อสื่อความเจ็บปวดและความทุกข์ของปัญหาที่เกิดต่อสังคม

ลักษณะที่ 2 กรณีที่ไม่มีสถานการณ์ที่ไม่แรงกดดันในชุมชน นักพัฒนาจะต้องกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจหรือการใช้แรงเสริม เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมให้เกิดขึ้น ซึ่งถือได้ว่าเป็นเทคนิคทางจิตวิทยา

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

ปาริชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล (2543) กล่าวว่า กระบวนการสำคัญกระบวนการหนึ่งในการร่วมพัฒนาแบบมีส่วนร่วมของประชาชน คือ กระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication Process) ซึ่งเป็นเรื่องกระบวนการสนทนาโต้ตอบกัน (Dialogical Process) ของสมาชิกในสังคม บนพื้นฐานของความเท่าเทียมกัน (Equal basis) เพื่อค้นหาแนวทางในการเปลี่ยนแปลงสังคม และดำเนินการร่วมกัน โดยเชื่อว่าการสนทนาโต้ตอบกันของสมาชิกในสังคม คือ การระดมสมองของสมาชิกในสังคม (Brain Storming) ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้สมาชิกในสังคมได้หันหน้าเข้าหากัน พูดยุค เจรจากันเพื่อทำความเข้าใจกับข้อมูลข่าวสารเบื้องต้น หลักการและแนวทางที่หลากหลายสำหรับการตัดสินใจร่วมกันเกี่ยวกับสังคมตน ซึ่งจะไปสู่การเกิดสำนึกเชิงสาธารณะร่วมกัน (Public Conscientization) กระบวนการเรียนรู้ (Learning Process) ระหว่างสมาชิกในสังคม เพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงสังคมที่เหมาะสม และเป็นที่เห็นพ้องต้องกันของสมาชิกในสังคม

สำหรับเป้าหมายของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม นั้น กาญจนา แก้วเทพ (2542) ได้สรุปไว้ดังนี้

1. เพื่อกระตุ้นให้ชุมชนมองเห็นคุณค่าของตนเอง เช่น การนำเอาภูมิปัญญาของชาวบ้านมาเผยแพร่ในวงกว้าง

2. เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับชาวบ้านที่เข้ามามีส่วนร่วม และเพื่อให้เห็นคุณค่าความคิด ความเชื่อของเขา ตัวอย่างเช่น เมื่อมีการนำเอาความคิดเรื่องเศรษฐกิจพอเพียงมาเผยแพร่ในวงกว้าง และคนทั่วไปให้การยอมรับผ่านการแสดงทัศนะผ่านสื่อ ก็ทำให้ชุมชนมีความมั่นใจในคุณค่าของตนเอง
3. เพื่อพิสูจน์ความเชื่อของชุมชนที่เคยคิดว่าตนเองไม่สามารถใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ซับซ้อนได้ การเข้ามาร่วมฝึกฝนอบรมการผลิตสื่อ จะพิสูจน์ให้ชาวบ้านเห็นว่าพวกเขาสามารถจะใช้เทคโนโลยีใหม่ได้ หากมีโอกาส
4. เพื่อสร้างทักษะในการสร้างสื่อให้กับชุมชน เพื่อเป็นช่องทางที่ชุมชนจะส่งข่าวสารออกไปจากจุดยืน มุมมองและทัศนะของตนเอง
5. เพื่อให้ชุมชนได้แสดงความรู้สึก ปัญหา วิธีการวิเคราะห์ปัญหา รวมทั้งวิธีการแก้ปัญหา จากทัศนะของชุมชน
6. ผลการสื่อสารของชุมชนที่อาจจะเกิดจากการริเริ่มของบางส่วนเสียของชุมชนหรือจากชุมชนใดชุมชนหนึ่ง จะช่วยยกระดับความมีสติและความรับผิดชอบให้กับทั้งชุมชนหรือชุมชนอื่นๆ เพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ทั้งนี้ต้องยอมรับ ผลจากการใช้กระบวนการพัฒนาแบบบนลงล่างนั้นไม่เพียงแต่จะไม่ได้ผลตามที่คาดเอาไว้เท่านั้น หากทว่ายังทิ้งร่องรอยแห่งความสูญเสียในเชิงภูมิปัญญาและวัฒนธรรมเอาไว้ด้วย กล่าวคือ ชาวบ้านจะเกิดวัฒนธรรมแห่งการพึ่งพา การรอคอยความช่วยเหลือจากภายนอก และไม่เชื่อมั่นว่าตนเองจะแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้ด้วยความสามารถของตนเอง
7. เนื่องจากเนื้อหาการสื่อสารชุมชนนั้น จะเน้นเรื่องราวที่มีสาระประโยชน์ต่อชีวิตของชุมชนเอง ดังนั้นสื่อประเภทนี้จึงช่วยเพิ่มสัดส่วนของการสร้างสื่อที่มีสาระให้แก่ชุมชนให้มีปริมาณเพิ่มมากขึ้น เพื่อถ่วงดุลย์กับการสื่อสารที่มุ่งเน้นแต่ความบันเทิงและหลีกเลี่ยงปัญหา ที่สื่อจากภายนอกอัดฉีดเข้าไปในชุมชน

ในด้านองค์ประกอบของการสื่อสาร หากพิจารณาถึงกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมแล้วสามารถให้ชัดเจนถึงการมีส่วนร่วมในองค์ประกอบต่างๆ ของการสื่อสารได้ ดังต่อไปนี้

1. เป้าหมายของการสื่อสาร ได้กำหนดให้ชุมชนมีส่วนร่วมในระดับใด เช่น ในระดับใด เช่น ในระดับเข้ามาร่วมแสดง ระดับของผู้รับสารที่คอยป้อนปฏิกิริยาย้อนกลับ ระดับวางนโยบาย
2. ลักษณะสองทางการสื่อสาร ยิ่งการสื่อสารที่เชื้ออำนาจให้มีลักษณะการโต้ตอบกันอยู่ตลอดเวลามากขึ้นเท่าใด โอกาสที่ชุมชนจะเข้ามามีส่วนร่วมก็ยิ่งมีมากขึ้นเท่านั้น

3. ใครคือผู้ส่งสาร ในชุมชนโอกาสที่คนส่วนใหญ่จะได้เข้ามาเป็นผู้ส่งสารมีอย่างน้อยและทั่วถึงหรือไม่ หรือเมื่อเปรียบเทียบระหว่างสื่อมวลชนอาชีพ เจ้าหน้าที่รัฐ และชาวบ้าน สัดส่วนที่จะได้เป็นผู้ส่งสารเป็นอย่างไร
4. ประเภทของเนื้อหาสาร เป็นเนื้อหาที่เกี่ยวกับสภาพความเป็นจริงของชุมชนหรือเปล่า
5. ประเภทของช่องทาง/สื่อ โดยหลักการทั่วไปแล้ว สื่อขนาดเล็ก เช่น สื่อเฉพาะกิจ จะเปิดโอกาสให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมได้มากกว่าสื่อมวลชน สื่อที่ชาวบ้านคุ้นเคยคือสื่อประเพณี ก็จะไม่เอื้ออำนวยให้ชาวบ้านเข้าร่วมได้ง่ายกว่าสื่อสมัยใหม่ที่แปลกหน้า อย่างไรก็ตาม ก็ไม่ได้หมายความว่าสื่อมวลชน เพียงแต่มีข้อพึงระวังถึงความยากง่ายในการเข้ามามีส่วนร่วมของสื่อประเภทต่างๆ และการค้นคิดสร้างสรรค์กิจกรรมและช่องทางแบบใหม่ที่จะอำนวยความสะดวกในการเข้ามีส่วนร่วมของประชาชน
6. ผู้รับสารและการมีปฏิกริยาป้อนกลับ สำหรับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนั้นจะมีความเชื่อพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับผู้รับสารที่แตกต่างไปจากสื่อสารเพื่อการพัฒนากระแสหลัก กล่าวคือ กระบวนทัศน์ใหม่นี้จะเชื่อว่าผู้รับสารนั้นมีผู้ใช้ที่ว่างเปล่าและไม่รู้อะไรเลย เกี่ยวกับเนื้อหาสารที่จะสื่อไป หากแต่ความรู้ที่ผู้รับสารมีนั้น อาจจะเป็นความรู้คนละชุดที่แตกต่างจากผู้ส่งสารคิดคาดเอาไว้ ดังนั้น การจัดช่องทางสำหรับสำหรับปฏิกริยาป้อนกลับก็เป็นปัจจัยที่จำเป็นอย่างขาดไม่ได้ ของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

ถ้าจะกล่าวโดยสรุปจะเห็นได้ว่า การมีส่วนร่วมเป็นวิธีการที่จะนำมาซึ่งการบรรลุวัตถุประสงค์ โดยเฉพาะกระบวนการของการพัฒนา สำหรับการมีส่วนร่วมในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการให้นักเรียนเข้าร่วมกิจกรรมในโครงการพัฒนาเยาวชนตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง ที่ธนาคารไทยพาณิชย์ จัดให้ อาทิ กิจกรรมการออม การบริหารจัดการการเงินส่วนบุคคล การบริหารจัดการการเงินกลุ่ม โดยกิจกรรมต่างๆ ธนาคารจะส่งเสริมให้ผู้เข้าร่วมมีความรอบรู้มากยิ่งขึ้น เปิดโอกาสให้มีการพัฒนาทักษะด้านต่างๆ ส่งเสริมการมีคุณธรรม เช่น ความมีระเบียบ มีสัมมาคาราวะ ซื่อสัตย์ สุจริต มีจิตสำนึกเห็นประโยชน์ของการช่วยเหลือผู้อื่นและทำตัวให้เป็นประโยชน์ต่อสังคม เป็นต้น

ส่วนที่ 5 แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียง

วิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในปี ๒๕๔๐ ได้ทำให้ประชาชนไทยทุกภาคส่วน ทั้งรัฐ และเอกชน ตระหนักถึงความอ่อนแอของพื้นฐานทางเศรษฐกิจของประเทศ ปัญหาของการพึ่งพา เทคโนโลยี และตลาดภายนอกประเทศ และหันมาศึกษาวิเคราะห์พระราชดำรัสในเรื่อง "เศรษฐกิจพอเพียง" อย่างจริงจัง โดยเฉพาะสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ซึ่งมีหน้าที่หลักในการวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ และการประสานการพัฒนาในระดับนโยบาย พิจารณาเห็นว่าเป็นการสมควรอย่างยิ่งที่จะน้อมเกล้าฯ น้อมกระหม่อมอัญเชิญ "ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง" มาเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบาย วางแผน และทำแผนปฏิบัติการในทุกระดับ อีกทั้งเพื่อให้ทุกฝ่ายมีความเข้าใจที่ถูกต้องและตรงกัน ตลอดจนเป็นแนวทางในการดำรงชีวิตที่ดีของคนในชาติ เพื่อให้ประเทศรอดพ้นจากวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ จึงได้ประมวลและกลั่นกรองจากพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เรื่องเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งพระราชทานในโอกาสต่าง ๆ รวมทั้งพระราชดำรัสอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง และได้มีหนังสือนำความกราบบังคมทูลขอพระราชทานพระบรมราชวินิจฉัย และขอพระราชทานพระบรมราชานุญาต พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงพระกรุณาปรับปรุงแก้ไขพระราชทาน และพระราชทานพระบรมราชวินิจฉัย เรื่อง "ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง" ดังที่อัญเชิญมาดังนี้

"เศรษฐกิจพอเพียง" เป็นปรัชญาที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงมีพระราชดำรัสชี้แนะแนวทางการดำเนินชีวิตแก่พสกนิกรชาวไทยมาโดยตลอดนานกว่า 25 ปี ตั้งแต่ก่อนวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ และเมื่อภายหลังได้ทรงเน้นย้ำแนวทางการแก้ไขเพื่อให้รอดพ้น และสามารถดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์และความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ

ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

เศรษฐกิจพอเพียง เป็นปรัชญาชี้ถึงแนวการดำรงอยู่และปฏิบัติตนของประชาชนในทุกๆระดับตั้งแต่ระดับครอบครัว ระดับชุมชนจนถึงระดับรัฐ ทั้งในการพัฒนาและบริหารประเทศให้ดำเนินไปในทางสายกลาง โดยเฉพาะการพัฒนาเศรษฐกิจเพื่อให้ก้าวทันต่อโลกยุคโลกาภิวัตน์

ความพอเพียง หมายถึง ความพอประมาณ ความมีเหตุผลรวมถึงความจำเป็นที่จะต้องมีการมีระบบภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีพอสมควรต่อการมีผลกระทบใด ๆ อันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทั้งภายนอกและ

ภายใน ทั้งนี้จะต้องอาศัยความรู้ ความรอบคอบ และความระมัดระวังอย่างยิ่ง ในการนำวิชาการต่าง ๆ มาใช้ในการวางแผนและการดำเนินการทุกขั้นตอน และขณะเดียวกันจะต้องเสริมสร้างพื้นฐานจิตใจของคนในชาติโดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ของรัฐ นักทฤษฎีและนักธุรกิจในทุกระดับให้มีสำนึกในคุณธรรม ความซื่อสัตย์สุจริต และให้มีความรอบรู้ที่เหมาะสม ดำเนินชีวิตด้วยความอดทน ความเพียร มีสติ ปัญญา และความรอบคอบ เพื่อให้สมดุลและพร้อมต่อการรองรับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและกว้างขวางทั้งด้านวัตถุ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมจากโลกภายนอกได้เป็นอย่างดี

ประมุขและกษัตริย์ทรงจากพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เรื่องเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งพระราชทานในวโรกาสต่าง ๆ รวมทั้งพระราชดำรัสอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยได้รับพระราชทานพระบรมราชานุญาตให้นำไปเผยแพร่ เมื่อวันที่ 21 พฤศจิกายน 2542 เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติของทุกฝ่ายและประชาชนโดยทั่วไป

" เศรษฐกิจพอเพียง แปลว่า Sufficiency Economy
... คำว่า Sufficiency Economy นี้ไม่มีในตำราเศรษฐกิจ.
จะมีได้อย่างไร เพราะว่าเป็นทฤษฎีใหม่
... Sufficiency Economy นั้น ไม่มีในตำรา
เพราะหมายความว่าเรามีความคิดใหม่ ...
และโดยที่ท่านผู้เชี่ยวชาญสนใจ ก็หมายความว่า
เราก็สามารถที่จะไปปรับปรุง หรือไปใช้หลักการ
เพื่อที่จะให้เศรษฐกิจของประเทศและของโลกพัฒนาดีขึ้น. "

พระราชดำรัสเนื่องในโอกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษา 23 ธันวาคม 2542

" อันนี้เคยบอกว่า ความพอเพียงนี้ไม่ได้หมายความว่า
ทุกคนครบครัวจะต้องผลิตอาหารของตัวเอง
จะต้องทอผ้าใส่เอง อย่างนั้นมันเกินไป
แต่ว่าในหมู่บ้านหรือในอำเภอ จะต้องมีความพอเพียงพอสมควร
บางสิ่งบางอย่างที่ผลิตได้มากกว่าความต้องการ ก็ขายได้
แต่ขายในที่ไม่ห่างไกลเท่าไร ไม่ต้องเสียค่าขนส่งมากนัก "

พระราชดำรัสเนื่องในโอกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษา 4 ธันวาคม 2540

หลักแนวคิดของเศรษฐกิจพอเพียง

การพัฒนาตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง คือ การพัฒนาที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของทางสายกลาง และความไม่ประมาท โดยคำนึงถึง ความพอประมาณ ความมีเหตุผล การสร้างภูมิคุ้มกันที่ดีในตัว ตลอดจนใช้ความรู้ความรอบคอบ และคุณธรรม ประกอบการวางแผน การตัดสินใจและการกระทำ

ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

มีหลักพิจารณาอยู่ 5 ส่วน ดังนี้

1. กรอบแนวคิด เป็นปรัชญาที่ชี้แนะแนวทางการดำรงอยู่และปฏิบัติตนในทางที่ ควรจะเป็น โดยมีพื้นฐานมาจากวิถีชีวิตดั้งเดิมของสังคมไทย สามารถนำมาประยุกต์ใช้ ได้ตลอดเวลา และเป็นการมองโลกเชิงระบบที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา มุ่ง เน้นการรอดพ้นจากภัย และวิกฤต เพื่อ ความมั่นคงและความยั่งยืนของการพัฒนา
2. คุณลักษณะ เศรษฐกิจพอเพียงสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการปฏิบัติตนได้ในทุก ระดับ โดยเน้นการปฏิบัติบนทางสายกลางและการพัฒนาอย่างเป็นขั้นตอน
3. คำนิยาม ความพอเพียงจะต้องประกอบด้วย 3 คุณลักษณะ พร้อม ๆ กัน ดังนี้
 - ความพอประมาณ หมายถึง ความพอดีที่ไม่น้อยเกินไปและไม่ มากเกินไปโดยไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น เช่นการผลิตและการ บริโภคที่อยู่ในระดับพอประมาณ
 - ความมีเหตุผล หมายถึง การตัดสินใจเกี่ยวกับระดับของความพอ เพียงนั้น จะต้องเป็นไปอย่างมีเหตุผลโดยพิจารณาจากเหตุปัจจัยที่ เกี่ยวข้องตลอดจนคำนึงถึงผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการกระทำนั้น ๆ อย่างรอบคอบ
 - การมีภูมิคุ้มกันที่ดีในตัว หมายถึง การเตรียมตัวให้พร้อมรับผล กระทบและการเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นโดยคำนึงถึง ความเป็นไปได้ของสถานการณ์ต่าง ๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต ทั้งใกล้และไกล

4. **เงื่อนไข** การตัดสินใจและการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ให้อยู่ในระดับพอเพียงนั้น ต้องอาศัยทั้งความรู้ และคุณธรรมเป็นพื้นฐาน กล่าวคือ
- เงื่อนไขความรู้ ประกอบด้วย ความรอบรู้เกี่ยวกับวิชาการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างรอบด้าน ความรอบคอบที่จะนำความรู้เหล่านั้นมาพิจารณาให้เชื่อมโยงกัน เพื่อประกอบการวางแผน และความระมัดระวังในขั้นปฏิบัติ
 - เงื่อนไขคุณธรรม ที่จะต้องเสริมสร้างประกอบด้วย มีความตระหนักในคุณธรรม มีความซื่อสัตย์สุจริตและมีความอดทน มีความเพียร ใช้สติปัญญาในการดำเนินชีวิต
5. **แนวทางปฏิบัติ/ผลที่คาดว่าจะได้รับ** จากการนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ คือ การพัฒนาที่สมดุลและยั่งยืน พร้อมรับต่อการเปลี่ยนแปลงในทุกด้าน ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม ความรู้และเทคโนโลยี

" ถ้าไม่มี เศรษฐกิจพอเพียง เวลาไฟดับ ...

จะพังหมด จะทำอย่างไร. ที่ที่ต้องใช้ไฟฟ้าก็ต้องแยไป.

... หากมี เศรษฐกิจพอเพียง แบบไม่เต็มที่

ถ้าเรามีเครื่องปั่นไฟ ก็ให้ปั่นไฟ

หรือถ้าขันโบราณกว่า มีดก็จุดเทียน

คือมีทางที่จะแก้ปัญหาเสมอ.

... ฉะนั้น เศรษฐกิจพอเพียง นี้ ก็มีเป็นขั้น ๆ

แต่จะบอกว่า เศรษฐกิจพอเพียง นี้

ให้พอเพียงเฉพาะตัวเองร้อยเปอร์เซ็นต์ นี่เป็นสิ่งที่ทำไม่ได้.

จะต้องมีการแลกเปลี่ยน ต้องมีการช่วยกัน.

..... พอเพียงในทฤษฎีหลวงนี้ คือให้สามารถที่จะดำเนินงานได้. "

พระราชดำรัสเนื่องในโอกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษา 23 ธันวาคม 2542

หลักการพึ่งตนเอง อาจแยกแยะโดยยึดหลักสำคัญอยู่ 5 ประการ คือ

1. ด้านจิตใจ ทำตนให้เป็นที่พึ่งตนเอง มีจิตสำนึกที่ดี สร้างสรรค์ให้ตนเองและชาติโดยรวม มีจิตใจเอื้ออาทร ประณีประนอม เห็นประโยชน์ส่วนรวมเป็นที่ตั้ง
2. ด้านสังคม แต่ละชุมชนต้องช่วยเหลือเกื้อกูลกัน เชื่อมโยงกันเป็นเครือข่ายชุมชนที่แข็งแรง เป็นอิสระ
3. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ให้ใช้และจัดการอย่างฉลาด พร้อมทั้งหาทางเพิ่มมูลค่า โดยให้ยึดอยู่บนหลักการของความยั่งยืน
4. ด้านเทคโนโลยี จากสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็วเทคโนโลยีที่เข้ามาใหม่มีทั้งดีและไม่ดีต้องแยกแยะบนพื้นฐานของภูมิปัญญาชาวบ้านและเลือกใช้เฉพาะที่สอดคล้องกับความต้องการ และสภาพแวดล้อม และควรพัฒนา
5. ด้านเศรษฐกิจ แต่เดิมนักพัฒนามักมุ่งที่การเพิ่มรายได้ และไม่มีการมุ่งที่การลดรายจ่ายในเวลาเช่นนี้จะต้องปรับทิศทางใหม่ คือ จะต้องมุ่งลดรายจ่ายก่อน เป็นสำคัญ และยึดหลักพออยู่ พอกิน พอใช้

การปฏิบัติตนตามแนวทางเศรษฐกิจแบบพอเพียงอันเนื่องมาจากพระราชดำริ

1. ยึดความประหยัด ดัดทอนค่าใช้จ่ายในทุกด้าน ลดละความฟุ่มเฟือยในการดำรงชีพอย่างจริงจัง ดังพระราชดำรัสว่า
“...ความเป็นอยู่ที่ต้องไม่ฟุ้งเฟ้อ ต้องประหยัดไปในทางที่ถูกต้อง...”
2. ยึดถือการประกอบอาชีพด้วยความถูกต้อง สุจริต แม้จะตกอยู่ในภาวะขาดแคลนในการดำรงชีพก็ตามดังพระราชดำรัสที่ว่า
“...ความเจริญของคนทั้งหลาย ย่อมเกิดมาจากการประพฤติชอบและการหาเลี้ยงชีพ ชอบเป็นหลักสำคัญ...”
3. ละเลิกการแก่งแย่งผลประโยชน์และแข่งขันกันในทางการค้าขายประกอบอาชีพแบบต่อสู้กันอย่างรุนแรงดังอดีตซึ่งมีพระราชดำรัสเรื่องนี้ว่า
“...ความสุขความเจริญอันแท้จริงนั้น หมายถึงความสุขความเจริญที่บุคคลแสวงหามาได้ด้วยความเป็นธรรมทั้งในเจตนา และการกระทำ ไม่ใช่ได้มาด้วยความบังเอิญ หรือด้วยการแก่งแย่งเบียดบังมาจากผู้อื่น...”

4. ไม่หยุดนิ่งที่จะหาทางให้ชีวิตหลุดพ้นจากความทุกข์ยากครั้งนี้ โดยต้องชวนขวยไฝหาความรู้ให้เกิดมีรายได้เพิ่มพูนขึ้นจนถึงขั้นพอเพียงเป็นเป้าหมายสำคัญ พระราชดำรัสตอนหนึ่งที่ให้ความชัดเจนว่า

“...การที่ต้องการให้ทุกคนพยายามที่จะหาความรู้ และสร้างตนเองให้มั่นคงนี้เพื่อตนเอง
6. ปฏิบัติตนในแนวทางที่ตลิดละสิ่งชั่วให้หมดสิ้นไป ทั้งนี้ด้วยสังคมไทยที่ล่มสลายลงในครั้งนี้ เพราะยังมีบุคคลจำนวนมิใช่น้อยที่ดำเนินการโดยปราศจากละอายต่อแผ่นดิน พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวได้พระราชทานพระราโชวาทว่า “...พยายามไม่ก่อความชั่วให้เป็นเครื่องทำลายตัว ทำลายผู้อื่น พยายามลดพยายามละความชั่วที่ตัวเองมีอยู่ พยายามก่อความดีให้แก่ตัวอยู่เสมอ พยายามรักษาและเพิ่มพูนความดีที่มีอยู่นั้น ให้งอกงามสมบูรณ์ขึ้น...”

เศรษฐกิจพอเพียง ทิศทางแผนฯ ฉบับที่ 9

ในการจัดทำกรอบและทิศทางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๙ (๒๕๔๕-๒๕๔๙) สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้อัญเชิญ "ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง" ดังที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงมีพระบรมราชวินิจฉัยมาเป็นแนวทาง โดยยึดทางสายกลางที่อยู่บนพื้นฐานของความสมดุลพอดี มีเหตุผล เป็นแนวทางในการพัฒนาทุกมิติ อย่างเป็นองค์รวม และมี "คน" เป็นศูนย์กลาง โดยมีจุดมุ่งหมายให้เกิด "การพัฒนาที่ยั่งยืนและความอยู่ดีมีสุขของคนไทย" และเป็นการพัฒนาอย่างมี "ดุลยภาพ" ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และสิ่งแวดล้อม เพื่อให้คนในสังคมมีความสุข สามารถพึ่งตนเอง และก้าวทันโลก และยังรักษาเอกลักษณ์ความเป็นไทย ทั้งนี้ เป็นไปตามแนวพระราชดำริที่พระราชทานแก่พสกนิกรเสมอมา

เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายดังกล่าว กรอบและทิศทางแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9 ได้กำหนดวัตถุประสงค์หลักไว้ คือ การปรับโครงสร้างการพัฒนาประเทศให้เข้าสู่ดุลยภาพ โดยการเปลี่ยนกระบวนการพัฒนาประเทศที่มุ่งเน้นการพัฒนาในเชิงปริมาณมาสู่การพัฒนาในเชิงคุณภาพ ควบคู่ไปกับการสร้างความเป็นธรรมในสังคม และความสามารถก้าวทันโลกที่จะอำนวยความสะดวกต่อคนส่วนใหญ่ของประเทศ อันจะนำไปสู่การพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน

นอกจากนี้ ยังกำหนดเป้าหมายการพัฒนาประเทศใหม่ โดยเปลี่ยนจากเดิมที่มุ่งสร้างความ ร่ำรวยด้วยการเติบโตทางเศรษฐกิจเป็นหลักไปสู่การพัฒนาประเทศที่มีรากฐานที่เข้มแข็งมีการ กระจายผลประโยชน์ได้อย่างทั่วถึงสามารถแก้ปัญหาความยากจนและการกระจายรายได้ รวมทั้ง เพิ่มขีดความสามารถและโอกาสในการพึ่งตนเองพร้อมทั้งยกระดับรายได้และคุณภาพชีวิตของคน ส่วน

ใหญ่ของประเทศ เพื่อเป็นการต่อเนื่องจากแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๘

ด้วยพระมหากษัตริย์คุณแผ่นดินไทยเผชิญวิกฤตการณ์ทั้งด้านการเมือง และเศรษฐกิจมา หลายครั้งในรัชสมัยปัจจุบัน แต่ทุกครั้ง เหตุการณ์ล้วนผ่านพ้นไปด้วยดี ทั้งนี้ ด้วยพระบารมีและ พระมหากษัตริย์คุณของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวที่ทรงเป็นหลักของแผ่นดิน ทรงช่วยชี้ทาง สว่างให้แก่ปวงชนชาวไทยเสมอมา ดังคำเทิดพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ของที่ประ ชุมสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและการพัฒนา ครั้งที่ ๑๐ เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ ๒๕๔๓ ที่เทิดพระ เกียรติยศพระองค์ท่าน ในฐานะ"พระมหากษัตริย์นักพัฒนา" ดังความตอนหนึ่งที่ว่า

"การฟื้นฟูตัวที่เห็นเด่นชัดนี้สะท้อนให้เห็นถึงพลังของชาติ ไทย พลังดังกล่าวนี้ได้ถูกหล่อเลี้ยงและพัฒนาโดยพระบาทสมเด็จพระ ปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช พระมหากษัตริย์ของประเทศ ไทย ผู้ทรงเป็นศูนย์รวมจิตใจของชาติ พระบาทสมเด็จพระเจ้า อยู่หัวทรงได้รับความรักที่ยั่งยืนและการเทิดทูนที่ลึกซึ้งจากประ ชานของพระองค์ อันเนื่องมาจากการที่ทรงเป็นผู้นำประเทศที่มี ความห่วงใยในพสกนิกร พระองค์ได้ทรงวางรากฐานและสร้างแรง บันดาลใจสำหรับยุทธศาสตร์ของการพัฒนาประเทศ... ประสบ การณ์ของประเทศไทยเป็นบทเรียนสำคัญสำหรับทุกประเทศ และ ชาติไทยก็เป็นหลักฐานที่พิสูจน์ให้เห็นถึงพระวิริยะอุตสาหะแห่ง การกระทำ และพระมหากษัตริย์คุณอันหาที่สุดมิได้ของพระบาท สมเด็จพระเจ้าอยู่หัว"

เศรษฐกิจพอเพียงกับทฤษฎีใหม่ตามแนวพระราชดำริ

เศรษฐกิจพอเพียงและแนวทางปฏิบัติของ ทฤษฎีใหม่ เป็นแนวทางในการพัฒนาที่นำไปสู่ความสามารถในการพึ่งตนเอง ในระดับต่าง ๆ อย่างเป็นขั้นตอน โดยลดความเสี่ยงเกี่ยวกับความผันแปรของธรรมชาติ หรือการเปลี่ยนแปลงจากปัจจัยต่าง ๆ โดยอาศัยความพอประมาณและความมีเหตุผล การสร้างภูมิคุ้มกันที่ดี มีความรู้ ความเพียรและความอดทน สติและปัญญา การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และความสามัคคี

เศรษฐกิจพอเพียงมีความหมายกว้างกว่าทฤษฎีใหม่โดยที่เศรษฐกิจพอเพียงเป็นกรอบแนวคิดที่ชี้บอกหลักการและแนวทางปฏิบัติของทฤษฎีใหม่ในขณะที่ แนวพระราชดำริเกี่ยวกับทฤษฎีใหม่หรือเกษตรทฤษฎีใหม่ ซึ่งเป็นแนวทางการพัฒนาภาคเกษตรอย่างเป็นขั้นต่อนั้น เป็นตัวอย่างการใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียงในทางปฏิบัติ ที่เป็นรูปธรรมเฉพาะในพื้นที่ที่เหมาะสม

ทฤษฎีใหม่ตามแนวพระราชดำริ อาจเปรียบเทียบกับหลักเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งมีอยู่ 2 แบบ คือ แบบพื้นฐานกับแบบก้าวหน้า ได้ดังนี้

ความพอเพียงในระดับบุคคลและครอบครัวโดยเฉพาะเกษตรกร เป็นเศรษฐกิจพอเพียงแบบพื้นฐาน เทียบได้กับทฤษฎีใหม่ขั้นที่ 1 ที่มุ่งแก้ปัญหาของเกษตรกรที่อยู่ห่างไกลแหล่งน้ำ ต้องพึ่งน้ำฝนและประสบความเสี่ยงจากการที่น้ำไม่พอเพียง แม้กระทั่งสำหรับการปลูกข้าวเพื่อบริโภค และมีข้อสมมติว่า มีที่ดินพอเพียงในการขุดบ่อเพื่อแก้ปัญหาในเรื่องดังกล่าวจากการแก้ปัญหาความเสี่ยงเรื่องน้ำ จะทำให้เกษตรกรสามารถมีข้าวเพื่อการบริโภคยังชีพในระดับหนึ่งได้ และใช้ที่ดินส่วนอื่น ๆ สนองความต้องการพื้นฐานของครอบครัว รวมทั้งขายในส่วนที่เหลือเพื่อมีรายได้ที่จะใช้เป็นค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่ไม่สามารถผลิตเองได้ ทั้งหมดนี้เป็นการสร้างภูมิคุ้มกันในตัวให้เกิดขึ้นในระดับครอบครัว

อย่างไรก็ตาม แม้กระทั่ง ในทฤษฎีใหม่ขั้นที่ 1 ก็จำเป็นที่เกษตรกรจะต้องได้รับความช่วยเหลือจากชุมชนราชการ มูลนิธิ และภาคเอกชน ตามความเหมาะสม

ความพอเพียงในระดับชุมชนและระดับองค์กรเป็นเศรษฐกิจพอเพียงแบบก้าวหน้า ซึ่งครอบคลุมทฤษฎีใหม่ขั้นที่ 2 เป็นเรื่องของ การสนับสนุนให้เกษตรกรรวมพลังกันในรูปกลุ่มหรือสหกรณ์ หรือการที่ธุรกิจต่าง ๆ รวมตัวกันในลักษณะเครือข่ายวิสาหกิจ

กล่าวคือ เมื่อสมาชิกในแต่ละครอบครัวหรือองค์กรต่าง ๆ มีความพอเพียงขั้นพื้นฐานเป็นเบื้องต้นแล้วก็จะรวมกลุ่มกันเพื่อร่วมมือกันสร้างประโยชน์ให้แก่กลุ่มและส่วนรวมบนพื้นฐานของ

การไม่เบียดเบียนกัน การแบ่งปันช่วยเหลือซึ่งกันและกันตามกำลังและความสามารถของตนซึ่งจะสามารถทำให้ ชุมชนโดยรวมหรือเครือข่ายวิสาหกิจนั้น ๆ เกิดความพอเพียงในวิถีปฏิบัติอย่างแท้จริง

ความพอเพียงในระดับประเทศ เป็นเศรษฐกิจพอเพียงแบบก้าวหน้า ซึ่งครอบคลุมทฤษฎีใหม่ขั้นที่ 3 ซึ่งส่งเสริมให้ชุมชนหรือเครือข่ายวิสาหกิจสร้างความร่วมมือกับองค์กรอื่น ๆ ในประเทศ เช่น บริษัทขนาดใหญ่ ธนาคาร สถาบันวิจัย เป็นต้น

การสร้างเครือข่ายความร่วมมือในลักษณะเช่นนี้ จะเป็นประโยชน์ในการสืบทอดภูมิปัญญา แลกเปลี่ยนความรู้ เทคโนโลยี และบทเรียนจากการพัฒนา หรือร่วมมือกันพัฒนา ตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง ทำให้ประเทศอันเป็นสังคมใหญ่อันประกอบด้วยชุมชน องค์กร และธุรกิจต่าง ๆ ที่ดำเนินชีวิตอย่างพอเพียงกลายเป็นเครือข่ายชุมชนพอเพียงที่เชื่อมโยงกันด้วยหลักไม่เบียดเบียน แบ่งปัน และช่วยเหลือซึ่งกันและกันได้ที่สุดในที่สุด

" ... ขอให้ทุกคนมีความปรารถนาที่จะให้เมืองไทยพออยู่พอกิน
มีความสงบและทำงานตั้งอธิษฐาน ตั้งปณิธาน
ในทางนี้ ที่จะให้เมืองไทยอยู่แบบพอกิน
ไม่ใช่ว่าจะรุ่งเรืองอย่างยอด แต่มีความความพออยู่พอกิน มีความสงบ
เปรียบเทียบกับประเทศอื่น ๆ ถ้าเรารักษาความพออยู่พอกินนี้ได้
เราก็จะยอดยิ่งยวดได้ ...
ฉะนั้นถ้าทุกท่านซึ่งถือว่าเป็นผู้มีความคิดและมีอิทธิพล
มีพลังที่จะทำให้ผู้อื่น ซึ่งมีความคิดเหมือนกัน
ช่วยกันรักษาส่วนรวมให้อยู่ดีกินดีพอสมควร ขออย่าพอควร
พออยู่พอกิน มีความสงบ ไม่ให้คนอื่นมาแย่งคุณสมบัตินี้จากเราไปได้
ก็จะเป็นของขวัญวันเกิดที่ถาวรที่จะมีคุณค่าอยู่ตลอดกาล "

พระราชดำรัสเนื่องในโอกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษา 23 ธันวาคม 2542

กล่าวโดยสรุป คือ แนวคิดของระบบเศรษฐกิจแบบพอเพียงที่มีสาระสำคัญดังกล่าวข้างต้นนั้น น่าจะนำมาใช้เป็นแบบอย่างของการพัฒนาประเทศไทยในระยะต่อไป แม้ว่าวิกฤตเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในขณะนี้อาจจะเป็นสิ่งที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้แต่ผลกระทบต่าง ๆ จะไม่รุนแรงมากนักถ้าหากทุกภาคส่วนของสังคมมีการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจโดยยึดหลักความพอดี

กับศักยภาพของตนเอง บนพื้นฐานของการพึ่งพาตนเอง รวมทั้งมีความเอื้ออาทรต่อคนอื่น ๆ ในสังคมเป็นประการสำคัญ ถึงแม้ว่าข้อคิดทั้งหมดจะมุ่งเน้นไปสู่กลุ่มเกษตรกร หรือผู้มีที่ดินทั้งหลาย แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าทุกคนจะต้องกลับไปสู่ภาคเกษตรหมด ซึ่งเป็นไปไม่ได้ในสภาพความเป็นจริง สำหรับคนอยู่นอกภาคการเกษตรนั้น เศรษฐกิจพอเพียงก็จะต้องถูกนำมาใช้เป็นหลักในการดำเนินชีวิต เพราะเศรษฐกิจพอเพียงเป็นปรัชญา เป็นแนวปฏิบัติตน ไม่ว่าจะอยู่ในกิจกรรม อาชีพใด ก็ต้องยึดวิถีชีวิตไทย อยู่แต่พอดี อย่าฟุ้งเฟ้ออย่างไร้ประโยชน์ อย่ายึดวัตถุเป็นที่ตั้ง ยึดเส้นทางสายกลาง อยู่กินตามฐานะ ใช้สติปัญญาในการดำรงชีวิต จำเริญเติบโต อย่างค่อยเป็นค่อยไป อย่าให้หลักการลงทุนเชิงการพนัน ซึ่งตั้งอยู่บนความเสี่ยง ทุ่มเงินมาลงทุนโดยหวังรวยอย่างรวดเร็ว แล้วก็ไปสู่ความล้มละลายในที่สุด ตั้งอยู่บนหลักของ "รู้จักสามัคคี" ใช้สติปัญญาปกป้องตนเองไม่ให้หลงกระแสโลกาภิวัตน์ โดยไม่รู้ถึงเหตุและผลตาม สภาพแวดล้อมของไทย ให้รู้จัก แยกแยะสิ่งดี สิ่งเลว สิ่งที่เป็นประโยชน์ ตามสภาพความเป็นจริงของบ้านเมืองของเราเป็นที่ตั้ง ให้มีความรัก ความเมตตา ที่จะช่วยเหลือสังคมให้รอดพ้นจากภัยพิบัติ และรวมพลังกันด้วยความสามัคคีเป็นหมู่เหล่า ขจัดข้อขัดแย้งไปสู่ความประนีประนอม รักษาผลประโยชน์ส่วนรวมเป็นที่ตั้ง

จากแนวคิดเกี่ยวกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในข้างต้น สามารถนำมาใช้ในเป็นกรอบในการวิจัยในครั้งนี้ โดยมุ่งศึกษาในประเด็นด้านการออม ในด้านความพอประมาณของนักเรียนใน 2 โรงเรียน ซึ่งได้แก่ โรงเรียนจุฬารัตนราชวิทยาลัย จ.เพชรบุรี และ โรงเรียนโยธินบูรณะ จ.กรุงเทพมหานคร เป็นสำคัญ ซึ่งความพอประมาณในที่นี้ คือ ความพอดี ไม่มาก ไม่น้อยจนเกินไป มีน้อย ใช้น้อย มีมากก็ใช้มาก ไม่ใช่ตระหนี่ถี่เหนียวจนเกินเหตุ สอนให้นักเรียนได้ใช้จ่ายให้เหมาะสมตามอัตตภาพ รู้จักประมาณตน หรือจะทำกิจกรรมใด ก็ให้พอเหมาะพอควรกับศักยภาพของตน ตามทรัพยากรหรือทุนทรัพย์ ที่มีอยู่ โดยในการดำเนินกิจกรรมกับโรงเรียนนั้น จะใช้ทรัพยากรของธนาคารและการมีส่วนร่วมของพนักงานเป็นสำคัญ

ส่วนที่ 6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กวินดา วัชรสิงห์ (2544) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารในการระดมทุนขององค์กรสาธารณประโยชน์ในการทำงานเพื่อสังคม พบว่า องค์กรสาธารณประโยชน์ในประเทศไทยเกิดขึ้นจากการเห็นความสำคัญ ของสภาพปัญหา และดำเนินการจัดตั้งโดยหน่วยงานภาครัฐ กลุ่มบุคคลต่าง ๆ ในสังคม และ การให้บสนับสนุนจากต่างประเทศ โดยในการดำเนินการจัดตั้งองค์กรสา

ธารณประโยชน์กลุ่ม แขนงนำมีการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ การพูดคุย การแสวงหาพันธมิตร การเรียนรู้ ร่วมกัน และการมีปฏิสัมพันธ์กับคนในชุมชน ผลการวิจัยพบว่ากลยุทธ์การสื่อสารในการระดมทุนขององค์กรสาธารณประโยชน์ในการ ทำงานเพื่อสังคมแบ่งได้เป็น 3 ระยะคือ (1) ระยะจัดตั้ง (2) ระยะดำเนินการและ (3) ระยะที่ได้รับการยอมรับ โดยกลยุทธ์ทางการสื่อสารในระยะที่มีการจัดตั้งประกอบด้วย การใช้หลักศาสนา การเชื่อมโยงกับสถาบันพระมหากษัตริย์ การใช้เครือข่ายคนรู้จัก การนำเสนอตนเองให้เป็นที่รู้จัก การใช้ของมีค่าหรือรางวัล และการใช้วิธีการขายตรง กลยุทธ์ทางการสื่อสารจะประกอบด้วย การใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับสื่อมวลชนการประสานพันธมิตรร่วม และการจัดระบบฐานข้อมูลเพื่อเผยแพร่ กลยุทธ์ทางการสื่อสารในระยะที่ได้รับการยอมรับประกอบด้วย การเน้นความเป็นแม่แบบหรือ สถาบันหลัก และการใช้สื่อมวลชนผสมผสานกับสื่อบุคคล

กุลนรี แนวพนิช (2547) ศึกษาเรื่อง กระบวนการสื่อสารในการจัดการ "โครงการสะพานบุญ" ของวัดสวนแก้ว จังหวัดนนทบุรี พบว่า กระบวนการสื่อสารในการจัดการโครงการ มีเป้าหมายการสื่อสาร 6 เป้าหมายหลัก คือ (1) เพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร (2) เพื่อเชิญชวนให้บริจาคสิ่งของ (3) เพื่อเชิญชวนให้มาซื้อสินค้า (4) เพื่อเชิญชวนให้ผู้ด้อยโอกาสเข้ามารับความช่วยเหลือ (5) เพื่อขอใจผู้ที่น่าสงสารมาบริจาค (6) เพื่อควบคุมการดำเนินงานของสมาชิก โดยมีพระพยอม กัลยาโณ และมูลนิธิสวนแก้ว ทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร ให้แก่กลุ่มผู้รับสาร 3 กลุ่มคือ (1) สาธารณชน (2) กลุ่มเป้าหมายเฉพาะทั้งที่เป็นผู้ตอบรับโครงการและสมาชิกของโครงการ (3) เครือข่ายสาขาของโครงการ โดยพระพยอมใช้กลวิธีในการสื่อสารกับสาธารณชนผ่านการเทศน์ และการปฏิบัติให้เห็นจริง และมูลนิธิสวนแก้วจัดทำสื่อเฉพาะกิจ ส่วนการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะที่เป็นสมาชิกโครงการของพระพยอม ได้ใช้วิธีการประชุมกับคณะกรรมการและสมาชิก การเดินตรวจงานตามแผนก การเปิดโอกาสให้สมาชิกเข้าพูดคุย และการใช้สื่อในการควบคุมการทำงานหรือสั่งการ ส่วนการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะที่เป็นผู้ตอบรับโครงการของมูลนิธินั้น ได้ใช้วิธีการให้ข้อมูลหรือคำแนะนำ อำนวยความสะดวกแก่ผู้บริจาค ให้ข้อมูลแก่ผู้ที่ต้องการซื้อสินค้า และให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ด้อยโอกาส ส่วนการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะที่เป็นสมาชิกโครงการของมูลนิธิสวนแก้วนั้น ประกอบไปด้วยการสื่อสารเชิงสถานภาพส่วนตัว โดยสื่อสารแบบเป็นกันเอง ควบคุมดูแลกัน และอบรมสมาชิกให้มีจิตสำนึกต่อพระพยอม และการสื่อสารเพื่อการปฏิบัติงาน โดยไม่ถือระดับชั้น ตำแหน่งงาน ไม่ใช่อำนาจ พุดจาไพเราะ ใช้อารมณ์ขัน และการใช้น้ำเสียงและชี้แจงด้วยเหตุผล นอกจากนี้ ผลจากการสื่อสาร ได้ทำให้กลุ่มบุคคล 3 กลุ่มเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสาร ประกอบด้วย (1) สื่อมวลชน โดยโครงการให้การสัมภาษณ์ เขียนคอลัมน์ แจกเอกสาร

และเปิดโอกาสให้เข้าเยี่ยมชม (2) หน่วยงานต่างๆ โดยโครงการให้ความร่วมมือด้วยการไปบรรยาย และให้การต้อนรับ (3) ประชาชนทั่วไป โดยช่วยประชาสัมพันธ์ และเป็นหูเป็นตาให้กับโครงการ

ใจทิพย์ สอนดี (2543) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารในโครงการบวชป่าชุมชน ผลการวิจัยพบว่า 1. เนื้อหาและวิธีการนำเสนอสื่อพิธีกรรมในโครงการบวชป่าชุมชน ประกอบด้วย 2 ประเด็นหลัก คือ คนชุมชน อยู่ร่วมกับป่าได้ ซึ่งนำแนวคิดทางศาสนาและความเชื่อ วิธีการจัดการป่าด้วยองค์กรของชุมชน ผ่านการนำเสนอเนื้อหาด้วยวิธีการตามขั้นตอน ของสื่อพิธีกรรม การจัดการตามหลักกฎเกณฑ์ของชุมชน และการเฉลิมพระเกียรติ โดยเน้น การนำเสนอด้วยสื่อสัญลักษณ์แต่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว 2. การมีส่วนร่วมของประชาชนที่เข้าร่วมในโครงการปรากฏว่า ประชาชนมีส่วนร่วม ในฐานะผู้ปฏิบัติการในขั้นตอนต่างๆ ได้แก่ การเตรียมการ การดำเนินการ โดยกลุ่มองค์กร พัฒนาเอกชนมีบทบาทเป็นผู้ให้การสนับสนุนด้านต่างๆ เช่น ข้อมูลทางวิชาการ การจัดการ และหน่วยงานอื่นๆ ได้แก่ คณะกรรมการจากภาครัฐ นักวิชาการ องค์กรธุรกิจ พระสงฆ์ มีบทบาทเป็นผู้สนับสนุนในฐานะภาคีร่วมกันในการทำงาน 3. ปัจจัยการมีส่วนร่วม ประกอบด้วย ปัจจัยภายใน ได้แก่ ความเชื่อและความศรัทธา ความรู้สึกที่สอดคล้องตรงใจ และปัจจัยภายนอก ได้แก่ การเชิญชวน แรงกดดัน คุณลักษณะ เฉพาะของโครงการ

ดวงใจ เครือณรงค์ (2534) ศึกษา รูปแบบการสื่อสารที่ครูอาสาสมัครการศึกษาออกโรงเรียนใช้ในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการศึกษาออกโรงเรียน : กรณีศึกษา อำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า รูปแบบที่ครูอาสาสมัครฯ ใช้แจ้งข่าวสารในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการศึกษาออกโรงเรียน แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะคือ ในการแจ้งข่าวสารกิจกรรมการศึกษาออกโรงเรียน ไปสู่ชาวบ้าน ครูอาสาสมัครฯ ใช้การสื่อสารแบบ 2 ขั้นตอน และการชักชวนให้ชาวบ้านเข้าร่วมกิจกรรมการศึกษาออกโรงเรียน ครูอาสาสมัครฯ ใช้การสื่อสารแบบเผชิญหน้า สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ใช้หลายสื่อประสมกัน ส่วนมากจะใช้สื่อบุคคลและมีประสิทธิภาพมากที่สุดคือการที่ครูแจ้งข่าวสารด้วยตนเอง วิธีการที่ไม่ชอบมากที่สุดคือ การแจ้งข่าวสารทางโปสเตอร์และป้ายประกาศ และวิธีการแจ้งข่าวสารที่ต้องการมากที่สุดคือการแจ้งข่าวสารทางหอกระจายข่าวและครูแจ้งข่าวสารด้วยตนเอง และจากการทดสอบความสัมพันธ์ของลักษณะประชากรพบว่า เพศ อายุ และการศึกษามีความสัมพันธ์กับการเลือกรับสื่อ เพศมีความสัมพันธ์กับการเข้าร่วมกิจกรรมการ

ศึกษานอกโรงเรียน อายุและการศึกษามีความสัมพันธ์กับการได้รับความรู้จากครูอาสาสมัคร และความคิดเห็นเกี่ยวกับลักษณะของครูอาสาสมัครที่ต้องการ ด้วยเช่นกัน

ณรงค์ฤทธิ์ ดอนศรี (2543) ศึกษาเรื่อง การศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหา และความต้องการในการบริหารการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ ตามโครงการเศรษฐกิจพอเพียงในโรงเรียนสังกัดสำนักงานการประถมศึกษาจังหวัดชัยภูมิ พบว่า การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ตามโครงการเศรษฐกิจพอเพียงในโรงเรียนประถมศึกษา มีการปฏิบัติ และปัญหาในการปฏิบัติอยู่ในระดับ ปานกลาง ทั้งด้านการเตรียมการ การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ และการกำกับ ติดตาม และประเมินผล ความต้องการที่สำคัญในการบริหารกิจกรรมการเรียนรู้ตามโครงการนี้ได้แก่ การเตรียมความพร้อมด้านบุคลากร สถานที่ และงบประมาณ การพัฒนาหลักสูตรท้องถิ่น การบูรณาการโครงการเศรษฐกิจพอเพียงกับรายวิชาต่าง ๆ และการกำกับติดตาม ประเมินผล อย่างใกล้ชิดและสม่ำเสมอ

ประทีป พรหมสิทธิ์ (2544) ศึกษาเรื่อง การศึกษาวิเคราะห์เชิงปรัชญาเรื่องเศรษฐกิจพอเพียง พบว่า มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงในการพัฒนาสังคม เป็น แนวคิดเกี่ยวกับระบบเศรษฐกิจพอเพียง และเพื่อวิเคราะห์แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงตามแนว พระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช โดยศึกษาข้อมูลหัตถ์ถึยภูมิ และ ปฐมภูมิ การดำเนินชีวิตในสังคมมี 2 ระดับ คือระดับสามัญชนทั่วไป เป็นชีวิตของผู้ครองเรือน ต้องอยู่ในระเบียบของสังคม ยอมรับระบบเศรษฐกิจที่สังคมสร้างขึ้นด้วยความเข้าใจ ส่วน อีกระดับหนึ่งคือบรรพชิตที่ไม่ต้องดำเนินไปตามระบบแบบแผนเศรษฐกิจ เพราะไม่มีกิจกรรม ทางวัตถุ หากว่าจำเป็นไม่พึงคิดเป็นกำไรหรือขาดทุน มุ่งให้เป็นอยู่อย่างบริสุทธิ์ทางจิต วิญญาน และช่วยชี้แนะให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตโดยคุณธรรม จากการศึกษาแนวคิดเรื่องเศรษฐกิจพอเพียง ทราบว่าเป็นหลักจริยศาสตร์ในพุทธศาสนา คือหลักสันโดษ ซึ่งมีความหมายว่า ความพอดีพอเพียง พอประมาณ ไม่เบียดเบียนตนเองและ ผู้อื่น โดยพุทธศาสนายอมรับความสามารถของมนุษย์ซึ่งสามารถพัฒนาไปสู่เป้าหมายในการ แก้ปัญหาของมนุษย์และสังคมที่มีอยู่ได้ ด้วยการศึกษให้เข้าใจในชีวิต จิตใจของตนเอง และ ธรรมชาติสิ่งแวดล้อมอย่างเข้าใจ และเป็นขั้นตอนซึ่งจะทำให้การจัดการเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในการศึกษาวิเคราะห์เชิงปรัชญาพบว่า แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงเชิงปรัชญาตั้งอยู่บน 3 ทฤษฎี คือ ประสบการณ์นิยม ปฏิบัตินิยม และธรรมชาตินิยม หลักเศรษฐกิจพอเพียง ให้ความสัมพันธ์กับการแก้ไขปัญหาจากภายในสู่ภายนอกที่มุ่งเอา ขณะกิเลสที่มีอยู่ในจิตใจ คือความโลภ ความโกรธ ความหลง เน้นการมีปัญญารู้เท่าทันในการ แก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น และเป็นการพัฒนาตนเอง สังคม สิ่งแวดล้อมด้วยความสมดุล

เมื่อศึกษา แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงอย่างถ่องแท้แล้ว สามารถประยุกต์ใช้กับสังคม ชุมชนอื่นๆ ได้ ไม่ใช่แต่สังคมเกษตรกรรมเท่านั้น สามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นแก่ตนเองและสังคมได้ ด้วย ความ มีสติและมีปัญญา

สมบูรณ ศิริวัฒนะตระกูล (2540) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสาร และประสิทธิผล ของ โครงการประชาร่วมใจ ประหยัดไฟฟ้า ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย พบว่า กลยุทธ์การ ใช้สื่อ คือสื่อมวลชน อันได้แก่ โทรทัศน์ เป็นสื่อหลัก หนังสือพิมพ์ วิทยุ นิตยสาร เป็นสื่อรอง นอก จากนั้นยังมีสื่อสนับสนุนอื่นๆ อีก เช่น เอกสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ อีกทั้งกลยุทธ์ในการเปลี่ยนแปลง การตลาด โดย การเปลี่ยนอุปกรณ์ประหยัดไฟที่โครงการต้องการแนะนำ ให้ เป็นอุปกรณ์ประหยัด ไฟทั้งหมดโดยการชักจูง และขอความร่วมมือ จากผู้และนำเข้าอุปกรณ์ไฟฟ้า โดยการไฟฟ้าฝ่าย ผลิตแห่งประเทศไทย เป็นผู้เปิดตลาด จัดช่องทางการจัดจำหน่าย และจัดกิจกรรม ส่งเสริมการ ตลาด ซึ่งกิจกรรมการณรงค์ทั้งหลายนี้เพื่อสร้าง ความรู้ ทักษะที่ดี ต่อการประหยัดพลังงานไฟ ฟ้า และแนะนำ แนวทางการปฏิบัติเพื่อการมีส่วนร่วมในการประหยัดพลังงานไฟฟ้า ผลจากการ ศึกษาถึงประสิทธิผลของโครงการพบว่า กลุ่ม ตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการใน ระดับสูงจาก โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วิทยุ นิตยสาร และสื่อบุคคลตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ และรายได้แตกต่างกัน มีการเปิดรับ ข่าวสารเกี่ยวกับโครงการจากโทรทัศน์แตกต่างกัน ส่วนกลุ่ม ตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ โครงการจากวิทยุแตกต่างกัน แต่ไม่พบ ความแตกต่างของ พฤติกรรมการเปิดรับสารในกลุ่มตัวอย่างที่มี อาชีพ และการ ศึกษาที่แตกต่างกัน โดยผลของการเปิดรับข่าวสารของโครงการนั้น มีความสัมพันธ์ต่อระดับความรู้ในระดับสูง มี ทักษะที่ดี และมี ระดับการมีส่วนร่วมในระดับที่สูง โดยความรู้และทักษะดีมีความ สัมพันธ์ต่อ การมีส่วนร่วม

สมศักดิ์ ลาดี (2543) ศึกษาเรื่อง การศึกษาการดำเนินงานโครงการเศรษฐกิจพอเพียงใน โรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงาน การประถมศึกษาจังหวัดอุดรธานี ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพทั่วไปของโรงเรียนประถมศึกษาส่วนใหญ่เป็นโรงเรียนขนาดกลางที่จัด การศึกษา 3 ระดับ เป็นโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา มีพื้นที่ระหว่าง 21-30 ไร่ มีพื้นที่และแหล่งน้ำเพื่อทำการ เกษตร 2) ผลการดำเนินงานมีการปฏิบัติอยู่ในระดับ ปานกลาง ได้แก่ การให้ชุมชน เข้ามามีส่วน ร่วมในการดำเนินงาน และการหาแหล่งงบประมาณสนับสนุนโครงการ ส่วนการ วางแผนงานวิชา การ และการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนมีการปฏิบัติอยู่ในระดับ มาก 3) ปัญหาการดำเนินงาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง คือ ด้านการใช้ทรัพยากร ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ด้านการ

หาแหล่งงบประมาณสนับสนุนโครงการ และด้านการให้ ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงาน ยกเว้นด้านการวางแผนงานวิชาการ และการจัด กิจกรรมการเรียนรู้ การสอนมีปัญหาในระดับน้อย 4) โรงเรียนต้องการให้มีการวางแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ ครูมีความรู้ ความเข้าใจเรื่อง เศรษฐกิจพอเพียง การได้รับงบประมาณสนับสนุนอย่างเพียงพอ และ ผู้ปกครองเห็นความสำคัญ และสนับสนุนให้นักเรียนเข้าร่วมกิจกรรม

อรสุดา เจริญรัต (2542) ศึกษาเรื่อง การเกิดขึ้น การดำรงอยู่และการปรับตัวของ เศรษฐกิจพอเพียง ภายใต้การเปลี่ยนแปลง ของสังคมไทย พบว่า เงื่อนไขสำคัญที่สุดของการเกิดขึ้น การดำรงอยู่และการปรับตัวของ เศรษฐกิจพอเพียงก็คือ การที่ชุมชนหรือหมู่บ้านยังคงมีอำนาจ ในการควบคุมดูแลจัดการทรัพยากร ต่างๆ ของตนเอง อำนาจดังกล่าวนับเป็นรากฐานสำคัญที่นำไปสู่การสร้างและพัฒนาระบบการ จัดการที่มีประสิทธิภาพสำหรับการดำรงชีวิตด้านต่างๆ ในรูปแบบบรรทัดฐานของหมู่บ้านที่ ปรากฏอยู่ในจารีตประเพณี วัฒนธรรม ความเชื่อ หรือพิธีกรรม ซึ่งเป็นผลเชื่อมโยงจากอิทธิพล ของโลกทัศน์และระบบคุณค่าของชุมชน ปัจจัยดังกล่าวนี้เป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้เศรษฐกิจ พอเพียงสามารถปรับตัวไปตามบริบทสังคมที่เปลี่ยนผ่านจากสังคม ประเพณีเข้าสู่สังคมทันสมัย ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ข้อมูลจากการศึกษาพบว่า เมื่อหมู่บ้านต้อง ประสบกับการเปลี่ยนแปลงจากความทันสมัย ต่างๆ เช่น การที่มีถนนตัดผ่านเข้ามา การมี สาธารณูปโภคที่สะดวกสบาย หรือการเข้ามาแทรกแซง ของอำนาจรัฐ รวมทั้งระบบทุนนิยมการค้า ที่มีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างสังคมหลายด้าน ทำให้อำนาจในการจัดการทรัพยากร ของชุมชนต้องถูกกระทบกระเทือน ผลที่เกิดขึ้นก็คือ บรรทัดฐาน ที่เคยมีบทบาทในการกำหนดและ ควบคุมกิจกรรมทางเศรษฐกิจเหล่านี้ไว้ จำเป็นต้องปรับตัวไปภายใต้ การจัดระเบียบสังคมใหม่ที่มี ลักษณะแตกต่างไปจากเดิม เป็นต้นว่า การสร้างบรรทัดฐานแบบพึ่งพา อาศัยกัน (Norms of Reciprocal) และการสร้างเครือข่ายที่ทำให้บุคคลมาสัมพันธ์กันในเรื่องเกี่ยวกับ ชุมชน (Networks of Civic Engagement) ขึ้นมา เพื่อสนับสนุนและทดแทนความสัมพันธ์แบบพึ่งพา ในระบบเครือญาติที่มีบทบาทน้อยลงเมื่อเทียบกับในอดีต ดังนั้น จึงพบว่าภายในหมู่บ้านได้เกิด การรวมกลุ่มกัน ในรูปแบบต่างๆ ทั้งคณะกรรมการป่าชุมชน กลุ่มเกษตรนิเวศ กลุ่มทอผ้า กลุ่ม ธนาคารข้าว รวมทั้ง กลุ่มออมทรัพย์ ภายใต้ระบบการจัดการรูปแบบใหม่ที่เกิดจากความร่วมมือ ทั้งกับหน่วยงานรัฐ สถาบันการศึกษา องค์กรพัฒนาเอกชนหรือแม้กระทั่งองค์กรระหว่างประเทศ เพื่อสร้างศักยภาพ ในการปรับตัวโดยระดมหลากหลายทรัพยากร ไม่ว่าจะเป็น ความรู้ ทุน เทคโนโลยี ฯลฯ จากแหล่ง ต่างๆ นำมาสร้างกระบวนการเรียนรู้ใหม่ร่วมกันของชุมชนที่มีได้ตัดตอนจากภูมิปัญญา เดิม แต่ กลับได้นำความรู้สมัยใหม่มาบูรณาการกันได้อย่างเหมาะสม ปัจจัยเหล่านี้เป็นเงื่อนไข สำคัญที่ทำให้

ให้เศรษฐกิจพอเพียงยังคงสามารถดำรงอยู่ในชุมชนท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของ บริบทแวดล้อมได้อย่างยั่งยืนตลอดมา อย่างไรก็ตาม แม้ว่ากระบวนการปรับตัวเพื่อดำรงอยู่ของเศรษฐกิจพอเพียง จะมีได้อยู่บน เส้นทางที่ราบรื่นปราศจากอุปสรรคและปัญหาใดๆ ตรงกันข้ามกลับพบว่ายังคงมีอุปสรรคและ ปัญหานานัปการที่ชาวบ้านจะต้องร่วมกันเรียนรู้เพื่อพัฒนาวิธีการต่อสู้และเอาชนะปัญหาเหล่านี้ ต่อไป รัฐในฐานะเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการช่วยเหลือและสนับสนุนชุมชนเหล่านี้ สามารถส่งเสริม และพัฒนาศักยภาพดังกล่าวได้โดยการกำหนดนโยบายที่เอื้อต่อการกระจายอำนาจจากส่วนกลาง ให้มากขึ้น พร้อมๆ ไปด้วยกับการช่วยเหลือและสนับสนุนให้ชุมชนสามารถพัฒนาความเข้มแข็งของ ตนเองด้วยการสร้างกระบวนการเรียนรู้ที่หลากหลายร่วมกัน ตามแต่สภาพปัญหาของแต่ละพื้นที่ ซึ่งกิจกรรมต่างๆ ดังกล่าวนี้มีความจำเป็นที่จะต้องพัฒนาให้เกิดขึ้นบนความสัมพันธ์ที่อยู่บน พื้นฐานของทุนทางสังคม (Social Capital) ของชุมชนนั่นเอง

เอกรัชฎ์ ทองบุญชุม (2544) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารโครงการประหยัดไฟ กำไร 2 ต่อ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มผู้ส่งสารมีการแบ่งช่วงของการสื่อสารออกเป็น 4 ช่วง ได้แก่ ช่วงก่อนเริ่มโครงการ ช่วงเปิดตัวโครงการ ช่วงดำเนินโครงการ และช่วงสร้าง กระแสต่อเนื่อง โดยในแต่ละช่วงนั้น กลุ่มผู้ส่งสารได้ใช้กลยุทธ์การสื่อสารที่หลากหลาย เพื่อการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในวงกว้าง แบ่งได้เป็นสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ อาทิ ภาพยนตร์โฆษณา สื่อสิ่งพิมพ์ (Print Ad) คู่มือประหยัดไฟ และสื่อเพื่อการ รณรงค์ อันได้แก่สื่อบุคคล ซึ่งกลุ่มของสื่อบุคคลนั้นนับว่ามีบทบาทสำคัญในการเข้าถึง กลุ่มเป้าหมายอย่างใกล้ชิดด้วยการใช้กลยุทธ์การสื่อสารแบบโต้ตอบ (Interactive) และการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ ทั้งนี้ ในประเด็นการวางกลยุทธ์และประสิทธิภาพของสื่อภาพยนตร์ประชาสัมพันธ์ ของโครงการพบว่า ยังไม่สามารถประเมินได้อย่างชัดเจนว่ามีผลต่อเรื่องทัศนคติของกลุ่ม เป้าหมายหรือไม่ ทำให้เกิดเป็นข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไปว่า ควรมีการศึกษา ในประเด็นดังกล่าวเพื่อความครบถ้วนในการวิเคราะห์เพื่อวางแผนโครงการช่วงต่อไป