

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง "การสื่อสาร และการยอมรับของผู้อำนวยการโรงเรียนมัธยมศึกษาต่อการดำเนินงานด้านการจัดการศึกษาขององค์การบริหารส่วนตำบล" ผู้วิจัยได้แบ่งทฤษฎีแนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

#### ส่วนที่ 1 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวความคิดเรื่องการสื่อสาร
2. แนวความคิดเกี่ยวกับสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ
3. แนวความคิดเกี่ยวกับความรู้ ทักษะคติ และการยอมรับ

#### ส่วนที่ 2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

##### ส่วนที่ 1 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

###### แนวความคิดเรื่องการสื่อสาร

ในการดำเนินงานขององค์กรใดองค์กรหนึ่ง โดยเฉพาะองค์การบริหารส่วนตำบล ซึ่งเป็นหน่วยงานของรัฐบาลย่อมต้องอาศัยความร่วมมือ และประสานงานจากคนในท้องถิ่น การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจะช่วยให้การดำเนินงานง่ายขึ้น สะดวกขึ้น และประสบความสำเร็จได้

โรเจอร์ส และคินเซด ( Rogers and Kincaid อ้างใน Sven Windahl และคณะ, 1992 : หน้า 6) กล่าวว่า "การสื่อสาร หมายถึง กระบวนการที่คู่สนทนามีการสร้างสรรค์และแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกับอีกฝ่ายหนึ่ง เพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน"

ซาเพียร์ (Sapir, 1959 : 78-80) กล่าวว่า "การติดต่อสื่อสาร หมายถึง การติดต่อส่งข่าวสาร ข้อเท็จจริง ความคิดเห็น และทำที่ต่างๆ จากบุคคลหนึ่งหรือหลายคนไปยังบุคคลหนึ่งหรือหลายคน"

ปรมะ สตะเวทิน (2538 : 30) กล่าวว่า "การสื่อสาร คือ กระบวนการของการถ่ายทอดข่าวสาร (message) จากบุคคลฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่าผู้ส่งสาร (source) ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่า ผู้รับสาร (receiver) โดยผ่านสื่อ (channel)"

พัชนี เขยจรรยา และคณะ (2541 : 5) กล่าวว่า "การสื่อสารเป็นการสื่อความหมายในทางใดทางหนึ่ง และมีลักษณะของการส่งและรับสาร (ไม่ว่าจะเป็นภายในตัวเอง ระหว่างผู้หนึ่งกับผู้หนึ่ง หรือระหว่างกลุ่มกับกลุ่ม) ภายในบริบทหรือสภาพแวดล้อมหนึ่งๆ "

ลักขณา สิริวัฒน์ (2544 : 183) กล่าวว่า "การสื่อสาร (Communication) มาจากภาษาละติน คือ "Communis" หมายถึง ร่วมกัน คล้ายคลึงกัน ตามรากศัพท์เดิม หมายถึง สิ่งที่มีงสร้างให้เกิด "ความร่วมมือกัน" ระหว่างบุคคลที่เกี่ยวข้อง หรือกล่าวโดยทั่วไป คือ การสื่อสารเป็นกระบวนการในการส่งหรือแลกเปลี่ยนข่าวสาร หรือความคิดระหว่างบุคคลกับบุคคล ดังนั้น การสื่อสารจึงเน้นความสัมพันธ์ของมนุษย์ เพราะหากมนุษย์ไม่มีความสัมพันธ์กัน การสื่อสารย่อมไม่เกิดขึ้น"

ภรณี กัญภัย (2545) กล่าวว่า "การสื่อสาร คือ กระบวนการแลกเปลี่ยน ถ่ายทอดข่าวสาร ข้อเท็จจริงหรือข้อคิดเห็นจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร โดยผ่านสื่อหรือช่องทาง เพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน

จึงอาจสรุปความหมายของการสื่อสารได้ว่า "การสื่อสาร คือ การปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร โดยผู้ส่งสารจะให้ข่าวสารข้อมูล ความรู้สึกนึกคิดของตนผ่านสื่อ ให้ผู้รับสารเข้าใจและตอบสนองไปในแนวทางที่ผู้ส่งสารต้องการ "

## องค์ประกอบของกระบวนการสื่อสาร

กิติมา สุรสนธิ (2548:8-26) กล่าวว่า กระบวนการสื่อสารนั้นจะต้องประกอบด้วยส่วนสำคัญๆ 4 ส่วน เป็นอย่างน้อย คือ ผู้ส่งสาร (Sender) สาร (Message) ช่องสาร (Channel) และ ผู้รับสาร (Receiver) ซึ่งจะได้กล่าวถึงรายละเอียดขององค์ประกอบต่างๆ ดังต่อไปนี้

### **ผู้ส่งสาร (Sender)**

ผู้ส่งสารเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในกระบวนการสื่อสาร มีคำศัพท์หลายคำที่หมายความถึงผู้ส่งสารในลักษณะที่เหมือนหรือใกล้เคียงกัน เช่น แหล่งข้อมูลข่าวสาร (Information Source) แหล่งสาร Source ผู้สื่อสาร (Communicator) ผู้เข้ารหัส (Encoder) ผู้พูด (Speaker) หรือผู้เล่าเรื่อง (Generator) เป็นต้น มีนักวิชาการได้ให้คำนิยามของผู้ส่งสารไว้ว่า ผู้ส่งสาร หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีความคิดมีความต้องการ มีความตั้งใจที่จะส่งข้อมูลข่าวสาร อารมณ์ ความรู้สึก นึกคิด ความคิดเห็น ทศนคติ ความเชื่อ และอื่นๆ ไปยังผู้รับสาร เพื่อก่อให้เกิดผลอย่างใดอย่างหนึ่งต่อผู้รับสาร ดังนั้น ผู้ส่งสารจึงเป็นองค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบอื่นๆ ทั้งในแง่ของการเป็นผู้เลือกข้อมูลข่าวสารที่จะส่งหรือถ่ายทอดไป การเลือกวิธีการ และช่องทางที่จะทำให้สารไปถึงผู้รับสาร รวมทั้งการเลือก และการพยายามกำหนดตัวผู้ที่จะเป็นผู้รับข้อมูลข่าวสารโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับใดระดับหนึ่ง หรือในด้านใดด้านหนึ่งกับบุคคลที่เป็นผู้รับสาร เช่น ความต้องการในการเปลี่ยนแปลงการรับรู้หรือความรู้ การเปลี่ยนแปลงความเชื่อ ทศนคติและพฤติกรรมของบุคคลของกลุ่มคนหรือของสังคม เป็นต้น

### **ประเภทของผู้ส่งสาร**

ในการสื่อสารเราอาจพิจารณาประเภทของผู้ส่งสารไว้ได้หลายลักษณะด้วย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเกณฑ์ในการพิจารณาประเภทของผู้ส่งสาร ดังนี้

1. การพิจารณาแบ่งประเภทผู้ส่งสารโดยพิจารณาจากจำนวน
2. การพิจารณาแบ่งประเภทผู้ส่งสารโดยพิจารณาจากความตั้งใจ
3. การพิจารณาแบ่งประเภทผู้ส่งสารตามลักษณะความเป็นทางการและไม่เป็นทางการ

### **เกณฑ์จำนวนของผู้ส่งสาร**

เกณฑ์จำนวนของผู้ส่งสาร แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. ผู้ส่งสารที่เป็นบุคคลเดียว ได้แก่ ผู้ส่งสารที่มีจำนวนเพียงคนเดียวที่มีความต้องการในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร อารมณ์ ความรู้สึกต่างๆ ให้แก่ผู้รับสารได้ทราบ หรือให้ผู้รับสารเชื่อ หรือมีพฤติกรรมตามในสิ่งที่ตนต้องการ ซึ่งโดยทั่วไปมักเกิดขึ้นในรูปแบบการสื่อสารระหว่างบุคคล หรืออาจเกิดขึ้นในการสื่อสารแบบสารณะก็ได้

2. ผู้ส่งสารที่เป็นกลุ่มบุคคล ได้แก่ ผู้ส่งสารที่มีจำนวนตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปมาร่วมกันในการกระทำกิจกรรมทางการส่งสารเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของกลุ่ม

### เกณฑ์ความตั้งใจในการสื่อสาร

เกณฑ์ความตั้งใจในการสื่อสาร แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. ผู้ส่งสารโดยเจตนา ผู้ส่งสารจะมีความพยายามในการเตรียมพร้อม และมีความตั้งใจในการหาข้อมูลข่าวสารและมีความพยายามในการหาวิธีการที่น่าสนใจในการส่งข่าวสารให้แก่ผู้รับสาร
2. ผู้ส่งสารที่ไม่เจตนา ผู้ส่งสารประเภทนี้มักไม่ได้เตรียมตัวในการหาข้อมูลหรือขาดความพยายามในการที่จะหาวิธีการ ในการส่งสารให้เป็นที่น่าสนใจได้เท่าที่ควร

### เกณฑ์ความเป็นทางการและไม่เป็นทางการ

เกณฑ์ในความแบบเป็นทางการ และไม่เป็นทางการของผู้ส่งสารนั้นอาจแบ่งผู้ส่งสารออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. ผู้ส่งสารที่เป็นทางการ ได้แก่ ผู้ส่งสารที่ส่งข้อมูลข่าวสารในลักษณะที่เป็นทางการ ซึ่งส่วนใหญ่ จะเป็นการสื่อสารในรูปแบบการสื่อสารในองค์กร
2. ผู้ส่งสารที่ไม่เป็นทางการ ได้แก่ ผู้ส่งสารที่ส่งข้อมูลข่าวสารที่เนื้อหาส่วนใหญ่ มักเกี่ยวข้องกับอารมณ์ ความรู้สึก มากกว่าการจะให้ข้อมูลที่เป็นทางการหรือข้อมูลข่าวสารในการทำงาน ดังนั้น การส่งสารในลักษณะนี้จึงดำเนินไป ในลักษณะของความสัมพันธ์แบบส่วนตัว ซึ่งผู้ส่งสารและผู้รับสารจะมีความใกล้ชิดสนิทสนมกันมากกว่าการติดต่อกันในรูปแบบทางการ

### คุณสมบัติในการเป็นผู้ส่งสารที่ดี

ผู้ส่งสารอาจประสบความสำเร็จ หรืออาจประสบผลล้มเหลวในการสื่อสารได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับคุณสมบัติของผู้ส่งสารที่สำคัญ ซึ่ง แมคครอส ( อ้างใน กิติมา สุรสนธิ, 2548) ได้กล่าวถึงปัจจัย 5 ประการที่จะสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้ส่งสาร คือ

1. ความสามารถ (Competence) อันได้แก่ ความรู้ ความสามารถ ในข้อมูล ข่าวสาร หรือเรื่องที่จะสื่อสาร
2. คุณลักษณะหรือบุคลิกลักษณะ (Character or Apparent) ผู้ส่งสารจำเป็นจะต้องมีบุคลิกลักษณะที่ดีทั้งภายนอกและภายใน ผู้ส่งสารจะต้องแสดงถึงความเฉลียวฉลาด การเป็นผู้ที่มีไหวพริบดีสามารถตัดสินใจกระทำในสิ่งต่างๆ ได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม แสดงออกต่อผู้รับสารทั้งลักษณะการให้ความอบอุ่น เป็นที่น่าไว้วางใจ ซึ่งจะทำให้ผู้รับสารมีความรู้สึกดี มีความเลื่อมใสศรัทธาในตัวผู้ส่งสาร แต่ถ้าผู้ส่งสารมีบุคลิกลักษณะที่ไม่ดี ไม่น่าไว้วางใจ ผู้รับสารก็จะพยายามหลีกเลี่ยงที่จะรับสารหรือสื่อสารจากผู้ส่งสารได้
3. ความสุขุม เยือกเย็น (Composure) และความแคล่วคล่องในการสื่อสาร หมายถึง การควบคุมไม่ให้มีอาการที่แสดงความตื่นเต้น หรือไม่แสดงถึงอาการที่ไม่สามารถควบคุมอารมณ์ และความรู้สึกในขณะที่ทำการสื่อสารของผู้ส่งสารได้
4. การเป็นคนที่ยอมรับหรือการเป็นที่รู้จักของสังคม (Sociability) การเป็นคนที่มีชื่อเสียง หรือเป็นที่ยอมรับของสังคมโดยทั่วไปนั้น จะทำให้ได้รับความรู้สึกที่ดีจากผู้รับสาร ผู้รับสารจะให้ความนิยม เชื่อถือ ซึ่งส่วนใหญ่ มักเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นก่อนที่จะมีการสื่อสารเกิดขึ้น (Prior Attitudes) อย่างไรก็ตามหากผู้ส่งสารที่ผู้รับสารชื่นชอบอยู่ก่อนทำการสื่อสารไม่ดีก็อาจเกิดผลในทางลบต่อความรู้สึกของผู้รับสารได้เช่นกัน
5. การเป็นคนเปิดเผย (Extroversion) การเป็นคนเปิดเผยเป็นสิ่งที่สร้างความไว้วางใจในตัวผู้ส่งสารให้เกิดขึ้นกับผู้รับสารโดยการให้ข้อมูลที่เพียงพอ และการไม่ปิดบังข้อมูลที่ไม่จำเป็นของผู้ส่งสาร ซึ่งจะทำให้ผู้รับสารเกิด

ความรู้สึกสนิทสนมเป็นกันเอง และรู้สึกไว้วางใจในผู้ส่งสารรวมทั้งจะมีผลทำให้ผู้รับสารสามารถรับรู้และเข้าใจถึงวัตถุประสงค์หรือความต้องการของผู้ส่งสารได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

### สาร (Message)

สารเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอีกอย่างหนึ่ง ในกระบวนการสื่อสาร ซึ่งมีคำที่มีความหมายหรือหมายถึงสารอยู่หลายคำ เช่น ข่าว (News) ข้อมูล (Information) ความคิดเห็น (Opinion) และอื่นๆ ดังนั้น หากรวมลักษณะต่างๆ ที่หมายถึงสารแล้วอาจกล่าวได้ว่า สาร หมายถึงเรื่องราวที่มีความหมายและถูกแสดงออกมาโดยอาศัยภาษาหรือสัญลักษณ์ใดๆ ก็ตามที่สามารถทำให้เกิดการรับรู้ร่วมกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารได้ ประกอบด้วยส่วนสำคัญ 3 ส่วน คือ

1. รหัสสาร (Message Codes) คือ ภาษา (Language) หรือ สัญลักษณ์ (Symbol) หรือ สัญญาณ (Signal) ที่มนุษย์คิดค้นเพื่อแสดงออกหรือใช้แทนความคิด ความรู้สึก ความเชื่อ ค่านิยมและวัตถุประสงค์ต่างๆ ของผู้ส่งสาร
2. เนื้อหาของสาร (Message Content) หมายถึง เรื่องราวสิ่งต่างๆ ที่ผู้ส่งสารต้องการจะถ่ายทอดหรือส่งไปยังผู้รับสาร
3. การจัดเรียงเรียงลำดับสาร (Message Treatment) หมายถึง รูปแบบวิธีการในการนำรหัสสารมาเรียงเรียงเพื่อให้ได้ใจความตามเนื้อหาที่ต้องการ ซึ่งมักจะขึ้นอยู่กับลักษณะโครงสร้างของภาษา (Structure) และบุคลิกลักษณะของแต่ละบุคคล

### ช่องทางการสื่อสาร (Channel or Media)

ช่องทางการสื่อสาร หรือสื่อ เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการสื่อสาร ซึ่งอาจหมายถึงพาหนะที่นำหรือพาข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ดังนั้น ช่องทางการสื่อสารจึงอาจหมายถึงประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของมนุษย์ที่ใช้ในการรับรู้ความหมายจากสิ่งต่างๆ อาจแบ่งสื่อตามเกณฑ์ต่างๆ ดังนี้

1. เกณฑ์สื่อที่เป็นบุคคล มี 2 ประเภท คือ

1. สื่อบุคคล (Personal Media) คือ การใช้บุคคลเป็นผู้นำ เป็นผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร
  2. สื่อมวลชน (Mass Media) หรือ สื่อระยะไกล (Telecommunication) ที่ถูกนำมาใช้เป็นช่องทางในการส่งหรือถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ สื่อสิ่งพิมพ์ (Printed Media) และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Media)
2. เกณฑ์การมีส่วนร่วมในสื่อของผู้รับสาร แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ
1. สื่อร้อน (Hot Media) คือ สื่อที่ผู้รับสารเข้าไปมีบทบาท มีส่วนร่วมกับสื่อได้ น้อย ไม่ว่าจะเป็นการเลือกเปิดรับ เลือกสนใจหรือการใช้จินตนาการเกี่ยวกับข่าวสารที่ถูกถ่ายทอด เช่น ภาพยนตร์
  2. สื่อเย็น (Cool Media) คือ สื่อที่ผู้รับสารสามารถเข้าไปมีบทบาท มีส่วนร่วมกับสื่อได้มาก กล่าวคือ ผู้รับสารจำเป็นต้องใช้ความพยายามในการรับรู้ และการทำความเข้าใจในข้อมูลข่าวสารมาก เช่น สื่อวิทยุ
3. เกณฑ์แหล่งกำเนิดสื่อ แบ่งได้ 2 ประเภท คือ
1. สื่อท้องถิ่น หรือสื่อพื้นบ้าน (Folk Media) คือ สื่อที่เกิดหรือถูกพัฒนาขึ้นภายในสังคมหรือท้องถิ่นเพื่อถ่ายทอดเนื้อหาเรื่องราวความเชื่อ เหตุการณ์ ความคิดเห็น นิทาน ตำนาน หรือสารอื่นๆ ด้วยวิธีการรูปแบบต่างๆ เช่น การละเล่น ดนตรี เป็นต้น
  2. สื่อทั่วไป (General Media) คือ เป็นสื่อที่มีกำเนิด หรือเกิดขึ้นจากภายนอกสังคม หรือมาจากสังคมอื่น อันได้แก่ สื่อมวลชนประเภทต่างๆ อันได้แก่ สื่อหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ ที่เป็นสื่อระดับประเทศหรือระดับชาติ

### ผู้รับสาร (Receiver)

เนื่องจากผู้รับสารเป็นบุคคลที่มีความสำคัญในการสื่อสาร ซึ่งการสื่อสารจะมีความหมายอย่างไร จะประสบผลสำเร็จหรือไม่ ขึ้นอยู่กับว่าผู้รับสารนั้นจะเลือกรับสาร เลือกที่จะตีความ และทำความเข้าใจต่อข่าวสารที่ตนเองได้รับนั้นอย่างไร ดังนั้น ถึงแม้ว่าการสื่อสารจะเริ่มต้นจากผู้ส่งสาร แต่บุคคลที่จะแสดงว่าการสื่อสารจะประสบความสำเร็จหรือไม่ นั่นก็คือผู้รับสาร เช่น ถ้าผู้รับ

สารต้องการรับสารตามและผู้ส่งสารส่งอยู่ในขณะนั้น และผู้รับสารสามารถทำความเข้าใจต่อสารนั้นได้ การสื่อสารก็จะสำเร็จได้โดยง่าย ในทางกลับกันหากผู้รับสารขาดความสนใจ ไม่พยายามรับหรือผู้รับสารไม่สามารถทำความเข้าใจในสารที่ผู้ส่งสาร ส่งให้ได้การสื่อสารนั้นก็ล้มเหลว ดังนั้นในการสื่อสารทุกครั้งสิ่งที่ผู้ส่งสารจะต้องให้ความสำคัญและต้องคำนึงถึงอย่างมากก็คือผู้รับสาร

#### ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการสื่อสารของผู้รับสาร

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการสื่อสารของผู้รับสาร อาจสรุปได้ ดังนี้

1. ปัจจัยทางด้านการสื่อสาร ได้แก่ ทักษะความสามารถ ความชำนาญในการถอดรหัสสาร (Communication Skills) รวมถึงทัศนคติในการสื่อสาร (Attitudes Toward Communication) ความรู้ในเรื่องสารและการสื่อสาร (Matters and Communication Knowledge)
2. ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ (Demographic Characteristics) อันได้แก่ อายุ เพศ สถานภาพทางสังคม และเศรษฐกิจ การศึกษา อาชีพ ศาสนา ฯลฯ
3. ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนแล้วแต่มีผลต่อการรับรู้ การตีความ และการทำความเข้าใจในการสื่อสารของผู้รับสารทั้งสิ้น
4. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพลักษณะของบุคคล (Personalities of Audience) เป็นลักษณะของบุคคลแต่ละคนที่เติบโตและถูกหล่อหลอมมาจากสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน รวมทั้งเป็นการสั่งสมทางด้านความรู้สึก สภาพจิตใจ และพฤติกรรมที่จะแสดงออกรวมทั้งการโต้ตอบต่อสิ่งต่างๆ ในลักษณะที่แตกต่างกันไปของบุคคล โดยทั่วไปบุคลิกภาพอาจแบ่งออกได้สองลักษณะใหญ่ๆ คือ บุคลิกภาพภายนอก เช่น รูปร่างหน้าตา การแต่งกาย และบุคลิกภาพภายใน เช่น อุปนิสัยใจคอ สติปัญญา

ในกระบวนการสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารประเภทใดหรือระดับใดก็ตาม นอกจากองค์ประกอบการสื่อสารทั้ง 4 ส่วน ดังกล่าวมาแล้ว ยังมีสิ่งสำคัญที่ทำให้กระบวนการสื่อสารครบถ้วนและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นั่นคือ การสื่อสารกลับ (feedback) คือ การที่ผู้รับสารเกิดความรู้สึกรู้สึกคิดต่างๆ จากสารและแสดงกลับไปยังผู้ส่งสาร



**การสื่อสารกลับ (feedback)**

ประมะ สตะเวทิน (2546:58-59) กล่าวว่า การสื่อสารกลับ (feedback) คือ ปฏิกริยา (reaction) ของผู้รับสารที่แสดงตอบสนองสารของผู้ส่งสาร

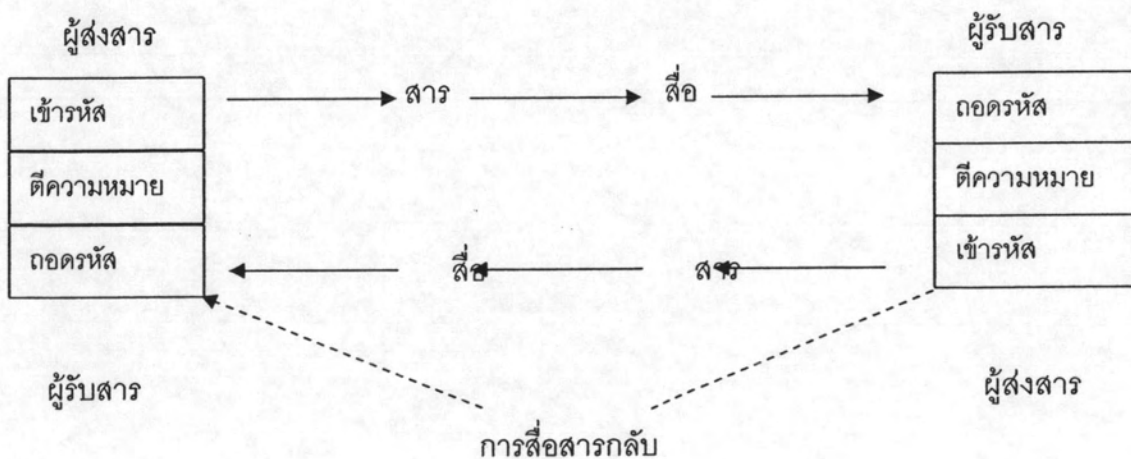
ประโยชน์ของการสื่อสารกลับมี 2 ประการ คือ

1. ทำให้ผู้ส่งสารทราบผลของการสื่อสารว่าบรรลุวัตถุประสงค์ของตนหรือไม่ เพียงใด ผู้รับสารตีความหมายตรงกับความหมายที่ผู้ส่งสารตั้งใจ (intended meaning) หรือไม่
2. ควบคุมพฤติกรรมกรรมการสื่อสารในเวลาต่อมาของผู้ส่งสาร กล่าวคือ ผู้ส่งสารสามารถใช้การสื่อสารกลับเพื่อปรับปรุง ดัดแปลง แก้ไข หรือคงไว้ซึ่งเนื้อหาสาระ และวิธีการในการสื่อสารของตน

**แบบจำลองกระบวนการการสื่อสารแบบสองทาง**

แบบจำลองกระบวนการการสื่อสารแบบสองทาง (Model of Two-way Communication Process) อธิบายการสื่อสารที่มีการสื่อสารกลับ (feedback) คือมีการโต้ตอบกันระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร โดยปกติแล้วการสื่อสารของมนุษย์นั้นมักจะมีลักษณะเป็นการโต้ตอบกัน

กระบวนการการสื่อสารแบบสองทาง เขียนเป็นแบบจำลองได้ ดังนี้



จากแบบจำลองกระบวนการการสื่อสารแบบสองทางข้างต้น จะเห็นได้ว่าผู้ทำการสื่อสารทั้งสองฝ่าย เป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร กล่าวคือในขณะหนึ่ง (ขณะที่ผู้ส่งสาร) ทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร และในอีกขณะหนึ่ง (ขณะที่รับสาร) ก็ทำหน้าที่เป็นผู้รับสาร

### วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร

ในการสื่อสารครั้งหนึ่งๆ ทั้งผู้ส่งสารและรับสารต่างก็มีวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร โดยทั่วไปเราสามารถจำแนกวัตถุประสงค์ของการสื่อสารได้ดังนี้ (เกศินี จุฑาวิจิตร, 2540 : 4-5)

#### 1. เพื่อแจ้งให้ทราบ (to inform)

เป็นวัตถุประสงค์ที่ผู้ส่งสารต้องการเผยแพร่หรือบอกกล่าวเรื่องราว เหตุการณ์ต่างๆ กิจกรรม นโยบาย ความเคลื่อนไหว ฯลฯ ของตนเองหรือหน่วยงานให้ผู้รับสารได้ทราบ ผู้รับสารก็มีความประสงค์ที่จะได้รับทราบข่าวสาร เพื่อนำไปใช้ในชีวิตรประจำวัน หรือเป็นข้อมูลสำหรับการตัดสินใจ

#### 2. เพื่อให้การศึกษา (to educate)

เป็นวัตถุประสงค์ที่ผู้ส่งสารต้องการให้ผู้รับสารได้เรียนรู้ และเกิดความเข้าใจที่ลึกซึ้งมากกว่าการได้รับทราบ

#### 3. เพื่อโน้มน้าวใจ (to persuade)

เป็นวัตถุประสงค์ที่ผู้ส่งสารต้องการให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกชอบใจ สนใจ คล้อยตาม สนับสนุนและต้องการที่จะปฏิบัติตาม ส่วนผู้รับสารทำการสื่อสารก็เพื่อต้องการที่จะได้ข้อมูลสำหรับการตัดสินใจ การสื่อสารที่มีวัตถุประสงค์เพื่อโน้มน้าวหรือชักจูงใจ ได้แก่ การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

#### 4. เพื่อความบันเทิง (to entertain)

เป็นวัตถุประสงค์ที่ผู้ส่งสารต้องการให้ผู้รับสารเกิดความพึงพอใจ สนุกสนาน ในส่วนผู้รับสารเองก็ต้องการได้รับความพอใจ เพลิดเพลิน หรือสนุกสนาน

นอกจากนี้ ในความจริงยังพบว่า บางครั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารอาจจะไม่ได้มีความต้องการไปในทางที่สอดคล้องกันก็ได้ เช่น ผู้ส่งสารต้องการที่จะให้การศึกษา แต่ผู้รับสารอาจไม่ได้มีความต้องการที่จะเรียนรู้ เป็นต้น

วัตถุประสงค์ของการสื่อสารที่องค์การบริหารส่วนตำบลจำเป็นต้องคำนึงถึง ในการติดต่อสื่อสารระหว่างองค์กรของตนกับโรงเรียนมัธยมศึกษา เพื่อที่จะประสานความร่วมมือในด้าน

การพัฒนาและการจัดการศึกษาตามแนวความคิดวัตถุประสงค์ของการสื่อสารนั้น พอจะสรุปได้ คือ ควรแจ้งให้โรงเรียนมัธยมศึกษาทราบถึงนโยบาย แนวทางการดำเนินงานที่มุ่งให้ประโยชน์แก่ ท้องถิ่น มิใช่ประโยชน์ส่วนตัวของ อบต. และให้ความรู้เกี่ยวกับองค์กรอย่างชัดเจน ใ้มน้ำวใจให้โรงเรียนมัธยมศึกษาเกิดความเชื่อมั่นในองค์กร สร้างความรู้สึกสนิทสนม ให้ความเป็นกันเอง เพื่อให้เกิดความพอใจในองค์กร และนำไปสู่ความร่วมมือที่จะพัฒนางานด้านการศึกษาร่วมกัน

### แนวความคิดเกี่ยวกับสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ

#### อิทธิพลของสื่อมวลชน

โจเซฟ ที แคลปเปอร์ (Joseph T. Klapper อ้างใน ปรมะ สตะเวทิน, 2533:142) ได้เสนอแนวความคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชนประเภทต่างๆ ที่มีต่อทัศนคติ และพฤติกรรมด้านต่างๆ ของประชาชนไว้ดังนี้

1. อิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อประชาชนนั้น ไม่ใช่อิทธิพลโดยตรง แต่เป็นอิทธิพลโดยอ้อม เพราะมีปัจจัยต่างๆ ที่กั้นอิทธิพลของสื่อสารมวลชน ปัจจัยดังกล่าว ได้แก่

- 1) ความมีใจโน้มเอียงของผู้รับสาร (Predisposition) ประชาชนจะมีความคิดเห็น ค่านิยม และมีความโน้มเอียงที่จะประพฤติปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งอยู่ก่อน ซึ่งได้รับอิทธิพลจากการคบหาสมาคมกับคนอื่น และสถาบันสังคมที่ตนเป็น สมาชิก เมื่อบุคคลผู้นั้นสัมผัสกับสื่อมวลชน ก็นำเอาทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมเหล่านั้นติดตัวมาด้วย
- 2) การเลือกของผู้รับสาร (Selective Process) ประชาชนจะเลือกรับสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็น และความสนใจของตน ซึ่งจะเลียงไม่ยอมรับสารที่ไม่สอดคล้องหรือขัดแย้งกับความคิดเห็น และความสนใจของตน ประชาชนจะพยายามตีความสารตามความเชื่อ และค่านิยมที่ตนมีอยู่เดิม และจะจดจำเฉพาะสิ่งที่สนับสนุนความคิด และความเชื่อของตน
- 3) อิทธิพลของบุคคล (Personal Influence) ข่าวสารจากสื่อมวลชน อาจไม่ได้ไปถึงประชาชนในทันที แต่จะผ่านสื่อบุคคล หรือผู้นำความคิดเห็นก่อนจะไปถึงประชาชน ผู้นำความคิดเห็นมักสอดแทรกความรู้สึกนึกคิดของตนเข้า

ไปด้วย

- 4) ลักษณะของธุรกิจด้านสื่อมวลชน (Economic Aspects) การดำเนินธุรกิจด้านสื่อสารมวลชนในสังคมเสรีนิยม ซึ่งมีระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนั้น สื่อมวลชน สามารถแข่งขันกันได้โดยเสรี ต่างฝ่ายต่างเสนอความคิดเห็น และค่านิยมที่แตกต่างกันออกไป และประชาชนก็มีเสรีภาพ ในการที่เลือกเชื่อถือความ คิดเห็น ความคิดเห็นหนึ่งได้ และตัดสินใจว่าจะเชื่อ สื่อมวลชนไหนดี

2. อิทธิพลที่สื่อมวลชนมีต่อประชาชน เป็นเพียงผู้สนับสนุนทัศนคติ ค่านิยม ความมีใจ โน้มเอียง ตลอดจนแนวโน้มด้านพฤติกรรมของประชาชนให้มีความเข้มแข็งขึ้น และพร้อมที่จะแสดงให้ปรากฏออกมา เมื่อมีแรงจูงใจเพียงพอ หรือเมื่อมีโอกาสเหมาะสม

3. สื่อมวลชนอาจทำหน้าที่เป็นผู้เปลี่ยนแปลงประชาชนได้เช่นกัน จะเกิดขึ้นต่อเมื่อบุคคล มีความโน้มเอียงที่จะเปลี่ยนแปลงอยู่ก่อนแล้ว หากสื่อมวลชนสามารถเสนอสิ่งที่สอดคล้องกับ ความต้องการของเขา เขาก็จะเปลี่ยนทัศนคติ และพฤติกรรมได้ สื่อมวลชนจึงทำหน้าที่เป็นเพียงผู้ เสนอหนทางในการเปลี่ยนทัศนคติ และพฤติกรรมเท่านั้น

4. สื่อมวลชนสามารถสร้างทัศนคติ และค่านิยมใหม่ให้เกิดแก่ประชาชนได้ในกรณีที่ บุคคลนั้นๆ ไม่เคยมีความรู้ หรือประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้นมาก่อนเลย ทัศนคติ และค่านิยมใหม่ นี้จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อบุคคลผู้นั้นรับสารที่เสนอเรื่องราวในแนวเดียวกันบ่อยๆ เป็นอิทธิพลใน ลักษณะสะสมมิใช่อิทธิพลที่ก่อให้เกิดผลได้ทันทีทันใด หรือในระยะเวลาอันสั้น

จากแนวคิดดังกล่าวจะเห็นได้ว่า สื่อมวลชนเป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อผู้คนจำนวนมากโดยใช้ เวลาไม่มากนัก ความรู้สึกนึกคิดจากสื่อมวลชนนี้จะค่อยๆ แทรกซึมอยู่ในตัวผู้รับสาร เปรียบเสมือนข้อมูลเบื้องต้นในการวิเคราะห์ หรือตัดสินใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง บุคลากรในโรงเรียน มัธยมศึกษา เช่น ครู หรือผู้อำนวยการโรงเรียนเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถ และทำหน้าที่ในการ ถ่ายทอดความรู้ นั้น ย่อมให้ความสนใจ และบริโภคข่าวสารข้อมูลจากสื่อมวลชนอย่างสม่ำเสมอ ดังนั้น สื่อมวลชน ก็น่าจะเป็นช่องทางสื่อสารที่สำคัญที่จะเข้าถึงผู้อำนวยการโรงเรียน มัธยมศึกษาได้อย่างดี

การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication)

ในการสื่อสารระหว่างบุคคล ทั้งผู้ส่งสาร และผู้รับสารสามารถที่จะชักถามทำความเข้าใจ และมีปฏิริยาโต้ตอบซึ่งกันและกันได้ทันที การสื่อสารระหว่างบุคคลนั้นมีองค์ประกอบของการสื่อสารอยู่อย่างครบถ้วน คือ ผู้ส่งสาร สาร สื่อ ผู้รับสาร ผล และปฏิริยาสนองกลับ

Rogers และ Shoemaker กล่าวว่า ในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใดๆ เกิดการยอมรับในสารที่เสนอออกไป หรือจะทำการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพที่สุด เพื่อให้มีการยอมรับสารนั้น ควรจะใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลนี้จะมีประโยชน์มากในกรณีผู้ส่งสารหวังผล ให้ผู้รับเกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับทัศนคติ และพฤติกรรมในการรับสาร นอกจากนี้ยังเป็นวิธีช่วยให้ผู้รับสารมีความเข้าใจกระจ่างชัด และตัดสินใจรับสารได้อย่างมั่นใจยิ่งขึ้น

### ประสิทธิภาพของสื่อบุคคล

เสถียร เขยประทับ (2525) ได้กล่าวถึง ประสิทธิภาพของสื่อบุคคลไว้ดังนี้

1. สามารถทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบยุควิถี ถ้าผู้รับสารไม่เข้าใจในสารสามารถที่จะไต่ถาม หรือขอข่าวสารเพิ่มเติมจากผู้ส่งสารได้ในเวลาอันรวดเร็ว ส่วนตัวผู้ส่งสารก็สามารถปรับปรุงแก้ไขสารที่ส่งออกไปให้เข้ากับความต้องการ และเข้าใจผู้รับสารได้ในเวลาอันรวดเร็ว เช่นกัน
2. การที่ช่องทางที่เป็นสื่อระหว่างบุคคลมีปฏิริยาตอบสนอง หรือปฏิริยาสะท้อนกลับสามารถทำให้ลดอุปสรรคของการสื่อสารที่เกิดจากการเลือกรับสาร การเลือกแปลหรือตีความสาร และการเลือกจำสารได้
3. สามารถที่จะจูงใจบุคคลให้เปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังลึกได้

ลาซาร์สเฟลด์ และแมนเซล (Lazarsfeld and Manzel, 1968) ได้ให้เหตุผลในความมีประสิทธิภาพของสื่อบุคคลว่า

1. การพูดคุยเป็นกันเอง เป็นส่วนตัวทำให้ผู้พูด และผู้ฟังเกิดความเป็นกันเอง และทำให้ผู้ฟังยอมรับ ความคิดเห็น ของผู้พูดได้ง่ายขึ้น
2. การสื่อสารแบบเผชิญหน้ากัน ทำให้ผู้พูดสามารถดัดแปลงเรื่องราวต่างๆ ให้ตรงกับ

ความต้องการของผู้ฟังได้อย่างเหมาะสม

3. การสื่อสารแบบนี้ทำให้ ผู้ฟังรู้สึกว่าคุณเองได้รับรางวัล หรือมีส่วนร่วมในเรื่องที่สามารถแสดงความคิดเห็นกับผู้พูดได้

การสื่อสารระหว่างบุคคลแบ่งเป็น 2 ประเภท (เลทเธอร์ เชยประทับ, 2525) คือ

1. ติดต่อโดยตรง (Direct Contact) การติดต่อโดยตรงนี้ใช้สื่อบุคคล ในการเผยแพร่ข่าวสารโดยวิธีเยี่ยมบ้าน เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีกับประชาชน วิธีนี้หากประชาชน หรือผู้รับสารไม่เข้าใจก็สามารถซักถามทำความเข้าใจได้เป็นอย่างดี

2. การติดต่อโดยกลุ่ม (Group Contact of Community Public) คือการติดต่อโดยผ่านกลุ่ม กลุ่มจะมีอิทธิพลต่อบุคคลส่วนรวม กลุ่มต่างๆ ช่วยให้การสื่อสารของบุคคลบรรลุเป้าหมายได้

ดั่งที่ บลูมเมอร์ (Blumer, 1969) กล่าวได้ว่า "สังคมมนุษย์ประกอบด้วยกลุ่มที่ต่างชนิดกัน ส่วนใหญ่ชีวิตที่ร่วมกันอยู่ทั้งหมดจะประกอบกันเป็นแบบแผนปฏิบัติ และมีพฤติกรรมร่วมกันของกลุ่ม เมื่อกลุ่มมีความสนใจมุ่งไปในทิศทางใด บุคคลส่วนใหญ่ในกลุ่มก็จะมีใจไปทางนั้นด้วย ซึ่งการติดต่อโดยกลุ่ม ประชุมสัมมนา คือ จัดกลุ่มคนที่มีความสนใจร่วมกันตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ให้สนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นมีปฏิกริยาโต้ตอบกัน ซึ่งจะมีส่วนช่วยในการตัดสินใจยอมรับ หรือปฏิเสธข่าวสารได้

จากแนวคิดดังกล่าว สื่อบุคคลย่อมมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะการปกครองส่วนท้องถิ่นที่เป็นการปกครองหน่วยย่อยของรัฐบาล เพื่อให้ประชาชนในท้องถิ่นมีความรู้สึกผูกพัน เป็นมิตร และกล้าที่จะแสดงความคิดเห็นในเรื่องต่างๆ ตามความต้องการ เพื่อพัฒนาท้องถิ่นของตนเอง ทั้งยังมีความรู้สึกว่าคุณเองมีความสำคัญในด้านการพัฒนานั้นด้วย

### แนวความคิดเกี่ยวกับความรู้ (Knowledge)

ความรู้ (Knowledge) เป็นการรับรู้เบื้องต้น ซึ่งบุคคลส่วนมากจะได้รับผ่านประสบการณ์ โดยการเรียนรู้ จากการตอบสนองต่อสิ่งเร้า (S - R) แล้วจัดระบบเป็นโครงสร้างของความรู้ที่ผสมผสานระหว่างความจำ (ข้อมูล) กับสภาพจิตวิทยา ด้วยเหตุนี้ ความรู้จึงเป็นความจำที่

เลือกสรรซึ่งสอดคล้องกับสภาพจิตของตนเอง ความรู้จึงเป็นกระบวนการภายใน อย่างไรก็ตาม ความรู้ก็อาจส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมที่แสดงออกของคนได้ ซึ่งได้มีผู้ให้ขอบเขตนิยามเกี่ยวกับความรู้ไว้ ดังเช่น

บรูม และคณะ (Bloom and Others, 1971 : 271) ให้ความหมายว่า “ความรู้ เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับกระบวนกรระลึกถึงสิ่งเฉพาะเรื่อง หรือเรื่องทั่วๆ ไป ระลึกได้ถึงวิธีการ กระบวนการ หรือสถานการณ์ต่างๆ โดยเน้นความจำ”

กู๊ด (Good, 1973 : 325) ให้ความหมายว่า “ความรู้ หมายถึง ข้อเท็จจริง (facts) ความจริง (truth) กฎเกณฑ์และข้อมูลต่างๆ ที่มนุษย์ได้รับและรวบรวมสะสมไว้จากมวลประสบการณ์ต่างๆ”

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2526:16) กล่าวว่า ความรู้ เป็นพฤติกรรมขั้นต้น ซึ่งผู้เรียนเพียงแต่จำได้ อาจจะโดยการนึกได้ หรือโดยการมองเห็น หรือได้ยิน จำได้ ความรู้ขั้นนี้ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับคำจำกัดความ ความหมาย ข้อเท็จจริง ทฤษฎี กฎ โครงสร้าง และวิธีการแก้ปัญหา

วิชัย วงษ์ใหญ่ (2523:130) กล่าวว่า ความรู้ เป็นพฤติกรรมเบื้องต้นที่ผู้เรียนสามารถจดจำได้หรือระลึกได้ โดยการมองเห็น ได้ยิน ความรู้ในที่นี้ คือ กฎเกณฑ์ ข้อเท็จจริง คำจำกัดความ

อรรถวรรณ ปิลาธนโหวาท (2542 : 35) ให้ความหมายว่า “ความรู้ หมายถึง การได้ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเท็จจริง รูปแบบ วิธีการ กฎเกณฑ์ แนวปฏิบัติ สิ่งของ เหตุการณ์ หรือบุคคล ซึ่งได้จากการสังเกต ประสบการณ์หรือจากสื่อต่างๆ ประกอบกัน”

ดังนั้น การเข้าใจผิด ความไม่เข้าใจ อาจเกิดจากการขาดความรู้ในเรื่องนั้นๆ ซึ่งส่งผลให้เกิดความรู้สึกที่ไม่ดี และก่อให้เกิดความขัดแย้งในที่สุด สำหรับ ความรู้ ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ความเข้าใจและสามารถบอกถึง เรื่องราว กฎเกณฑ์ รูปแบบ แบบแผน และแนวทางเกี่ยวกับสิ่งหนึ่งสิ่งใดได้อย่างถูกต้อง แม่นยำ

## แนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

ความหมายของ "ทัศนคติ" คำว่า "ทัศนคติ" ได้มีผู้ให้ความหมายไว้หลายประการ เช่น พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ได้ให้ความหมายของคำว่าทัศนคติว่าหมายถึง แนวความคิด ทัศนคติมาจากรากศัพท์ภาษาละตินว่า "aptus" แปลว่า โน้มเอียงเหมาะสม นำมาใช้ในความหมายของทัศนคติ หมายถึง ท่าทีที่แสดงออกมาของบุคคล ซึ่งบ่งสภาพของจิตใจ ได้แก่ ความรู้สึก หรือ อารมณ์ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

คาร์เตอร์ วี กูด (Carter V. Good, 1959) กล่าวว่า "ทัศนคติ คือ ความพร้อมที่จะแสดงออกในลักษณะใดลักษณะหนึ่งที่เป็นการสนับสนุน หรือต่อต้านสถานการณ์บางอย่าง บุคคล หรือสิ่งใด ๆ"

กอร์ดอน ดับบลิว ออลพอร์ท (Gordon W. Allport, 1967) "ทัศนคติ" คือ ภาวะทางจิต ซึ่งทำให้บุคคลพร้อมที่จะโต้ตอบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากประสบการณ์ และ เป็นตัวกำหนดทิศทางที่แต่ละบุคคล จะตอบสนองต่อสิ่งของ และเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้อง

ไซรัส เมซาค และริชาร์ดสัน (Cyrus Mayshark and E. Richardson) ระดับความรู้สึกที่เกี่ยวข้องกับภาวะจิตใจของบุคคลที่มีต่อวัตถุ เป็นศักยภาพของพฤติกรรม หรือ ส่วนที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมทางบวก หรือทางลบ ต่อสถานการณ์ บุคคล หรือวัตถุ ทัศนคติเป็นแรงที่มีอยู่ภายใน วัตถุ ได้จากปฏิกิริยาต่อตัวกระตุ้น ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากจิตใจที่มีการแปลงอยู่เสมอ และจะแสดงออกทางกาย

นอร์แมน แอล มัน (Norman L. Man, 1971) "ทัศนคติ" หมายถึง ความรู้สึก และความคิดเห็นของบุคคล ที่มีต่อสิ่งของ บุคคล สถานการณ์ สถาบัน และข้อเสนอใดๆ ในทางที่ยอมรับ หรือปฏิเสธ ซึ่งมีผลทำให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงปฏิบัติ ตอบสนอง ด้วยพฤติกรรมอย่างเดียวกัน ตลอด

ชิฟฟ์แมน และ การ์นุก (Schiffman and Kanuk, 1991) ได้ให้ความหมายของทัศนคติ



(Attitude) ไว้ว่า “ทัศนคติ คือ การแสดงออกถึงความรู้สึกภายในที่สะท้อนถึงแนวโน้ม ของ ความชอบหรือไม่ชอบต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของบุคคล”

สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ (2523) อธิบายว่า ทัศนคติ หมายถึง สภาวะของความพร้อมหรือ แนวโน้มที่จะกระทำ หรือมีปฏิกิริยาต่อสิ่งเร้า สิ่งหนึ่งสิ่งใดในลักษณะบางอย่าง ทัศนคตินี้จะ แสดงออกให้เห็นจากคำพูด หรือ พฤติกรรม เมื่อได้ผลสิ่งที่เกี่ยวข้องกับทัศนคตินั้น แต่ละคนจะมี ทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดมากน้อยต่างกัน แต่ลักษณะที่สำคัญของทัศนคติ ก็คือ “ความเป็นนามธรรม” (Abstraction) การศึกษาทัศนคติ จึงเป็นสิ่งสำคัญเพื่อที่จะทำการเปลี่ยนแปลง โดย กระบวนการต่างๆ เช่นการสื่อสาร การศึกษา เป็นต้น

สุชา จันทรโสม (2524) ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึก หรือท่าทีของบุคคลที่มีต่อ บุคคล วัตถุสิ่งของ หรือสถานการณ์ต่างๆ ความรู้สึก หรือ ท่าทีนี้ จะเป็นไปในทำนองพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยก็ได้

อาจสรุปได้ว่า ทัศนคติ หมายถึง ความตระหนัก การรับรู้ต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดผ่านประสาทสัมผัส ทั้งที่เป็นรูปธรรม และนามธรรม แล้วเกิดความรู้สึกอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น พพอใจ ไม่พอใจ หรือ เฉยๆ

ทัศนคติ เป็นดัชนีชี้ว่า บุคคลนั้นคิด และรู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้าง วัตถุ หรือ สิ่งแวดล้อม ตลอดจนสถานการณ์ต่างๆ โดยทัศนคตินั้นมีรากฐานมาจากความเชื่อ ที่อาจส่งผลถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ ทัศนคติจึงเป็นเพียงความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้า และ เป็นมิติของการประเมิน เพื่อแสดงว่า ชอบ หรือ ไม่ชอบต่อประเด็นหนึ่งๆ ซึ่งถือเป็นการสื่อสารภายในบุคคล (Intrapersonal Communication) ที่เป็นผลกระทบมาจากการรับสาร อันจะส่งผลถึงพฤติกรรมต่อไป (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533)

### องค์ประกอบของทัศนคติ

จิมบาโด และ เอบบีเซน (Zimbardo and Ebbesen, 1970) กล่าถึง องค์ประกอบของ ทัศนคติไว้ 3 ประการ

1. องค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด (The Cognitive Component) เป็นส่วนที่เป็นความเชื่อของบุคคลเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ทั่วไป ทั้งสิ่งที่ชอบและไม่ชอบ หากบุคคลมีความรู้ หรือมีความคิดว่าสิ่งใดดี ก็มักจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น หากมีความรู้มาก่อนว่าสิ่งใดไม่ดี ก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น

2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก (The Affective Component) เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ ที่เกี่ยวเนื่องกับสิ่งต่างๆ ซึ่งมีผลแตกต่างกันตามบุคลิกของคนนั้น เป็นลักษณะที่เป็นค่านิยมของแต่ละบุคคล

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (The Behavior Component) คือ การแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่ง หรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากองค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึก

#### การเกิดของทัศนคติ (The Formation of Attitudes)

ทัศนคติต่างๆ ของบุคคลนั้นสร้างขึ้นหรือมีขึ้นจากการได้พุดจากับครอบครัวของตนเอง จากเพื่อนฝูง (Allport, 1954) ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวที่ว่า ทัศนคติมิใช่สิ่งที่ติดตัวบุคคลมาแต่กำเนิด แต่ก่อรูปขึ้นมาภายหลังโดยอาศัยสิ่งแวดล้อมตลอดจนปัจจัยทั้งภายใน และภายนอก (ชวรัตน์ เชิดชัย, 2527) นอกจากนี้เรายังได้มีโอกาสพบบุคคลต่างๆ หลายกลุ่ม ทัศนคติของสมาชิกในกลุ่มที่เราอยู่ด้วย หรือต้องการอยากจะทำไปมีส่วนร่วม เป็นส่วนที่ก่อทัศนคติให้เกิดในตัวเราด้วย

ธงชัย สันติวงษ์ (2539: 166-167) ได้กล่าวว่า ทัศนคติจะก่อตัวขึ้นมาและเปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1. การจูงใจทางร่างกาย (Biological Motivations) ทัศนคติจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลใดบุคคลหนึ่งกำลังดำเนินการตอบสนองความต้องการพื้นฐาน หรือแรงผลักดันทางร่างกายของตนได้ ตัวบุคคลจะสร้างทัศนคติที่ดีต่อบุคคล หรือสิ่งของที่สามารถช่วยให้เขามีโอกาสตอบสนองความต้องการของตน หากสิ่งใดตอบสนองความต้องการของตนไม่ได้ บุคคลก็จะมีทัศนคติไม่ดีต่อสิ่งนั้น

2. ข่าวสารข้อมูล (Information) ทัศนคติจะมีพื้นฐานมาจากชนิดและขนาดของข่าวสาร

ที่ได้รับรวบรวมทั้งลักษณะของแหล่งที่มาของข่าวสารด้วย ด้วยกลไกของการเลือกเฟ้นในการมองเห็นและเข้าใจปัญหาต่างๆ (Selective perception) ข่าวสารข้อมูลบางส่วนที่เข้ามาสู่บุคคลนั้น จะทำให้บุคคลนั้นเก็บข้อมูลข่าวสารนั้นไปคิดและสร้างเป็นทัศนคติขึ้นมาได้ ฉะนั้นบางคนจึงอาจเกิดทัศนคติไม่ดีต่อผู้อื่นโดยการฟังคำติชม ที่ได้รับการบอกเล่ามาก่อน

3. การเข้าไปเป็นสมาชิกหรือสังกัดกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง (Group Affiliation) ทัศนคติบางอย่างอาจมาจากกลุ่มต่างๆที่บุคคลเกี่ยวข้องอยู่ทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่นครอบครัว วัตถุประสงค์เพื่อนร่วมงาน กลุ่มกีฬา กลุ่มสังคมต่างๆ โดยกลุ่มเหล่านี้ไม่เพียงแต่เป็นแหล่งรวมของค่านิยมต่างๆ แต่ยังมีถ่ายทอดข้อมูลให้แก่บุคคลในกลุ่ม ซึ่งทำให้สามารถสร้างทัศนคติขึ้นได้ เพราะบุคคลที่อยู่ในกลุ่มสังคม ย่อมจะปรับทัศนคติและปฏิบัติตนคล้อยตามบรรทัดฐาน (Norm) ของกลุ่ม เพื่อให้ตนเป็นที่ยอมรับของกลุ่ม หากทัศนคตินั้นไม่ขัดแย้งกับทัศนคติของตนมากเกินไป

4. ประสบการณ์ (Experience) ประสบการณ์ของคนที่มีต่อวัตถุสิ่งของย่อมเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้บุคคลต่างๆ ตีค่าสิ่งที่เขาได้มีประสบการณ์มาจนกลายเป็นทัศนคติได้

5. ลักษณะท่าทาง / บุคลิกภาพ (Personality) ลักษณะท่าทางหลายประการต่างก็มีส่วนทางอ้อมที่สำคัญในการสร้างทัศนคติให้กับบุคคล เช่น ผู้ที่มีบุคลิกภาพสมบูรณ์มักมองผู้อื่นในแง่ดี ส่วนผู้ปรับตัวยากจะมีทัศนคติในทางตรงข้าม เช่น มักคิดว่าบุคคลอื่นอิจฉาริษยาหรือคิดร้ายต่อตน

**ประเภทของทัศนคติ** แบ่งตามการแสดงออกของบุคคลได้ 3 ประเภทด้วยกัน คือ

1. ทัศนคติในทางบวก (Positive Attitude) เป็นทัศนคติที่ชักนำให้บุคคลแสดงปฏิกิริยาในด้านดีต่อบุคคลอื่น เรื่องราวหรือสิ่งต่างๆ ก่อให้เกิดความรู้สึกที่ดีและความร่วมมือในกิจกรรมต่างๆ

2. ทัศนคติในทางลบ (Negative Attitude) เป็นทัศนคติหรือความรู้สึกที่ไม่ดี

3. ทัศนคตินิ่งเฉย (Passive Attitude) ทัศนคติที่บุคคลไม่แสดงความคิดเห็นต่อบุคคล เรื่องราว หรือสิ่งต่างๆ โดยสิ้นเชิงจนอาจกลายเป็นทัศนคตินิ่งเฉยต่อเรื่องนั้นๆ

ทัศนคติทั้ง 3 ประเภทนี้ บุคคลอาจจะมีเพียงประเภทเดียวหรือหลายประเภทรวมกันก็ได้ ขึ้นอยู่กับความมั่นคงในเรื่องความเชื่อ ความรู้สึกนึกคิด หรือค่านิยมอื่นที่มีต่อบุคคล สิ่งของ การกระทำ หรือสถานการณ์ ซึ่งถ้าทัศนคติของบุคคลแต่ละคนถูกกระตุ้นให้แสดงออกมาในรูปของความเห็นร่วมกันก็จะเปลี่ยนเป็น "สาธารณมติ" เป็นต้น (กรรณิกา ธรรมวุฒิ, 2541)

## การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

โดยทั่วไปแล้ว ทัศนคติของบุคคลแต่ละคนเกิดขึ้นจากการสะสมมาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน ทัศนคติที่เกิดขึ้นนี้ย่อมจะเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับทัศนคติและความเชื่ออื่นๆของบุคคลผู้นั้น เมื่อทัศนคติเกิดขึ้นแล้วอาจเปลี่ยนแปลงได้ง่ายหรือยากต่างกัน

Zimbardo Ebbesen and Maslach (1970) กล่าวไว้ในทฤษฎีเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมว่าทัศนคติของบุคคลสามารถถูกทำให้เปลี่ยนแปลงได้หลายวิธี อาจจะโดยวิธีที่บุคคลได้รับข่าวสารต่างๆมาจากบุคคลอื่น หรือมาจากสื่อมวลชนต่างๆ ข่าวสารนี้จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในองค์ประกอบของทัศนคติในส่วนของความรู้ หรือความคิด เมื่อองค์ประกอบของทัศนคติในส่วใดส่วหนึ่งเปลี่ยนแปลงไป องค์ประกอบส่วนอื่นจะมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงด้วยเช่นกัน คือ เมื่อองค์ประกอบทางด้านความรู้หรือความคิดเปลี่ยนแปลง ก็จะมีแนวโน้มทำให้องค์ประกอบทางด้านความรู้สึก และองค์ประกอบทางด้านพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงไปด้วย การเปลี่ยนแปลงดังกล่าว มีส่วนเกี่ยวข้องกันโดยตรง ถ้าความคิด ความรู้สึกและพฤติกรรมถูกกระทบไม่ว่าจะในระดับใดก็ตาม จะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติทั้งสิ้น

เมื่อพิจารณาการก่อตัวและการเปลี่ยนแปลงของทัศนคติแล้ว จะเห็นได้ว่าองค์ประกอบที่สำคัญที่เป็นตัวเชื่อมโยงให้เกิดทัศนคติต่อสิ่งต่างๆ คือ การติดต่อสื่อสาร ทั้งนี้เพราะไม่ว่าทัศนคติจะเกิดจากสิ่งใด ก็จะต้องมีการสื่อสารเกี่ยวข้องอยู่เสมอ การสื่อสารจึงเป็นกิจกรรมที่สำคัญอย่างมากที่มีผลทำให้เกิดทัศนคติของบุคคล ความเกี่ยวข้องระหว่างทัศนคติกับการสื่อสารนั้น Rogers (1973) ได้กล่าวไว้ว่า การสื่อสารมีผลสำคัญ 3 ประการ คือ

1. ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ของผู้รับสาร (Change in Receiver's Knowledge)
2. ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้รับสาร (Change in Receiver's Attitude)
3. ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมของผู้รับสาร (Change in Receiver's Behavior)

กล่าวคือ เมื่อผู้รับสารได้รับข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง จะก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องนั้นซึ่งมีผลทำให้เกิดทัศนคติเกี่ยวกับเรื่องนั้นด้วย และขั้นสุดท้ายก็จะก่อให้เกิดพฤติกรรมที่กระทำต่อเรื่องนั้นๆ ตามมา

จากแนวความคิดดังกล่าว ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นภายใน มาจากการรับรู้สิ่งต่างๆ แล้วส่ง

ให้ผู้รับเกิดความรู้สึกต่อสิ่งนั้น อาจเกิดจากปัจจัยต่างๆ เช่น ความรู้ ประสบการณ์ สื่อที่มีอิทธิพล  
 ต่อบุคคลนั้น เป็นต้น ทักษะคติยังมีความสำคัญที่จะส่งผลต่อพฤติกรรมที่จะเกิดขึ้นต่อไป  
 เพราะฉะนั้นการเปลี่ยนแปลงทัศนคติก็อาจส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ ซึ่งทัศนคติใน  
 การศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ความเชื่อ ความคิดเห็น หรือความรู้สึกของผู้อำนวยการโรงเรียน  
 มัธยมศึกษา ที่มีต่อองค์การบริหารส่วนตำบล

### แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการยอมรับ

การทำให้เกิดการยอมรับปฏิบัติ หรือพฤติกรรม เป็นการเปลี่ยนแปลงการกระทำที่สามารถ  
 สังเกตได้ การเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมนี้เป็นไปได้ค่อนข้างยาก แต่หากผู้ส่งสารทำให้ผู้รับสาร  
 เปลี่ยนแปลงความรู้หรือการรับรู้ได้ การเปลี่ยนแปลงนี้ก็เป็นพื้นฐานให้มีการเปลี่ยนแปลง  
 พฤติกรรมในภายหน้าได้

การกระทำหรือพฤติกรรมใดๆ ของคนเราส่วนใหญ่ ตามปกติมักเกิดจากทัศนคติของ  
 บุคคลนั้น ทัศนคติจึงเป็นเสมือนเครื่องควบคุมการกระทำของบุคคล ซึ่งในการเปลี่ยนแปลง  
 พฤติกรรมนั้น

โรเจอร์ส (Rogers : 1973) ได้กล่าวเกี่ยวกับการสื่อสารและการเปลี่ยนแปลงทัศนคติว่า  
 การสื่อสารก่อให้เกิดผล 3 ประการ คือ

1. ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้ของผู้รับสาร
2. ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านทัศนคติของผู้รับสาร
3. ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมของผู้รับสาร

การเปลี่ยนแปลงทั้ง 3 นี้ จะเกิดในลักษณะต่อเนื่องกัน คือ เมื่อผู้รับสารได้รับข่าวสาร  
 เกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ก็เกิดความรู้สึกความเข้าใจในเรื่องนั้นๆ และความรู้ความเข้าใจนี้จะ  
 ทำให้เกิดทัศนคติเกี่ยวกับเรื่องนั้น และขั้นสุดท้ายก็จะก่อให้เกิดพฤติกรรมที่กระทำต่อเรื่องนั้นๆ  
 ตามมา

นอกจากทฤษฎีการให้ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม สามารถใช้วัดความสำเร็จในการ  
 พัฒนาดังที่กล่าวมาแล้วนั้น ทฤษฎีนี้ยังเป็นทฤษฎีที่ใกล้เคียงกับการเผยแพร่ข่าวสาร โดยมีส่วน

สนับสนุนซึ่งกันและกัน มีนักวิชาการหลายท่านที่มักเป็นว่าทฤษฎีทั้งสองเป็นทฤษฎีเดียวกัน เนื่องจากเป็นส่วนเสริมกัน เพราะการเผยแพร่ข่าวสารสามารถเป็นตัวแปรต้น กล่าวคือ การเผยแพร่ข่าวสารเน้นกลไกของการยอมรับสาร (นวัตกรรม) ของผู้รับสาร เมื่อรับสารแล้วจะเกิดผลกระทบอย่างไร ด้วยเหตุนี้ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม จึงเป็นผลที่สามารถวัดได้จากการเผยแพร่ข่าวสาร (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533 : 119)

### ช่องว่างของความรู้ ทักษะ และการยอมรับปฏิบัติ

ช่องว่างของความรู้ ทักษะ และการยอมรับปฏิบัติ หรือ KAP – GAP ซึ่งโรเจอร์ (Rogers, 1971 : 288-289) ได้อธิบายว่า ทักษะ และพฤติกรรมของบุคคลนั้นไม่สัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่องเสมอไป กล่าวคือ เมื่อการสื่อสารก่อให้เกิดความรู้ และทัศนคติในทางบวกต่อสิ่งที่เผยแพร่แล้ว แต่ในขั้นการยอมรับปฏิบัติอาจมีผลในทางตรงกันข้ามก็ได้ ถึงแม้ว่าโดยส่วนใหญ่เมื่อบุคคลมีทัศนคติอย่างไรแล้ว จะมีความโน้มเอียงที่จะปฏิบัติตามทัศนคติของตนก็ตาม แต่พฤติกรรมเช่นนี้จะไม่เกิดขึ้นเสมอไป ทั้งนี้ เพราะในบางกรณีอาจเกิด KAP – GAP ขึ้นได้ กล่าวโดยสรุปก็คือ ในกรณีทั่วไปเมื่อบุคคลมีความรู้ ทักษะอย่างไร จะแสดงพฤติกรรมไปตามความรู้ และทัศนคติที่มีอยู่ นั่น คือ K (knowledge) A (Attitude) P (Practice) จะเกิดขึ้นอย่างสอดคล้องหรือสัมพันธ์กัน แต่จะไม่เกิดขึ้นเสมอไปในทุกกรณี

ในการเปิดช่องว่างของความรู้ ทักษะ และการปฏิบัติ หรือ KAP – GAP นี้ โรเจอร์ส (Rogers, 1973 : 289-290) ได้เสนอวิธีแก้ไข 4 ประการ คือ

1. การให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการใช้ให้มากขึ้น กล่าวคือ ต้องให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจอย่างแท้จริงถึงวิธีการใช้ หรือวิธีปฏิบัติต่อสิ่งที่เผยแพร่ให้
2. ให้คำแนะนำในการปฏิบัติ ซึ่งสามารถทำได้โดยใช้เจ้าหน้าที่ส่งเสริมเข้าไปติดต่อกับสมาชิกที่ต้องการรับนวัตกรรม โดยให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิด
3. โดยการให้รางวัลแก่ผู้ที่ยอมรับนวัตกรรม หรือยอมรับปฏิบัติเพื่อเป็นแรงจูงใจแก่สมาชิกอื่นๆ ที่ยังไม่ยอมรับ
4. การใช้กลยุทธ์ในการโน้มน้าว โดยวิธีการใช้สื่อบุคคลที่เป็นเจ้าหน้าที่ส่งเสริม ผู้นำทางความคิดเข้าไปติดต่อกับสมาชิก หรือกลุ่มเพื่อนฝูงเพื่อโน้มน้าวใจสมาชิกให้เกิดการยอมรับปฏิบัติอีกต่อหนึ่ง

องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) แม้จะมีแนวการบริหารงานในลักษณะท้องถิ่นมาตั้งแต่ในสมัยรัชกาลที่ 5 ตามพระราชบัญญัติลักษณะการปกครองท้องที่ ร.ศ. 116 (พ.ศ. 2440) แต่ก็ได้มีการตั้งหน่วยงานองค์การบริหารส่วนตำบลอย่างเป็นทางการตามพระราชบัญญัติสภาตำบล และองค์การบริหารส่วนตำบล ในปี พ.ศ. 2537 ซึ่งถือว่าเป็นระยะเวลาที่ไม่ยาวนานนัก เป็นหน่วยงานใหม่ของรัฐบาลที่มุ่งการกระจายอำนาจให้แก่ท้องถิ่น จึงจำเป็นต้องอาศัยการสื่อสาร การให้ความรู้ เพื่อให้ประชาชนในแต่ละท้องถิ่นเกิดทัศนคติที่ดี และให้การยอมรับ ตลอดจนให้ความร่วมมือตามความต้องการของหน่วยงานดังกล่าว

## ส่วนที่ 2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประภาพรณ ไชยวงษ์ (2544) ศึกษาการวิเคราะห์บทบาทขององค์การบริหารส่วนตำบลในการจัดการศึกษาและการมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา พบว่า 1) บทบาทที่ปฏิบัติจริง : อบต. ส่วนใหญ่จัดการศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัยมากกว่าการศึกษาในระบบ 2) ความคาดหวัง : ผู้บริหารสถานศึกษาคาดหวังให้ อบต. จัดการศึกษาในระดับก่อนประถมศึกษาและประถมศึกษา แต่ อบต. ส่วนใหญ่คาดหวังถึงระดับมัธยมศึกษาตอนต้น สำหรับการมีส่วนร่วมทั้ง 2 กลุ่ม คาดหวังให้ อบต. ร่วมจัดการศึกษาระดับก่อนประถมศึกษาถึงมัธยมศึกษาตอนปลาย 3) ความพร้อม : ในปี 2544 อบต. เห็นว่า อบต. พร้อมจัดการศึกษาระดับก่อนประถมศึกษาและพร้อมมีส่วนร่วมทั้งระดับก่อนประถมศึกษาและประถมศึกษา แต่ผู้บริหารสถานศึกษาเห็นว่า อบต. ไม่พร้อมทั้งในการจัดและมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาทุกระดับ ในปี 2549 ผู้บริหารสถานศึกษาเห็นว่า อบต. พร้อมจัดการศึกษาระดับก่อนประถมศึกษา แต่อบต. เห็นว่ามีความพร้อมถึงระดับประถมศึกษา และทั้ง 2 กลุ่ม เห็นว่า ในปีดังกล่าว อบต. มีความพร้อมเพิ่มขึ้นทั้งในการจัดและการมีส่วนร่วมจัดการศึกษาทุกระดับและทุกรูปแบบ โดยภาพรวมการปฏิบัติจริง ความคาดหวัง และความพร้อมด้านวิชาการของอบต. อยู่ในระดับน้อย 4) ปัจจัยส่งเสริมและปัจจัยอุปสรรคในการจัดและการมีส่วนร่วมจัดการศึกษา : ปัจจัยส่งเสริมส่วนใหญ่ ได้แก่ สถานศึกษาเปิดโอกาสให้ อบต. มีส่วนร่วมจัดการศึกษา และความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้บริหารสถานศึกษากับ อบต. อย่างไรก็ตาม จากกรณีศึกษา พบว่า ภาวะผู้นำ วิสัยทัศน์ทางการศึกษา และการเห็นความสำคัญของการศึกษาของผู้บริหาร อบต. เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมและเป็นอุปสรรคต่อการจัดและการมีส่วนร่วมจัดการศึกษาของ อบต.

จำลอง กิติศรี (2544) ศึกษาสภาพความพร้อมขององค์การบริหารส่วนตำบลต่อการมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐาน 12 ปี พบว่า สภาพความพร้อมของ อบต. ต่อการมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐาน 12 ปี อยู่ในระดับมาก แต่เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ด้านการเตรียมความพร้อมของโรงเรียน และด้านการจัดการเรียนการสอนอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการบริหารหลักสูตรอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อเปรียบเทียบสภาพความพร้อมของ อบต. ในแต่ละด้าน จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ในด้านการเตรียมความพร้อมของโรงเรียน บุคลากรที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีสภาพความพร้อมแตกต่างจากบุคลากรที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่า ส่วนในด้านการบริหารหลักสูตร บุคลากรที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีสภาพความพร้อมแตกต่างจากบุคลากรที่มีการศึกษาต่ำกว่า และเมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า ในด้านการเตรียมความพร้อมของโรงเรียน บุคลากรที่มีอาชีพรับราชการมีความพร้อมแตกต่างจากบุคลากรที่มีอาชีพเกษตรกรรม ส่วนในด้านการบริหารหลักสูตรและด้านการจัดการเรียนการสอน บุคลากรที่มีอาชีพแตกต่างกันมีสภาพความพร้อมไม่แตกต่างกัน ปัญหาและอุปสรรค ได้แก่ สมาชิกบางส่วนยังขาดความรู้ความเข้าใจในการจัดการศึกษา ขาดงบประมาณ ขาดการประสานงานที่ดี ขาดการมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา และมีข้อเสนอแนะ ได้แก่ ควรมีการประชาสัมพันธ์มากกว่านี้ ควรมีการสนับสนุนงบประมาณมากขึ้น ควรจัดให้มีการประชุมร่วมในรูปของประชาคมตำบล ควรจัดทำและนำหลักสูตรท้องถิ่นมาใช้ในการจัดการเรียนการสอนให้มากกว่านี้

จันทร์ภรณ์ ไ้สมบุญ (2545) ศึกษารูปแบบและความพร้อมขององค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ในการถ่ายโอนภารกิจจัดการศึกษา : ศึกษาเฉพาะกรณีจังหวัดนครปฐม พบว่า ความรู้ความเข้าใจพระราชบัญญัติการศึกษา ทศณะการกระจายอำนาจการบริหารการศึกษาและความคิดเห็นต่อสภาพปัญหาการเตรียมความพร้อมในการจัดการศึกษา อยู่ในระดับปานกลาง สมาชิก อบต. ที่มี อายุ ระยะเวลาปฏิบัติงาน และพื้นที่ทำงานแตกต่างกันจะทำให้ความรู้ความเข้าใจพระราชบัญญัติการศึกษาแตกต่างกัน และที่มี อายุ ระดับการศึกษา ระดับชั้นอบต. ระดับตำแหน่ง ระยะเวลาปฏิบัติงาน และพื้นที่การทำงานแตกต่างกัน จะมีความเห็นต่อสภาพปัญหาการเตรียมความพร้อมในการจัดการศึกษาไม่แตกต่างกัน ความรู้ความเข้าใจพระราชบัญญัติการศึกษา มีความสัมพันธ์กับทศณะการกระจายอำนาจการบริหารการศึกษา ความคิดเห็นต่อสภาพปัญหาการเตรียมความพร้อมในการจัดการศึกษาและความคิดเห็นต่อภารกิจด้านการศึกษาของส่วนกลาง ส่วนท้องถิ่นและสถานศึกษา ทศณะการกระจายอำนาจการบริหารการศึกษามี



ความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อสภาพปัญหาการเตรียมความพร้อมในการจัด

การศึกษาและความคิดเห็นต่อภารกิจด้านการจัดการศึกษาของส่วนกลาง ส่วนท้องถิ่น และสถานศึกษา และความคิดเห็นต่อสภาพปัญหาการเตรียมความพร้อมในการจัดการศึกษา มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อภารกิจด้านการศึกษาของส่วนท้องถิ่น และสถานศึกษา แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อภารกิจด้านการจัดการศึกษาของส่วนกลาง