**บทที่ 2**

**การทบทวนวรรณกรรม**

 การวิจัยเรื่อง การประยุกต์ใช้ Social Media เพื่อส่งเสริมการอบรม “ชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพครู TM-PLC ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

 1. ศูนย์การเรียนรู้ไอซีทีชุมชน

 2. ชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพ PLC

 3. สื่อสังคม (Social Media)

 4. หลักการรับรู้ความสามารถของตนเอง

 5. หลักการวัดความพึงพอใจ

 6. หลักการประชาสัมพันธ์

 7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

**2.1 ศูนย์การเรียนรู้ไอซีทีชุมชน**

ศูนย์การเรียนรู้ไอซีทีชุมชน เป็นหน่วยงานในกำกับของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม เพื่อให้เป็นศูนย์กลางในการศึกษาและวิจัยเพื่อพัฒนาหลักสูตรอบรมและดำเนินการอบรมร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสมส่งเสริมการเรียนรู้ของนักเรียนและชุมชน และส่งเสริมการพัฒนาเนื้อหาสาระ สื่อและกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อยกระดับการเรียนรู้ของนักเรียน ชุมชน ประชาชน เยาวชน ครูและบุคลากรทางการศึกษา คณะกรรมการบริหารศูนย์เป็นคณะกรรมการที่มาจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน โดยเฉพาะหน่วยงานในพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม กาฬสินธุ์ ร้อยเอ็ด และขอนแก่น ทั้งที่เป็นครู บุคลากรทางการศึกษา ผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาและศึกษานิเทศก์

 ในปี พ.ศ. 2560 ศูนย์การเรียนรู้ไอซีทีชุมชน ได้นำเสนอหลักสูตรอบรมครูสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ในโครงการ “คูปองครู” และได้รับความเห็นชอบจำนวน 4 หลักสูตร ดังนี้

 1. รหัสหลักสูตร : 60982984 ชื่อหลักสูตร: การวิเคราะห์บริบทและความต้องการเพื่อวางแผนพัฒนาผู้เรียนผ่านเครือข่ายชุมชนแห่งการเรียนรู้ : RMU-PLC

 2. รหัสหลักสูตร : 60982985 ชื่อหลักสูตร: การวางแผนการออกแบบและพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้โดยประยุกต์ใช้ไอซีที

 3. รหัสหลักสูตร : 60982988 ชื่อหลักสูตร: การวิเคราะห์และสรุปผลการทดลองใช้เครื่องมือ/สื่อ/กิจกรรมการเรียนรู้และจัดทำรายงานสอดคล้องกับการศึกษา

 4. รหัสหลักสูตร : 60982989 ชื่อหลักสูตร: การทำผลงานการพัฒนาสื่อ/กิจกรรมการเรียนรู้สู่การเผยแพร่ในรูปแบบบทความวิชาการหรือวีดิทัศน์

 ซึ่งทั้ง 4 หลักสูตรเป็นหลักสูตรที่มุ่งเน้นการพัฒนาครูประยุกต์ใช้ไอซีทียกระดับการเรียนรู้สู่วิทยฐานะ นำสู่การพัฒนาสื่อหรือกิจกรรมการเรียนรู้ ที่มุ่งเน้นการพัฒนาผู้เรียนเชิงประจักษ์ตรงตามบริบทของสถานศึกษา บริบทปัญหา หรือความต้องการของครู ที่สอดคล้องกับนโยบายภาครัฐและ สพฐ. โดยผลงานเชิงประจักษ์จากการอบรมและพัฒนาครูทุกคนและทุกหลักสูตร จะได้รับการคัดเลือกในกระบวนการพัฒนาผลงานแนวปฏิบัติที่ดี หรือ Good Practice นำสู่การนำเสนอ ในงานประชุมวิชาการ NCTIM ที่จัดโดยคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามร่วมกับ สพฐ. สวทช. และเครือข่าย 10 มหาวิทยาลัย พร้อมกับนำเผยแพร่ผลงานผ่านเครือข่ายชุมชนการเรียนรู้ RMU-PLC เพื่อให้ครูและผู้สนใจทั่วไปได้ศึกษาเรียนรู้ รวมทั้งครูที่ผ่านการอบรม หากสนใจพัฒนาต่อยอดผลงานจะได้รับคำแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิและทีมงาน ในการส่งเสริมการพัฒนาต่อยอดในรูปแบบ การวิจัยและขยายผลการพัฒนาต่อยอดสู่การพัฒนาผู้เรียน หรือการขยายผลแบบทำวิจัยเพื่อการศึกษาต่อในระดับปริญญาโท หรือระดับปริญญาเอก ในสาขาการจัดการเทคโนโลยี คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่มุ่งเน้นการจัดการเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับการบริบท โดยผสานกับงานประจำด้วยกระบวนการแบบบูรณาการ

 ในปี พ.ศ. 2561 ศูนย์การเรียนรู้ไอซีทีชุมชน ได้รับการรับรองหลักสูตรการพัฒนาครูในด้านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ตามนโยบายของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (ฉบับเพิ่มเติม) ลงวันที่ 23 มีนาคม พ.ศ. 2561 จำนวน 2 หลักสูตร คือ รหัสหลักสูตร 613012010 ชื่อหลักสูตรการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษา และรหัสหลักสูตร 613102005 ชื่อหลักสูตรการประยุกต์ใช้ไอซีทีในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบโครงงาน

**2.2 ชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพ PLC**

 ชุมชนการเรียนรู้ ทางวิชาชีพ (Professional Learning Community : PLC) เป็นการรวมตัวกันเป็นกลุ่มของครูผู้สอนเพื่อร่วมมือรวมพลัง เรียนรู้ร่วมกันและสะท้อนผลการปฏิบัติอย่าง เป็นระบบและต่อเนื่อง โดยมีเป้าหมายหลักคือเพื่อให้เกิดการปรับปรุงพัฒนาการจัดการเรียนการสอน พัฒนาการเรียนรู้และพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียน

 **2.2.1 ความหมายของชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพ**

 จากการศึกษาเอกสารพบว่า คำว่า ชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (Professional

Learning Community : PLC) นั้น ยังไม่มีการให้คำนิยามที่เป็นสากล (Universal Definition) แม้ว่า Richard Du Four ผู้ได้รับยกย่องว่าเป็น “บิดาของ PLC” เริ่มทำงานวิจัยพัฒนาและส่งเสริมเรื่องชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพ มาตั้งแต่ ค.ศ.1998 (พ.ศ. 2541) และตอนนี้ชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพได้แพร่ขยายไปทั่วสหรัฐอเมริกา รวมทั้งประเทศอื่น ๆ ที่ต้องการพัฒนาคุณภาพของการศึกษาของประเทศ เช่น สิงคโปร์ (วิจารณ์ พาณิช, 2555, น. 139) และมีนักการศึกษาได้พยายามศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความเป็นชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพมาอย่างต่อเนื่อง แต่ก็ยังไม่สามารถนิยามคำนี้ได้อย่างชัดเจน ปัจจุบันจึงได้มีผู้ตีความ คำว่า ชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพ ในบริบทที่แตกต่างกันเป็น 2 ลักษณะ (Burkley and Hicks, 2005) คือ 1) มุ่งเน้นศึกษากลุ่มย่อยในโรงเรียน (Subgroup Within School) 2) มุ่งเน้นการศึกษาทั้งโรงเรียนหรือในภาพรวมของโรงเรียน (School Wide Community) ซึ่งในลักษณะนี้จะสอดคล้องกับแนวคิดกลุ่มศึกษาทั้งคณะ (Whole - faculty Study Group : WFSG) ของ Murphy and Dale (2005) ที่ดำเนินการศึกษาและพัฒนากระบวนการที่เกิดขึ้นในระบบโรงเรียนทั้งหมด โดยกล่าวว่า “กลุ่มศึกษาทั้งคณะเปรียบเสมือนชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพย่อย ๆ”แม้ว่าในปัจจุบันยังไม่มีคำนิยามและคำจำกัดความเกี่ยวกับชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพ หรือPLC ที่ชัดเจน และอาจมีการตีความในบริบทที่แตกต่างกัน แต่พบว่า นักการศึกษาได้อธิบายลักษณะของชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพ ไว้อย่างสอดคล้องกัน อาทิ McLaughlin and Talbert (2006) ให้คำนิยามว่าชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพเป็นการร่วมมือรวมพลังของครูในการทำงานเพื่อสะท้อนผลการปฏิบัติ และการตรวจสอบหลักฐานที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างการปฏิบัติงานของครูผู้สอนและผลการเรียนรู้ของผู้เรียนเพื่อช่วยให้เกิดการปรับปรุงพัฒนาการเรียนการสอนโดยเฉพาะอย่างยิ่งภายในชั้นเรียน

 **2.2.2 คุณลักษณะสำคัญที่ทำให้เกิดชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพ**

 ในการกล่าวว่าโรงเรียนใดมี PLC นั้นนอกจากจะต้องประกอบด้วยสมาชิกซึ่งเป็นกลุ่มบุคคลดังที่ กล่าวไปแล้วนั้น การรวมตัวกันของสมาชิกชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพยังต้องประกอบด้วยคุณลักษณะ สำคัญ โดยมีการกล่าวถึงคุณลักษณะสำคัญที่จะทำให้เกิด PLC ไว้อย่างหลากหลาย อย่างไรก็ตาม สามารถสรุปคุณลักษณะสำคัญที่สำคัญที่ทำให้เกิด PLC ได้ 5 ประการ คือ (Martin, 2011, Hord, Roussin and Sommers, 2010, Annenberg Institute for School Reform, 2013, Richard DuFour, 2007)

 2.2.2.1 การมีบรรทัดฐานและค่านิยมร่วมกัน (Shared Values and Vision) สมาชิกใน ชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพต้องมีบรรทัดฐานและค่านิยมร่วมกัน ซึ่งเป็นหลักการพื้นฐานสำคัญ เนื่องจากการมีพันธกิจที่ชัดเจนร่วมกันจะเป็นพื้นฐานที่สำคัญสำหรับการพัฒนาเป็นชุมชนการเรียนรู้ หรือ Learning Community ในโรงเรียน ดังนั้นครูผู้สอนที่เป็นสมาชิกใน PLC จึงต้องมีบรรทัดฐาน ค่านิยม และความเชื่อเกี่ยวกับการจัดการเรียนรู้ร่วมกัน

 2.2.2.2 การร่วมกันรับผิดชอบต่อการเรียนรู้ของนักเรียน (Collective Responsibility for Students Learning) ผลการเรียนรู้ที่ต้องการให้เกิดขึ้นในตัวนักเรียนนั้นย่อมต้องอาศัยแนวทางและกล ยุทธ์ที่หลากหลาย โดยสิ่งเหล่านี้จะเกิดขึ้นได้จากความคาดหวังที่ครูผู้สอนมีต่อนักเรียนในระดับสูง และอยู่บนฐานความเชื่อที่ว่านักเรียนทุกคนสามารถเรียนรู้ได้ซึ่งเป็นการวางเป้าหมายเพื่อพัฒนาการ จัดการเรียนรู้และพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียน โดยเป็นการวางเป้าหมายร่วมกันของครูที่ เป็นสมาชิกในชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพทุกคน

 2.2.2.3 การสืบสอบเพื่อสะท้อนผลเชิงวิชาชีพ (Reflective Professional Inquiry) การพูดคุยสนทนากันระหว่างสมาชิกในชุมชนการเรียนรู้โดยเฉพาะอย่างยิ่งระหว่างครูผู้สอน ผู้เชี่ยวชาญ นักการศึกษาและผู้บริหารเกี่ยวกับการปฏิบัติงานสอนและการจัดการเรียนรู้เพื่อสะท้อน ผลการปฏิบัติรวมทั้งร่วมกันเสนอแนะแนวทางการปฏิบัติที่ช่วยให้การเรียนรู้ของนักเรียนเกิดได้ดีขึ้น ซึ่งการสะท้อนผลและการชี้แนะการปฏิบัติจะเป็นเครื่องมือหรือกลไกในการทบทวนประเด็นพื้นฐาน สำคัญที่จะก่อให้เกิดผลทางบวกต่อการเรียนการสอนและคุณภาพการจัดการศึกษาในโรงเรียน หรือ ช่วยพัฒนาการจัดการเรียนรู้และส่งผลให้นักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้น

 2.2.2.4 การร่วมมือรวมพลัง (Collaboration) ชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพให้ ความสำคัญกับการร่วมมือรวมพลังโดยการร่วมมือรวมพลังนี้จะต้องเป็นการร่วมมือรวมพลังของครูใน ภาพรวมทั้งหมดของโรงเรียน และสิ่งสำคัญของการร่วมมือรวมพลังในชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพ คือ การดำเนินกิจกรรมเพื่อมุ่งไปสู่ความสำเร็จภายใต้เป้าหมายเดียวกัน ทั้งนี้การร่วมมือรวมพลังจะให้ ความสำคัญกับความรู้สึกพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันของสมาชิกในชุมชนระหว่างการดำเนินกิจกรรม เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ เช่น เกิดการแลกเปลี่ยนเทคนิคการสอน สื่อและแหล่งการเรียนรู้ และ แนวทางการจัดการเรียนรู้ต่าง ๆ

 2.2.2.5 การสนับสนุนการจัดลำดับโครงสร้างและความสัมพันธ์ของบุคลากร (Supportive Conditions Structural Arrangements and Collegial Relationships) การเตรียมพร้อมในด้านการ สนับสนุนให้บุคลากรหรือสมาชิกในชุมชนได้มีโอกาสสังเกตการสอน วิพากษ์วิจารณ์และสะท้อนการ ปฏิบัติงาน รวมทั้งการสอนของเพื่อนร่วมงานและของชุมชนการเรียนรู้เพื่อมุ่งเน้นกระบวนการเรียนรู้ ที่จะเกิดขึ้นในชุมชนและส่งเสริมผลสัมฤทธิ์ที่จะเกิดขึ้นในตัวผู้เรียนจะช่วยสนับสนุนให้เกิดชุมชนการ เรียนรู้ทางวิชาชีพได้อย่างสมบูรณ์ องค์ประกอบทั้ง
5 องค์ประกอบดังกล่าวข้างต้นไม่มีลักษณะเป็นลำดับขั้น (Hierarchy) แต่เป็น ลักษณะที่ใช้แบ่งแยกให้เห็นความแตกต่างระหว่าง PLC กับชุมชนหรือการรวมกลุ่มในโรงเรียนโดยทั่วไป นอกจากนี้Hord, Roussin and Sommers (2010) ได้อธิบายว่าชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพ ยังสามารถ พิจารณาได้ในอีกลักษณะ คือ นอกจากจะประกอบด้วยองค์ประกอบหลักทั้ง 5 ประการแล้ว องค์ประกอบ เหล่านี้ยังจัดเป็นองค์ประกอบภายนอกหรือกระบวนการที่ทำให้เกิดองค์ความรู้ซึ่งเป็นผลลัพธ์ที่สำคัญของ ชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพ โดยความสัมพันธ์ขององค์ประกอบที่กล่าวมาสรุปได้ว่าชุมชนการเรียนรู้ทาง วิชาชีพ จะประกอบด้วย 1) ส่วนที่เป็นผลลัพธ์ คือ องค์ความรู้ที่เกิดขึ้นจากการรวมกลุ่มและสมาชิกชุมชน การเรียนรู้ทางวิชาชีพสามารถนำความรู้ดังกล่าวไปประยุกต์ใช้และ 2) คุณลักษณะสำคัญที่ก่อให้เกิด องค์ความรู้โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวสามารถแสดงได้ดังแผนภาพ

 **2.2.3 การพัฒนาวิชาชีพครูโดยใช้ PLC**

 ชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพหรือ PLC ไม่ได้มุ่งเน้นเฉพาะการกระทำที่แสดงถึงการแบ่งปัน หรือการแลกเปลี่ยนของครู แต่มุ่งให้ความสำคัญในการสร้างวัฒนธรรมการทำงานร่วมกัน ความจริงใจ ของสมาชิก และการดำเนินการอย่างต่อเนื่องในโรงเรียน และมุ่งเน้นไปที่การสะท้อนผลการปฏิบัติ รวมทั้งร่วมกันเสนอแนะแนวทางการปฏิบัติเพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ของผู้เรียน โดยมีสมมติฐานคือ สิ่งที่ ครูทำร่วมกันนอกห้องเรียนในการวางแผน การออกแบบการจัดการเรียนรู้และการเตรียมการสอนมี ความสำคัญเท่า ๆ กับการจัดการเรียนรู้ในห้องเรียน และกระบวนการต่าง ๆ เหล่านี้สามารถปรับ โครงสร้างของโรงเรียน พัฒนาวิชาชีพครูและพัฒนาผลสัมฤทธิ์ของผู้เรียนได้ (Seashore, Anderson and Riedel, 2003) สอดคล้องกับนักการศึกษาอีกหลายท่านที่สรุปเกี่ยวกับคุณประโยชน์ของ PLC ไว้ ว่า ถึงแม้การสร้าง PLC ในโรงเรียนจะเป็นเรื่องยากแต่ทว่ากลับเป็นสิ่งที่ช่วยปรับปรุงการเรียนรู้ของ นักเรียนในโรงเรียนได้อย่างยั่งยืน (Louis, Kruse and Byrk, 1995, Newman and Wehlage, 1995, Hord, 1997, 2004, Olivier and Hipp, 2006, Rosenholtz, 1989, Sackney, Mitchell and Walker, 2005, Schmoker, 2006, อ้างถึงใน Hipp and Weber, 2008, Cranston, 2009) บทบาทของครูในชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลง และการจัดการศึกษา จะต้องเปลี่ยนจากการเน้นที่การสอนของครูเป็นเน้นที่การเรียนรู้ของนักเรียน และเปลี่ยนจากเน้นที่ การเรียนของแต่ละบุคคล (Individual Learning) มาเป็นเน้นที่การเรียนร่วมกันเป็นกลุ่ม (Team Learning) รวมทั้งเปลี่ยนจากการเรียนแบบเน้นการแข่งขันมาเป็นเน้นที่ความร่วมมือหรือช่วยเหลือ แบ่งปันกัน จึงถือเป็นการเรียนรู้ร่วมกันไปกับกระบวนการเรียนรู้ของครูผู้สอนและสมาชิกที่อยู่ใน ชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (วิจารณ์ พาณิช, 2555, น. 139) นอกจากนี้มีงานวิจัยจำนวนหนึ่งแสดงถึงผลที่เกิดจาก PLC ว่าสามารถช่วยส่งเสริมสมรรถนะการ สอนของครูได้ และช่วยให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้ได้ดียิ่งขึ้น รวมทั้งมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้น (Annenberg Institute for School Reform, 2013) เนื่องจากชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพที่ เข้มแข็งมีประโยชน์ต่อการดำเนินงานของโรงเรียนและเขตพื้นที่การศึกษาในการช่วยให้ครูมีความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาสาระที่ต้องจัดการเรียนรู้รวมทั้งรู้วิธีการและแนวทางในการจัดการเรียนรู้ที่ เหมาะสม มีความพึงพอใจในการทำงาน ปฏิบัติการสอนมากขึ้น จึงช่วยให้ผลสัมฤทธิ์ของผู้เรียนสูงขึ้น และชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพยังช่วยทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนทางโครงสร้างวัฒนธรรมการทำงาน ในโรงเรียน โดยครูรวมทั้งผู้บริหารมีโอกาสในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ผลที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติการ สอนในบรรยากาศที่เอื้อให้เกิดการพัฒนา โดยมีเป้าหมายหลักร่วมกัน คือเพื่อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ได้ดียิ่งขึ้น

 **2.2.4 การนำแนวคิด PLC ไปปฏิบัติในบริบทไทยในปัจจุบัน**

 ในปัจจุบันประเทศไทยมีการนำแนวคิด PLC ไปปฏิบัติมากขึ้น เช่น การสร้างชุมชนแห่งการ เรียนรู้ทางวิชาชีพครู โดยใช้กระบวนการชี้แนะ และการเป็นพี่เลี้ยง ซึ่งเป็นการพัฒนาครูประจำการใน ส านักงานเขตพื้นที่การศึกษา มัธยมศึกษา เขต 1 และ เขต 42 รวมทั้งสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษา จังหวัดตราด และระยอง เขต 2 โดยคณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ภายใต้ การประสานงานของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา เพื่อพัฒนาครูประจำการบนฐานโรงเรียนในขณะ ปฏิบัติการสอน หรือ การสร้างชุมชนการเรียนรู้ครูเพื่อศิษย์ ของมูลนิธิสดศรี-สฤษดิ์วงศ์ ซึ่งเป็นการ รวมตัวกันของสมาชิกครูที่มีความมุ่งมั่น มีอุดมการณ์และเป้าหมายร่วมกัน แม้จะมาจากสังกัดที่ แตกต่างกัน รวมทั้ง ชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพของโรงเรียนเพลินพัฒนา ที่นำวิธีการศึกษาผ่าน บทเรียนหรือ Lesson Study เข้ามาปรับใช้ เป็นเครื่องมือในการฝึกครูให้เรียนรู้ไปกับงาน ฝึกผู้เรียน ให้มีทักษะการเรียนรู้ และเกิดความเข้าใจในความคิดของตนเอง การเรียนรู้ร่วมกันของกลุ่มครูใน ชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพจึงก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน และช่วยให้ครูใหม่ได้เรียนรู้ แบบปฏิบัติที่ดีของครูรุ่นพี่ เป็นต้น การดำเนินการในลักษณะดังกล่าว พบว่า ครูจะต้องเกิดการตื่นตัวและร่วมมือกันเพื่อพัฒนาการ เรียนรู้ของผู้เรียนเป็นหลัก ตามบริบท ธรรมชาติการอยู่ร่วมกันแต่ละพื้นที่ นอกจากนั้น หน้าที่ของ ฝ่ายบริหารภายในสถานศึกษาจำเป็นต้องเปลี่ยนจากการบริหารจัดการ กำกับ ควบคุมดูแล เป็นผู้ที่ คอยสนับสนุนให้ครูตื่นตัว ช่วยสนับสนุนให้ครูเกิดการเรียนรู้ เพื่อขับเคลื่อนการทำงานที่สอดคล้องกับ วิชาชีพได้อย่างมีความสุข และเป็นการดำเนินการในลักษณะต่อเนื่องที่ไม่มีรูปแบบแน่ชัดตายตัว แต่ เป็นการดำเนินการที่สอดคล้องกับสภาพและบริบทของสถานศึกษาแต่ละแห่ง สถานศึกษาที่ดำเนินการตามแนวคิด PLC จะช่วยให้เกิดการรวมตัวกันเรียนรู้ของกลุ่มครู และมี บรรยากาศในการเรียนรู้ที่มีความเป็นกัลยาณมิตรและพึ่งพาอาศัยกัน จนเกิดเป็นวงจรการเรียนรู้และ พัฒนาตนเองของครูอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการทำงานที่มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันในลักษณะนี้จะช่วยให้ เกิดการมองเห็นงานของตนจากการเรียนรู้วิธีการทำงานของคนอื่นด้วย การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ใน ชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพจึงเป็นการปฏิวัติโครงสร้าง ระบบการทำงาน และวัฒนธรรมการทำงาน ในโรงเรียน จากระบบตัวใครตัวมัน มาเป็นระบบทีม หรือวัฒนธรรมรวมหมู่ (Collective Culture) โครงสร้างของระบบงาน ระบบการจัดการเรียนการสอนจะต้องปรับเปลี่ยนให้เอื้อต่อการช่วยกัน ดำเนินการช่วยเหลือนักเรียนที่เรียนช้าให้เรียนตามเพื่อนทัน โดยที่การช่วยเหลือนั้นทำเป็นทีม มี หลายฝ่ายเข้ามาร่วมมือกัน และทำอยู่ภายในเวลาปฏิบัติงานปกติของโรงเรียน ไม่ใช่สอนนอกเวลา ทำให้ชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพ หรือ PLC กลายเป็นวัฒนธรรมองค์กรที่ขับเคลื่อนคุณภาพของ ผลผลิตของโรงเรียน และสร้างสรรค์ให้โรงเรียนเป็นสถานที่ที่อยู่แล้วมีความสุข (Happy Workplace) ทั้งของนักเรียน ครู และผู้บริหาร แล้วดำเนินการต่อเนื่องยั่งยืนเป็นวงจรไม่รู้จบ ซึ่งก็คือโรงเรียนได้ พัฒนาขึ้นเป็นองค์กรเรียนรู้ (Learning Organization) (วิจารณ์ พานิช, 2555)

 จากการศึกษาค้นคว้า สรุปได้ว่า ชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพจะเปลี่ยนบรรยากาศของ “โรงเรียน” ช่วยให้สมาชิกอันได้แก่ ครูผู้สอน ผู้บริหาร นักการศึกษา และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คือ นักเรียนหรือแม้กระทั่งผู้ปกครองมี ความรู้สึกร่วมกันเป็นเจ้าของโรงเรียนหรือชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพอย่างเท่าเทียมกัน โดยมุ่งเน้นที่ การเรียนรู้ของผู้เรียนเป็นหลัก และเพื่อให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้และบรรลุวัตถุประสงค์ในการเรียนรู้ ครูผู้สอนรวมทั้งสมาชิกทุกคนในชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพจึงต้องร่วมกันคิดหาวิธีการใหม่ๆ ในการ จัดการเรียนรู้แล้วนำผลที่เกิดขึ้นมาปรึกษาหารือ หรือแลกเปลี่ยนเรียนรู้กัน โดยทุกคนมีความเชื่อมั่น ในตนเองและเชื่อมั่นซึ่งกันและกันว่า จะสามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้และสมาชิกทุกคนจะเกิดการ พัฒนาเนื่องจากคุณลักษณะสำคัญที่ช่วยให้เกิดเป็นชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพนั้น ครูผู้สอนรวมทั้ง สมาชิกในชุมชนจะต้องมีบรรทัดฐานและค่านิยมร่วมกัน รวมทั้งร่วมกันรับผิดชอบต่อการเรียนรู้ของ นักเรียน โดยกระบวนการที่สมาชิกทุกคนต้องดำเนินการคือการสืบสอบเพื่อสะท้อนผลเชิงวิชาชีพ ซึ่ง กระบวนการทุกอย่างต้องอาศัยการร่วมมือรวมพลังกัน และจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนด้านการ จัดลำดับโครงสร้างและความสัมพันธ์ของบุคลากรในโรงเรียนให้เอื้อต่อการวางแผนการจัดการเรียนรู้ร่วมกัน สามารถสังเกตและสืบสอบเพื่อสะท้อนผลเชิงวิชาชีพได้ชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพจึงเปรียบเสมือน เครื่องมือสำหรับให้ครูรวมตัวกันเป็นชุมชน (Community) และก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับ “ปฏิรูป” การเรียนรู้ เพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักเรียนรวมทั้งพัฒนาวิชาชีพครู

**2.3 สื่อสังคม (Social media)**

 แสงเดือน ผ่องพุฒ (2556, น. 1-19) กล่าวถึง รายละเอียดของสื่อสังคมออนไลน์ : แนวทางการนำมาประยุกต์ใช้ (Social Media : How to Application) ไว้ ดังรายละเอียดดังนี้

 สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เป็นรูปแบบการสื่อสารข้อมูลที่มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้อง โดยมีรูปแบบการสื่อสารที่หลากหลาย ทั้งในรูปแบบของการสร้างและการเผยแพร่ข้อมูล ปัจจุบันกระแสการใช้งานอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์ประเภทสมาร์ทโฟน และอุปกรณ์พกพา เช่น แท็บเล็ต ที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้มีการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มขึ้น

ตามไปด้วย ทำให้หน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน องค์กร หรือกลุ่มบุคคลได้นำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ประโยชน์ทั้งในการสื่อสารติดต่อกันภายในหน่วยงาน การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และการติดต่อสื่อสารกับประชาชนมากขึ้น

 **2.3.1 ความหมายและคุณลักษณะของสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)**

 สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เป็นส่วนหนึ่งของเทคโนโลยีที่เรียกว่า เว็บ 2.0 (Web 2.0) คือ เครื่องมือต่าง ๆ ที่ทำงานบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและเครือข่ายโทรศัพท์ เคลื่อนที่ที่อนุญาตให้แต่ละบุคคลเข้าถึง แลกเปลี่ยน สร้างเนื้อหา และสื่อสารกับบุคคลอื่น ๆ และการเข้าร่วมเครือข่ายออนไลน์ต่าง ๆ ซึ่งปัจจุบันบริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีการนำมาใช้ในการสื่อสารระหว่างบุคคลเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ หรือการสื่อสารของหน่วยงานราชการ ตลอดจนองค์กรต่าง ๆ (Williamson, Andy, 2013, p. 9)

 การสื่อสารของสื่อสังคมออนไลน์ มีลักษณะเป็นการสื่อสารแบบสองทาง ซึ่งมีคุณลักษณะที่สำคัญ กล่าวคือ 1) มีรูปแบบการทำงานในลักษณะออนไลน์ 2) สามารถที่จะใช้สร้างและเพิ่มเติมเนื้อหาได้

 สื่อสังคมออนไลน์สามารถที่จะใช้งานได้ผ่านเครื่องมือ อุปกรณ์การสื่อสารต่าง ๆ เช่นคอมพิวเตอร์ มือถือ แท็บเล็ต หรืออุปกรณ์อื่น ๆ ที่มีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตหรือเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ดังนั้น สื่อสังคมออนไลน์จึงเป็นช่องทางการสื่อสารอีกช่องทางหนึ่งที่หน่วยงานราชการจะนำมาใช้ในการติดต่อสื่อสารกับบุคคลต่าง ๆ ได้ สื่อสังคมออนไลน์ช่วยให้ผู้ใช้สามารถสื่อสารถึงกันได้ทันที และสามารถสื่อสารถึงกันแบบการสื่อสารสองทางได้ ทำให้มีการปฏิสัมพันธ์กันมากขึ้น

 **2.3.2 พัฒนาการและชนิดของสื่อสังคมออนไลน์**

 2.3.2.1 พัฒนาการของสื่อสังคมออนไลน์ นับแต่มีการพัฒนาเครือข่ายคอมพิวเตอร์ความเร็วสูงขึ้นในช่วงปลายทศวรรษ 1990 ทำให้เกิดเว็บไซต์ที่อนุญาตให้ผู้ใช้สร้างและนำเสนอเนื้อหาได้ด้วยตนเองบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมากขึ้น เช่น ในปี 1997 Six Degrees.com เป็นเว็บไซต์แรกที่เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่มีให้บริการ และตั้งแต่ปี 2002เป็นต้นมา ได้มีการสร้างและขยายจำนวนสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มมากขึ้น โดยมีทั้งสื่อสังคมออนไลน์ที่เปิดกว้างแก่ทุกกลุ่มเป้าหมายและเฉพาะกลุ่มผู้สนใจเฉพาะด้าน เช่น Friendster และ Hubculture ต้นทศวรรษ 2000 สื่อสังคมออนไลน์มีการขยายตัวการใช้งานหลากหลายมากขึ้น บางสื่อมีจำนวนผู้ใช้เป็นจำนวนเพิ่มมากขึ้น เช่น Facebook ในเดือนกันยายน 2556 พบว่า มีจำนวนผู้ใช้ทั่วโลก1.19 พันล้านคน Twitter เดือนกันยายน 2556

มีจำนวนผู้ใช้ มากกว่า 230 ล้านคน เป็นต้น(Facebook.com, 2013 และ twitter.com, 2013)ปัจจัยที่มีผลส่งให้มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพิ่มขึ้น คือ 1) ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี ทั้งการเพิ่มขีดความสามารถของเครือข่าย การปรับปรุง พัฒนาโปรแกรม รวมทั้งการพัฒนาขีดความสามารถของคอมพิวเตอร์ และมือถือให้มีประสิทธิภาพและการใช้งานได้หลากหลายขึ้น 2) ปัจจัยทางสังคม ที่เกิดจากกลุ่มวัยรุ่นที่มีการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เป็นจำนวนเพิ่มมากขึ้น 3) ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ การซื้ออุปกรณ์คอมพิวเตอร์และซอฟแวร์เพิ่มขึ้น เนื่องมาจากการพัฒนาด้านเทคโนโลยีที่ส่งผลให้อุปกรณ์ต่าง ๆ มีประสิทธิภาพมากขึ้น ในขณะที่ราคาถูกลง รวมทั้งการให้ความสนใจต่อการนำสื่อสังคมออนไลน์ไปใช้ในเชิงธุรกิจมากขึ้น (Dewing, Michael, 2013, p. 2)

 2.3.2.2 ชนิดของสื่อสังคมออนไลน์ สื่อสังคมออนไลน์มีหลายรูปแบบ ทั้งประเภทเครื่องมือ และการประยุกต์ใช้งานที่หลากหลาย ซึ่งอาจแบ่งได้ ดังนี้ (Williamson, Andy, 2013, p. 9)

**ตารางที่ 2.1**

*ชนิดของสื่อสังคมออนไลน์*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ชนิดของสื่อสังคมออนไลน์ | คำอธิบาย | ตัวอย่าง |
| เครือข่ายสังคม (Social Networking Site) ไมโครบล็อก (Micro - blog) | เป็นเว็บไซต์ที่บุคคลหรือ  หน่วยงานสามารถสร้างข้อมูล และเปลี่ยนข้อมูล (สถานะ ของตน) เผยแพร่รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว โดยที่ บุคคลอื่นสามารถเข้ามาแสดง ความชอบหรือส่งต่อ หรือ เผยแพร่ หรือแสดงความเห็น  โต้ตอบการ สนทนา หรือ แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมได้ | - Facebook- Badoo- Google+- Linkdin- Orkut |

*(ต่อ)*

**ตารางที่ 2.1** (ต่อ)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ชนิดของสื่อสังคมออนไลน์ | คำอธิบาย | ตัวอย่าง |
|  |  เป็นเว็บไซต์ที่ใช้เผยแพร่ ข้อมูลหรือข้อความสั้นใน เรื่องที่สนใจเฉพาะด้าน  รวมทั้งสามารถใช้ เครื่องหมาย # (Hashtag)  เพื่อเชื่อมต่อกับกลุ่มคนที่มี ความสนใจในเรื่องเดียวกันได้ | - Twitter- Blauk- Weibo- Tout- Tumblr |
| เว็บไซต์ที่ให้บริการแบ่งปันสื่อ  ออนไลน์ (Video and Photo  Sharing Website) | เป็นเว็บไซต์ที่ให้ผู้ใช้สามารถ ฝากหรือนำสื่อข้อมูล รูปภาพ  วีดีโอขึ้นเว็บไซต์เพื่อแบ่งปัน  แก่ผู้อื่น | - Flicker- Vimero- Youtube- Instagram- Pinterest |
| บล็อก ส่วนบุคคลและองค์กร  (Personal and Corporate Blogs) | เป็นเว็บไซต์ที่ผู้เขียนบันทึก เรื่องราวต่าง ๆ เสมือนเป็น บันทึกไดอารีออนไลน์  สามารถเขียนในลักษณะไม่ เป็นทางการและแก้ไขได้บ่อย  ซึ่งบล็อกสามารถใช้ได้ทั้งส่วน บุคคลและกลุ่ม หรือองค์กร | - Blogger- Wordpress- Bloggang- Exteen |
| บล็อกที่มีสื่อสิ่งพิมพ์เป็นเจ้าของ  เว็บไซต์ (Blogs Hosted by  Media Outlet) | เป็นเว็บไซต์ที่ใช้ในการนำเสนอ ข่าวสารของสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งมี ความเป็นทางการน้อยกว่าสื่อ สิ่งพิมพ์ แต่มีรูปแบบความ เป็นทางการมากกว่าบล็อก | theguardian.com เจ้าของคือหนังสือพิมพ์ The Gardian |
| วิกิ และพื้นที่สาธารณะของ กลุ่ม (Wikis and Online Collaborative Space) | เป็นเว็บไซต์ที่เป็นพื้นที่  สาธารณะออนไลน์เพื่อ รวบรวมข้อมูลและเอกสาร | - Wikipedia- Wikia |

*(ต่อ)*

**ตารางที่ 2.1** (ต่อ)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ชนิดของสื่อสังคมออนไลน์ | คำอธิบาย | ตัวอย่าง |
| กลุ่มหรือพื้นที่แสดงความคิดเห็น  (Forums, Discussion Board  and Group)เกมส์ออนไลน์ที่มีผู้เล่นหลายคน  (Online Multiplayer Gaming  Platform) | เป็นเว็บไซด์หรือกลุ่มจดหมาย อิเล็กทรอนิกส์ที่มีการแสดง ความเห็นหรือเสนอแนะมีทั้งที่ เป็นกลุ่มส่วนตัวและสาธารณะเป็นเว็บไซด์ที่เสนอรูปแบบการเล่น เกมส์ออนไลน์ผ่านเครือข่าย อินเทอร์เน็ต สามารถเล่นได้ คนเดียวหรือเป็นกลุ่ม | - Google Groups- Yahoo Groups- Pantip- Second life- World of Warcraft |
| ข้อความสั้น (Instant Messaging)  การแสดงตนว่าอยู่ ณ สถานที่ใด (Geo-spatial Tagging) | การรับส่งข้อความสั้นจากมือถือเป็น  การแสดงตำแหน่งที่อยู่พร้อม ความเห็นและรูปภาพในสื่อสังคม ออนไลน์ | - Facebook- Foursquare |

ทั้งนี้สื่อสังคมออนไลน์บางสื่อมีความสามารถและให้บริการการใช้มากกว่าหนึ่งอย่าง เช่น Facebook เป็นทั้งเครือข่ายสังคมออนไลน์และสามารถแบ่งปันรูปภาพ และภาพ เคลื่อนไหวด้วย หรือ Twitter ที่เป็นทั้งเครือข่ายสังคมออนไลน์และไมโครบล็อกและการแบ่งปันสถานะ เป็นต้น

 **2.3.3 ข้อดี – ข้อเสียของสื่อสังคมออนไลน์**

 ในการนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้อาจมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน แต่โดยรวมแล้วการนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้นั้น ส่วนใหญ่เพื่อเป็นการส่งเสริมแนวความคิด สนับสนุนและขยายวิธีการสื่อสาร และการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อเป็นการเผยแพร่ให้ทั่วถึงมากขึ้น และสร้างประสบการณ์ใหม่แก่ผู้ใช้มากขึ้น แต่การนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้นั้น มีทั้งข้อดีและข้อเสีย ดังนี้ (Williamson, Andy, 2013, pp. 9-10)

**ตารางที่ 2.2**

*ข้อดี – ข้อเสียของสื่อสังคมออนไลน์*

|  |  |
| --- | --- |
| ข้อดี | ข้อเสีย |
| 1. สามารถใช้สร้างเป็นพื้นที่ในการสนทนา/ สื่อสารแก่สาธารณะได้2. หน่วยงานหรือองค์กรต่างๆ สามารถเข้าไป  ใกล้ชิดกับสาธารณชนมากขึ้น3. สามารถสร้างความน่าเชื่อถือ และความ ไว้วางใจ4. สนับสนุนความโปร่งใส และธรรมาภิบาล5. สร้างโอกาสให้บุคคลหรือกลุ่มที่ 3 ใน การเข้ามามีส่วนร่วม และสนับสนุน เผยแพร่6. การส่งต่อข้อมูลในลักษณะทำซ้ำตัวเอง  เป็นทอดๆ (Viral Distribution) ทำให้มี  การกระจายข้อมูลอย่างรวดเร็ว7. ลดต้นทุนการดำเนินการ8. ช่วยให้เข้าใจความคิดเห็นของประชาชน ได้มากขึ้น9. สามารถติดตามความ เคลื่อนไหวได้ ตลอดเวลา | 1. มารยาท และรูปแบบการใช้งานแตกต่าง จากสื่อรูปแบบอื่น2. มีความเสี่ยงของความไม่แท้จริง การหลอกลวง  ความซื่อสัตย์ และความไม่โปร่งใสในการใช้งาน3. มีศักยภาพในการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และอยู่เหนือการควบคุมของเจ้าของ4. การหาเครือข่ายใหม่ การสร้างเรื่องใหม่ ๆ เป็นเรื่องยากที่จะคาดเดาได้ ว่าจะมีจำนวน ผู้ใช้เท่าใดและไม่มีการรับรองผลว่าการ สื่อสารจะเกิดขึ้นและส่งสารไปยังผู้รับสื่อ5. สื่อสังคมออนไลน์ไม่ใช่ทางลัดที่มีประสิทธิภาพเพียงอย่างเดียว แต่ยังต้องนำสื่อหลักและหลักการสื่อสารที่ดีมาใช้ควบคู่กันไป |
| 10. ลดเวลาที่จะได้รับข้อมูลข่าวสารลง11. สามารถที่จะนำมาเป็นส่วนหนึ่งของกล ยุทธ์ในการสื่อสาร และเป็นสื่อกลางใน การขยายการเข้าถึงข้อมูล ข่าวสาร และ เผยแพร่ข่าวสาร |  |

**2.4 หลักการรับรู้ความสามารถของตนเอง**

**2.4.1 ความหมายของการรับรู้ความสามารถของตนเอง**

 Bandura (1986,1997) อธิบายว่าการรับรู้ความสามารถของตนเอง หมายถึง

การตัดสินความสามารถของตนเอง ต่อการจัดการและแสดงผลพฤติกรรมของบุคคล เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ นอกจากนี้ยังอธิบายเพิ่มเติมว่า การรับรู้ถึงความสามารถของตนเองเป็นตัวแปรทางจิตวิทยาที่สำคัญอันแสดงถึงการเลือกที่จะใช้ความพยายามกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งของบุคคล ระดับความรับรู้ความสามารถของตนเองมีผลต่อการกระทำและความย่อท้อต่อความล้มเหลวของบุคคล นอกจากนี้ยังส่งผลต่อรูปแบบความคิดและปฏิกิริยาทางอารมณ์ ในการมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมรอบตัวของแต่ละบุคคลอีกด้วย

 Berry (1987, p. 188) ได้ให้ความหมายของการรับรู้ความสามารถของตนเองว่า เป็นความสามารถของบุคคลในการกระทำที่จะจัดการกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการ โดยบุคคลรับรู้ว่าตนเองมีความสามารถในเรื่องใดบ้าง และจะไม่ประเมินค่าในสิ่งที่ต้องเผชิญสูงมากนัก

 Mcshane Von Glinow (2003, p. 51) กล่าวว่า การรับรู้ความสามารถของตนเอง คือ ความเชื่อว่าตนเองมีความสามารถและแรงจูงใจที่จะกระทำพฤติกรรมต่าง ๆ ไว้สำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพของบุคคล

 Tella and Ayeni (2006) อธิบายเพิ่มเติมจากแนวคิดของแบนดูราว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองสร้างความแตกต่างระหว่างบุคคล เกี่ยวกับวิธีการคิด อารมณ์ และการแสดงพฤติกรรม บุคคลที่มีระดับการรับรู้ความสามารถของตนเองต่ำจะเกิดความเครียด ความวิตกกังวลและมีความนับถือตนเองต่ำ ส่วนบุคคลที่มีระดับการรับรู้ความสามารถของตนเองสูงนั้น จะสนุกกับภารกิจที่รับผิดชอบและความนับถือตนเองสูงด้วย

 จากความหมายข้างต้น สรุปได้ว่า การรับรู้ความสามารถของตนเอง หมายถึง การตัดสินความสามารถของตนเอง ต่อการจัดการและแสดงผลพฤติกรรมของบุคคล โดยการประเมินจากประสบการณ์ที่ผ่านมา ซึ่งจะมีผลต่อการตัดสินใจแสดงพฤติกรรมใดๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ

**2.4.2 อิทธิพลของการรับรู้ความสามารถตนเองต่อพฤติกรรม**

ตามแนวคิดของแบดูรา (Bandura, 1986) อธิบายว่า การรับรู้ความสามารถของตนเอง มีผลต่อพฤติกรรมผ่านกระบวนการต่าง ๆ 4 กระบวนการดังนี้

 1. กระบวนการคิด (Cognitive Process) การรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีผลต่อกระบวนการคิด คือจะมีส่วนช่วยสนับสนุน หรือปั่นทอนความพยายามที่จะปฏิบัติภารกิจ โดยจากการประเมินและคาดการณ์ต่อสถานการณ์ในอนาคต ตามระดับการรับรู้ความสามารถของตนเอง ซึ่งบุคคลที่มีระดับการรับรู้ความสามารถของตนเองสูงจะคิดว่าตนเองสามารถที่จะปฏิบัติภารกิจนั้นๆ ให้สำเร็จได้ ส่วนบุคคลที่มีระดับการรับรู้ความสามารถของตนเองต่ำจะคิดว่าตนเองจะไม่สามารถปฏิบัติภารกิจนั้นๆ ให้สำเร็จได้ คิดว่าตนจะต้องประสบความล้มเหลว

 2. กระบวนการจูงใจ (Motivation Process) ผลจากกระบวนการคิด เมื่อบุคคลคิดถึงผลที่จากปฏิบัติภารกิจ จะเกิดความคาดหวัง ซึ่งความคาดหวังต่อผลที่จะเกิดขึ้นนี้จะเป็นแรงจูงใจเพิ่มความเชื่อมั่นที่จะกระทำภารกิจนั้น ๆ ให้สำเร็จ

 3. กระบวนการด้านอารมณ์ (Affective Process) บุคคลที่มีระดับความรับรู้ความสามารถของตนเองต่างกันจะส่งผลต่อสภาวะทางอารมณ์ต่างกัน เมื่อเผชิญกับงานที่มีความยากและซับซ้อน คือ หากบุคคลที่มีระดับการรับรู้ความสามารถของตนเองต่ำ จะเกิดความเครียด วิตก กังวล กลัว สับสน ในทางตรงกันข้ามหากบุคคลมีระดับการรับรู้ความสามารถของตนเองสูง จะไม่เกิดความเครียด ไม่วิตกกังวล ไม่กลัว และไม่สับสน นอกจากนี้ยังชอบที่จะทำงานที่มีความยาก ความท้าทาย ซึ่งจะส่งผลโดยตรงความสำเร็จของภารกิจต่าง ๆ

 4. กระบวนการเลือก (Selection Process) เมื่อบุคคลประเมินหรือรับรู้ความสามารถตนแล้วจะส่งผลไปถึงขั้นของการตัดสินใจเลือกที่จะปฏิบัติหรือไม่ปฏิบัติภารกิจ ผู้ที่มีระดับการรับรู้ความสามารถของตนเองต่ำมักจะหลีกเลี่ยง เพราะไม่มั่นใจต่อความสำเร็จของภารกิจนั้น ๆ

# 2.4.3 ผลของการรับรู้ความสามารถของตนเอง

 Bandura (1986, pp. 393-395) อธิบายว่า การรับรู้ความสามารถของตนเอง มีผลต่อพฤติกรรมของบุคคล เนื่องจากเกี่ยวข้องกระบวนการคิด การจูงใจ รวมทั้งอารมณ์ความรู้สึกของบุคคลนั้น ๆ โดนแบนดูราได้อธิบายรายละเอียดไว้ดังนี้

 1. พฤติกรรมการเลือก (Choice Behavior) คือการตัดสินใจ เลือกที่จะแสดงพฤติกรรมใด ๆ เป็นระยะเวลาเท่าไหร่ ซึ่งอยู่บนขอบเขตของการประเมินของบุคคลนั้นว่า จากความสามารถที่ตนมีอยู่จะสามารถดำเนินการให้ภารกิจต่าง ๆ ลุล่วงไปด้วยดีได้หรือไม่ นอกจากนี้ ผู้ที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองสูงมักจะเลือกทำในสิ่งที่มีความท้าทาย และมีแรงจูงใจที่จะพัฒนาความสามารถของตนเองให้ก้าวหน้ามากขึ้น ส่วนผู้ที่ได้รับรู้ความสามารถของตนเองต่ำ มักจะหลีกเลี่ยงที่จะเผชิญหน้ากับความท้าทาย มีความท้อถอย ขาดความมั่นใจ ซึ่งส่งผลให้ขาดโอกาสที่จะพัฒนาความสามารถของตนเองไปโดยปริยาย แม้ว่าการประเมินความสามารถของตนเองสูงนั้นจะทำให้บุคคลมักจะเลือกที่จะทำในสิ่งที่มีความยาก ท้าทาย ซับซ้อน แต่หากการประเมินนั้นเป็นการรับรู้ความสามารถของตนเองที่ระดับสูงเกินความเป็นจริงจะทำให้ผู้นั้นประสบความล้มเหลว เกิดความเครียด ผิดหวัง และไม่สามารถยอมรับความล้มเหลวนั้น ส่วนบุคคลที่รับความสามารถของตนเองต่ำ มักจะเลือกทำในสิ่งที่ตนเองทำได้ ขาดความพยายาม ดังนั้น ที่ดีที่สุด คือ การรับรู้ความสามารถของตนในระดับที่สูงกว่าความเป็นจริง เล็กน้อย จึงจะถือว่าเป็นระดับที่เหมาะสม

 2. การใช้ความพยายามและความมุ่งมั่นในการทำงาน (Effort Expenditure and Persistence) การับรู้ความสามารถของตนเองเป็นปัจจัยที่มีส่วนในการกำหนดว่าระดับความสามารถพยายามของบุคคล เพื่อนำไปสภาวะ หรือสถานการณ์ที่ปรารถนา โดยผู้ที่มีความรับรู้ความสามารถของตนเองในระดับสูงนั้น จะพยายามและมุ่งมั่นในการกระทำสิ่งใด ๆ ยาวนานกว่าบุคคลที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองในระดับต่ำ ดังนั้นเมื่อบุคคลมีความพยายามและมุ่งมั่นอย่างเต็มที่จึงมีแนวโน้มจะประสบความสำเร็จได้เป็นอย่างดี

 3. รูปแบบการคิดและการตอบสนองของอารมณ์ (Thought Patterns and Emotion Reaction) การรับรู้ความสามารถของตนเอง มีผลต่อกระบวนการคิดและปฏิกิริยาทางอารมณ์ของบุคคลในขณะแสดงพฤติกรรม และการคาดเดาสถานการณ์ที่ตนเองเผชิญในอนาคต คือผู้ที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองสูงมักจะเพิ่มความพยายามและใส่ใจในการกระทำต่าง ๆ มากขึ้น เมื่อต้องเผชิญกับอุปสรรคต่าง ๆ ตรงข้ามกับผู้ที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองต่ำ เมื่อต้องเผชิญกับอุปสรรคจะมีความเครียดสูง ไม่มีความสุข และแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ อย่างไม่เต็มที่นัก จึงมีโอกาสที่จะทำให้บุคคลไม่ประสบผลสำเร็จมากขึ้น ดังที่คอลลิน ได้แสดงความเห็นว่า “คนที่มีระดับการรับรู้ความสามารถของตนเองสูงจะมองความล้มเหลวจากการกระทำสิ่งใด ๆ นั้นเกิดจาการขาดความพยายามที่มากพอของตนเอง ส่วนความล้มเหลวจากการกระทำสิ่งใด ๆ นั้นเกิดจากการขาดความพยายามที่มากของตนเอง ส่วนความที่มีระดับการรับรู้ความสามารถของตนเองต่ำนั้น จะมองความล้มเหลวที่เกิดขึ้นมากจากขาดความสามารถของตนเอง” (Collin,1982, Quoted in Bandura, 1986)

 4. การกำหนดพฤติกรรมของตนเองของมนุษย์ (Human as Producers Rather Than Simply Forestallers of Behavior) การับรู้ความสามารถของตนเองของบุคคล มีผลต่อการแสดงพฤติกรรม โดยบุคคลที่มีระดับการรับรู้ความสามารถของตนเองสูง จะมีพยายามและยอมรับผลที่เกิดจากการแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ของตนเองเลือกที่จะกระทำในสิ่งที่มีความท้าทาย ใช้ความพยายามอย่างมากเพื่อให้ประสบผลตามที่ต้องการ และใช้ความล้มเหลวเป็นแรงเสริม สนับสนุนให้เกิดความสำเร็จ ส่วนบุคคลที่มีระดับการรับรู้ความสามารถของตนเองต่ำ จะหลีกเลี่ยงงานยาก ขาดความมั่นใจ ขาดความพยายาม มีความกังวล เกิดความเครียด และมักเชื่อว่าโชคชะตามีผลต่อความสำเร็จในงาน

 **2.4.4 ปัจจัยที่มีผลต่อระดับการรับรู้ความสามารถของตนเอง**

 Bandura (1986, pp. 399-401) อธิบายว่าปัจจัยที่มีผลต่อระดับการรับรู้ความสามารถของตนเอง แบ่งเป็น 4 ปัจจัย

 1. ประสบการณ์ความสำเร็จในอดีต (Enactive Mastery Experience)

ความสำเร็จในอดีตจะมีความเชื่อว่า ตนมีความสามารถที่จะปฏิบัติภารกิจที่ไม่ต่างกันนี้ได้สำเร็จ ตรงข้ามหากเคยประสบความล้มเหลวจะมีความเชื่อว่าตนไม่สามารถปฏิบัติภารกิจในลักษณะเดียวกันนี้ได้สำเร็จ ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญ เนื่องด้วยระดับความเชื่อที่เกิดจากการกระทำของตนเองนั้นบุคคลจะถือว่ามีความแม่นยำสูง และยิ่งมีประสบการณ์ความล้มเหลวเพิ่มขึ้น จะยิ่งมีผลต่อการรับรู้ความสามารถของตนเองของบุคคลนั้นมากขึ้นเรื่อย ๆ จนนำไปสู่การขาดความพยายามที่จะกระทำภารกิจต่างได้

 2. การรับรู้ประสบการณ์ของผู้อื่น (Vicarious Experience) บุคคลจะเปรียบเทียบความสามารถของตนเองกับบุคคลที่มีประสบการณ์กับภารกิจที่คล้ายกันนี้ โดยเฉพาะบุคคลที่เห็นว่ามีความสามารถไม่แตกต่างจากตนเอง หากเขาผู้นั้นประสบผลสำเร็จ จะมีผลทำให้บุคคลประเมินว่าตนก็สามารถปฏิบัติภารกิจเช่นนี้ให้ประสบผลสำเร็จได้เช่นกัน

 3. การจูงใจด้วยคำพูด (Verbal Persuasion) เป็นความเชื่อมั่นที่เกิดจากการสะท้อนมาจากผู้อื่น หรือตนเอง เช่น คำชมเชย การให้กำลังใจ การชี้แนะ ซึ่งบุคคลจะนำเอาคำพูดจากการสะท้อนเหล่านี้มาเป็นข้อมูลในการตัดสินใจ โดยการพูดชักจูงนั้น จะต้องอยู่บนพื้นฐานของความจริง ความเป็นไปได้จริงว่าบุคคลนั้นจะสามารถกระทำหรือแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุความต้องการได้ เพราะหากการพูดนั้นเกินความจริง เมื่อบุคคลได้พยายามกระทำสิ่งต่าง ๆ ไปแล้วแต่ผลปรากฏว่า ไม่สำเร็จ การจูงใจด้วยคำพูดนี้จะถูกลดระดับความเชื่อลงได้ และการพูดนี้จะมีผลมากขึ้นหากผู้ที่พูด เป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อบุคคลนั้น และได้รับความเชื่อใจหรือความเคารพนับถือจากผู้ถูกชักจูง

 4. สภาวะทางกายและอารมณ์ (Physiological and Affective State) ข้อมูลของสภาวะทางกายและอารมณ์เป็นข้อมูลส่วนหนึ่งที่บุคคลใช้ประเมินความสามารถของตนเอง โดยบุคคลที่มีสภาวะทางการผิดปกติ เช่น ปวดศีรษะ อ่อนเพลีย อาการบาดเจ็บต่าง ๆ และบุคคลที่มีความแปรปรวนทางอารมณ์ถูกกระตุ้นด้วยอารมณ์ทางลบได้ง่าย อาทิ ความกังวล ความตื่นเต้น ความกลัว มากเกินไปจะมีผลให้การรับรู้ความสามรถของตนเองต่ำลง ประเมินว่าตนจะไม่สามารถปฏิบัติภารกิจต่าง ๆ เหล่านั้นให้ประสบผลสำเร็จได้

**2.4.5 การประเมินระดับการรับรู้ความสามารถของตนเอง**

 การประเมินการรับรู้ความสามารถของ (Bandura, 1977, pp.84-85) แยกพิจารณาได้ใน 3 มิติ ที่ต่างกัน ดังนี้

 มิติที่ 1 ระดับความยากและซับซ้อนของงาน (Magnitude) ความยากและซับซ้อนของงาน แสดงถึงความท้าท้ายของงานหรือกิจกรรมนั้น ๆ หากบุคคลใดประเมินตนเองว่าจะสามารถดำเนินหรือกิจกรรมใด ๆ ให้ประสบความสำเร็จได้ โดยเทียบกับระดับความยากและซับซ้อนนั้นหมายถึง ระดับการรับรู้ความสามรถของตนเองของบุคคลนั้น

 มิติที่ 2 ระดับความมั่นใจ (Strength) คือระดับความมั่นใจของบุคคลที่มีต่องานหรือกิจกรรมใด ๆ ที่จะกระทำได้สำเร็จในแต่ละระดับความยากและซับซ้อนของงานหรือกิจกรรม

 มิติที่ 3 ระดับการสรุปโดยนัยสู่งานอื่น ๆ (Generality) บุคคลจะตีความระดับความสามารถของตนจากประสบการณ์ที่เคยประสบความสำเร็จ ไปกับงานที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน อย่างไรก็ตามจากการศึกษาของลี และ บอบโค โดยสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวกับการรับรู้ความสามารถของตนเอ จากการแบ่งรูปแบบการประเมิน เป็น 4 รูปแบบ ได้แก่ 1) การประเมินระดับความมั่นใจของบุคคล (Self Efficacy Strength) เป็นรูปแบบมีการนำมาใช้มากที่สุด เป็นการประเมินว่าบุคคลมีความสามารถที่จะปฏิบัติงานให้ประสบความสำเร็จได้มากน้อยเพียงใด ในระดับความยากและซับซ้อนต่าง ๆ โดยข้อคำถามจะมีลักษณะการถามถึงความมั่นใจในการปฏิบัติงานที่ยากกว่าจะเพิ่มขึ้นได้มากน้อยเพียงใด ซึ่งเป็นการประเมินเป็นช่วงคะแนน (Scale) หรือมาตราส่วน ระดับของการรับรู้ความสามารถของตนเองจะเป็นค่าเฉลี่ยของคะแนนที่ได้ทั้งหมด 2) การประเมินระดับความยาก (Self Efficacy Magnitude) เป็นรูปแบบที่ได้รับความนิยมรองลงมา โดยข้อคำถามจะมีลักษณะการถามถึงความมั่นใจในการปฏิบัติงานที่ยากเพิ่มขึ้นว่าจะทำได้หรือไม่ ซึ่งเป็นการประเมินเป็นมาตราส่วน 2 ระดับ (Binomial) เช่น ใช่/ไม่ใช่ ได้/ไม่ได้ ระดับการรับรู้ความสามารถของตนเองจะเป็นสัดส่วนของคำตอบเชิงบวก (ใช่,ได้) ต่อข้อคำถามทั้งหมด 3 การประเมินผลแบบผสม (Self Efficacy Composites) เป็นรูปแบบการประเมินที่ผสมเอา 2 รูปแบบข้างต้น คือ การประเมินความมั่นใจของบุคคล และระดับความยากของงาน และมีรูปแบบการคำนวณผลได้ 2 ลักษณะ คือ 1) นำคะแนนจากแบบการประเมินระดับความมั่นใจของบุคคลที่มีลักษณะเป็นช่วงคะแนน (Scale) มาแปลงให้เป็นค่า z score ที่มีค่าได้ตั้งแต่ (-3) ถึง 3 คะแนน แล้วนำมารวมกับคะแนนที่ได้จากแบบการประเมินระดับความยากที่มีลักษณะสัดส่วนของคำตอบเชิงบวก (ใช่,ได้) ต่อข้อคำถามทั้งหมดที่มีค่าได้ตั้งแต่ 0 ถึง 1 คะแนน 2) การประเมินด้วยคำถามเดียว (One Item task-specific Confidence Rating) เป็นรูปแบบการประเมินที่ใช้ข้อคำถามเพียง 1 ข้อ ในการประเมินการรับรู้ความสามารถของตนเอง โดยลักษณะให้คะแนนจะเป็นช่วงคะแนน (Scale) แต่การประเมินในลักษณะนี้อาจมีความคลาดเคลื่อน เนื่องจากผู้ถูกประเมินอาจตีความความมั่นใจไปเป็นความคาดหวังในผลที่จะเกิดขึ้นได้

 จากเอกสารที่กล่าวมา สรุปได้ว่า การรับรู้ความสามารถของตนเอง เป็นการตัดสินความสามารถของตนเอง ต่อการจัดการและแสดงผลพฤติกรรมของบุคคล โดยการประเมินจากประสบการณ์ที่ผ่านมา ซึ่งจะมีผลต่อการตัดสินใจแสดงพฤติกรรมใด ๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ โดยที่การรับรู้ความสามารถของตนเอง มีผลต่อพฤติกรรมผ่านกระบวนการต่าง ๆ
4 กระบวนการ ได้แก่ กระบวนการคิด กระบวนการจูงใจ กระบวนการด้านอารมณ์ และกระบวนการเลือก ซึ่งจะมีผลต่อพฤติกรรมของบุคคลในด้านพฤติกรรมการเลือก การใช้ความพยายามและความมุ่งมั่นในการทำงาน รูปแบบการคิดและการตอบสนองของอารมณ์ และการกำหนดพฤติกรรมของตนเอง ปัจจัยที่มีผลต่อระดับการรับรู้ความสามารถของตนเอง แบ่งเป็น 4 ปัจจัย ได้แก่ ประสบการณ์ความสำเร็จในอดีต การรับรู้ประสบการณ์ของผู้อื่น การจูงใจด้วยคำพูด และสภาวะทางกายและอารมณ์ ในส่วนของการประเมินระดับการรับรู้ความสามารถของตนเอง ได้มีการแบ่งรูปแบบการประเมิน เป็น 4 รูปแบบ ได้แก่ การประเมินระดับความมั่นใจของบุคคล การประเมินระดับความยาก และการประเมินผลแบบผสม

**2.5 หลักการวัดความพึงพอใจ**

 **2.5.1 ความหมายของความพึงพอใจ**

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538, น. 56 - 58) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง ความรูสึกที่ดีของบุคคลที่ได้รับการตอบสนองเมื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในสิ่งที่ต้องการ และคาดหวัง ความพึงพอใจเป็นความชอบของแต่ละบุคคล ซึ่งระดับความพึงพอใจของแต่ละบุคคลย่อมแตกต่าง กัน อาจเนื่องจากพื้นฐานทางการศึกษา ทางด้านเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม

 พฤติกรรมความพึงพอใจของมนุษย์เป็นความพยายามที่จะขจัดความตึงเครียด (Tension) หรือความกระวนกระวาย (Discomfort) หรือภาวะไม่ได้ดุลยภาพ (Unequilibrium) ในร่างกายเมื่อ มนุษย์สามารถขจัดสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ไปได้แลว มนุษย์ย่อมจะได้รับความพึงพอใจในสิ่งที่ตนเอง ต้องการ

 **2.5.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ**

 2.5.2.1 ทฤษฎีลำดับขั้นของความต้องการ (Maslow’s Hierarchy of Need) (สมิต สัชฌุกร, 2542, น. 10 ; อ้างถึงใน Maslow, 1954) เป็นทฤษฎีลำดับขั้นของความต้องการของ Maslow (Abraham H. Maslow) ซึ่งได้กล่าวไวว่า มนุษย์ทุกคนล้วนแต่มีความต้องการที่จะสนองความต้องการให้กับตนเองทั้งสิ้น และความต้องการของมนุษย์นี้มีมากมายหลายอย่างด้วยกัน โดยที่ มนุษย์จะมีความต้องการ ในขั้นสูง ๆ ถ้าความต้องการในขั้นต้น ๆ ได้รับการตอบสนองอย่างพึงพอใจเสียก่อน มาสโลว์ได้กล่าวถึงความต้องการของบุคคลตามลำดับขั้นไวดังนี้

 1) บุคคลย่อมมีความต้องการอยู่เสมอไม่มีที่สิ้นสุด เมื่อความต้องการใดได้รับ การตอบสนองแลว ความต้องการอย่างอื่นก็จะเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องไปเรื่อย ๆ ตั้งแต่เกิดจนตาย

 2) ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแลว จะไม่เป็นสิ่งจูงใจในพฤติกรรมอย่าง อื่นอีก สวนความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองจะเป็นสิ่งจูงใจในพฤติกรรมของบุคคล

 3) ความต้องการของบุคคลแต่ละบุคคลจะเรียงลำดับความสำคัญ จากความต้องการขั้นพื้นฐานจนถึงความต้องการขั้นสูงสุดเรียกว่า “ลำดับขั้นของความต้องการ” เมื่อความ ตองการระดับต่ำได้รับการตอบสนองแล้วบุคคลก็จะให้ความสนใจกับความต้องการระดับสูงขึ้นต่อ ๆ ไป

 4) ลำดับขั้นของความต้องการ Maslow ได้แบ่งลำดับขั้นความต้องการของ บุคคลเป็น 5 ระดับตามความสำคัญ ดังนี้

 4.1) ความต้องการทางสรีระวิทยา เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานเพื่อความอยู่รอดของชีวิต ได้แก ความต้องการปัจจัยสี่ ความต้องการพักผ่อน ความต้องการออกกำลังกาย 4.2) ความต้องการความปลอดภัย เป็นความต้องการแสวงความมั่นคง ปลอดภัยในการดำรงชีวิตและอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคม

 4.3) ความต้องการความรักและการยอมรับ เป็นความต้องการทางสังคมที่อยากให้มีคนเอาใจใสแสดงความรัก ความห่วงใย และยอมรับว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของสังคม

 4.4) ความต้องการการยกย่องนับถือ เป็นความต้องการดีเด่นความสามารถของบุคคล อยากให้ผู้อื่นเห็นความสามารถของตน และยกย่องให้เกียรติ

 4.5) ความต้องการความสำเร็จสูงสุดในชีวิต เป็นความต้องการขั้นสูงสุด ซึ่งเป็นความต้องการรูจักและเข้าใจในตนเองด้วยความพยายามผลักดันชีวิตตนเองไปในทางที่คาดหวังใหดีที่สุด

 2.5.2.2 ทฤษฎีแมคเคลนแลนด (McCelland Motivation Theory) แมคเคลนแลนดได้ศึกษาความต้องการของมนุษย์แบงออกเป็น 3 ประเภทคือ

 1) ความต้องการความสำเร็จ (Needs for Achievement)

 2) ความต้องการมีอำนาจ (Needs for Power)

 3) ความต้องการความสัมพันธ์ (Needs for Affiliation) ความต้องการความ สำเร็จหรือที่เรียกกันว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Achievement Motive) บุคคลที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูง มีความปรารถนาที่จะทำสิ่งใดให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีและแข่งขันกับมาตรฐานอันดีเยี่ยม พยายามจะเอาชนะอุปสรรคต่าง ๆ มีความสบายใจเมื่อประสบผลสำเร็จ และมีความวิตกกังวลเมื่อประสบความล้มเหลว บุคคลพวกนี้สนใจตำแหน่งผู้บริหาร อย่างไรก็ตามมนุษย์ทุกคนจะมีความต้องการ 3 ประเภท เพียงแต่ความต้องการแต่ละประเภทแตกต่างกัน

 2.5.2.3 ทฤษฎี ERG Model ทฤษฎีนี้เป็นทฤษฎีที่มีพื้นฐานมาจากทฤษฎีลำดับความต้องการของมาสโลว (Maslow’s Need Hierachy Theory) ซึ่งทฤษฎีนี้แบ่งความต้องการของมนุษย์ออกเป็น 3 ชนิด คือ (ศิริวรรณ เสรีรัตน, 2538, น. 70)

 1) ความต้องการเพื่อคงชีวิตรอด (Existence Needs) ซึ่งรวมถึงความต้องการ สิ่งของและความต้องการต่าง ๆ ของร่างกาย เช่น อาหาร น้ำ เงิน และสภาพการที่ดีในการทำงาน เป็นต้น ความต้องการชนิดนี้สามารถเทียบได้กับความต้องการทางกายภาพ (Physiological Needs) และความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Safety Needs) ของมาสโลวนั้นเอง

 2) ความต้องการสัมพันธไมตรี (Relatedness Needs) หมายถึงความต้องการที่อยากจะเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับผู้อื่น เช่น ผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน หรือผู้ใต้บังคับบัญชา เป็นต้น ซึ่งความต้องการชนิดนี้ของอันเดอรเฟอร์ เป็นการรวมลักษณะของความต้องการทางสังคม (Social Needs) และความต้องการมีเกียรติยศ และมีคุณค่า (Esteem Needs) ของมาสโลวเอาไว

 3) ความต้องการเจริญงอกงาม (Growth Needs) หมายถึง ความต้องการมี ความคิดสร้างสรรค์หรือได้รับประโยชนจากตนเอง และสิ่งแวดล้อม บุคคลจะเกิดความพึงพอใจในความต้องการนี้ เมื่อเขาได้ใช้ความสามารถอย่างเต็มที่ และได้พัฒนาความสามรถของตนเองความต้องการชนิดสุดท้ายของอันเดอรเฟอรนี้ เป็นลักษณะของการรวมความต้องการตามทฤษฎีของมาสโลวในส่วนของความต้องการมีเกียรติยศ และมีคุณค่า (Esteem Needs) และความต้องการประจักษ์แจ้งในตนเอง (Self-Actualization Needs) ไวด้วยกัน

 **2.5.3 การวัดความพึงพอใจ**

 บุญเรียง ขจรศิลป์ (2543, 27) ให้ทัศนะเกี่ยวกับการวัดความพึงพอใจไววา ความพึง พอใจ หรือทัศนคติหรือเจตคติเป็นนามธรรม เป็นการแสดงออกค่อนข้างซับซ้อน จึงเป็นการยากที่จะวัดทัศนคติได้โดยตรง แต่เราสามารถวัดทัศนคติได้โดยออมซึ่งจะทำได้โดยการวัดความคิดเห็นของบุคคลเหล่านั้นแทน ฉะนั้นการวัดความพึงพอใจก็มีขอบเขตจำกัดซึ่งอาจมีความคลาดเคลื่อนเกิดจากบุคคลเหล่านั้นแสดงความคิดเห็นไม่ตรงกับความรูสึกที่แท้จริง ซึ่งความคลาดเคลื่อนนี้อาจเกิดขึ้นได้เป็นธรรมของการวัดทั่ว ๆ ไป โดยเสนอว่าเทคนิคของ Likert เป็นแบบหนึ่งที่สามารถเทียบสถานการณต่าง ๆ ได้อย่างกว้างขวาง และได้เพิ่มเติมว่าสามารถวัดทัศนคติได้เกือบทุกเรื่อง และให้ค่าเที่ยงตรงสูง สำหรับมาตรฐานการวัดความพึงพอใจจริง ๆ นั้นกระทำได้โดยวิธีการ ดังกล่าวต่อไปนี้

 1. การใช้แบบสอบถามเป็นวิธีการวัดที่นิยมแพรหลายวิธีหนึ่ง โดยขอร้องผู้ที่เราต้องการให้แสดงความคิดเห็นในแบบฟอร์มที่กำหนดคำตอบให้เลือกหรือตอบคำถามอิสระคำถามที่ถามอาจจะถามเกี่ยวกับเรื่องการบริหาร ความสัมพันธ์สวัสดิการขององค์การที่ผู้ตอบแบบ สอบถามที่ทำงานอยู หรืออื่น ๆ แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาข้อสรุปที่แน่นอนต่อไป

 2. วัดโดยการสัมภาษณ์เป็นวิธีที่ต้องใช้เทคนิคและการวางอุบายอย่างมาก มิฉะนั้น จะได้คำตอบซึ่งมีความไม่เที่ยงตรงหรือไม่มีผล

 3. การสังเกต วิธีนี้ไม่ค่อยแพรหลาย และไม่สามารถทำได้ในองค์กรที่มีผู้ปฏิบัติงาน มาก ๆ คงทำได้ในองค์กรที่มีผู้ปฏิบัติงานไม่มากนัก ซึ่งวิธีนี้ผู้สังเกตต้องใช้ความพยายามอย่างสูง และต้องใช้เวลาความถี่ในการสังเกตอย่างทั่วถึง Vavra (1992, p. 58) ได้กล่าวไววา ความพึงพอใจของลูกค้าจะมีขอบเขตเทา ๆ กับ ความคาดหวังของลูกค้าได้ก็ต่อเมื่อมีผลประโยชนที่เป็นจริง (Actual Benefit) เกิดขึ้นแกลูกค้าปัญหาอยู่ที่ว่าความคาดหวังของลูกค้าได้เป็นเรื่องที่ลูกค้าต้องการจริงหรือไม่ หรือเป็นเพียงอุดมคติเท่านั้น ส่วนปัญหาของบริษัท คือจะสามารถสร้างความพึงพอใจของลูกค้าให้ได้มากที่สุดได้อย่างไร โดยมีต้องมีการเพิ่มทุนมากจนเกินไป

**2.6 หลักการประชาสัมพันธ์**

 ทัศนีย์ ผลชานิโก (2560, น. 1-10) กล่าวถึงหลักการประชาสัมพันธ์ ไว้ ดังรายละเอียดดังนี้

1. ความหมายของการประชาสัมพันธ์ หมายถึง การสร้างความสัมพันธ์อันดี ระหว่างกลุ่มบุคคล ทุกคนทุกองค์กร สามารถใช้การประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ภารกิจหลักเป็นไปอย่างราบรื่น ลดทอนปัญหาอุปสรรคลงให้น้อยที่สุดเท่าที่จะน้อยได้ มีทฤษฎีหรือตำราเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์กล่าวไว้มากมายทั้งในและต่างประเทศ จึงขอสรุปเรียบเรียงไว้เพื่อสะดวกสำหรับการนำ ๆ
ไปประยุกต์ใช้ในการทำงานจริง ๆ

2. ประเภทของการประชาสัมพันธ์ โดยทั่วไปการประชาสัมพันธ์อาจแบ่งตามลักษณะงานกว้าง ๆ ได้ 2 ประเภท คือ

 2.1 การประชาสัมพันธ์ภายใน (Internal Public Relations) คือ การสร้างความเข้าใจและ ความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายในสถาบันเอง อันได้แก่กลุ่มเจ้าหน้าที่ เสมียน พนักงาน ลูกจ้าง รวมตลอดจนถึงนักการภารโรง คนขับรถภายในองค์การสถาบันให้เกิดมีความรักใครกลมเกลียว สามัคคี กันในหมู่เพื่อนร่วมงาน รวมทั้งด้านการเสริมสร้างขวัญ และความรักใครผูกพัน จงรักภักดี (Loyalty) ต่อหน่วยงาน การประชาสัมพันธ์ภายใน จึงมีความสำคัญมาก การประชาสัมพันธ์ภายนอกองค์การ สถาบันจะ ดีไปไม่ได้เลยหากการประชาสัมพันธ์ภายในองค์การสถาบันยังไร้ประสิทธิภาพ เพราะความสัมพันธ์อันดี ภายในหน่วยงานจะมีผลสะท้อนไปกับการสร้างความสัมพันธ์ภายนอกด้วย และการสร้างความสัมพันธ์ อันดีภายในหน่วยงานยังเอื้ออำนวยให้การบริการ และการดำเนินงานขององค์การสถาบันเป็นไปด้วย ความราบรื่น คล่องตัว และมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการที่พนักงาน ลูกจ้างภายในสถาบันมีความเข้าใจใน นโยบาย และการดำเนินงานของสถาบันเป็นอย่างดีก็จะเป็นกำลังสำคัญในการสร้าง ประสิทธิภาพแก่ การประชา สัมพันธ์ภายนอกด้วย สำหรับสื่อและเครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ภายในนั้น อาจใช้การติดต่อสื่อสารด้วยวาจา แบบซึ่งหน้า (Face of Face) อาจใช้สิ่งพิมพ์ภายในองค์การ (House Journal) ช่วย เช่น หนังสือเวียน จดหมายของภายใน วารสารภายใน เป็นต้น

 2.2 การประชาสัมพันธ์ภายนอก (External Public Relations) คือ การสร้างความเข้าใจ และ ความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนภายนอก กลุ่มต่าง ๆ อันได้แก่ประชาชนทั่วไป และประชาชนที่องค์การ สถาบันเกี่ยวข้อง เช่น ผู้นำความคิดเห็น ผู้นำในท้องถิ่น ลูกค้า ผู้บริโภค รวมทั้งชุมชนละแวกใกล้เคียง ฯลฯ เพื่อให้กลุ่มประชาชนเหล่านี้เกิดความรู้ความเข้าใจในตัวสถาบัน และให้ความร่วมมือแก่สถาบันด้วยดี

 การทำการประชาสัมพันธ์ภายนอกต้องเกี่ยวข้องกับประชาชนที่มีกลุ่มขนาดใหญ่หรือจำนวนมาก จึงอาจใช้เครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ เข้ามาช่วยเผยแพร่กระจายข่าวสู่สาธารณชนด้วยอันได้แก่ สื่อมวลชน (Mass Media) เช่น หนังสือพิมพ์วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ภาพยนตร์เป็นต้น ซึ่งปัจจุบันองค์การ สถาบันต่าง ๆ ก็นิยมใช้เครื่องมือสื่อสารมวลชนเหล่านี้เข้าช่วยในการประชาสัมพันธ์

3. วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

 3.1 วัตถุประสงค์ทั่วไปของการประชาสัมพันธ์

 3.1.1 เพื่อสร้างความนิยมให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชน

 3.1.2 เพื่อปกป้องและรักษาชื่อเสียงสถาบันมิให้เสื่อมเสีย

 3.1.3 เพื่อสร้างความสัมพันธ์ภายใน

 3.2 วัตถุประสงค์เฉพาะของการประชาสัมพันธ์หน่วยงาน สถาบัน องค์การต่าง ๆ

 3.2.1 เพื่ออธิบายถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน และประเภทของ

การดำเนินธุรกิจของ หน่วยงานนั้น ๆ ให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง

 3.2.2 เพื่ออธิบายให้ฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการ (Management) ได้ทราบถึง ทัศนคติ มติ หรือ ความรู้สึก นึกคิดของประชาชนที่มีต่อหน่วยงาน

 3.2.3 เพื่อคาดการณ์ล่างหน้าและค้นหาจุดบกพร่องต่าง ๆ เพื่อป้องกันปัญหายุ่งยากที่เกิดขึ้นภายใน หน่วยงาน

 3.2.4 เพื่อให้ประชาชนยอมรับ ซึ่งถ้าเป็นหน่วยงานธุรกิจภาคเอกชน เช่น บริษัทห้างร้าน เพื่อให้ลูกค้า ยอมรับในบริษัทตน รวมทั้งยอมรับในผลิตภัณฑ์และบริการที่บริษัทจำหน่ายอยู่ ทั้งมีส่วนเพิ่ม ปริมาณการขายทางอ้อม

 3.2.5 เพื่อทำหน้าที่ขจัดปัญหาต่าง ๆ ภายในหน่วยงาน

 3.2.6 เพื่อแนะนำฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการให้สามารถดำเนินการได้อย่างถูกต้องเพื่อความ เจริญก้าวหน้าและชื่อเสียงที่ดีของหน่วยงาน

 3.3 วัตถุประสงค์และความมุ่งหมายของการประชาสัมพันธ์ในเชิงปฏิบัติ

 3.3.1 เพื่อดึงดูดความสนใจ

 3.3.2 เพื่อสร้างความเชื่อถือ

 3.3.3 เพื่อสร้างสรรค์ความเข้าใจ

 ซึ่งทั้งสามประการนี้จะทำให้องค์การสถาบันสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้นั้นคือ ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความสนใจ เชื่อถือ และความเข้าใจให้แก่ประชาชนพร้อมทั้งโน้นน้าวชักจูงให้ ประชาชนเห็นด้วยกับการกระทำขององค์การสถาบัน

 4. ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ งานประชาสัมพันธ์เป็นงานสื่อสัมพันธ์ที่มีความสำคัญและเป็นงานที่มีขอบเขตกว้างขวาง มีระบบงานที่ซับซ้อนแต่งานประชาสัมพันธ์จะช่วยส่งเสรมลักษณะความเป็นผู้นำขององค์การและบุคคล ทั้งยังช่วยให้เกิดความเข้าใจ ความร่วมมือทั้งจากพนักงานภายในและจากประชาชนภายนอกด้วย นับว่างานประชาสัมพันธ์มีคุณค่าต่อสถาบันต่าง ๆ เป็นอย่างยิ่งซึ่งพอจะสรุปความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ได้เป็นข้อ ๆ ดังนี้

 4.1 การประชาสัมพันธ์ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์และสร้างค่านิยมของหน่วยงานได้ดีขึ้น หมายถึง การสร้างความรู้สึกประทับใจที่บุคคลหลาย ๆ กลุ่มมีต่อหน่วยงานนั้น ๆ รวมทั้งลูกจ้าง ลูกค้า ผู้บริโภค ชุมชน พ่อค้าและรัฐบาล โดยการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มชนเหล่านี้ เผยแพร่ ชี้แจงข่าวสารให้ประชาชนเห็นคุณความดีให้เกิดความเลื่อมใสและสร้างความผูกพันทางใจ เช่น การที่ หน่วยงานประสบความสำเร็จมีกำไรพอควร และแบ่งส่วนของกำไรให้กับพนักงานในรูปของเงินเดือนที่ สูงพอควร ตลอดจนมีสวัสดิการต่าง ๆ ให้เหมาะสมตามอัตภาพ ขณะเดียวกันก็เป็นสมาชิกที่มีความ รับผิดชอบต่อชุมชน เป็นเพื่อนบ้านที่ดีมีนโยบายส่งเสริมพนักงานให้มีตำแหน่งและความรับผิดชอบสูง มีการฝึกอบรมและพัฒนาพักงาน

 4.2 การประชาสัมพันธ์ช่วยป้องกันรักษาชื่อเสียงของหน่วยงาน หมายถึง มีการพัฒนาปรับปรุงตัวเอง รวมทั้งสินค้าและบริการต่าง ๆ ให้ตรงกับความต้องการ ของประชาชนแล้วโอกาสที่ประชาชนจะได้รับความไม่สะดวก เกิดความเข้าใจผิดหรือมองในแง่ร้ายซึ่ง จะเป็นผลในการนำไปวิพากษ์ วิจารณ์ให้เกิดเสียชื่อเสียงย่อมไม่มีหรือมีน้อยมากเพราะเรา ได้ตรวจสอบ ความคิดเห็นทัศนคติของประชาชนและทำการปรับปรุงอยู่เสมอ

 4.3 การประชาสัมพันธ์ช่วยสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง หมายถึง การทำให้เกิดความร่วมมือกับหน่วยงานและฝ่ายบริหาร เพราะการประชาสัมพันธ์เป็น การสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างฝ่ายบริหารกับบุคคลที่เกี่ยวข้องด้วยการให้ข่าวสารข้อเท็จจริงและ ความถูกต้อง มิได้เป็นการจูงใจหรือการโฆษณาชวนเชื่อด้วยกลวาจา ย่อมทำให้เกิดความร่วมมือร่วมใจ กับฝ่ายบริหารขึ้น 4. การประชาสัมพันธ์ช่วยการขายและการตลาด หมายถึง การประชาสัมพันธ์เป็นการปูพื้นค่านิยม ทัศนคติที่ดีให้เกิดกับหน่วยงาน เมื่อประชาชน มีค่านิยม ความรู้สึกที่ดีแล้วก็มีใจพร้อมที่จะรับฟังข่าวสาร การโฆษณาสินค้า หรือบริการต่าง ๆ ซึ่งเป็น แรงกระตุ้นให้เกิดความต้องการอยากได้และตัดสินใจซื้อในที่สุดประชาสัมพันธ์ที่มีการตรวจสอบทัศนคติ ความคิดเห็น ค่านิยมของกลุ่มเป้าหมายยังช่วยให้ฝ่ายการตลาดวางแผนงานตั้งแต่ผลิตสินค้าจัดจำหน่าย โฆษณา ฯลฯ ได้ถูกต้องและมีประสิทธิภาพด้วย

 5. หลักการประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันมีหลักใหญ่ๆ สำคัญๆ อยู่ 2 ประการด้วยกันคือ

 5.1 การบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่ให้ทราบ การบอกกล่าวชี้แจงหรือเผยแพร่ให้ทราบนี้คือ การบอก กล่าวชี้แจงให้ประชาชนทราบถึง

 5.1.1 นโยบาย

 5.1.2 วัตถุประสงค์

 5.1.3 การดำเนินงาน

 5.1.4 ผลงาน บริการ และกิจกรรมต่าง ๆ ตลอดจนข่าวคราวความเคลื่อนไหวขององค์การสถาบันให้ ประชาชน และกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องได้ทราบและรู้เห็นถึงสิ่งดังกล่าว ซึ่งนับเป็นการปูพื้นฐานแห่ง ความเข้าใจในองค์การสถาบัน ทำให้สถาบันเป็นที่รู้จัก เข้าใจ และเลื่อมใส ตลอดจนทำให้ประชาชนเกิด ความรู้สึกที่เป็นไปในทางที่ดีต่อองค์การสถาบัน

 5.2 การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด การป้องกันความเข้าใจผิดนี้ ทางด้านวิชาการประชาสัมพันธ์ ถือเป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกัน (Preventive Relation) ซึ่งมีความสำคัญมาก เพราะการป้องกัน ไว้ก่อนย่อมมีผลดีกว่าที่จะต้องมาทำการแก้ไขในภายหลัง ฉะนั้น การป้องกันความเข้าใจผิดจึงเป็นการ กระทำที่ป้องกันมิให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับสถาบันบังเกิดความเข้าใจผิดในตัวสถาบันได้

 5.3 ประเภทของการแก้ไขความเข้าใจผิด ได้แก่

 5.3.1 การแก้ไขความเข้าใจผิดทางตรง คือการออกคำแถลง ถ้อยแถลง แถลงการณ์หรือประกาศ ชี้แจงแก้ ความเข้าใจผิดนั้นไปยังกลุ่มประชาชนเพื่อให้ประชาชนทราบและเข้าใจอย่างถูกต้องตรงตามความเป็น จริง วิธีการแก้ไขความเข้าใจผิดวิธีนี้จึงเป็นวิธีแก้อย่างตรงไปตรงมา กล่าวคือ ความจริงมีอยู่อย่างไรก็ แถลงไปตามนั้นอย่างไรก็ตามการแก้ไขความเข้าใจผิดทางตรง

 5.3.2 การแก้ไขความเข้าใจผิดทางอ้อม การแก้ไขความเข้าใจผิดทางอ้อมนี้ส่วนมากใช้ความเข้าใจผิดบาง ประการที่ไม่สมควรใช้วิธีการแก้ไขทางตรง เพราะอาจจะทำให้เกิดผลเสียหายมากกว่าผลดี การแก้ไข ความเข้าใจผิดทางอ้อมนี้ จึงมิใช่การออกประกาศชี้แจง หรือแถลงการณ์เหมือนวิธีแรก แต่เป็นการ กระทำ (deeds) ให้ประชาชนได้เห็นประจักษ์แก่ตนเอง เพื่อลบล้างความเข้าใจผิดหรือข่าวลืออกุศล ดังกล่าวเสีย ตัวอย่างเช่น มีข่าวลือหรือความเข้าใจผิดเกี่ยวกับความสกปรกในการผลิต การบรรจุหีบห่อ ของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของบริษัทก็อาจจะแก้ไขความเข้าใจผิดด้วยการกระทำและแสดงให้เห็น ข้อเท็จจริงโดยการเชิญสื่อมวลชนหรือตัวแทนกลุ่มประชาชนที่เข้าใจผิดเข้ามาเยี่ยมชมโรงงานหรือบริษัท หรือชมกรรมวิธีในการผลิตการบรรจุหีบห่อของสินค้าเป็นการลบล้างความเข้าใจผิดไปในตัว

 5.3.3 การสำรวจประชามติหลักที่สำคัญของการประชาสัมพันธ์อีกประการหนึ่งก็คือ จะต้องมีการสำรวจ วิจัยประชามติ เพราะองค์การสถาบันจะดำเนินการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพจะต้องรู้ซึ้งถึง ความรู้สึกนึกคิดของประชาชน หรือที่เรียกว่าประชามติ (Public Opinion) จะต้องทราบว่าประชาชน ต้องการอะไร ไม่ต้องการอะไร ชอบหรือไม่ชอบในสิ่งไหน ตลอดจนท่าทีต่าง ๆ ที่ประชาชนมีต่อองค์การ สถาบันของเรา ซึ่งจะทราบได้จากการสำรวจวิจัยประชามติเพื่อองค์การสถาบันจะสามารถตอบสนองสิ่ง ต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับความรู้สึกนึกคิดและความต้องการของประชาชน

 6. บทบาทของการประชาสัมพันธ์

 6.1 ต่อระบบสังคม มนุษย์มักจะรวมกลุ่มกันอยู่ในสังคม การรวมกลุ่มกันจะกลายเป็นสังคมชาติเพราะมนุษย์จะมีความรู้สึก ความคิดเห็นในแนวเดียวกันซึ่งเราเรียกว่าเป็นความรู้สึกร่วม ร่วมที่จะเป็นกลุ่มเดียวกัน มีความประพฤติ เหมือนกันหรือคล้ายคลึงกันยอมรับนับถือขนบธรรมเนียมประเพณีอย่างเดียวกัน การประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการที่ไม่เพียงแต่มุ่งเผยแพร่ข่าวสารจากกลุ่มสังคมหนึ่งไปสู่อีกสังคมหนึ่ง แต่เพียงด้านเดียวเท่านั้น แต่ยังส่งเสริมให้กลุ่มสังคมต่าง ๆ เข้ามาพิจารณาตัดสินคุณค่าของสังคม ช่วย ให้ความคิดและเป้าหมายรวมทั้งความต้องการร่วมกัน บรรลุสู่ทิศทางเดียวกันและเป็นจริงเป็นจังยิ่งขึ้น ในยุคโลกาภิวัฒน์ การประชาสัมพันธ์ทำให้สังคมกลายเป็นสังคมที่มีการรับรู้ข่าวสารเหมือนกัน มีความ เข้าใจร่วมกันเกิดความรู้สึกเข้าใจ และเห็นใจระหว่างกลุ่มสังคม ทำให้เกิดความรู้สึกเสียสละ อดทนและ เกิดความมั่นคงขึ้นในสังคม ผลก็คือทำให้ประชาชนในสังคม สามารถช่วยกันพัฒนาบ้านเมืองและสังคม อย่างก้าวหน้าด้วยความร่วมมือของประชาชนทุกกลุ่มในสังคมนั่นเอง

 6.2 ต่อระบบเศรษฐกิจ พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตสถานพุทธศักราช 2525 ได้ให้ความหมายของคำว่า เศรษฐกิจ หมายถึง งานอันเกี่ยวกับการผลิตการจัดจำหน่ายจ่ายแจกและการบริโภคใช้สอยสิ่งต่าง ๆ ของชุมชน จากความหมายของคำว่า เศรษฐกิจ ดังกล่าวนั้น ความหมายของคำว่า ระบบเศรษฐกิจ ก็คืองานอัน เกี่ยวกับการผลิต การจัดจำหน่าย จ่ายแจก และการบริโภคสิ่งต่าง ๆ ของชุมชนนั่นคือ การทำธุรกิจและ อุตสาหกรรมนั่นเอง ในการประกอบธุรกิจและอุตสาหกรรมนั่นถือว่าการประชาสัมพันธ์เป็นปัจจัยสำคัญ ประการหนึ่งของการจัดการหรือการบริหารการทำธุรกิจ และอุตสาหกรรมจะมั่นคง รวมทั้งได้รับการ ร่วมมือและสนับสนุนจากประชาชนก็ต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์ที่ถูกต้องและเหมาะสมเพื่อชี้แจง แถลงข้อเท็จจริงให้บุคคลที่เกี่ยวข้องทราบถึงวัตถุประสงค์และนโยบายของหน่วยงาน หรือเพื่อติดตอหา ่ ข้อมูลจากสิ่งแวดล้อมภายนอก เข้ามาช่วยตัดสินในการดำเนินกิจการของธุรกิจให้สอดคล้องกับความ ต้องการของประชาชนที่เกี่ยวข้อง การประชาสัมพันธ์ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ให้เกิดขึ้นแก่หน่วยงาน สินค้า และบริการ ทำให้ประชาชนเกิดความนิยมและไว้วางใจหน่วยงาน และเกิดนิยมสินค้าและบริการ รวมทั้งได้รับการสนับสนุนในการดำเนินงานจากกกลุ่มต่าง ๆ การประชา สัมพันธ์ที่ดีทำให้ความสัมพันธ์ ภายในหน่วยงานเป็นไปด้วยความราบรื่น และเกิดการแข่งขันในระบบเศรษฐกิจเสรีเป็นประโยชน์แก่ ประชาชนในการที่จะพิจารณาเลือกซื้อสินค้าและบริการที่มี คุณภาพ

 6.3 ต่อระบบการเมือง พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตสถานพุทธศักราช 2525 ได้ให้ความหมายของคำว่า การเมือง หมายถึงงาน ที่เกี่ยวกับรัฐหรือแผ่นดิน เช่น วิชาการเมือง ได้แก่ วิชาว่าด้วยรัฐการจัดส่วนแห่งรัฐและการดำเนินงาน ของรัฐ ดังนี้

 6.3.1 การบริหารประเทศ เฉพาะที่เกี่ยวกับนโยบายในการบริหารประเทศ เช่น การเมืองระหว่าง ประเทศ ได้แก่การดำเนินนโยบายระหว่างประเทศ

 6.3.2 กิจการอำนวย หรือควบคุมการบริหารราชการแผ่นดิน เช่น ตำแหน่งการเมือง ได้แก่ ตำแหน่ง ซึ่งมีหน้าที่อำนวย (คณะรัฐมนตรี) หรือควบคุม (สภาผู้แทนราษฎร) การบริหารแผ่นดิน

**2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง**

 ชัยวัฒน์ จิวพานิชย์ และปณิตา วรรณพิรุณ (2555, น. 45-50) ได้วิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการใช้สื่อทางสังคมออนไลน์เพื่อสนับสนุนการเรียนรู้แบบโครงการด้วยวิธีการถอดบทเรียน เพื่อพัฒนาทักษะการแก้ปัญหา ของนักศึกษาระดับปริญญาบัณฑิต ผลการวิจัย พบว่า 1) การพัฒนารูปแบบการใช้สื่อทางสังคมออนไลน์เพื่อสนับสนุนการเรียนรู้แบบโครงการด้วยวิธีการถอดบทเรียนเพื่อพัฒนาทักษะการแก้ปัญหา ของนักศึกษาระดับปริญญาบัณฑิต ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ คือ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ การเรียนแบบโครงการ การถอดบทเรียน ทักษะแก้ปัญหา และ 2) รูปแบบการใช้สื่อทางสังคมออนไลน์เพื่อสนับสนุนการเรียนรู้แบบโครงการด้วยวิธีการถอดบทเรียน เพื่อพัฒนาทักษะการแก้ปัญหาของนักศึกษาระดับปริญญาบัณฑิต สามารถนำไปใช้ได้จริง เนื่องจากคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด

 อภิชัจ พุกสวัสดิ์ และกุลทิพย์ ศาสตระรุจิ (2556, น. 24-38) ได้ศึกษาเรื่อง การประชาสัมพันธ์ภายใต้กระแสสื่อสังคมออนไลน์ ผลการศึกษา พบว่า สื่อสังคมออนไลน์เป็นรูปแบบการสื่อสารที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทุกระดับในปัจจุบัน สื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมในงานประชาสัมพันธ์และมีความก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังมีแนวโน้มว่าจะได้รับความนิยมสูงขึ้นในอนาคต องค์กรใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์องค์กร สินค้าและการบริการเพื่อช่วยเสริมสื่อประชาสัมพันธ์แบบดั้งเดิมให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น การประชาสัมพันธ์ภายใต้กระแสสื่อสังคมออนไลน์ควรให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงการดำเนินงานประชาสัมพันธ์การสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งประเด็นเนื้อหาที่นำเสนอ ตลอดจนรูปแบบของการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อนำมาซึ่งชื่อเสียง ภาพลักษณ์และการสนับสนุนองค์กร

 ระวิ แก้วสุกใส และ ชัยรัตน์ จุสปาโล (2556, น. 195-205) ได้ศึกษาเรื่อง เครือข่ายสังคมออนไลน์ : กรณี เฟสบุ๊ค (Facebook) กับการพัฒนาผู้เรียน ผลการศึกษา พบว่า ความก้าวหน้าของระบบอินเทอร์เน็ต คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี การสื่อสาร ก่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่ทางสังคม ที่รู้จักอย่างแพร่หลายว่า “ สังคมออนไลน์ ” ซึ่งถูกใช้เป็นแหล่งพบปะติดต่อสื่อสารระหว่างเพื่อนหรือคนรู้จัก หรือแม้แต่ใช้เป็นพื้นที่สาธารณะในการแบ่งปันข้อมูลและสามารถทำกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งเพื่อการศึกษา ธุรกิจ และความบันเทิงร่วมกัน สื่อสังคมออนไลน์มีหลากหลายประเภท ทั้งนี้ เฟสบุ๊ค (Facebook) เป็นหนึ่งของสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมในปัจจุบันสามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาผู้เรียน ได้หลายลักษณะ เช่น โพสต์ข้อความลงในกระดานข่าว ของกลุ่มโพสต์รูปภาพและวีดิโอที่อัปโหลดโดยสมาชิก ตั้งคำถามและสร้างแบบสำรวจความคิดเห็น (Poll) หรือใช้งานเฟสบุ๊คดอกส์หรือเอกสารของเฟสบุ๊ค ทั้งนี้ ก่อให้เกิดผลสำคัญกับผู้เรียน คือ สร้างความสัมพันธ์ระหว่างสังคมในชั้น กระตุ้นให้เกิดการศึกษาค้นคว้า การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่กว้างขวาง ส่งเสริมการศึกษาตามความสนใจหรือความถนัด และส่งเสริมการบันทึกการอ่านแต่อย่างไรก็ตาม ผู้สอนควรศึกษาธรรมชาติของระบบเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่จะนำมาใช้อย่างชัดเจน ศึกษาความพร้อมของผู้เรียน เป็นต้นแบบที่ดีในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ติดตามพฤติกรรมการใช้อย่างใกล้ชิดและสร้างเครือข่ายผู้สอนและผู้ปกครองเพื่อประสิทธิภาพของการดูแลผู้เรียนต่อไป

 เขมณัฏฐ์ มิ่งศิริธรรม (2556, น.72-81) ได้ศึกษาเรื่อง Social Media สื่อสร้างสรรค์เพื่อการศึกษา ผลการศึกษา พบว่า Social Media มีอิทธิพลต่อชีวิตประจาวันของเด็กและเยาวชน เป็นเครื่องมือสำคัญในการติดต่อสื่อสาร แหล่งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ผู้สอนสามารถนา Social Media มาประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอนเพื่อเป็นสิ่งดึงดูดใจของผู้เรียนได้เป็นอย่างดีเพราะปัจจุบัน Social Media เป็นเทคโนโลยีที่นับได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจาวันของผู้เรียนไปแล้วซึ่งผู้เรียนให้ความสนใจและเรียนรู้ได้เป็นอย่างดี

 สุรศักดิ์ ปาเฮ (2556, น. 1-9) ได้ศึกษาเรื่อง ศักยภาพสื่อประชาสัมพันธ์ในยุคสังคมออนไลน์ ผลการศึกษา พบว่า สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ในสังคมโลกออนไลน์ที่ทรงประสิทธิภาพในปัจจุบันนั้น สื่อทางอินเทอร์เน็ตประเภทการจัดทาเว็บไซต์ (Website) นับได้ว่าเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่อยู่ในความนิยมของทุกวงการหรือหน่วยงาน รวมทั้งสื่อส่วนบุคคลที่ได้สร้างขึ้นมาเพื่อสื่อสารเนื้อหาสาระไปสู่สังคมวงกว้างในยุคแห่งสังคมแบบเปิดหรือ Open Society ในปัจจุบัน ดังนั้นประสิทธิภาพของสื่อดังกล่าวเพื่องานประชาสัมพันธ์จึงเป็นบทบาทสำคัญที่ผู้เกี่ยวข้องต้องสร้างและนาเสนอภายใต้กรอบแนวคิดและทฤษฎีของการผลิตสื่อและกระบวนการสื่อสารที่ต้องดาเนินไปอย่างคู่ขนานเป็นระบบ ทั้งนี้เพื่อก่อให้เกิดสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีพลังสร้างองค์กรให้ก้าวไปในกระแสสังคมได้อย่างมีคุณภาพและมีศักดิ์ศรี ภายใต้การนาเสนอเนื้อหาสาระหรือข้อมูลในรูปแบบสื่อยุคใหม่ที่เรียกว่า “สื่ออินเทอร์เน็ต” หรือการผลิตสื่อเว็บไซต์

 จักรกริช ปิยะ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เพื่อการบริหารงานก่อสร้าง กรณีศึกษา ห้างหุ้นส่วนจำกัด เทคโนบิวเดอร์ (2001) อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษา พบว่า หลังจากใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) แล้วงานบริหารการก่อสร้าง ในด้านการรับ-ส่งข้อมูล และการจัดการข้อมูลโครงการ ด้านการสื่อสารระหว่างทีมงาน แบบโต้-ตอบ ด้านการสื่อสารแบบทางเดียว (การสั่งงาน, การรายงานความคืบหน้า, การแจ้งข่าวสาร) และด้านการสืบค้นความรู้นอกองค์กร ใช้ระยะเวลาในการสื่อสารรวดเร็วขึ้นมาก ลดต้นทุนและเพิ่มกาไร การแก้ไขงานผิดพลาดน้อยลง ส่งมอบงานทันเวลา และมีประสิทธิภาพมากขึ้น พนักงาน ห้างหุ้นส่วนจำกัด เทคโนบิวเดอร์ (2001) อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา มีความพึงพอใจต่อการประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เพื่องานบริหารงานก่อสร้าง อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.58 เบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.52

 วิยะดา ฐิติมัชฌิมา (2560, น. 151-156) ได้ศึกษาเรื่อง เครือข่ายสังคมออนไลน์: แนวโน้ม ปรากฏการณ์ และจริยธรรม ผลการศึกษา พบว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์คือพื้นที่สาธารณะที่คนจากทั่วโลกสามารถมาติดต่อสื่อสาร และแบ่งปันข้อมูลให้กับผู้อื่นที่อยู่ในเครือข่ายผ่านทางอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ สื่อสังคมออนไลน์มีหลากหลายประเภท ได้แก่ เว็บบล็อก เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์เว็บไซต์สำหรับแบ่งปันวิดีโอ ไมโครบล็อก วิกิ และโลกเสมือน เป็นต้น การเติบโตอย่างมหาศาลและรวดเร็วของเครือข่ายสังคมออนไลน์และสื่อสังคมออนไลน์ก่อให้เกิดปรากฏการณ์ที่สำคัญในระดับโลกหลายอย่าง เครือข่ายสังคมออนไลน์กลายเป็นกิจกรรมบนเว็บที่ได้รับความนิยมอันดับหนึ่ง เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในปัจจุบันคือเฟสบุ๊ค ทวิตเตอร์กลายเป็นเครื่องมือส่งข้อความสั้นระหว่างสมาชิกและเครื่องมือรายงานข่าวที่ได้รับความนิยมอย่างมาก

ยูทูบกลายเป็นแหล่งเผยแพร่และแลกเปลี่ยนคลิปวิดีโอที่ใหญ่ที่สุด เกมส์ออนไลน์กลายเป็นแหล่งบันเทิงที่สร้างทั้งความบันเทิงและรายได้ทางธุรกิจที่มีมูลค่ามหาศาล เครือข่ายสังคมออนไลน์มีทั้งประโยชน์และโทษ ประเด็นที่สังคมให้ความสำคัญคือ เรื่องสิทธิความเป็นส่วนตัว มารยาท และจริยธรรมในการใช้งาน การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ถูกต้อง มีมารยาทและจริยธรรม คือใช้อย่างพอดี คิดก่อนเขียน ถูกต้อง เหมาะสม และสร้างสรรค์