

ทฤษฎี แนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสนใจและการเข้าร่วมกิจกรรมสโมสรพนักงาน ของพนักงานในหน่วยงานราชการ และหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ” นี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทฤษฎี แนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิจัยดังต่อไปนี้

1. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์
2. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการเลือกสรรของมนุษย์ (Selective Process)
3. แนวความคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร
4. แนวความคิดเกี่ยวกับความสนใจ (Interest)
5. แนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคติ
6. แนวความคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม (Participation)
7. แนวความคิดเกี่ยวกับผลประโยชน์
8. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกิจกรรมนันทนาการ
9. แนวความคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle)
10. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รายละเอียดเกี่ยวกับแนวความคิด และทฤษฎีต่าง ๆ ที่กล่าวมา จะได้นำมาอธิบายดังต่อไปนี้

แนวความคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

ในการดำเนินงานขององค์การใด ๆ ก็ตาม ดังที่ได้กล่าวไว้ในบทที่ 1 แล้วว่า สวัสดิการเป็นแรงจูงใจที่สำคัญอย่างหนึ่งที่จะสามารถโน้มน้าวใจของพนักงาน หรือบุคลากรขององค์การ เกิดความรู้สึกว่า องค์การให้ความสำคัญกับตนเอง อันจะส่งผลถึงความผูกพัน และความจงรักภักดีต่อองค์การได้ทางหนึ่ง ซึ่งการจัดสวัสดิการหรือผลประโยชน์ตอบแทนอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ตัวเงินนั้นมีหลายรูปแบบ รวมทั้งกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อให้พนักงานได้เข้าร่วมได้ตามความสนใจของตนเองด้วย ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้อาจจัดขึ้นโดยชมรม หรือโดยสโมสรพนักงานก็ได้ การจัดกิจกรรมเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยให้พนักงานเกิดความสัมพันธ์อันดีต่อกัน และต่อองค์การด้วย ซึ่งถือได้ว่าเป็นวิธีหนึ่งในการประชาสัมพันธ์ขององค์การเช่นเดียวกัน

ความหมายของการประชาสัมพันธ์

สะอาด ตันตุภผล (2524 : 54) ได้ประมวลความหมายของการประชาสัมพันธ์จากคำนิยามที่มีผู้ให้ไว้ต่าง ๆ กันว่า การประชาสัมพันธ์ คือ วิธีการของสถาบันอันมีแผนการและกระทำ

ต่อเนื่องกันไปในอันที่จะสร้างหรือยังให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชน เพื่อให้สถาบันกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องมีความรู้ความเข้าใจและให้ความสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกัน อันจะเป็นประโยชน์ให้สถาบันนั้นดำเนินงานไปได้ผลดีสมความมุ่งหมาย โดยมีประชาคมติเป็นแนวบรรทัดฐานอันสำคัญด้วย

ส่วน Edward L. Bernays (อ้างถึงใน วีรัช ลภีรัตนกุล, 2540 : 17) ได้แสดงความคิดเห็นว่า การประชาสัมพันธ์ มีความหมาย 3 ประการด้วยกัน คือ

1. เผยแพร่ชี้แจงให้ประชาชนทราบ
2. ชักชวนให้ประชาชนมีส่วนร่วมด้วย และเห็นด้วยกับวัตถุประสงค์ และวิธีการดำเนินงานของสถาบัน
3. ประสานความคิดเห็นของกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องให้เข้ากับจุดมุ่งหมาย และวิธีการดำเนินงานของสถาบัน

หลักการประชาสัมพันธ์

ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้น มีหลักการที่สำคัญอยู่ 3 ประการด้วยกัน คือ (สะอาด ตันศุภผล, 2524 : 62)

1. การบอกกล่าวเผยแพร่ (Publicity) เป็นการเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจ เพื่อโน้มน้าวให้เกิดความสนับสนุนร่วมมือร่วมใจเป็นอันดีจากประชาชน

2. การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด

ความเข้าใจที่ผิดของกลุ่มประชาชนต่อสถาบันหรือองค์การ หากขยายวงกว้างออกไป ก็จะเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการดำเนินงาน ตลอดจนชื่อเสียงของสถาบัน ดังนั้น การป้องกันไว้ล่วงหน้าไม่ให้เกิดความเข้าใจผิด รวมทั้งการแก้ไขความเข้าใจผิดที่เกิดขึ้นแล้วนั้น เป็นหน้าที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของนักประชาสัมพันธ์ด้วย

3. การสำรวจตรวจสอบกระแสประชามติ

การที่องค์การสถาบันจะดำเนินการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น จะต้องรู้ซึ่งถึงความรู้สึกนึกคิดของประชาชน หรือที่เรียกว่าประชามติ (Public Opinion) เพื่อองค์การจะได้ตอบสนองสิ่งต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับความรู้สึกและความต้องการของประชาชนเป้าหมายได้

กลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์

ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้น เราอาจแบ่งกลุ่มประชาชนออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ กลุ่มประชาชนภายใน และกลุ่มประชาชนภายนอก(วีรัช ลภีรัตนกุล, 2540: 193)

1. กลุ่มประชาชนภายใน (Internal Publics)

คือ กลุ่มบุคคลที่เป็นพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ทำงานในองค์การหรือสถาบัน มีความเกี่ยวข้องกับองค์การอย่างใกล้ชิด เช่น หากเป็นบริษัทธุรกิจภาคเอกชน ก็ได้แก่พนักงานลูกจ้างภายในบริษัท หากเป็นองค์การของรัฐ หรือรัฐวิสาหกิจ ก็ได้แก่ ข้าราชการ พนักงาน เจ้าหน้าที่ เป็นต้น กลุ่มประชาชนภายในนี้ นับว่ามีความสำคัญต่อองค์การมาก เพราะหากความสัมพันธ์กับกลุ่มนี้เป็นไปด้วยดีและราบรื่น กิจกรรมขององค์การสถาบันนั้นก็ย่อมประสบความสำเร็จ นอกจากนี้การประชาสัมพันธ์ภายในที่ดี ย่อมจะก่อให้เกิดประโยชน์ และเอื้ออำนวยต่อการดำเนินงานขององค์การให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น อีกทั้งยังส่งผลไปยังการประชาสัมพันธ์ออกไปสู่ภายนอกองค์การอีกด้วย

2. กลุ่มประชาชนภายนอก (External Publics)

คือ กลุ่มประชาชนที่อยู่ภายนอกองค์การหรือสถาบัน อาจแบ่งได้เป็น 3 กลุ่มคือ กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับองค์การโดยตรง , กลุ่มประชาชนในท้องถิ่น ที่อยู่ในละแวกหรือท้องถิ่นเดียวกับสถานที่ที่องค์การตั้งอยู่ และ กลุ่มประชาชนทั่วไป ซึ่งทั้ง 3 กลุ่มนี้ องค์การจำเป็นต้องสร้างความสัมพันธ์อันดีไว้ เพื่อให้การดำเนินการขององค์การเป็นไปได้อย่างสะดวกและราบรื่น

เนื่องจากในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารภายในองค์การ โดยมีกลุ่มพนักงาน หรือลูกจ้างขององค์การเป็นกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นจึงจะขอกล่าวในรายละเอียดเฉพาะการประชาสัมพันธ์ภายในองค์การเท่านั้น

บุษบา สุธีธร (2529 : 653) ได้กล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับกลุ่มพนักงาน ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญของการประชาสัมพันธ์ภายในองค์การไว้ว่า กลุ่มพนักงาน ในที่นี้หมายรวมถึงกลุ่มลูกจ้างในลักษณะต่าง ๆ ขององค์การ กลุ่มข้าราชการในองค์การที่เป็นของรัฐด้วย กลุ่มพนักงานเป็นกลุ่มที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับองค์การ มีการติดต่อสื่อสารอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการระหว่างกันและกัน และสื่อสารกับผู้บริหารอยู่เสมอ ยิ่งองค์การมีขนาดใหญ่มากขึ้นเท่าใด การติดต่อซึ่งกันและกันก็ยิ่งมีลักษณะซับซ้อนยุ่งยากมากยิ่งขึ้น การประชาสัมพันธ์จึงเป็นสื่อเชื่อมความสัมพันธ์ในหมู่พนักงานและเป็นสื่อกลางระหว่างพนักงานกับฝ่ายบริหาร ทำให้ผู้ดำเนินการประชาสัมพันธ์จึงต้องแสวงหาข้อมูลความต้องการต่าง ๆ ของพนักงานมาให้มากที่สุด เพื่อหาแนวทางการให้ข้อมูลข่าวสารที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มพนักงานและสร้างบรรยากาศให้เกิดการสื่อสาร 2 ทางขึ้นระหว่างกลุ่มผู้บริหารและพนักงานให้มากที่สุด ซึ่งโดยทั่วไปแล้ว นอกจากความต้องการที่เป็นปัจจัยในการดำรงชีวิตแล้ว กลุ่มพนักงานยังต้องการให้องค์การสนองตอบต่อความต้องการของตนดังต่อไปนี้

- ความมั่นคงปลอดภัยในชีวิต
- ความต้องการในการได้รับการยอมรับจากผู้อื่น
- ความต้องการที่จะมีบทบาทส่วนร่วมในกิจการขององค์การ
- ความต้องการโอกาสก้าวหน้าในชีวิตและการงาน

ดังนั้น แนวทางในการประชาสัมพันธ์กับกลุ่มพนักงานจึง ควรหลีกเลี่ยงความเข้าใจผิดที่
 ปวง, ทำให้เกิดความภาคภูมิใจในการเป็นสมาชิกขององค์การและสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วม
 กัน, พยายามเพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจในข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อองค์การ ,
 สร้างความรู้สึกว่า องค์การสนใจในความปลอดภัยของพนักงานทุกคน , จูงใจให้พนักงานรู้สึกว่
 องค์การเป็นสถานที่ที่เหมาะสมแก่การทำงาน มีผลประโยชน์ตอบแทน และมีโอกาสก้าวหน้าในชีวิต
 การงาน รวมทั้งมอบหมายให้พนักงานเป็นกลุ่มที่ช่วยในการประชาสัมพันธ์องค์การไปสู่สาธารณ
 ชนภายนอกด้วย

นอกจากนี้ Harrison (1995 : 110-111) ยังกล่าวถึงเนื้อหาในการสื่อสารภายใน
 องค์การไปสู่พนักงาน ว่าควรมีเนื้อหาเหล่านี้

- | | |
|--------------------------------|--------------------------------------|
| - ข่าวสาร (News) | - ข้อมูลเพื่อการพัฒนาพนักงาน |
| - ข้อมูลต่าง ๆ (Information) | - เงื่อนไขต่าง ๆ (Conditions) |
| - นโยบายขององค์การ | - ความสำเร็จต่าง ๆ (Success Stories) |
| - การรับสมัครงาน (Recruitment) | - ประกาศต่าง ๆ |

สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ภายในองค์การ

การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารขององค์การไปยังพนักงาน หรือบุคลากรในทุกระดับของ
 พนักงานนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องใช้สื่อกลางที่มีความเหมาะสมกับเนื้อหา กลุ่มเป้าหมาย และ
 โอกาสวาระต่าง ๆ ดังนั้นการเลือกใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ภายในองค์การที่เหมาะสมจะมีส่วน
 ช่วยให้การสื่อสารกับพนักงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพได้ดียิ่งขึ้น

สื่อเพื่อการสื่อสารไปยังกลุ่มพนักงาน ซึ่งเป็นกลุ่มประชาชนภายในองค์การนั้น แบ่งได้เป็น
 ประเภทต่าง ๆ กันไปตามแนวความคิดของนักวิชาการแต่ละท่าน ดังจะได้ยกตัวอย่างการแบ่ง
 ประเภทของสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายในองค์การ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการจัดแบ่งประเภท
 ของสื่อที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ดังต่อไปนี้

บุษบา สุธีธ (2529 : 657-658) ได้สรุปแนวคิดในการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์กับ
 กลุ่มพนักงานว่า ควรใช้สื่อดังต่อไปนี้

1. **สื่อบุคคล** ได้แก่การฝากข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ จากฝ่ายบริหารสู่พนักงาน ผ่านทาง
 หัวหน้างาน หรือผู้ดูแลควบคุมการปฏิบัติงาน
2. **สื่อสิ่งพิมพ์**
3. **สื่อประเภทโสตทัศน**
4. **สื่อประเภทการจัดกิจกรรมที่ต้องใช้คำพูด** ได้แก่ การพูดผ่านเสียงตามสาย การจัด
 ระบบข่าวสารทางโทรศัพท์ เป็นต้น

5. **การจัดกิจกรรมพิเศษ** เป็นการจัดกิจกรรมเป็นพิเศษในรูปแบบต่าง ๆ ขึ้นมาด้วยวัตถุประสงค์ต่าง ๆ กัน เช่น การจัดการแข่งขันกีฬาภายใน การจัดทัศนศึกษาสำหรับพนักงาน การจัดสัมมนาพิเศษ เป็นต้น

Cutlip , Center และ Broom (1994 : 260-279) ได้แบ่งประเภทของสื่อที่ใช้ในการสื่อสารไปยังพนักงาน (Media for Internal Publics) ว่ามีดังต่อไปนี้

1. **สื่อสิ่งพิมพ์** (Printed words) ได้แก่
 - สิ่งพิมพ์ขององค์การ (Organizational Publications) เช่น จดหมายข่าว แผ่นพับ จุลสาร คู่มือ และหนังสือต่าง ๆ
 - จดหมาย
 - โบแตรกและเอกสารแนบ
 - บทสุนทรพจน์ (Reprinted Speeches) และบทความที่กล่าวถึงประเด็นที่กำลังเป็นที่สนใจและเกี่ยวข้องกับองค์การ
 - บอร์ดติดประกาศ
2. **สื่อคำพูด** (Spoken words) ได้แก่
 - การบอกเล่ากันปากต่อปาก (Grapevine)
 - การประชุมพบปะกัน
 - การกล่าวสุนทรพจน์ (Speeches) และใช้โฆษกองค์การ (Speakers' Bureaus)
3. **สื่อจินตภาพ** (Images and words) ได้แก่
 - การประชุมทางไกล (Teleconferencing)
 - โทรทัศน์วงจรปิด
 - วิดีโอเทป , ภาพยนตร์ และการฉายสไลด์
 - การจัดแสดง (Displays) และนิทรรศการ (Exhibits)

ส่วน Jenkins (1994 : 150-155) ก็ได้กล่าวถึงสื่อ และเทคนิคในการประชาสัมพันธ์ภายในองค์การว่ามีดังนี้

- | | |
|--|------------------------------------|
| - วารสารองค์การ (House journals) | - พนักงานมีส่วนร่วมในคณะกรรมการ |
| - บอร์ดปิดประกาศ | - การฉายวีดิทัศน์หรือสไลด์ |
| - วิดีโอเทปและโทรทัศน์วงจรปิด | - สิ่งพิมพ์สำหรับพนักงานใหม่ |
| - การจัดเสียงตามสาย | - การจัดประชุมพนักงาน |
| - การเปิดรับความคิดเห็นและการให้บริการ | - ฝ่ายบริหารเยี่ยมเยียนสาขา |
| ข่าวสารทางโทรศัพท์อัตโนมัติ | |
| - กล่องรับความคิดเห็น | - การจัดให้พนักงานเยี่ยมชมหน่วยงาน |
| - ผู้บริหารเปิดรับความคิดเห็นโดยตรง | - กิจกรรมเพื่อพนักงานและครอบครัว |
| - การติดต่อโดยตรงกับพนักงานผ่านจอภาพ | - การจัดแสดงและนิทรรศการ |
| - การพูดคุยกับฝ่ายบริหาร | - การจัดสโมสร ชมรม สมาคม |

นอกจากนี้ วิจิตร อวาระกุล (2534 : 148) ยังกล่าวถึงเทคนิคและกิจกรรมเสริมการประชาสัมพันธ์ไว้ด้วยว่า ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ นอกจากจะมีการใช้สื่อต่าง ๆ แล้ว ยังมีเทคนิค วิธีการ กิจกรรม ที่จะทำให้สื่อต่าง ๆ ได้ผลมากยิ่งขึ้นมากกว่าการใช้สื่ออย่างธรรมดา เนื่องจากเทคนิคเหล่านี้จะช่วยสร้างบรรยากาศให้ศึกษาคึกไม่เงียบเหงา กระตุ้นประชาชนได้ดีกว่า ซึ่งเทคนิคหนึ่งที่ได้กล่าวถึงไว้ ก็คือ การจัดสวัสดิการของการทำงาน (Welfare work) ซึ่งได้แก่การจัดสถานที่ทำงานให้สะอาดน่าอยู่ นำทำงาน ตลอดจนการจัดสวัสดิการอื่น เช่น มีที่รับประทานอาหาร มีดนตรีให้ฟังในเวลาว่าง มีเครื่องเล่นกีฬาต่าง ๆ โดยอาจให้พนักงานได้มีส่วนร่วมในการจัดหา จัดงานทำงานกันเองในรูปของสหกรณ์ สโมสร แต่ให้อยู่ในความอุดหนุนจุนเจือของหน่วยงาน จะทำให้พนักงานมีความรู้สึกเป็นเจ้าของในทรัพย์สิน ผลงานที่ทำสำเร็จด้วยตัวพวกเขาเอง จากแนวความคิดนี้แสดงให้เห็นว่า การที่องค์กรหรือหน่วยงานจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้พนักงานสามารถเลือกที่จะเข้าร่วมได้ตามความสนใจของแต่ละคนนั้น ก็นับเป็นส่วนหนึ่งของการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรด้วย เนื่องจากจะเป็นการสร้างความรู้สึกภาคภูมิใจให้แก่พนักงานว่าองค์กรตระหนักถึงความสำคัญ และความต้องการของตนเอง จึงได้จัดให้มีสวัสดิการด้านต่าง ๆ ที่หลากหลายเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่พนักงาน จึงนับเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดี และความจงรักภักดี (Loyalty) ต่อองค์กรได้อีกทางหนึ่ง

แนวความคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการเลือกสรรของมนุษย์ (Selective Process)

เมื่อมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของชมรม หรือสโมสรพนักงานขึ้น จำเป็นที่จะต้องใช้การสื่อสารผ่านทางสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เพื่อเผยแพร่รายละเอียดเกี่ยวกับกิจกรรมนั้น แต่สื่อที่ใช้ก็ย่อมจะแตกต่างกันไปในแต่ละองค์การ ขึ้นอยู่กับความเหมาะสม วัฒนธรรมองค์การ และรูปแบบการสื่อสารที่นิยมใช้อยู่ในองค์การนั้น ๆ แต่ทว่า เมื่อบุคคลได้รับสื่อ อาจผ่านทาง การเห็น หรือการได้ยิน ก็ไม่ได้หมายความว่า จะให้ความสนใจ หรือจดจำเนื้อหาสารไปเสียทั้งหมด

ในแต่ละวัน ข้อมูลข่าวสารที่ผ่านเข้ามาในชีวิตประจำวันของแต่ละบุคคลนั้นมีมากมายจนไม่อาจนำมาใช้ประโยชน์ได้ทั้งหมด ดังนั้น บุคคลจึงจำเป็นต้องคัดเลือกข่าวสารเฉพาะที่คิดว่าน่าสนใจ สอดคล้องกับความคิด ความรู้สึก ทักษะคติของตนเอง รวมทั้งพิจารณาแล้วเห็นว่าสามารถนำไปใช้ประโยชน์ให้เกิดกับตนเองได้ เมื่อเป็นเช่นนี้ การทำความเข้าใจกับธรรมชาติของกระบวนการในการเลือกสรรข่าวสารของมนุษย์ จึงย่อมจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ส่งสารในการจัดสรรสารที่เหมาะสมผ่านสื่อที่ดึงดูดใจผู้รับสารได้มากที่สุด เพื่อให้เกิดประสิทธิผลในการสื่อสารได้อย่างเต็มที่ ซึ่งกระบวนการเลือกสรรดังกล่าวประกอบด้วย การกลั่นกรอง 4 ขั้นตอน เริ่มจากการเลือกเปิดรับหรือการเลือกใช้ (Selective Exposure) ซึ่งเป็นการเลือกขั้นแรกในการเลือกช่องทางสื่อสารของมนุษย์เรา ด้วยเหตุที่แต่ละคนนั้นมีความชำนาญในการรับรู้และเข้าใจในข่าวสารแตกต่างกันออกไป รวมทั้งปัจจัยอื่น ๆ ซึ่งเป็นสิ่งที่จะกำหนดการเลือกเปิดรับสื่อของคนเรา เมื่อบุคคลเปิดรับสื่อใด ๆ แล้ว ขั้นตอนต่อมาก็คือ การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) เนื่องจากสมองของเรานั้นต้องคัดเลือกข่าวสารที่มากระดับอยู่ตลอดเวลาว่าข่าวสารใดบ้างที่ควรรับรู้ และไม่ควรรับรู้ ทำให้ข่าว

สารที่ได้รับการคัดเลือกนั้นมักจะเป็นข่าวสารที่สอดคล้อง ตรงตามความต้องการและความสนใจของผู้รับสาร

ขั้นตอนที่ 3 ในกระบวนการเลือกสรรนี้ ก็คือ การเลือกรับรู้ และการเลือกตีความหมาย (Selective Perception and interpretation) หลังจากที่ได้คัดเลือกข่าวสารตามความต้องการและความสนใจของตนแล้ว บุคคลก็มักจะเลือกรับรู้ และตีความสารที่ได้รับเฉพาะสารที่สอดคล้องกับประสบการณ์ ทัศนคติ และค่านิยมของตนเองเท่านั้น นอกจากนี้ ประสบการณ์ ความเชื่อ ทัศนคติ และสภาวะร่างกายหรืออารมณ์ในขณะทีความข่าวสาร ก็มีผลต่อการตีความหมายด้วยเช่นกัน นอกเหนือจากการรับรู้และตีความดังกล่าวแล้ว ขั้นตอนต่อไป คือ การเลือกจดจำ (Selective Retention) ซึ่งบุคคลมักจะจดจำเนื้อหาสาระของสารไว้เป็นประสบการณ์ เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ต่อไปในอนาคต ซึ่งข่าวสารที่เลือกนั้นก็มักเป็นข่าวสารที่ตรงกับความต้องการ ทัศนคติของตนเอง หรือกล่าวได้ว่าเป็นข่าวสารที่สนับสนุนความคิด ทัศนคติ ค่านิยมของบุคคลนั้น ๆ ให้เข้มแข็งยิ่งขึ้น ซึ่งส่วนหนึ่งอาจนำไปใช้สนับสนุนเมื่อเกิดความรู้สึกขัดแย้งหรือไม่สบายใจขึ้น

นอกจากนี้ พฤติกรรมการเลือกรับข่าวสาร ยังมีองค์ประกอบที่มีบทบาทสำคัญต่อกระบวนการเลือกสรรของมนุษย์อีก ได้แก่ (Wilbur Schramm อ้างถึงใน ภารี กริใจวัง , 2541 : 20)

1. ประสบการณ์ต่างกันทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน
2. ผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนองจุดประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งของตน
3. ภูมิหลังแตกต่างกัน ทำให้มีความสนใจต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อม ทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรมการเลือกรับสื่อและเนื้อหาข่าวสาร
5. ความสามารถในการรับสารเกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจ ทำให้เกิดพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารต่างกัน
6. บุคลิกภาพของผู้ส่งสารมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติการโน้มน้าวจิตใจและพฤติกรรมของผู้รับสาร
7. อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสาร จะทำให้ผู้รับเข้าใจความหมายของข่าวสารหรืออาจเป็นอุปสรรคของความเข้าใจความหมายของข่าวสารก็ได้

พรทิพย์ วรกิจโกศาทร (อ้างถึงใน ลีนา ลิมอภิชาติ , 2537 : 26-27) ได้สรุปว่า ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับข่าวสารจากสื่อตามคุณสมบัติดังนี้

1. เลือกสื่อที่สามารถจัดหาได้ (Availability) คือ สื่อที่จะเปิดรับโดยผู้รับสารนั้นจะต้องไม่ใช่สื่อที่หาได้ยากนัก
2. เลือกสื่อที่สอดคล้อง (Consistency) กับความรู้ ความนิยม ความเชื่อและทัศนคติของตน

3. **เลือกสื่อที่ตนเองสะดวก (Convenience)** ผู้รับสารจะไม่เปิดรับข่าวสารจากทุกสื่อ แต่จะเลือกเฉพาะที่ตนเองสะดวกในการจัดหามาเป็นหลัก
4. **เลือกสื่อตามความเคยชิน (Accustomness)** ปกติจะมีผู้รับสารกลุ่มหนึ่งที่จะไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมมารับข่าวสารของตนถึงแม้จะมีสื่อใหม่เข้ามาก็ตาม
5. **ลักษณะเฉพาะของสื่อ** คุณลักษณะของสื่อ เช่น มีภาพ เสียง หรือมีเทคนิคใหม่ ก็อาจสร้างความสนใจแก่ผู้รับสารได้

จากที่กล่าวมาจะเห็นว่า การเลือกและใช้สื่อ มักมีวิธีการแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับประเภทของผู้รับ (Type of Audience) ลักษณะของข่าวสาร (Message) และขั้นตอนในกระบวนการยอมรับของผู้รับสาร (Recipient's stage in adoption process) (ลีนา ลีมอภิชาติ , 2537 : 27) ดังนั้นการศึกษาเพื่อทำความเข้าใจถึงพฤติกรรมในการเลือกเปิดรับข่าวสารของพนักงานในการวิจัยครั้งนี้ จะช่วยให้เข้าใจถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสโมสรพนักงานที่องค์การจัดขึ้นได้ดียิ่งขึ้น เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนใช้สื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายต่อไป

แนวความคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร

จากที่ได้กล่าวมาแล้วว่า ในการเลือกสรร และเปิดรับข่าวสารของคนเรานั้น จะมีความแตกต่างกันไปตามลักษณะของแต่ละบุคคล เช่น ประสบการณ์ ทัศนคติ ค่านิยม ภูมิหลัง เป็นต้น ดังนั้นผู้ส่งสารจึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจกับธรรมชาติของผู้รับสารที่เป็นเป้าหมายในการสื่อสาร เพื่อที่จะสามารถเตรียมสาร ผ่านสื่อที่เหมาะสมกับผู้รับสาร สอดคล้องกับความสนใจ ความคิด และทำให้ผู้รับสารเกิดความเข้าใจ เกิดปฏิกิริยาตอบสนองเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร นั้น ๆ ได้ในที่สุด ปัจจัยหนึ่งที่ทำให้การเปิดรับข่าวสารของผู้รับสารแตกต่างกันไป ก็คือ ลักษณะทางประชากร (Demographic Characteristics) เพราะผู้รับสารแต่ละคนต่างก็มีลักษณะเฉพาะตัวของตน เช่น เพศ อายุ อาชีพ สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ เป็นต้น ดังจะได้กล่าวถึงรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. อายุ

อายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดความแตกต่างกันในด้านความคิดและพฤติกรรมของแต่ละบุคคล โดยทั่วไปแล้ว คนที่มีอายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยมมากกว่า รวมทั้งยังยึดถืออุดมการณ์มากกว่า ใจร้อนกว่า และมองโลกในแง่ดีกว่าคนที่มีความอายุมาก ส่วนคนที่มีความอายุมากมักจะมีความคิดอนุรักษนิยมมากกว่า ยึดถือการปฏิบัติมากกว่า มีความระมัดระวังมากกว่า และมองโลกในแง่ร้าย นอกจากนี้ คนที่รุ่นต่างกันยังมีประสบการณ์ของชีวิตที่แตกต่างกันไป ทำให้ทัศนคติและความรู้สึกนึกคิดของคนต่างรุ่นต่างวัยไม่เหมือนกัน และอายุยังเป็นสิ่งที่กำหนดความแตกต่างในเรื่องความยากง่ายในการชักจูงใจด้วย กล่าวคือ เมื่อคนอายุมากขึ้น โอกาสที่จะเปลี่ยนใจหรือถูกชักจูงใจจะน้อยลง นอกจากนี้ โดยปกติแล้ว คนที่มีวัยต่างกันมักจะมีความต้องการในสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกันไปด้วย (ปรมะ สตะเวทิน , 2538 : 112-113)

2. เพศ

การวิจัยทางจิตวิทยาหลายเรื่อง ได้แสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในด้านความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้หญิงถูกชักจูงใจได้ง่ายกว่าผู้ชาย (ปรมะ สตะเวทิน , 2538 : 114)

3. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ

การวิจัยทางด้านจิตศาสตร์ ชี้ให้เห็นว่า สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (อาชีพ รายได้ เชื้อชาติและชาติพันธุ์ ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว) นั้นมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารและสาร รวมทั้งยังทำให้คนมีวัฒนธรรม ประสบการณ์ ทัศนคติ ค่านิยมและเป้าหมายที่ต่างกัน นอกจากนี้ คนที่มีอาชีพต่างกันก็ย่อมมองโลก มีแนวความคิด อุดมการณ์ ค่านิยมต่อสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกันไป แม้แต่คนที่ประกอบอาชีพเดียวกัน ก็มีความคิดเห็นและค่านิยม ตลอดจนพฤติกรรมที่แตกต่างกันด้วย ส่วนรายได้ของคนนั้น ย่อมเป็นเครื่องกำหนดความต้องการของคน ตลอดจนกำหนดความคิดเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ และพฤติกรรมต่าง ๆ (ปรมะ สตะเวทิน , 2538 : 114-115)

4. การศึกษา

คนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน ในยุคสมัยที่ต่างกัน ในระบบการศึกษาที่ต่างกัน ในสาขาวิชาที่ต่างกัน มักจะมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันไป คนที่มีการศึกษาสูง หรือมีความรู้ดีจะได้เปรียบอย่างมากในการที่จะเป็นผู้รับสารที่ดี ทั้งนี้เพราะคนเหล่านี้มีความรู้กว้างขวางในหลายเรื่อง และมีความเข้าใจสารได้ดี นอกจากนี้ คนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ ในขณะที่คนที่มีการศึกษาน้อยกว่ามักจะใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ (ปรมะ สตะเวทิน , 2538 : 116-117)

จากที่กล่าวมานี้ จะเห็นได้ว่า ลักษณะทางประชากรนั้นมีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับข่าวสารของบุคคล เนื่องจากลักษณะทางประชากรนั้น มีผลต่อความรู้สึกนึกคิด ทัศนคติ ค่านิยม ทักษะในการสื่อสาร และพฤติกรรมต่าง ๆ ซึ่งสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ดังนั้น การศึกษาวิจัยในครั้งนี จึงให้ความสนใจกับลักษณะทางประชากรต่าง ๆ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม คือ รายได้ สถานภาพสมรส และตำแหน่งหน้าที่การงาน

นอกจากนี้ยังมีทฤษฎีที่สอดคล้องกับแนวความคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร กับการเปิดรับสื่อประเภทต่าง ๆ ทฤษฎีเหล่านี้ได้แก่ ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล (Individual Difference Theory) ที่กล่าวว่าผู้รับสารแต่ละคน มีความแตกต่างกันทางจิตวิทยา เช่น ทัศนคติ

ค่านิยม และความเชื่อ ทำให้ความสนใจในการเปิดรับข่าวสารหรือตีความหมายข่าวสารต่างกัน รวมทั้งการเลือกจดจำข่าวสารด้วย . ทฤษฎีการจัดประเภทสังคม (Social Categories Theory) ที่กล่าวว่าประชาชนที่มีลักษณะทางสังคม (การศึกษา รายได้ อาชีพ เชื้อชาติ ศาสนา อายุ เพศ ภูมิสำเนา ฯลฯ) คล้ายกัน จะแสดงพฤติกรรมการสื่อสารคล้ายคลึงกัน รวมทั้งแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและอุปนิสัยการใช้สื่อร่วมกันด้วย ส่วนทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม (The Social Relation Theory) ที่แสดงให้เห็นว่า ในบางครั้งข่าวสารข่าวสารอาจมิได้เข้าใจถึงผู้รับสารในลักษณะความสัมพันธ์แบบสิ่งเร้า-การตอบสนอง แต่มีตัวแปรแทรกอีกประการหนึ่งที่เกิดจากความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างผู้รับสารกับบุคคลอื่นในสังคม เช่น ครอบครัว ญาติ เพื่อนบ้าน และเพื่อนร่วมงาน ข่าวสารต่าง ๆ ที่ได้รับมามีจะถูกรับรู้หรือตีความโดยมีอิทธิพลของกลุ่มหรือบุคคล (Personal Influence) เหล่านี้เข้ามาเกี่ยวข้องเสมอ (สุธีรา เฝ้าโกสสถิตย์ ,2537 : 25-26)

จากความสำคัญที่กล่าวมาข้างต้นนี้ ปัจจัยที่เกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของพนักงานที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในการวิจัยครั้งนี้ จึงนับเป็นอีกตัวแปรหนึ่งที่น่าสนใจศึกษา ดังนั้น ผู้วิจัยจึงรวมเข้าไว้ในการวิจัยนี้ด้วย

แนวความคิดเกี่ยวกับความสนใจ (Interest)

หลังจากที่พนักงานในองค์การ ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ภายใน ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมสโมสรพนักงานจากสื่อประชาสัมพันธ์ โดยการเลือกเปิดรับสื่อที่ตนเองสนใจและสอดคล้องกับทัศนคติของตนเองแล้วนั้น กระบวนการต่อไปที่อาจเกิดขึ้นหลังจากการได้รับข่าวสารที่พนักงานให้ความสนใจ ก็คือ ความสนใจในกิจกรรมสโมสรพนักงานที่เกิดขึ้น ดังนั้น ผู้วิจัยจึงขออธิบายรายละเอียดของแนวความคิดเกี่ยวกับความสนใจ เพื่อให้เข้าใจถึงการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ได้ชัดเจนขึ้น ดังนี้

ความหมายของความสนใจ

Dewey (อ้างถึงใน ยุพดี เส้นขาว , 2531: 7) กล่าวว่า ความสนใจคือ ความรู้สึกชอบหรือพอใจที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง แนวความคิดใดแนวความคิดหนึ่ง หรือกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง

Page , Thomas และ Marshall (อ้างถึงใน ยุพดี เส้นขาว , 2531: 7) ให้ความหมายว่า ความสนใจหมายถึงความประสงค์ที่จะเข้าร่วมกิจกรรมที่เหมาะสมบางอย่าง . ความสนใจเป็นอาการที่จิตใจเพ่งเล็งกับการเลือกกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง หรืออาการสนุกเพลิดเพลินในการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งวัดได้จากแบบวัดความสนใจ

เปลื้อง ณ นคร (อ้างถึงใน ยุพดี เส้นขาว , 2531: 7) ให้ความหมายว่า ความสนใจหมายถึงเจตคติ ซึ่งทำให้บุคคลพากเพียรพยายามทำการอันใดอันหนึ่งให้มากขึ้น และยังกล่าวอีกว่า

ความสนใจเป็นกระบวนการทางจิตใจที่มีความใกล้ชิดกับเจตคติมาก โดยถือว่าความสนใจเป็นส่วนหนึ่งของเจตคติ

ประสาร ทิพย์ธารา (อ้างถึงใน ยุพดี เส้นขาว , 2531: 8) อธิบายว่า ความสนใจหมายถึง ความพอใจ หรือความโน้มเอียงที่จะแสวงหาหรือเข้าร่วมในกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งนั้นเอง หรือ อาจกล่าวได้อีกความหมายหนึ่งว่า ความสนใจ คือสภาพจิตในของคนที่ผูกพันหรือจดจ่อต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

จากความหมายของความสนใจ ตามทัศนะของนักวิชาการต่าง ๆ ที่กล่าวมานี้ เราสามารถสรุปความหมายของความสนใจ ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้เกี่ยวข้องกับความสนใจในกิจกรรมสโมสรพนักงาน ได้ว่า ความสนใจ คือ ความรู้สึกพอใจ รู้สึกถึงความสำคัญของกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง ทำให้เกิดแนวโน้มที่จะเลือกเข้าร่วมในกิจกรรมนั้น ๆ ซึ่งความสนใจนี้เป็นส่วนหนึ่งของเจตคติ หรือ ทัศนคตินั้นเอง

คำว่า “ความสนใจ” (Interest) นั้น ต่างกับคำว่า “การให้ความสนใจ” (Attention) โดย “การให้ความสนใจ” นั้น เป็นลักษณะหนึ่งของการตอบสนองของมนุษย์ ซึ่งจะต้องเกิดจากการได้รับแรงกระตุ้น (motivated) ส่วน “ความสนใจ” นั้นอาจหมายถึงแรงจูงใจที่มีพลัง และค่อนข้างจะฝังแน่น ซึ่งผลักดันให้เกิดการสังเกต การเข้าไปเกี่ยวข้อง หรือความรู้ในบางสิ่ง (Andersen, 1971 : 101) แต่อย่างไรก็ตามทั้ง 2 คำนี้มักจะเป็นของควบคู่กัน ทั้งที่มิได้มีความหมายตรงกันบริบูรณ์ หรือใช้แทนกันได้ทุกโอกาส การที่เราให้ความสนใจ (attend) สิ่งใดสิ่งหนึ่ง ก็เพราะว่าสิ่งนั้นน่าสนใจ (interesting) และอะไรก็ตามที่น่าสนใจ เราก็มักจะให้ความสนใจ (พัชนี เขยจรยา , เมตตา วิวัฒนาบุญ และดิเรกพันธ์ อนุวัชศิริวงศ์ , 2538 : 111-113) นอกจากนี้ Andersen (1971) ยังกล่าวเพิ่มเติมว่า เนื่องจากความสนใจและความกระตือรือร้นที่บุคคลมีอยู่นั้น เป็นปัจจัยที่สำคัญที่นำไปสู่การให้ความสนใจ และจากการที่ความสนใจเหล่านี้ นำไปสู่การเข้าร่วมกับกลุ่มต่าง ๆ เช่น ชมรมหรือกลุ่มสนใจต่าง ๆ รวมทั้งนำไปสู่การเลือกเปิดรับข่าวสาร (Selective exposure) ในการสื่อสารแล้ว ดังนั้น ความสนใจจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญในการสื่อสารด้วย

ลักษณะของความสนใจของบุคคล

สุณีย์ ธีรดากร (อ้างถึงใน ยุพดี เส้นขาว , 2531: 9) ได้อธิบายว่า ความสนใจของบุคคล มีลักษณะดังต่อไปนี้

- ความสนใจเป็นส่วนหนึ่งของเจตคติ แต่เป็นความรู้สึกที่แคบกว่าเจตคติ เพราะเป็นความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งเป็นอย่าง ๆ ไป
- ความสนใจของแต่ละคนจะแตกต่างกันไปตามประสบการณ์
- ความสนใจทำให้เอาใจใส่และเกิดความรู้สึกที่ดี (เจตคติ) ต่อสิ่งนั้น
- เมื่อเกิดเจตคติที่ดีต่อสิ่งที่สนใจแล้ว จะทำให้มีความตั้งใจทำสิ่งนั้นมากขึ้น

- ความสนใจทำให้เกิดความมานะพยายาม มีความอดทนทำในสิ่งที่สนใจ
- ความสนใจของคนเราจะเปลี่ยนไปตามวัย

นอกจากนี้ สุชา และสุรางค์ จันทน์เอม (อ้างถึงใน ชลธิชา จินดากุล , 2530 : 10) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับความสนใจไว้ดังนี้

- ความสนใจมีความสัมพันธ์อย่างสูงกับสุขภาพของร่างกาย
- ความสนใจเฉพาะอย่างนี้อาจเปลี่ยนแปลงไปตามวัย และเวลาของแต่ละบุคคล แต่แบบแผนของความสนใจค่อนข้างคงที่ ทำให้วัดความสนใจในขนาดของคนได้
- ความสนใจมีความสัมพันธ์อย่างสูงกับสภาพจิตใจและเชาวน์ปัญญา
- ความสนใจมีความสัมพันธ์อย่างสูงกับรากฐานทางประสบการณ์ของบุคคล บุคคลใดจะสนใจเรื่องใด จำเป็นต้องมีความรู้เรื่องนั้นพอสมควร

สาเหตุของความสนใจ

สงวน สุทธิเลิศอรุณ (อ้างถึงใน ชลธิชา จินดากุล , 2530 : 11) ได้สรุปสาเหตุของความสนใจไว้ดังนี้

1. **ความรู้** บุคคลจะสนใจอะไรนั้น อาจสืบเนื่องมาจากการที่บุคคลมีความรู้ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งแล้วเป็นผลทำให้บุคคลเกิดความสนใจในเรื่องอื่น ๆ ต่อไป
2. **ลัทธิเอาอย่าง** การที่บุคคลจะสนใจสิ่งใดนั้น อาจมีสาเหตุมาจากการตามอย่างเพื่อน ๆ หรือลัทธิเอาอย่างก็ได้
3. **ผลประโยชน์**
4. **ความอยากรู้อยากเห็น**
5. **สาเหตุส่วนตัว**

นอกจากนี้ ความแตกต่างระหว่างความสนใจของบุคคลอาจเกิดได้จากสาเหตุหลายประการ เช่น ประสบการณ์ในอดีต (Past Experiences) , ลักษณะทางกาย (Biological Factors) , อายุ ปฏิทิน (Chronological Age) และเพศ (น้อมฤดี จงพยุหะ อ้างถึงใน ยุพดี เส้นขาว , 2531: 11-12)

เราสามารถวัดความสนใจได้หลายวิธี รวมทั้งการใช้สเกล โดยกำหนดเนื้อหาว่าจะวัดความสนใจด้านใด และเขียนคำถาม หรือข้อความตามเนื้อหานั้น และแบ่งตัวเลือกที่เป็นคำตอบออกเป็น 5 ระดับ เช่น ชอบมากที่สุด ชอบมาก เฉย ๆ ไม่ชอบ และไม่ชอบเลย ดังนั้นในงานวิจัยครั้งนี้จะได้ศึกษาถึงความสนใจของพนักงานที่มีต่อกิจกรรมที่ชมรม หรือสโมสรพนักงานได้จัดขึ้น โดยศึกษาว่าเมื่อพนักงานเกิดความสนใจขึ้นแล้ว จะเกิดทัศนคติในทางบวกต่อกิจกรรมดังกล่าวตามทฤษฎีหรือไม่ ทั้งนี้ในการวัดความสนใจดังกล่าว ก็จะใช้สเกล หรือมาตราส่วนประเมินค่าเช่นเดียวกัน

แนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

จากแนวความคิดเกี่ยวกับความสนใจที่กล่าวมาข้างต้นนี้ ทำให้ทราบว่า ความสนใจนั้นเป็นส่วนหนึ่งของเจตคติ หรือทัศนคตินั้นเอง ซึ่งทั้งความสนใจ และทัศนคตินั้นเป็นกระบวนการทางจิตใจที่มีความใกล้ชิดกันมาก เมื่อเกิดความสนใจขึ้นแล้วก็มีแนวโน้มที่จะมีทัศนคติในทางบวกกับสิ่งนั้น ๆ ด้วย เช่นเดียวกับการศึกษาเรื่องเกี่ยวกับการเข้าร่วมกิจกรรมสโมสรพนักงานในครั้งนี้นั้น การทำความเข้าใจกับการเกิดทัศนคติ จึงเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งในการศึกษาครั้งนี้ด้วย

ความหมายของทัศนคติ

แม้ว่า ทัศนคติ (Attitude) จะเป็นแนวความคิดที่มีความสำคัญมากแนวทางหนึ่งทางจิตวิทยาสังคมและการสื่อสาร ซึ่งมีการใช้คำนี้อย่างแพร่หลาย แต่ก็มีนิยามคำว่า “ทัศนคติ” แตกต่างกันไป

พชันี เซยจรรยา และคณะ (2538 : 115) ได้กล่าวถึง “ทัศนคติ” ว่าเป็นกลุ่มขององค์ประกอบที่มีการผสมผสานกันอย่างต่อเนื่องต่อวัตถุทางสังคม องค์ประกอบนี้รวมทั้งความเชื่อ (Belief) และการประเมินค่า (องค์ประกอบทางความคิด) ความรู้สึกและอารมณ์ (องค์ประกอบทางอารมณ์และความรู้สึก) และความเตรียมพร้อมทางพฤติกรรม (องค์ประกอบทางพฤติกรรม) ซึ่งองค์ประกอบทั้ง 3 ประการนี้ มักปรากฏอยู่ในคำนิยามอื่น ๆ ที่ได้รับการยอมรับกันทั่วไป เช่น Goods (อ้างถึงในเล่มเดียวกัน) นิยามทัศนคติว่า เป็นแนวโน้มในการที่จะแสดงหรือมีปฏิกริยาในทางบวกหรือในทางลบต่อสิ่งหนึ่ง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับค่านิยมของบุคคลและประสบการณ์ทางสังคมที่ฝังรากลึกอยู่

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2528 : 1) กล่าวถึงความหมายของทัศนคติว่า เป็นความเชื่อ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ เช่น บุคคล สิ่งของ การกระทำ สถานการณ์ และอื่น ๆ รวมทั้งท่าทีที่แสดงออกที่บ่งถึงสภาพของจิตใจที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทัศนคติเป็นนามธรรม และเป็นส่วนที่ทำให้เกิดการแสดงออกด้านการปฏิบัติ แต่ทัศนคติไม่ใช่แรงจูงใจ (Motive) และแรงขับ (Drive) หากแต่เป็นสภาพแห่งความพร้อมที่จะได้ตอบ (State of readiness) และแสดงให้ทราบถึงแนวทางของการสนองตอบของบุคคลต่อสิ่งเร้า

สุรพงษ์ โสชนะเสถียร (อ้างถึงใน ภาวี กริใจวัง : 22) อธิบายว่า ทัศนคติ เป็นความพร้อมที่จะตอบสนองตอบสิ่งเร้า และเป็นมิติของการประเมินเพื่อแสดงว่าชอบหรือไม่ชอบต่อประเด็นหนึ่ง ๆ ซึ่งถือเป็นการสื่อสารภายในบุคคล (Interpersonal communication) ที่เป็นผลกระทบมาจากการรับสาร อันจะมีผลต่อพฤติกรรมต่อไป

ส่วนคำนิยามเกี่ยวกับทัศนคติ ของ Allport (อ้างถึงใน Brembeck และ Howell ,1976 : 127) ซึ่งได้รับการยอมรับกันอย่างกว้างขวาง อธิบายว่า ทัศนคติ หมายถึง ภาวะเกี่ยวกับจิตใจและระบบประสาทเกี่ยวกับความพร้อมซึ่งก่อตัวขึ้นจากประสบการณ์ และทำให้เกิดอิทธิพลโดยตรง หรือโดยอ้อมกับการตอบสนองของบุคคลที่มีต่อวัตถุ หรือสถานการณ์ต่าง ๆ ซึ่งบุคคลเกี่ยวข้องอยู่ด้วย

จากนิยามต่าง ๆ ที่กล่าวมานี้ เราจึงสามารถสรุปความหมายของทัศนคติ เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการเข้าร่วมกิจกรรมสโมสรพนักงานในครั้งนี้ได้ว่า ทัศนคติ เป็นความรู้สึกและอารมณ์ของบุคคลที่ก่อให้เกิดแนวโน้มที่จะมีปฏิกิริยาในทางบวกหรือในทางลบต่อ วัตถุสิ่งของหรือสถานการณ์ต่าง ๆ ซึ่งทัศนคตินี้มีรากฐานมาจากความเชื่อ ค่านิยม และประสบการณ์ที่บุคคลนั้นมีอยู่ก่อนหน้านั้นแล้ว

การเกิดทัศนคติ

การเกิดทัศนคติโดยทั่วไปนั้น อธิบายได้ว่า ทัศนคติเกิดจากการเรียนรู้ (Learning) ซึ่งขั้นตอนหรือกระบวนการเรียนรู้ที่ต่างกันแล้วแต่ชนิด ลักษณะของทัศนคติ รวมทั้งขึ้นอยู่กับบุคคลและสิ่งแวดล้อมด้วย (ประภาเพ็ญ สุวรรณ , 2526 : 91) โดยแหล่งของทัศนคติ (Sources of Attitude) นั้นมีอยู่มากมาย แต่สามารถยกตัวอย่างแหล่งที่สำคัญได้ดังนี้

1. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experiences) การมีประสบการณ์เฉพาะอย่างกับสิ่งที่เกี่ยวข้องกับทัศนคตินั้น ทำให้เราเรียนรู้ถึงทัศนคติที่มีต่อสิ่งนั้นได้ เช่น ถ้าเรามีประสบการณ์ที่ดีในการติดต่อกับบุคคลหนึ่ง เราก็จะมีความรู้สึกชอบบุคคลนั้น เป็นต้น และในบางครั้ง แม้ว่าจะมีประสบการณ์ที่ดีหรือไม่ดีก็ตามเพียงครั้งเดียว ก็อาจมีผลต่อทัศนคติของบุคคลได้และอาจเป็นไปในทำนองที่รุนแรงได้ด้วย

2. การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น (Communication from Others) ทัศนคติหลายอย่างของบุคคลเกิดจากผลของการติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากการเรียนรู้อย่างไม่เป็นทางการที่ได้รับจากครอบครัวในวัยเด็ก หรือคำบอกเล่าของครูก็ตาม

3. สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Models) ทัศนคติบางอย่างถูกสร้างขึ้นมาจากการเลียนแบบจากบุคคลอื่น โดยเราจะมองเห็นว่าในสถานการณ์ใด ๆ นั้น บุคคลอื่นมีปฏิกิริยา มีการปฏิบัติตัวอย่างไร เราจึงนำสิ่งที่ได้เห็น ได้รับรู้มาจากการปฏิบัติของคนอื่นนั้นมาแปรเป็นทัศนคติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากบุคคลนั้นเป็นคนที่เราให้ความเชื่อถืออยู่ก่อนแล้ว เราก็จะยิ่งเชื่อมั่นในทัศนคติที่เกิดขึ้นมากขึ้นด้วย

4. องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factors) ทัศนคติของบุคคลหลายอย่างเกิดจากสถาบัน เช่น โรงเรียน สถานที่ประกอบพิธีทางศาสนา หน่วยงานต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งสถาบันเหล่านี้จะเป็นทั้งแหล่งที่มา และสิ่งที่ยุสนับสนุนให้เกิดทัศนคติบางอย่างได้

พรพิมล วรภูมิพุทธพงศ์ (อ้างถึงใน อัญชลี ศีลาเกษ , 2539 : 12) ได้กล่าวถึงการเกิดทัศนคติว่า เกิดจากการเรียนรู้ทางสังคม สังคมที่ล้อมรอบตัวบุคคลซึ่งบุคคลสังสรรค์ด้วยทั้งในทางตรงและทางอ้อม เป็นกลจักรสำคัญที่ก่อให้เกิดการสร้างทัศนคติขึ้น ทัศนคติจึงสร้างขึ้นโดยได้รับอิทธิพลจากครอบครัว โรงเรียน เพื่อนฝูง กลุ่มต่าง ๆ ในสังคม สื่อมวลชน และสิ่งรอบตัวบุคคล

ลัดดา กิติวิภาค (อ้างถึงใน อัญชลี ศีลาเกษ , 2539 : 12) อธิบายการเกิดทัศนคติไว้ 5 ประการ ซึ่งสรุปได้ดังนี้

1. เกิดจากการเรียนรู้ ได้แก่ การอบรมเลี้ยงดูจากครอบครัว หรือเป็นการเลียนแบบเอาอย่าง ซึ่งเป็นการถ่ายทอดทัศนคติจากบุคคลที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องทั้งโดยตรงและโดยอ้อม
2. เกิดจากประสบการณ์ที่สะสมกันมาของบุคคล ซึ่งเป็นการประสบพบด้วยตนเอง อาจจะเป็นในด้านที่ดีหรือไม่ดีก็ได้ สิ่งที่ได้ประสบนี้จะมีผลต่อทัศนคติของบุคคลนั้น ๆ
3. เกิดจากประสบการณ์ที่เป็นผลให้จดจำไปนาน เป็นประสบการณ์ที่อาจเกิดขึ้นทันทีทันใด หรือเกิดขึ้นอย่างไม่น่าเชื่อว่าจะเป็นไปได้ ทำให้จดจำฝังใจไปนาน
4. เกิดจากบุคลิกลักษณะ เป็นบุคลิกลักษณะส่วนตัวของบุคคลนั้นที่เป็นลักษณะพิเศษ เช่นเป็นคนชอบเก็บตัว เป็นต้น ซึ่งบุคลิกลักษณะเหล่านี้จะมีผลต่อทัศนคติของเขาด้วย
5. เกิดจากสื่อมวลชนต่าง ๆ การเสนอข่าวหรือข้อมูลต่าง ๆ ของสื่อมวลชนล้วนมีอิทธิพลต่อทัศนคติของบุคคลแทบทั้งสิ้น

จากที่กล่าวมานี้ เราสามารถนำมาประยุกต์กับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ได้ว่า การที่พนักงานเกิดทัศนคติต่อกิจกรรมสโมสรที่องค์การจัดขึ้นนั้น อาจเนื่องมาจาก ประสบการณ์เฉพาะอย่าง เช่น การเคยเข้าร่วมกิจกรรมในทำนองเดียวกันนี้มาแล้ว หรือ จากการสื่อสารกับบุคคลที่เคยเข้าร่วมมาแล้ว เช่น เพื่อนร่วมงาน หรือผู้บังคับบัญชาที่พนักงานรู้จักคุ้นเคย รวมทั้งอิทธิพลของสถาบันด้วย เช่น ค่านิยม วัฒนธรรมองค์การที่ได้รับจากหน่วยงานนั้น ๆ และสังคมที่อยู่ล้อมรอบก็อาจทำให้พนักงานเกิดทัศนคติในทางบวกต่อกิจกรรม และมีแนวโน้มที่จะเกิดพฤติกรรมการเข้าร่วมต่อไปได้ แต่ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับปัจจัยประการอื่น ๆ ด้วย

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของมนุษย์นั้น มีกระบวนการเปลี่ยนแปลงอยู่ 3 ระดับ คือ (จุมพล รอดคำดี อ้างถึงใน ภาวี กริใจวัง , 2541 : 24-25)

- การเปลี่ยนแปลงความคิด สิ่งที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้ มาจากข้อมูลข่าวสารใหม่ ซึ่งอาจมาจากสื่อมวลชน และสื่อบุคคลอื่น ๆ

- **การเปลี่ยนความรู้สึก** การเปลี่ยนแปลงในระดับนี้ มาจากประสบการณ์ หรือความประทับใจ หรือสิ่งที่ทำให้เกิดความสะเทือนใจ
- **การเปลี่ยนพฤติกรรม** เป็นการเปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินชีวิตในสังคม/นิสัยในสังคม ซึ่งมีผลต่อบุคคล ทำให้ต้องปรับพฤติกรรมเดิมเสียใหม่

การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้ มีส่วนเกี่ยวข้องกันโดยตรง ถ้าความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรม ถูกกระทบ ไม่ว่าจะในระดับใดก็ตาม ก็จะมีผลต่อการเปลี่ยนทัศนคติ นอกจากนี้ องค์ประกอบต่าง ๆ ในกระบวนการสื่อสาร เช่น คุณสมบัติของผู้ส่งสารและผู้รับสาร ลักษณะของข่าวสาร ตลอดจนช่องทางในการสื่อสาร ล้วนแล้วแต่มีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้ทั้งสิ้น

นอกจากนี้ ยังมีทฤษฎีที่เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติอีกหลายทฤษฎี แต่ทฤษฎีหนึ่งที่ น่าสนใจที่จะนำมากล่าวถึงในที่นี้ ก็คือ ทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม (Active Participation Theory) ซึ่งกล่าวว่า ผลการวิจัยทางจิตวิทยาสังคมบางเรื่องเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้เสนอแนะว่า การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทำให้เกิดขึ้นได้โดยการสร้างสถานการณ์ให้เกิดการมีส่วนร่วมในกลุ่มบุคคลอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นที่ทราบกันดีว่า ความคิดเห็นของกลุ่มนั้นมีผลต่อองค์ประกอบด้านทัศนคติของบุคคลมาก ในขณะที่กระบวนการของกลุ่มกำลังดำเนินอยู่นั้น บุคคลในกลุ่มจะสามารถมองเห็นความเชื่อของกลุ่มได้จากการอภิปราย และความคิดเห็นของกลุ่มอาจจะมีส่วนทำให้ความคิดเห็นของบุคคลเปลี่ยนแปลงได้ ขณะเดียวกันบุคคลนั้นก็พยายามเปลี่ยนแปลงทัศนคติสมาชิกคนอื่นในกลุ่ม ถ้าเปลี่ยนไม่ได้ก็อาจจะคล้อยตามกลุ่มได้ (ประภาเพ็ญ สุวรรณ , 2526 : 112-115) ส่วนผลการศึกษารายอื่น ๆ พบว่า การได้มีส่วนร่วมในการช่วยแก้ปัญหาบางอย่าง ทำให้บุคคลที่มีส่วนร่วมนั้นเกิดความรู้สึกพอใจต่อวิธีการการแก้ปัญหาที่ เพราะบุคคลนั้นมีความรู้สึกกว่าตัวเองได้ “ลงทุน” ในการให้ความคิดเห็น การตัดสินใจ ได้ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงความคิด ความรู้ที่เกี่ยวกับบางสิ่งที่ไม่ลงรอยกับการตัดสินใจ และอุทิศพลังงานทุกอย่าง เพื่อให้ได้มาซึ่งวิธีการแก้ปัญหาที่นั้น ๆ ซึ่งขบวนการเหล่านี้ มีผลทำให้บุคคลนั้นเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของตนเอง การมีส่วนร่วมในรูปนี้ เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นให้ผู้อื่นได้รู้ ซึ่งเรียกว่า “Overt participation” สำหรับการมีส่วนร่วมที่มีได้แสดงออกมาให้คนอื่นเห็น หรือที่เรียกว่า “Covert participation” นั้นก็มีส่วนที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้เช่นกัน อย่างไรก็ตาม การมีส่วนร่วมแบบ Active participation จะมีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ยืนยาวมากกว่า Passive participation

ทฤษฎีการมีส่วนร่วมนี้ เมื่อนำมาพิจารณาการศึกษาเกี่ยวกับการเข้าร่วมกิจกรรมสโมสรพนักงาน จะเห็นว่า การที่พนักงานได้เข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมกีฬา กิจกรรมทางด้านศิลปวัฒนธรรมต่าง ๆ ล้วนเป็นกิจกรรมที่ทำเป็นกลุ่ม หรืออย่างน้อยก็เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้มีการสื่อสารกันทั้งสิ้น ผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมในครั้งแรกนั้น อาจเข้าร่วมโดยการมีทัศนคติปานกลางต่อกิจกรรม กล่าวคือ ไม่เป็นบวก หรือเป็นลบไปทางใดทางหนึ่งอย่างชัดเจน แต่เมื่อผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมดังกล่าวแล้ว อาจทำให้เขาเกิดความสนใจมากขึ้น อันจะนำ

มาซึ่งทัศนคติที่ดีได้ต่อไป เมื่อเกิดทัศนคติในทางบวกแล้ว หากมีการจัดกิจกรรมแบบเดียวกันนั้น อีก เขาก็อาจจะมีการแสวงหาข่าวสาร หรือเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมนั้นต่อไป หรือกล่าวได้ว่า เป็นรูปแบบที่ 3 ของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสโมสรรพนักงาน ดังที่ได้กล่าวมาแล้วในบทที่ 1 นั้นเอง

ในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลที่แตกต่างกันนั้น สิ่งสำคัญก็คือทัศนคตินั้นเอง ถึงแม้ว่าความหมายของคำว่า ทัศนคติ จากรากศัพท์เดิมนั้นจะกล่าวในทำนองว่าทัศนคติและพฤติกรรมนั้นเกี่ยวข้องซึ่งกันและกัน ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ-พฤติกรรม สามารถนำมากำหนดเป็นแนวความคิดได้เป็นวัฏจักร (Continuous circle) ว่าการเปลี่ยนแปลงสามารถเกิดขึ้นได้ทั้งสองด้าน (Sherrill , 1998 : 225) กล่าวคือ ทัศนคติอาจเกิดก่อนพฤติกรรม หรือพฤติกรรมอาจเกิดก่อนทัศนคติก็ได้ ซึ่งก็สอดคล้องกับการศึกษาในครั้งนี้นี้เช่นกันว่า พฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมนั้นเกิดภายหลังจากการมีความสนใจและมีทัศนคติในทางบวกก็ได้ หรือทัศนคติอาจเกิดภายหลังจากการเข้าร่วมกิจกรรมก็ได้

แนวความคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม (Participation)

แม้ว่าการเกิดทัศนคติ และการเกิดพฤติกรรม ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้หมายถึงการเข้าร่วมกิจกรรมของชมรม หรือสโมสรรพนักงานนั้น ไม่สามารถกำหนดได้แน่นอนตายตัวว่า เมื่อเกิดสิ่งหนึ่งขึ้นแล้ว จะต้องเกิดอีกสิ่งหนึ่งตามมา เหตุเพราะความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งสองนี้เป็นไปได้ทั้งสองทิศทางดังที่กล่าวไปแล้วนั้น อย่างไรก็ตาม การศึกษาถึงพฤติกรรมการเข้าร่วม ซึ่งถือเป็นการมีส่วนร่วมอย่างหนึ่งนั้น จะมีส่วนช่วยในการศึกษาในครั้งนี้ได้ดียิ่งขึ้น ดังรายละเอียดต่อไปนี้

แนวความคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมนี้ มักจะนำมาใช้ในแง่ของการพัฒนาในด้านต่างๆ โดย สหประชาชาติ (อ้างถึงใน ศิริสา สอนศรี , 2541 : 20-21) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชน ในฐานะที่เป็นกระบวนการในการพัฒนาไว้ว่า คือการเข้าร่วมอย่างกระตือรือร้น และมีพลังของประชาชนในระดับต่าง ๆ คือ

1. ในกระบวนการตัดสินใจ เพื่อกำหนดเป้าหมายของสังคมและการจัดสรรทรัพยากรในการให้บรรลุเป้าหมายนั้น
2. ในการปฏิบัติตามแผนการหรือโครงสร้างต่าง ๆ โดยสมัครใจ

นรินทร์ จงวุฒิเวศย์ (อ้างถึงใน ทวีทอง ทองวิวัฒน์ , 2527 : 183) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมหมายถึง การเกี่ยวข้องทางด้านจิตใจและอารมณ์ (Mental and emotional Involvement) ของบุคคลหนึ่งในสภาพการณ์กลุ่ม (Group Situation) ซึ่งผลของความเกี่ยวข้องดังกล่าวเป็นเหตุให้กระทำการให้ (Contribution) บรรลุจุดมุ่งหมายของกลุ่มนั้น กับทั้งทำให้เกิดความรู้สึกร่วมรับผิดชอบกับกลุ่มดังกล่าวด้วย

อาภรณ์ จันทรสว่าง (อ้างถึงใน อัญชลี ศิลาเกษ , 2539 : 39) กล่าวถึงการมีส่วนร่วมว่า เป็นผลมาจากการเห็นพ้องต้องกันในเรื่องของความต้องการและทิศทางของการเปลี่ยนแปลง และความเห็นพ้องต้องกันนั้น จะต้องมามากพอที่จะเกิดการริเริ่มโครงการเพื่อปฏิบัติ กล่าวคือ จะต้องเป็นการเห็นพ้องต้องกันของคนส่วนใหญ่ที่จะต้องเข้าร่วมปฏิบัติการนั้น ๆ เหตุผลเบื้องต้นของการที่คนเข้าร่วมกันได้ควรจะต้องมีการตระหนักว่า การกระทำทั้งหมดที่ทำโดยกลุ่มหรือในนามกลุ่มนั้นกระทำผ่านองค์การ (Organization) ดังนั้น องค์การจะต้องเป็นเสมือนตัวนำให้บรรลุถึงความเปลี่ยนแปลงที่ต้องการได้

สำหรับแบบอย่างของผู้มีส่วนร่วมนั้น มีอยู่ด้วยกัน 3 แบบ (นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์ ,อ้างถึงใน ทวีทอง หงษ์วิวัฒน์ , 2527 : 198) คือ

1. เป็นผู้กระทำการ คือ ผู้ก่อให้เกิดกิจกรรมโดยตรง
2. เป็นผู้รับผลการกระทำ คือ ได้รับผลจากกิจกรรมโดยตรง
3. เป็นสาธารณชนทั่วไป คือ ประชาชนทั่วไปที่ไม่ได้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรง แต่ที่มีความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรม

จากรูปแบบของการมีส่วนร่วมนั้น หากนำมาใช้กับการศึกษาวิจัยในเรื่องการเข้าร่วมกิจกรรมสโมสรพนักงานนี้ จะเห็นว่า การเข้าร่วมกิจกรรมของพนักงานนั้น อาจเป็นไปได้ทั้ง 3 ระดับ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับโครงสร้างกิจกรรม และตัวพนักงานเองด้วย หากในการจัดกิจกรรมนั้นเปิดโอกาสให้พนักงานได้ร่วมจัดกิจกรรมตามความสนใจของตนเองแล้ว ก็อาจถือได้ว่า พนักงานนั้นมีส่วนร่วมในฐานะผู้กระทำการด้วย ส่วนองค์การที่มีการจัดกิจกรรมให้พนักงานในลักษณะ Top-down หรือการจัดกิจกรรมนั้นกำหนดชนิดและประเภทตามดุลยพินิจขององค์การหรือหน่วยงาน พนักงานที่เข้าร่วมกิจกรรมที่จัดขึ้น ก็อาจมีส่วนร่วมได้ในลักษณะที่ 2 หรือ 3 ก็ได้แล้วแต่กรณี

แนวความคิดเกี่ยวกับผลประโยชน์

ในการตัดสินใจที่จะเข้าร่วมกิจกรรมสโมสรพนักงานนั้น ประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ หลายประการที่มีผลต่อการตัดสินใจ เป็นที่ทราบกันดีว่าเป็นธรรมชาติที่บุคคลมักจะเลือกในสิ่งที่คิดว่า จะก่อให้เกิดประโยชน์ หรือเกิดความพอใจแก่ตนเอง แนวความคิดเกี่ยวกับผลประโยชน์ จึงเป็นแนวความคิดหนึ่งที่น่าสนใจ เพื่อนำมาประกอบการศึกษาในครั้งนี้ด้วย

คำว่า “ผลประโยชน์” (Interest) ในความหมายที่กว้างที่สุด น่าจะหมายถึงสิ่งใดก็ตามที่นำไปสู่ความอยู่ดีมีสุข (Welfare) ของบุคคล (ฌรงค์ศักดิ์ เศษอุดม , 2538 : 18) ในขณะที่ Lasswell (อ้างถึงในเล่มเดียวกัน) ได้ขยายคำว่า “ผลประโยชน์” หรือ “ความอยู่ดีมีสุข” ของบุคคล ออกเป็นรายละเอียดด้านต่าง ๆ 8 ประการด้วยกันคือ

- การมีทรัพย์สินและรายได้

- การมีสุขภาพดี
- การได้มีส่วนร่วมในกลุ่มสังคมระดับต่าง ๆ
- การพัฒนาความรู้ความสามารถ
- การได้รับเกียรติยศ ชื่อเสียงศักดิ์ศรี และการเคารพยกย่อง
- การได้รับการยอมรับในความรู้ความสามารถ
- การรู้แจ้ง การประสบความสำเร็จในตัวเอง
- การมีอำนาจทางการเมือง การมีอิทธิพลเหนือผู้อื่นในประชาคมการเมือง

ผลประโยชน์นั้น แบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. ผลประโยชน์ส่วนตัว (Self-Interest)

ในการกระทำทุก ๆ สิ่งของมนุษย์นั้น อย่างน้อยส่วนหนึ่งก็เป็นไปเพื่อประโยชน์ส่วนตัว นั่นคือ มนุษย์ทุกคนจะกำหนดอัตราผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นจากการกระทำของเขาไว้ในใจแล้ว แสดงออกมาเป็นความพึงพอใจที่เขามีต่อการกระทำนั้น เขาจึงเปรียบเทียบผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นจากการกระทำต่าง ๆ และเลือกกระทำการอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลาย ๆ อย่างรวมกัน ซึ่งจะให้ประโยชน์รวมแก่เขามากที่สุด (ฌองฌัก ก็องดี เดชอุดม , 2538 : 18)

ผลประโยชน์ส่วนตัว ในความหมายที่กว้างที่สุด หมายถึง สิ่งใดก็ตามที่ทำให้บุคคลพอใจ หรือมีความสุขหรือทำให้ความทุกข์ทรมานของบุคคลลดน้อยลง (Bentham อ้างถึงในฌองฌัก ก็องดี เดชอุดม , 2538 : 18) หรือหมายถึงสิ่งใดก็ตามที่ทำให้ฐานะความเป็นอยู่ของบุคคลดีขึ้น หรือหมายถึงสิ่งใดก็ตามที่สนองตอบความต้องการที่มีเหตุผลของบุคคล (Lippmann อ้างถึงในเล่มเดียวกัน : 19)

แต่อย่างไรก็ตาม การที่มนุษย์เป็นผู้เห็นแก่ประโยชน์ส่วนตนในส่วนหนึ่งนั้น ไม่ได้หมายความว่า เขาจะไม่สนใจผลประโยชน์ของคนอื่น ๆ ในพฤติกรรมของเขา และแม้ว่าผลประโยชน์ส่วนตนจะเห็นได้ไม่น้อยก็ยังจงใจให้มนุษย์เราทำเพื่อสนองผลประโยชน์ของผู้อื่นได้ ถ้าการกระทำนั้นจะทำให้ประโยชน์ของเขามีมากขึ้น ยิ่งไปกว่านั้น มนุษย์ที่เห็นแก่ประโยชน์ส่วนตัวมักมีเป้าหมายหลายอย่าง ซึ่งบางอย่างก็ทำให้เขาเสียสละประโยชน์ส่วนตนในระยะสั้น เพื่อให้ประโยชน์แก่คนอื่น ๆ ภายใต้อสภาพแวดล้อมที่แน่นอน (ฌองฌัก ก็องดี เดชอุดม , 2538 : 20) ดังนั้นจะเห็นว่า ความสำคัญของผลประโยชน์ส่วนตนในทฤษฎีที่กล่าว ไม่ได้หมายความว่า มนุษย์เราจะมุ่งไปตามผลประโยชน์ส่วนตนโดยปราศจากการคำนึงถึงจริยธรรมหรือข้อยับยั้งใด ๆ ทั้งสิ้น

Khera (1998 : 132) กล่าวถึงความแตกต่างระหว่างผลประโยชน์ส่วนตัว (Self-Interest) กับ ความเห็นแก่ตัว (Selfishness) ว่า ความเห็นแก่ตัว มีลักษณะเป็นเชิงลบ และเป็นโทษ โดยจะทำให้ลายความสัมพันธ์ คนที่มีความเห็นแก่ตัวนี้เชื่อในหลักการแพ้-ชนะ (Win/lose Principle) ส่วนผลประโยชน์ส่วนตัวนั้นมีลักษณะเป็นเชิงบวก โดยจะมองถึงความสำเร็จ , ความสงบสุขทางจิตใจ ,

การมีสุขภาพดี และมีความสุข คนที่คำนึงถึงผลประโยชน์ส่วนตัวนั้นจะเชื่อในหลักการที่ทั้งสองฝ่ายได้รับชัยชนะร่วมกัน (Win/win Principle)

2. ผลประโยชน์สาธารณะ (Public Interest)

หมายถึง สิ่งใดก็ตามที่ให้ประโยชน์แก่มวลสมาชิกในประชาคมการเมือง (Political community) ทุกคน และ/หรือให้ประโยชน์แก่ประชาคมนั้นโดยส่วนรวม ประโยชน์ที่ว่านี้อาจเป็นประโยชน์ในปัจจุบันหรือเป็นประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตก็ได้ สมาชิกแต่ละคนในประชาคมอาจจะได้รับประโยชน์เช่นว่านั้นเท่าเทียมกันหรือไม่ก็ได้ และสมาชิกของประชาคมอาจจะสามารถรับรู้ถึงประโยชน์ที่ตนเองได้รับนั้นหรือไม่ก็ได้ (Cassinelli อ้างถึงใน ณรงค์ศักดิ์ เดชอุดม , 2538 : 13) ส่วน Plato กล่าวถึงไว้เช่นกันว่า สิ่งใดที่เป็นผลประโยชน์ของรัฐหรือของประชาคม สิ่งนั้นก็คือผลประโยชน์ของสมาชิกในประชาคมทุกคนเช่นเดียวกัน

แนวคิดเกี่ยวกับผลประโยชน์นี้สามารถนำมาใช้กับการศึกษาในครั้งนีในการวิเคราะห์การเกิดพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมสโมสรรพนักงานได้ โดยอาจวิเคราะห์ได้ว่า ผลประโยชน์ส่วนบุคคล (Self-interest) นั้นอาจเป็นปัจจัยส่วนหนึ่งที่นำไปสู่การตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมก็เป็นได้

แนวความคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับกิจกรรมนันทนาการ

กิจกรรมที่จัดขึ้นในนามของชมรม หรือโดยสโมสรรพนักงานก็ตาม มักเป็นกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้พนักงานได้เลือกเข้าร่วมได้ตามที่ตนเองสนใจ เพื่อให้พนักงานได้ผ่อนคลายความตึงเครียดจากการทำงาน ซึ่งถือเป็นผลประโยชน์ตอบแทนอย่างหนึ่งที่องค์การมีให้กับบุคลากรของตน กิจกรรมเหล่านี้จึงมักเป็นกิจกรรมประเภทกีฬา และกิจกรรมเพื่อการพักผ่อนอื่น ๆ ที่มักเรียกกันว่า “กิจกรรมนันทนาการ” หรือ “สันทนาการ” แล้วแต่ความนิยม แต่คนส่วนใหญ่มักไม่ทราบถึงความหมายที่แท้จริงของคำว่า นันทนาการ ว่าหมายถึงสิ่งใดบ้าง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำแนวความคิดในเรื่องนี้มาประกอบการศึกษาในครั้งนี้ด้วย ดังนี้

ความหมายของกิจกรรมนันทนาการ

สมบัติ กาญจนกิจ (2540) กล่าวถึงความหมายของคำว่า นันทนาการ ไว้ว่า “นันทนาการ” เป็นคำที่มาจาก “สันทนาการ” ที่บัญญัติโดยพระยาอนุমানราชชน หรือเสถียรโกเศศ ตั้งแต่ปี พ.ศ.2507 นันทนาการ หมายถึง อากาศที่สนุกสนานรื่นเริง ซึ่งหมายถึงพฤติกรรมของคนเมื่อเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ แล้วเกิดอาการสุข สนุกสนาน รื่นเริง ซึ่งมีความหมายมาจากศัพท์ภาษาอังกฤษ “Recreation” ซึ่งสามารถนำมาขยายความหมายได้ดังต่อไปนี้

1. นันทนาการ หมายถึง การทำให้สดชื่น เสริมสร้างพลังงานขึ้นมาใหม่ หลังจากการใช้พลังงานแล้วก่อให้เกิดความเหนื่อยเมื่อยล้าทางร่างกาย ทางสมอง และจิตใจ ในความหมายนี้ นันทนาการจึงเป็นการตอบสนองความต้องการทางกาย และจิตใจของบุคคล และสังคม

2. นันทนาการ หมายถึงกิจกรรมต่าง ๆ ที่บุคคลเข้าร่วมในช่วงเวลาว่างโดยไม่มีการบังคับหรือเข้าร่วมด้วยความสมัครใจ แล้วก่อให้เกิดการพัฒนาอารมณ์สุทธวมทั้งความสุขสนุกสนานหรือความสนุกสนาน และกิจกรรมนั้นต้องเป็นกิจกรรมที่สังคมยอมรับด้วย

3. นันทนาการ หมายถึง กระบวนการหรือประสบการณ์สุขที่บุคคลได้รับโดยอาศัยกิจกรรมนันทนาการในช่วงเวลาว่างเป็นสื่อ ก่อให้เกิดพัฒนาการ หรือการเจริญงอกงามทางกาย อารมณ์ สังคม และสติปัญญาของบุคคล

4. นันทนาการ เป็นสถาบันทางสังคมหรือแหล่งศูนย์กลางของสังคม เพื่อให้บุคคลเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการแล้วก่อให้เกิดการพัฒนาทางด้านอารมณ์ และพัฒนาเจริญงอกงามทางร่างกาย จิตใจ และสังคม

นอกจากนี้แล้ว Cordes และ Ibrahim (1996 : 11) ได้อธิบายถึงคำว่า นันทนาการ (Recreation) ไว้ว่า นันทนาการ เป็นคำที่ยังไม่มีนิยามที่แน่นอนเป็นที่ยอมรับกันในระดับสากลเช่นเดียวกับคำว่า การเล่น (Play) และ เวลาว่าง (Leisure) แต่ก็อธิบายได้ว่า นันทนาการ เป็นการเข้าร่วมอย่างสมัครใจ (Voluntary Participation) ในกิจกรรมยามว่างที่มีความสำคัญ และทำให้ผู้ที่เข้าร่วมเกิดความเพลิดเพลิน หรือสนุกสนาน

เมื่อกล่าวถึงกิจกรรมนันทนาการ เราจะพบว่ามีความเกี่ยวข้องกับกิจกรรมในเวลาว่างซึ่งคำว่า เวลาว่าง (Leisure) นั้น โดยสรุปแล้วหมายถึง สัดส่วนที่เวลาของบุคคลไม่ได้ใช้ในการทำงาน และคือการเลือกอย่างอิสระไม่ว่าจะทำงานหรือไม่ก็ตามที่จะเข้าร่วมกิจกรรมในเวลาว่าง เพื่อใช้ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมความต้องการของบุคคล เพื่อให้คุณค่าทางจิตใจ ผ่อนคลายความตึงเครียด และช่วยให้สังคมอยู่เย็นเป็นสุข (สมบัติ กาญจนกิจ , 2540 : 28)

ทฤษฎีนันทนาการ (Recreation Theory)

ทฤษฎีนันทนาการนั้น เป็นประเภทหนึ่งของทฤษฎีการเล่น (Play Theory) โดยผู้นำทฤษฎีนี้คือ ลาซาร์ส (Lazarus) ซึ่งเป็นศาสตราจารย์จากมหาวิทยาลัยเบอร์ลิน ประเทศเยอรมนี เนื้อหาสาระของทฤษฎีนันทนาการนี้ อธิบายว่า การเล่น ช่วยส่งเสริมวิถีทางชีวิตของบุคคลในเวลาว่าง ทำให้บุคคลได้ร่วมกิจกรรมที่ตรงกับความเป็นจริงหรือเปลี่ยนกิจกรรมทำให้บุคคลสดชื่น กระชุ่มกระชวย เสริมสร้างพลังงานเป็นการพักผ่อนหย่อนใจและเสริมสร้างประสบการณ์และคุณภาพชีวิต (สมบัติ กาญจนกิจ, 2540 : 25)

อย่างไรก็ตาม ยังมีอีกหลายทฤษฎีที่อธิบายเกี่ยวกับนันทนาการในความหมายที่หลากหลายกันไป แต่ส่วนใหญ่จะมีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกันอยู่หลายสิ่ง ซึ่งกล่าวโดยสรุปได้ดังต่อไปนี้

- นันทนาการเป็นการบริการความต้องการ (Needs-serving) เป็นการแสวงหาความพอใจในความต้องการภายในของบุคคล
- นันทนาการ คือ กิจกรรมที่เกิดขึ้นในเวลาว่าง (Recreation as Leisuretime Activity)
- นันทนาการ คือ สิ่งที่กำหนดคุณค่าของตนเองและสังคม (Recreation as Value to Individual + Society)
- นันทนาการเป็นการสร้างขึ้นมามีอีกครั้งหนึ่ง (Recreation as a Re + creation) กล่าวคือ เมื่อความต้องการทางร่างกายสามารถกระตุ้นให้เกิดนันทนาการได้แล้ว หากมีสิ่งใดที่ไม่สมดุล เราก็สามารถแก้ไขได้ (สมบัติ กาญจนกิจ และ อุไรวรรณ ชมวัฒนา , 2541 : 6-9)

นอกจากนี้ บัทเลอร์ (อ้างถึงใน สมบัติ กาญจนกิจ, 2540 : 38) ได้วางหลักเกณฑ์เกี่ยวกับลักษณะพื้นฐานของนันทนาการไว้ดังนี้

- นันทนาการเกี่ยวข้องกับกิจกรรม ซึ่งรูปแบบของกิจกรรมนั้นหลากหลาย
- นันทนาการมีรูปแบบหลากหลาย ทั้งยังมีขอบเขตไม่จำกัดอีกด้วย
- นันทนาการจะต้องเป็นไปด้วยความสมัครใจและมีแรงจูงใจ นั่นคือ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการจะต้องเข้าร่วมด้วยความสนใจ สมัครใจ มิได้ถูกบังคับ
- นันทนาการเกิดขึ้นได้ในเวลาไม่จำกัด
- นันทนาการจะต้องเป็นสิ่งที่จริงจังและมีจุดมุ่งหมายเสมอ
- นันทนาการเป็นการบำบัดรักษา กิจกรรมนันทนาการช่วยในการฟื้นฟู รักษา โดยการเปิดโอกาสให้คนไข้เลือกกิจกรรมในเวลาว่างกระทำเพื่อพัฒนาสุขภาพกายและจิตระหว่างการรักษาหรือเมื่อฟื้นไข้แล้ว
- นันทนาการเป็นกิจกรรมที่สามารถยืดหยุ่นเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม ไม่ว่าจะเป็นในด้านสภาพแวดล้อม ความต้องการและสนใจ ตลอดจนอุปกรณ์ และสถานที่
- นันทนาการจะต้องเป็นกิจกรรมที่พึงประสงค์ของสังคม เพราะกิจกรรมนันทนาการของสังคมหนึ่ง อาจจะไม่เหมาะสมกับอีกสังคมหนึ่งก็ได้

ในด้านของวัตถุประสงค์ในการจัดกิจกรรมนันทนาการ สรุปได้ดังนี้

1. เพื่อพัฒนาอารมณ์สุข โดยอาศัยกิจกรรมต่าง ๆ เป็นสื่อกลางในช่วงเวลาว่าง
2. เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้แก่ผู้เข้าร่วม
3. เพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์ จากกิจกรรมบางอย่างที่เคยเข้าร่วมมาแล้ว
4. เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วม ทำให้เกิดกิจกรรมที่ช่วยสร้างมนุษยสัมพันธ์ และเกิดการทำงานเป็นทีม
5. เพื่อส่งเสริมการแสดงออกในด้านความคิดและพฤติกรรม ทำให้บุคคลรู้จักตนเองมากขึ้น เสริมสร้างความมั่นใจ และบุคลิกภาพที่ดีให้กับตนเอง

6. เพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิต เนื่องจากนันทนาการช่วยลดความเครียด ความวิตกกังวล และส่งเสริมการมีส่วนร่วมกับกลุ่มสังคม

7. เพื่อส่งเสริมความเป็นมนุษยชาติ เนื่องจากนันทนาการเป็นกิจกรรมที่ช่วยสร้างความเข้าใจอันดีใหม่เพื่อนมนุษย์ และช่วยสืบทอดวัฒนธรรมของชนชาติต่อไปด้วย

8. เพื่อส่งเสริมความเป็นพลเมืองดี ได้แก่ การให้การศึกษาแก่เยาวชนในด้านการช่วยเหลือตนเอง หน้าที่ ความรับผิดชอบ ระเบียบวินัย และการปรับตัวให้เป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มหรือสังคมที่ดี โดยผ่านทางกิจกรรมกีฬา กิจกรรมอาสาพัฒนา ดนตรี ศิลปะ และการละเล่นต่าง ๆ

จากการศึกษาวิจัยถึงพฤติกรรมของผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการหลายประเภท แล้วแสดงความรู้สึกในรูปแบบต่าง ๆ สรุปได้ว่าเหตุที่บุคคลเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการ เกิดจากเหตุผลต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ (สมบัติ กาญจนกิจ และ อุไรวรรณ ชมวัฒนา , 2541 : 14)

1. ต้องการสร้างเสริมประสบการณ์ใหม่
2. ต้องการเป็นที่ยอมรับยกย่องจากผู้อื่น เนื่องจากการทำกิจกรรมบางอย่างเป็นการแสดงสถานภาพทางสังคมได้ด้วย
3. ต้องการพักผ่อนและหนีความเครียด
4. ต้องการความมั่นคงปลอดภัย เนื่องจากกิจกรรมบางประเภทนั้น ช่วยฝึกฝนให้บุคคลมีการเตรียมทักษะความพร้อมเพื่อที่จะเผชิญภัย ซึ่งเป็นการฝึกฝนความมั่นใจ สร้างความมั่นคงและปลอดภัย
5. ต้องการการเป็นผู้นำนันทนาการกลางแจ้ง โดยเปิดโอกาสให้กลุ่มหรือคณะได้มีโอกาสทำงานเป็นทีม เรียนรู้บทบาทของผู้นำผู้ตามที่ดี
6. ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
7. ต้องการพัฒนาจิตใจและอารมณ์ เนื่องจากบุคคลได้เลือกกิจกรรมนันทนาการตามความสนใจ ทำให้มีพัฒนาการด้านอารมณ์และจิตใจ
8. ต้องการสร้างความคิดสร้างสรรค์ จากการทำได้สัมผัสกับกิจกรรมรูปแบบใหม่ ๆ
9. ต้องการบริการผู้อื่นหรือทำให้ตนเองมีคุณค่า เช่น การเข้าร่วมกิจกรรมอาสาสมัคร
10. ต้องการทดสอบสมรรถภาพของตนเอง

ประเภทของกิจกรรมนันทนาการ

กิจกรรมนันทนาการนั้น ครอบคลุมไปถึงการจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาบุคคลในแต่ละด้าน ดังนี้ นันทนาการจึงใช้กิจกรรมเป็นสื่อที่สำคัญ ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้ได้แก่

- | | |
|----------------------------|-----------------------------------|
| - ศิลปหัตถกรรม | - เกม กีฬา และกรีฑา |
| - เดินร่ำ ฟ้อนร่ำพื้นเมือง | - ดนตรี และร้องเพลง |
| - การอ่าน เขียน พูด | - ละคร และการละเล่นพื้นเมือง |
| - กิจกรรมทางสังคม | - กิจกรรมนอกเมือง กิจกรรมกลางแจ้ง |

- งานอดิเรก
- กิจกรรมอาสาสมัครช่วยเหลือบริการชุมชน
- กิจกรรมพิเศษต่าง ๆ เช่นงานเทศกาล- กิจกรรมนันทนาการสุขสงบ เช่น สมาธิ
- การท่องเที่ยวทัศนศึกษา
- กิจกรรมสุขภาพเพื่อเสริมสร้างสมรรถภาพ

ความสำคัญของกิจกรรมนันทนาการ

คณิต เขียววิชัย , สมบัติ กาญจนกิจ และดำรง ดาราศักดิ์ (อ้างถึงใน สมบัติ กาญจนกิจ, 2540 : 46) ได้กล่าวถึงภาพรวมขอบข่ายของนันทนาการเกี่ยวกับบุคคลไว้ว่า นันทนาการเป็นวิชาที่ว่าด้วยการพัฒนาคนทั้งด้านร่างกายและจิตใจ สังคมที่ดีจะต้องอาศัยสมาชิกทุกคนร่วมใจกันปฏิบัติหน้าที่ของตนเองและส่วนรวม และการที่คนเราจะเป็นสมาชิกที่ดีของสังคมได้ก็ต้องอาศัยการพัฒนาทางบุคลากรเป็นสำคัญ กิจกรรมนันทนาการเป็นกิจกรรมที่มีมาทุกยุคทุกสมัย จะเห็นได้ว่าเป็นกิจกรรมที่จะช่วยในการพัฒนาคนทั้งด้านร่างกาย และจิตใจ ดังนั้น ขอบข่ายของนันทนาการที่เกี่ยวกับบุคคลนั้น จึงเป็นเรื่องของการพัฒนาคนทุกวัย ทั้งนี้ในแต่ละวัยนั้นจะต้องพัฒนาให้สอดคล้องกับวัยที่แต่แตกต่างกันด้วย

สำหรับในวัยผู้ใหญ่ (ผู้ที่มีอายุประมาณ 25-59 ปี) นั้น ผู้ที่อยู่ในวัยนี้จะเป็นช่วงของการทำงาน ทุกคนต้องขะมักเขม้นกับการทำงานเพื่อสร้างเนื้อสร้างตัวให้เป็นที่เชิดหน้าชูตาในวงสังคม ดังนั้น คนที่อยู่ในวัยนี้จะมีความเครียดมาก นันทนาการจึงเป็นเรื่องของการผ่อนคลายความตึงเครียดจากการทำงานและการดำเนินชีวิต กิจกรรมต่าง ๆ ของคนในวัยนี้ควรเป็นกิจกรรมที่มุ่งให้ความสนุกสนาน เพลิดเพลิน ซึ่งจะช่วยให้คนมีอารมณ์เบิกบานและลิมปัญหาอื่น ๆ ที่สร้างความไม่สบายใจลงชั่วขณะหนึ่ง และปรากฏการณ์ดังกล่าวจะช่วยให้มีสุขภาพจิตดีขึ้น พร้อมทั้งจะเผชิญกับปัญหาต่อไป การจัดโปรแกรมนันทนาการของบุคคลในวัยนี้จึงเป็นเรื่องที่จำเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งสภาพสังคมในปัจจุบันมักจะมีค่านึงถึงเรื่องเหล่านี้ และคิดว่านันทนาการเป็นสิ่งที่ไม่จำเป็น นอกจากนี้ นันทนาการยังไม่ใช่เพียงเรื่องกิจกรรมเท่านั้น แต่จะมีขอบข่ายครอบคลุมไปถึงการจัดผู้นำทางนันทนาการ และวัสดุอุปกรณ์สำหรับกิจกรรมนันทนาการอีกด้วย

จากที่กล่าวมานี้จะเห็นได้ว่า นันทนาการนั้นเป็นส่วนหนึ่งของการทำงานด้วยเช่นเดียวกัน ดังนั้น บริษัท ห้างร้าน โรงงานอุตสาหกรรม หรือหน่วยงานต่าง ๆ จึงมักจะจัดกิจกรรมนันทนาการเพื่อบุคลากรให้เป็นส่วนหนึ่งของช่วงพักกลางวัน หรือหลังเลิกงาน เช่นเดียวกับที่ สมบัติ กาญจนกิจ (2540 : 82) กล่าวถึงความสำคัญของการจัดนันทนาการในบริษัท และโรงงานอุตสาหกรรมไว้ว่า นันทนาการเป็นสิ่งจำเป็น และสำคัญอย่างยิ่งในการลดความเครียด ความวิตกกังวล และเปิดโอกาสให้สร้างมนุษยสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน เป็นการลดความขัดแย้งในองค์การ ก่อให้เกิดผลผลิตเพิ่มขึ้น หรือตรงเป้าหมายมากขึ้น นอกจากนี้ยังช่วยสร้างเสริมความสามัคคี และสร้างขวัญกำลังใจของเจ้าหน้าที่และคนงานอีกด้วย โดยกิจกรรมนันทนาการเหล่านี้ ได้แก่ กิจกรรมประเภท เกม กลุ่มสัมพันธ์ กีฬา ดนตรี การจัดกิจกรรมนันทนาการพิเศษต่าง ๆ เช่น งานฉลองความสำเร็จของหน่วยงาน กีฬาสีส่งเสริมความสามัคคีภายใน และระหว่างหน่วยงาน การจัดกิจกรรม

ปณิธาน หรือโบนัสให้ไปพักผ่อนท่องเที่ยวแก่พนักงาน ถือเป็นการสร้างขวัญกำลังใจและแรงจูงใจให้พนักงานมีความรัก และผูกพันกับหน่วยงาน ป้องกันปัญหาสมองไหล หรือการลาออก ช่วยพัฒนาบุคลากร สำหรับผู้รับผิดชอบกิจกรรมเหล่านี้ ได้แก่ ฝ่ายพัฒนาบุคลากร ซึ่งมีหน้าที่จัดบริการสวัสดิการ ในรูปแบบของนันทนาการ หรือหน่วยงานอาจว่าจ้างบริษัทอื่นเข้ามารับผิดชอบในการจัดโครงการนันทนาการก็ได้

ส่วน คณิต เขียววิชัย (2534 : 145-146) ก็ให้ความเห็นเกี่ยวกับการจัดโครงการนันทนาการในโรงงานและห้างร้านบริษัทไว้เช่นกันว่า การจัดโครงการนันทนาการนั้น จำเป็นทั้งโรงงานและห้างร้านที่มีขนาดใหญ่ และขนาดเล็ก เพราะการทำงานนั้นจะทำให้พนักงานหรือลูกจ้างทั้งหลายเกิดความเครียด ทำให้ประสิทธิภาพในการทำงานน้อยลง ดังนั้น การจัดโครงการดังกล่าวควรตั้งวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

- เพื่อช่วยผ่อนคลายความตึงเครียดจากการทำงาน
- เพื่อช่วยเสริมสร้างสุขภาพพลานามัยของพนักงานให้สมบูรณ์ทั้งร่างกายและจิตใจ
- เพื่อช่วยเสริมสร้างความสามัคคีในหมู่คณะ
- เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน

นอกจากนี้ ผู้รับผิดชอบในการจัดกิจกรรมควรสำรวจดูว่าผู้ที่เป็นกลุ่มประชากรเป้าหมายในการเข้าร่วมโครงการนั้นคือใคร มีความสนใจในกิจกรรมประเภทใดมาก และต้องคำนึงถึงพื้นฐานของพนักงานด้วยเพื่อให้การจัดกิจกรรมเป็นที่พึงพอใจและมีผู้เข้าร่วมโครงการเป็นอันมาก ซึ่งกิจกรรมที่ควรบรรจุไว้ในโครงการนันทนาการนี้คือ

- กิจกรรมบันเทิง เช่น ดนตรี มหรสพอื่น ๆ
- กิจกรรมงานรื่นเริง หรืองานสังคมอื่น ๆ เช่น งานเลี้ยงสังสรรค์เนื่องในโอกาสวัน

นักชัตดูกันต่าง ๆ เป็นต้น

- กิจกรรมเข้าจังหวะบางอย่าง เช่น การเต้นแอโรบิค
- เกม กีฬาต่าง ๆ
- การท่องเที่ยวเนื่องในโอกาสวันหยุดพักผ่อน

อย่างไรก็ตาม กิจกรรมเหล่านี้ ผู้จัดจะต้องนำไปประยุกต์ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ของแต่ละหน่วยงาน เพื่อช่วยให้พนักงานได้พักผ่อน และช่วยสร้างประสิทธิภาพการทำงานให้ดีขึ้น

ส่วนการจัดกิจกรรมนันทนาการให้แก่พนักงาน หรือลูกจ้าง (Employee Recreation) นั้น ในต่างประเทศได้ให้ความสำคัญเช่นเดียวกัน ดังที่ Godbey และ Parker (1976 : 120-121) ได้กล่าวในเรื่องนี้ไว้ว่า มีบริษัทและโรงงานอุตสาหกรรมมากมายในชุมชนที่อาจจะให้การสนับสนุนด้านการเงิน เพื่อจัดกิจกรรมในเวลาว่างให้แก่พนักงานและครอบครัว ซึ่งการจัดกิจกรรมเหล่านี้มักเกิดจากความต้องการที่จะทำให้ขวัญกำลังใจของพนักงานดีขึ้น และปรับปรุงภาพลักษณ์ของ

บริษัทด้วย อันจะทำให้พนักงานหรือลูกจ้างนั้นเกิดประสิทธิผลในการทำงาน และผลงานน้อยลงได้ และได้กล่าวถึงการบริหารจัดการในเรื่องนี้ว่า มักจะมีรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งดังต่อไปนี้

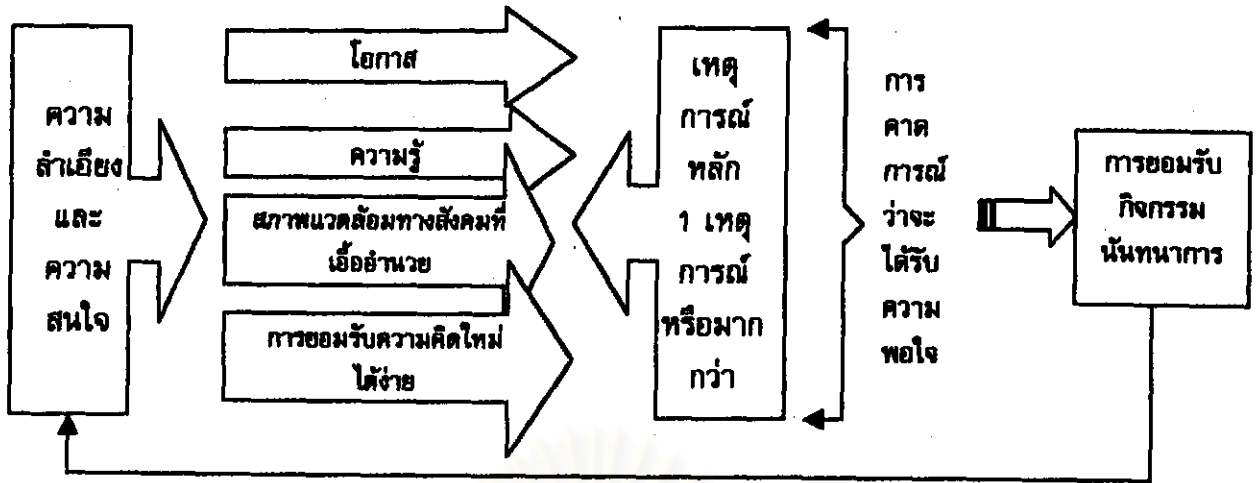
1. ฝ่ายบริหารจัดการกิจกรรมด้านนันทนาการเองทั้งหมด
2. ฝ่ายบริหารอาจจัดสรรที่ดิน สิ่งอำนวยความสะดวก และอุปกรณ์ต่าง ๆ ให้ และการบริหารจัดการเป็นลักษณะร่วมกันระหว่างฝ่ายบริหารและพนักงาน
3. ฝ่ายบริหารอาจจัดสรรที่ดิน สิ่งอำนวยความสะดวก และอุปกรณ์ให้พนักงานดำเนินการเอง
4. พนักงานอาจจัดหาทุนและบริหารจัดการเองทั้งหมด

จะเห็นว่า รูปแบบในการบริหารจัดการกิจกรรมด้านนันทนาการแก่พนักงาน บุคลากรในองค์การนั้น มีหลายประเภท ทั้งนี้อาจเกิดจากความแตกต่างในด้านประเภทขององค์การ และนโยบายการดำเนินงานขององค์การ ทำให้การจัดกิจกรรมในแต่ละหน่วยงานอาจมีรูปแบบแตกต่างกัน เช่น เดียวกันกับการจัดกิจกรรมด้านสโมสร หรือชมรมในหน่วยงานราชการ และหน่วยงานรัฐวิสาหกิจก็มีความแตกต่างกัน แม้แต่ในหน่วยงานประเภทเดียวกันก็อาจมีรูปแบบการจัดการที่ต่างกันไปได้ เช่น บางหน่วยงานมีการจัดกิจกรรมตามความสนใจของพนักงานในรูปสโมสร บางแห่งไม่มีสโมสร แต่มีชมรมต่าง ๆ หรือบางแห่งจัดกิจกรรมแต่ไม่อยู่ในรูปสโมสร หรือชมรม อย่างไรก็ตาม วัตถุประสงค์โดยรวมของการจัดกิจกรรมเหล่านี้ในแต่ละองค์การก็จะมีลักษณะคล้ายคลึงกัน คือ เป็นการบำรุงขวัญและกำลังใจในการทำงานให้แก่องค์การ ทำให้พนักงานเกิดความพึงพอใจ และจงรักภักดีต่อองค์การนั่นเอง

การเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการ (Recreation Activity Participation)

ในการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการนั้น มีปัจจัยหลายอย่างที่สนับสนุนให้บุคคลยอมรับกิจกรรมนันทนาการ หรือเกิดการเข้าร่วมนั่นเอง ซึ่ง Brandenburg และคณะ ได้พัฒนาแนวความคิดเกี่ยวกับเรื่องนี้ไว้ในรูปของแบบจำลองดังนี้

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



แผนภาพที่ 2.1 : แบบจำลองแสดงกระบวนการยอมรับกิจกรรมนันทนาการ (A Conceptual Model of the Recreation Activity Adoption Process) โดย Brandenburg และคณะ (Brandenburg et al. อ้างถึงใน Torkildsen , 1994 : 164)

จากแบบจำลองนี้อธิบายได้ว่า กระบวนการนี้เริ่มด้วยการมีความลำเอียงหรืออคติ (Preoccupations) หรือ มีความสนใจ (Interests) อยู่ก่อนในเรื่องนั้น ๆ เมื่อมีสภาวะเงื่อนไข 4 ประการ ได้แก่ โอกาส (Opportunity) , ความรู้ (Knowledge) , สภาพการณ์หรือสภาพแวดล้อมทางสังคมที่เอื้ออำนวย (Favourable social milieu) และการรับความคิดใหม่ ๆ ได้ง่าย (Receptiveness) ซึ่งถือว่าจำเป็นและเพียงพอต่อการทำให้ความสนใจนั้นแสดงออกมาในรูปของการยอมรับ (Adoption) กิจกรรมชนิดนั้น ๆ เงื่อนไขเหล่านี้ต่างมุ่งไปที่กิจกรรมนั้นโดยมีเหตุการณ์หลัก (Key event) ตั้งแต่หนึ่งเหตุการณ์ขึ้นไปช่วยสนับสนุน ซึ่งเหตุการณ์หลักนี้อาจจะปรับแต่งเงื่อนไขเหล่านั้นด้วยตัวมันเองก็ได้ในเวลาเดียวกัน ซึ่งในที่สุดการตัดสินใจที่จะยอมรับกิจกรรมนั้นอย่างแน่นอน จะขึ้นอยู่กับขอบเขตที่ปัจเจกบุคคลคาดการณ์ล่วงหน้าว่าจะเกิดความพอใจหากเข้าร่วมกิจกรรม ในทางกลับกัน การเข้าร่วมกิจกรรมเองนั้นก็จะเป็นไปสู่วิธีการ (Clarification) การพัฒนาหรือเปลี่ยนแปลงความคิด และความสนใจที่มีอยู่ก่อนด้วย (Torkildsen , 1994 : 163) เช่นเดียวกับที่ Brandenburg (อ้างถึงใน Suvimol Tangsujiapoj, 1991 : 10) กล่าวไว้ว่า “...การเข้าร่วมกิจกรรมในเวลาว่าง (Leisure Activity) อย่างต่อเนื่องนั้นไม่เพียงแต่จะทำให้ปัจเจกบุคคล อาจเปลี่ยนแปลงความสนใจของเขาเท่านั้น แต่อาจเปลี่ยนแปลงโอกาส มีความรู้ที่กว้างขึ้น มีสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างไปจากเดิม และอาจเปลี่ยนลักษณะการเปิดรับความคิดใหม่ของเขาด้วย”

นอกจากนี้ ยังมีแนวความคิดจากนักวิชาการท่านอื่นที่กล่าวถึงแนวคิดที่ใกล้เคียงกันนี้อีก เช่น ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมกิจกรรมในเวลาว่าง ของ Torkildsen ซึ่งเขากล่าวว่ามีอยู่ 3 ปัจจัยหลัก คือ ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal) ปัจจัยทางสังคมและสภาพแวดล้อม ปัจจัยด้านโอกาส (Opportunity) ดังแสดงรายละเอียดในรูปตารางได้ดังนี้

ตารางที่ 2.1 : ปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าร่วมกิจกรรมในเวลาว่าง (Influences on leisure participation) (Torkildsen , 1994 : 91)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ปัจจัยทางสังคมและสภาพแวดล้อม	ปัจจัยด้านโอกาส
<ul style="list-style-type: none"> - อายุ - ช่วงชีวิต - เพศ - สถานภาพสมรส - ผู้อยู่ในการอุปถัมภ์และอายุ - ความปรารถนาและเป้าหมายในชีวิต - ภาระหน้าที่ส่วนตัว - การมีทรัพยากรเพียงพอ - การรับรู้ว่ามีเวลาว่าง - ทักษะและแรงจูงใจ - ความสนใจและความสำเอียง - ทักษะและความสามารถทั้งด้านร่างกาย สังคม และสติปัญญา - บุคลิกภาพและความมั่นใจ - วัฒนธรรมที่เติบโตมา - การอบรมเลี้ยงดูและภูมิหลัง 	<ul style="list-style-type: none"> - อาชีพการงาน - รายได้ - รายจ่าย - ความมั่งมีทางวัตถุ - การเป็นเจ้าของรถ และการเคลื่อนย้าย - เวลาที่มีให้ - หน้าที่ต่าง ๆ - บ้าน และสิ่งแวดลอมทางสังคม - เพื่อนและกลุ่มเพื่อน - บทบาทและการพบปะทางสังคม - ปัจจัยที่เกี่ยวกับเวลาว่างของคนจำนวนมาก - การศึกษาและความรอบรู้ - ปัจจัยด้านจำนวนประชากร - ปัจจัยด้านวัฒนธรรม 	<ul style="list-style-type: none"> - ทรัพยากรที่ทำได้ - ชนิดและคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก - ความตระหนัก - การรับรู้โอกาส - บริการด้านนันทนาการ - การจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวก - การเข้าถึงและทำเลที่ตั้ง - ทางเลือกด้านกิจกรรม - การเดินทาง - ค่าใช้จ่าย : ก่อน ระหว่าง และภายหลัง - การจัดการ : นโยบาย และการสนับสนุน - การตลาด - การกำหนดแผน - องค์การและผู้นำ - การเข้าถึงสังคม - นโยบายทางการเมือง

จะเห็นว่า ปัจจัยย่อย ๆ ที่กล่าวมาทั้งหมดนี้มีจำนวนมากมายจนไม่สามารถยกมาศึกษาวิจัยในครั้งนี้อย่างได้ แต่อย่างไรก็ตาม จากที่ได้กล่าวไปแล้วในเรื่องของการเปิดรับข่าวสารว่า ตัวแปรที่จะนำมาศึกษาในครั้งนี้นั้น มีตัวแปรด้านลักษณะทางประชากรรวมอยู่ด้วย ซึ่งสอดคล้องกับตัวแปรย่อยหลายตัวในที่นี้ ได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา สถานภาพสมรส รายได้ และตำแหน่งหน้าที่ เราอาจกล่าวได้ว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์นั้น ก็มีความเกี่ยวข้องกับการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการเช่นกัน ดังที่ Cordes และ Ibrahim (1996 :47-49) ได้อธิบายไว้ว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางประชากร (Demographic) นั้นสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้เวลาว่าง โดยขึ้นอยู่กับ อายุ เพศ อาชีพ ที่อยู่อาศัย และรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle)

Cordes และ Ibrahim (1996) กล่าวว่า สำหรับปัจจัยด้านอายุนั้น เมื่อคนเราอายุมากขึ้น ก็อาจลดสัดส่วนการทำกิจกรรมที่ใช้ความกระฉับกระเฉงลง และใช้เวลากับงานอดิเรกที่ใช้พลังน้อย

สอง ส่วนปัจจัยด้านเพศนั้น ผู้หญิงมักจะสละเวลาให้กับกิจกรรมนันทนาการน้อยกว่าผู้ชาย ปัจจัยประการต่อมาคือด้านอาชีพ จะมีความสัมพันธ์กับทั้งเวลาที่ใช้ในเวลาว่าง และชนิดของกิจกรรมยามว่างที่เข้าร่วม ส่วนปัจจัยด้านถิ่นที่อยู่อาศัยก็มีการศึกษาพบว่า บุคคลที่อาศัยอยู่ในเมือง จะเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการมากกว่าผู้ที่อยู่ในชนบท และปัจจัยตัวสุดท้ายที่จะได้กล่าวถึงต่อไปก็คือรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) นั้น ใช้บรรยายถึงรูปแบบที่บุคคลดำรงชีวิตอยู่ โดยมีพื้นฐานอยู่ที่ปัจจัยลักษณะทางประชากรดังที่ได้กล่าวมาแล้ว

จากที่กล่าวมาทั้งหมดเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการนี้ ผู้วิจัยได้เลือกตัวแปรย่อย หรือปัจจัยย่อย จากทั้ง 2 แนวความคิด เพื่อนำมาศึกษาในครั้งนี้เฉพาะบางตัวที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมสันทนาการในองค์กร ซึ่งนอกเหนือจากลักษณะทางประชากรที่ได้กล่าวไปแล้ว ยังมีตัวแปรย่อยอื่น ๆ อีกเช่น โอกาส , ความรู้หรือประสบการณ์ , การยอมรับความคิดเห็นใหม่ได้ง่าย (Receptiveness) , สภาพการณ์ทางสังคมที่เอื้ออำนวย , ทักษะและความสามารถ , กลุ่มเพื่อน และรูปแบบการดำเนินชีวิต เป็นต้น

สำหรับการวัดการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการนั้น Godbey (อ้างถึงใน Suvimol Tangsujajapoj , 1991 : 11) แนะนำว่า ความถี่ในการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการของปัจเจกบุคคลนั้น สามารถนำมาเป็นตัวแปรในการกำหนดพฤติกรรมด้านนันทนาการได้ด้วย ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำเรื่องความถี่ในการเข้าร่วมมาสร้างแบบสอบถามเพื่อวัดพฤติกรรมดังกล่าวในงานครั้งนี้ด้วย

แนวความคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle)

การที่เราจะวิเคราะห์ถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมใด ๆ ก็ตามของบุคคลนั้น นอกจากการวิเคราะห์ปัจจัยลักษณะทางประชากร (Demographics) แล้ว อรรถวรรณปิลันธนโอบาท (2537 : 74) ยังกล่าวถึงปัจจัยลักษณะทางจิตวิทยา (Psychographics) ว่าเป็นการวิเคราะห์ผู้รับสารอีกวิธีหนึ่งที่มีผู้ให้คำจำกัดความว่า Psychographics คือการวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle Analysis) หรือการวิจัยกิจกรรม ความสนใจและความคิดเห็น (AIO Research-Activities , Interest , and Opinions) โดยปกติการวิเคราะห์ผู้รับสารทางด้านประชากรศาสตร์ (Demographics) มักจะคำนึงถึงอายุ การศึกษา รายได้ เชื้อชาติ ศาสนา ฯลฯ แต่การวิจัยทาง Psychographics เป็นการดูลักษณะที่ลึกลงไปมากกว่าองค์ประกอบภายนอก ตัวอย่างเช่น ในกลุ่มตัวแปรกิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interest) และความคิดเห็น (Opinion)

Kotler (1997 : 180) ก็ได้อธิบายความหมายของรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ไว้เช่นกันว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคลนั้น คือ รูปแบบในการใช้ชีวิตของบุคคล โดยแสดงออกให้เห็นในรูปของกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นของบุคคลนั้น รูปแบบการดำเนินชีวิตแสดงให้เห็นถึง “ตัวตนทั้งหมดของบุคคล” ที่มีปฏิสัมพันธ์ต่อสิ่งแวดล้อมของเขา นอกจากนี้ยังได้กล่าวไว้ว่า การแบ่งกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยใช้การวัดทางจิตวิทยาที่เป็นที่ยอมรับกันมากที่สุด

มีอยู่ 2 วิธีคือ AIO Framework และ VALS 2 Framework โดยในการวิจัยครั้งนี้จะใช้วิธีการวัดด้วยวิธี AIO Framework ดังนั้นจึงขอกล่าวถึงรายละเอียดเฉพาะวิธีนี้เท่านั้น ดังนี้

ตารางที่ 2.2 : The AIO Framework (Kotler ,1997 : 182) ประกอบด้วยตัวแปรย่อยต่อไปนี้

กิจกรรม (Activities)	ความสนใจ (Interests)	ความคิดเห็น (Opinions)
การทำงาน	ครอบครัว	ต่อตนเอง
งานอดิเรก	บ้าน	ประเด็นทางสังคม
กิจกรรมทางสังคม	งาน	การเมือง
เวลาว่างช่วงพักร้อน	ชุมชน	ธุรกิจ
สิ่งที่ให้ความบันเทิง	การนันทนาการ	เศรษฐกิจ
การเป็นสมาชิกสโมสร	แฟชั่น	การศึกษา
กิจกรรมชุมชน	อาหาร	ผลิตภัณฑ์
การจับจ่ายซื้อของ	สื่อต่าง ๆ	อนาคต
กีฬา	การประสบความสำเร็จ	วัฒนธรรม

เนื่องจากในการศึกษาในครั้งนี้ มุ่งจะศึกษาความสนใจ ทักษะคติดที่มีต่อกิจกรรมสโมสร พนักงานและการเข้าร่วมกิจกรรมสโมสรพนักงาน โดยพิจารณาปัจจัยเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของพนักงานในองค์การที่ศึกษา ดังนั้น จึงจะเลือกเฉพาะตัวแปรที่คาดว่าจะมีผลต่อความสนใจและการเข้าร่วมกิจกรรมสโมสรพนักงานเท่านั้น ซึ่งประกอบด้วย กิจกรรม (Activities) และความสนใจ (Interests) ในด้านต่าง ๆ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เนื่องจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาในครั้งนี้โดยตรงนั้น ยังมีไม่มากนัก และค่อนข้างหาได้ยาก ดังนั้น ผู้วิจัยจึงพยายามค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และมีความใกล้เคียงกับประเด็นที่ต้องการศึกษามากที่สุด ดังนี้

ภาษาไทย

· สินีนาฏ กำเนิดเพชร (2539) ได้ทำการศึกษารูปแบบการสื่อสาร ทักษะคติด และพฤติกรรมของพนักงานที่มีต่อการรื้อปรับระบบของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร พบว่า

- พนักงานทั้ง 3 กลุ่ม คือ 1.)พนักงานที่เป็นทีมงานเกี่ยวกับการรื้อปรับระบบ
- 2.)พนักงานที่อยู่ในโครงการนำร่องเรื่องการรื้อปรับระบบ และ 3.)พนักงานที่ส่วนงานยังไม่ได้ทำการรื้อปรับระบบ มีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารการรื้อปรับระบบแตกต่างกัน

■ โดยภาพรวม การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการรื้อปรับระบบจากสื่อบุคคลประเภทเจ้าหน้าที่ของบริษัทที่ปรึกษาเรื่องการรื้อปรับระบบและสื่อเฉพาะกิจประเภทวารสารภายในองค์กร มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำกับทัศนคติต่อการรื้อปรับระบบ

■ โดยภาพรวม การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการรื้อปรับระบบจากสื่อบุคคลประเภทผู้บังคับบัญชา พนักงานในทีมการรื้อปรับระบบ เจ้าหน้าที่ของบริษัทที่ปรึกษา เพื่อนร่วมงาน สมาชิกในครอบครัว อาจารย์มหาวิทยาลัย และจากสื่อเฉพาะกิจประเภทหนังสือเกี่ยวกับการรื้อปรับระบบ วารสารภายในองค์กร ข่าวสารการรื้อปรับระบบ มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลางค่อนข้างต่ำกับการมีส่วนร่วมในการรื้อปรับระบบ

■ โดยภาพรวม ทัศนคติต่อการรื้อปรับระบบของคนในองค์กรมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำกับการมีส่วนร่วมในการรื้อปรับระบบ

■ จากการวิเคราะห์สรุปได้ว่า รูปแบบการสื่อสารที่ทำให้เกิดการยอมรับเรื่องการรื้อปรับระบบ คือ รูปแบบ AKUS (มีการอภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเห็นร่วมกันโดยการให้ข่าวสารข้อมูลและความรู้เพื่อให้เกิดความเข้าใจและนำไปสู่การปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง)

ปิยะนุช เกตตะโกมล (2540) ศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรขนาดใหญ่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในแตกต่างกัน โดยกลุ่มที่มีอายุ 31-35 ปี และ 36-46 ปี มีการเปิดรับข่าวสารมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 20-25 ปี อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ ระดับการศึกษา ลักษณะงาน อายุงาน และค่างาน (Job grade) แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรไม่แตกต่างกัน

ระวีรำไพ ศิริคุปต์ (2540) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ ความสนใจสื่อ และการมีส่วนร่วมในงานชุมชนสัมพันธ์ของผู้อยู่อาศัยในเคหะชุมชนของการเคหะแห่งชาติ พบว่า

■ การเปิดรับสื่อ ความสนใจสื่อ และการมีส่วนร่วมในงานชุมชนสัมพันธ์ของการเคหะแห่งชาติ แตกต่างกันตามลักษณะทางประชากรของผู้อยู่อาศัยในเคหะชุมชนของการเคหะแห่งชาติ

■ การเปิดรับสื่อที่ใช้ในงานชุมชนสัมพันธ์ของผู้อยู่อาศัยในเคหะชุมชนของการเคหะแห่งชาติ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการมีส่วนร่วมในงานชุมชนสัมพันธ์ของการเคหะแห่งชาติ

■ ความสนใจสื่อที่ใช้ในงานชุมชนสัมพันธ์ของผู้อยู่อาศัยในเคหะชุมชนของการเคหะแห่งชาติ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการมีส่วนร่วมในงานชุมชนสัมพันธ์ของการเคหะแห่งชาติ

บุญชัย รัตนวิระประดิษฐ์ (2532) ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารที่เกี่ยวกับกีฬาทางโทรทัศน์ กับความสนใจและการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาของเยาวชน โดยศึกษาเฉพาะเยาวชนที่เป็นสมาชิกศูนย์ส่งเสริมกีฬา ศูนย์เยาวชนกรุงเทพมหานคร (ไทย-ญี่ปุ่น) พบว่า การเปิดรับข่าวสารด้านกีฬาที่แพร่ภาพทางโทรทัศน์ของเยาวชนชาย-หญิง มีความแตกต่างกัน และการเปิดรับข่าวสารด้านกีฬาจากโทรทัศน์กับความสนใจในการเล่นกีฬาและการ

เข้าร่วมกิจกรรมกีฬาของเยาวชน มีความสัมพันธ์กัน ส่วนสาเหตุของความสนใจในกีฬาประเภทต่าง ๆ คือ มีความสนุกสนาน เป็นกีฬาที่มีความกดดันและสามารถเล่นเพื่อพัฒนาสุขภาพได้ ส่วนสาเหตุของการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬา คือ ความชอบและรักกีฬาประเภทดังกล่าว ทำให้สุขภาพแข็งแรง และมีความสนุกสนาน ตามลำดับ

อรทัย วารีสอาด (2527) ศึกษาการเข้าร่วมกิจกรรมห้องสมุดของผู้ใช้หอสมุดแห่งชาติ พบว่า ในกลุ่มผู้เข้าร่วมกิจกรรมพบว่าเป็นชายมากกว่าหญิง และส่วนใหญ่เป็นนิสิตนักศึกษา อายุระหว่าง 20-39 ปี และผู้เข้าร่วมกิจกรรมส่วนใหญ่ทราบข่าวการจัดกิจกรรมจากป้ายประกาศที่หอสมุดแห่งชาติมากที่สุด ส่วนสาเหตุที่เข้าร่วมกิจกรรม เนื่องจาก เรื่องที่จัดตรงกับความสนใจ

นลินี กิติเวชกุล (2533) ศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ การเข้าร่วม และความคิดเห็นต่อกิจกรรมนิสิต ของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผลการวิจัยพบว่า ในส่วนของการเข้าร่วมกิจกรรมของนิสิตนั้น นิสิตชั้นปีที่ 1 ถึงชั้นปีที่ 4 และสูงกว่า มีการเข้าร่วมกิจกรรมนิสิตไม่แตกต่างกัน และการเข้าร่วมกิจกรรมนิสิตของนิสิตชายและนิสิตหญิงนั้นก็ไม่ได้แตกต่างกันเช่นกัน โดยส่วนใหญ่ไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรม ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการประชาสัมพันธ์ของชมรมต่าง ๆ ไม่สามารถเผยแพร่ข่าวสารเพื่อจูงใจนิสิตให้มาเข้าร่วมได้อย่างทั่วถึง รวมทั้งตัวนิสิตเองก็อาจมีภาระหน้าที่ในการเรียนมากจนไม่สามารถแบ่งเวลามาร่วมกิจกรรมได้ นอกจากนี้ยังอาจเกิดจากสถานที่ไม่เอื้ออำนวยในการเข้าร่วมกิจกรรม และลักษณะของกิจกรรมชมรมอาจไม่ตรงกับความสนใจและความต้องการของนิสิต จึงทำให้นิสิตเข้าร่วมกิจกรรมน้อย เพราะนิสิตไม่เห็นประโยชน์ที่จะได้รับการเข้าร่วมกิจกรรม และเห็นว่ากิจกรรมเป็นเรื่องของคนส่วนน้อยเท่านั้น

ปราณี ศรีพงษ์ (2532) ได้ทำการศึกษาวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างการเข้าร่วมกิจกรรมเสริมหลักสูตรวิชาสังคมศึกษา กับเจตคติ (ทัศนคติ) ต่อวิชาสังคมศึกษาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นในกรุงเทพมหานคร พบว่า การเข้าร่วมกิจกรรมเสริมหลักสูตรวิชาสังคมศึกษา กับเจตคติต่อวิชาสังคมศึกษาของกลุ่มตัวอย่างนั้น มีความสัมพันธ์กันทางบวก

สัตพร อังไพบุลย์ (2528) ทำการศึกษาเปรียบเทียบการเข้าร่วมกิจกรรมดูแลสุขภาพอนามัยตนเอง ภายใต้โครงการสาธารณสุขมูลฐานของประชากรในกรุงเทพมหานครที่อยู่ในเขตรอบในและรอบนอก พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการเข้าร่วมกิจกรรมดูแลสุขภาพอนามัยตนเองของทั้ง 2 ชุมชน คือ จำนวนสมาชิกในครอบครัว การศึกษา ค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล การรับรู้บทบาทของอาสาสมัครสาธารณสุข และการให้คำแนะนำด้านสุขภาพอนามัยของเจ้าหน้าที่และอาสาสมัครสาธารณสุข

อภิษฐา สวนเข้ม (2538) ได้ทำการศึกษาการเข้าร่วมกิจกรรมทางพุทธศาสนาของเยาวชนไทย พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมกิจกรรม หรือประกอบกิจทางพุทธศาสนานั้น ได้แก่ อายุ เพศ ขนาดของครัวเรือนที่เยาวชนอาศัยอยู่ ระดับการศึกษา และภาคที่อยู่อาศัย

สมชาย กิจสัมพันธ์วงศ์ (2539) ศึกษาสภาพปัญหาการจัดดำเนินการการศึกษาและนันทนาการของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ พบว่า พนักงานที่เข้าร่วมกิจกรรมส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ผู้เข้าร่วมมีอายุระหว่าง 30-34 ปีมากที่สุด และมีการศึกษาระดับปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่ โดยผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความสนใจในข่าวสารด้านกีฬาเป็นบางครั้ง ส่วนกิจกรรมนันทนาการที่ชอบมากที่สุด คือ การอ่านหนังสือ และเมื่อเปรียบเทียบสภาพการจัดดำเนินการด้านกีฬาและนันทนาการของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจในกลุ่มต่าง ๆ พบว่ากลุ่มคมนาคม มีสภาพการจัดดำเนินการมากกว่ากลุ่มการเกษตร และกลุ่มพาณิชย์และบริการ

นอกจากนี้ บุญเลิศ กาญจนจงกล (2525) ได้ศึกษาปัญหาการจัดและการดำเนินการโครงการกีฬาเพื่อนันทนาการของรัฐวิสาหกิจในกรุงเทพมหานคร พบว่า ในการเลือกกิจกรรมกีฬาในโครงการกีฬาเพื่อนันทนาการของรัฐวิสาหกิจ จะเลือกกิจกรรมที่พนักงานส่วนใหญ่สนใจ ส่วนปัญหาที่พบมาก เช่น ช่วงเวลาที่จัดโครงการไม่เอื้ออำนวย , ขาดงบประมาณสำหรับดำเนินการแข่งขัน การจัดซื้ออุปกรณ์ การเช่าสถานที่ , ขาดแคลนสถานที่ทำงานของคณะกรรมการกีฬา และสถานที่ในการจัดโครงการ เป็นต้น

ภาษาต่างประเทศ

Dottavio (อ้างถึงใน Suvimol Tangsujjapoj , 1991: 22) ทำการศึกษารูปแบบของปฏิริยาทางสังคมที่ปัจเจกบุคคลเข้าร่วมในกิจกรรมนันทนาการ และพบว่ากลุ่มทางสังคม (Social groups) ซึ่งบุคคลได้มีปฏิสัมพันธ์ด้วยนั้น เป็นตัวกำหนดการเลือกกิจกรรมนันทนาการของบุคคลนั้น ๆ

Schreyer , Lime และ Williams (อ้างถึงใน Suvimol Tangsujjapoj , 1991: 22) ทำการสำรวจในระดับชาติ (National Survey) กับผู้ที่เข้าร่วมในกิจกรรมผจญภัยทางน้ำ โดยมีการใช้ประสบการณ์เดิม (Experience Use History : EUH) เป็นตัวแปรอิสระในการศึกษา พบว่าบุคคลที่มีประสบการณ์ในอดีตต่างกัน จะมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญในพฤติกรรมการเข้าร่วม , แรงจูงใจในการเข้าร่วม และการประเมินประสบการณ์ด้านกิจกรรมนันทนาการ

Willits และ Willits (อ้างถึงใน Suvimol Tangsujjapoj , 1991: 22) ได้ศึกษาแนวความคิดในการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการของนักเรียนระดับ 8 และ 11 ในชุมชนต่าง ๆ รวม 12 ชุมชนในรัฐเพนซิลเวเนีย พบว่า ความถี่ในการเข้าร่วมกิจกรรมแต่ละชนิดนั้นเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญในการทดสอบการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการ

Maraus และ Fly (อ้างถึงใน Suvimol Tangsujjapoj , 1991: 22) ทำการศึกษาในเขตนครดีทรอยต์ พบว่า อายุ , รายได้ของครอบครัว , ระดับการศึกษา , เพศ และเชื้อชาติ ล้วนมีความเกี่ยวข้องในระดับที่แตกต่างกัน กับระดับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมนันทนาการ

Kelly (อ้างถึงใน Suvimol Tangsujjapoj , 1991: 22) ทำการวิจัยพบว่า อายุ , เพศ , ระดับการศึกษา , รายได้ และสถานภาพครอบครัวนั้น เป็นปัจจัยที่พบว่ามีค่าน่าเชื่อถือที่สุดในการแบ่งแยกความแตกต่างระหว่างผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมอย่างสม่ำเสมอ กับผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมเป็นบางครั้ง และผู้ที่ไม่ได้เข้าร่วมกิจกรรม อย่างไรก็ตาม ความมีนัยสำคัญของตัวแปรเหล่านี้ก็จะแตกต่างกันไปตามแต่ละกิจกรรม นอกจากนี้ Kelly (อ้างถึงใน Suvimol Tangsujjapoj , 1991: 29) ยังชี้ให้เห็นว่า ในการศึกษาครั้งล่าสุดนั้น พบว่าส่วนใหญ่แล้ว ชาวอเมริกันในวัยผู้ใหญ่ที่มีรายได้จัดอยู่ในระดับต่ำนั้น เป็นผู้เข้าร่วมที่มีลักษณะไม่กระตือรือร้น (Passive engagers) ในกิจกรรมนั้น ทว่าการ ส่วนผู้เข้าร่วมที่มีความกระตือรือร้น มักจะเป็นผู้ที่มีความพร้อมด้านทรัพยากรต่าง ๆ ได้แก่ ทรัพยากรทางสังคม , เศรษฐกิจ และสมรรถภาพทางร่างกายที่มีอายุเป็นเครื่องบ่งชี้

Jackson (อ้างถึงใน Suvimol Tangsujjapoj , 1991: 22) ทำการศึกษาความแตกต่างของอุปสรรค (Barriers) ในการเข้าร่วมกิจกรรม พบว่าไม่มีอุปสรรคข้อใดข้อหนึ่งที่สามารถสกัดกั้นการเข้าร่วมกิจกรรมนั้น ทว่าการได้เพียงประการเดียว แต่อุปสรรคในการเข้าร่วมกิจกรรมนั้น ทว่าการนั้นประกอบไปด้วย เวลา , ความสามารถ , เศรษฐกิจ , โอกาส , การมีจำนวนผู้เข้าร่วมมากเกินไป การคมนาคม , การมีเพื่อนร่วมกิจกรรมด้วย และความอายหรือประหม่า

ส่วนงานวิจัยของ Suvimol Tangsujjapoj (1991) นั้นได้ทำการศึกษา รูปแบบการเข้าร่วมกิจกรรมนั้น ทว่าการ และการปรับตัวเข้าสู่วัฒนธรรมใหม่ ของครอบครัวชาวไทยที่อพยพเข้าไปอาศัยอยู่ในนครนิวยอร์ก สหรัฐอเมริกา โดยแยกแบบสอบถามระหว่างผู้ปกครองและเด็ก จากการศึกษา กิจกรรมนั้น ทว่าการประเภทต่าง ๆ ได้แก่ กิจกรรมที่บ้านและงานอดิเรก , กิจกรรมที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ , กิจกรรมกลางแจ้ง , กิจกรรมที่เกี่ยวกับการชมหรือดู และกิจกรรมกีฬา พบว่า ผลการศึกษาที่เกี่ยวข้องมีดังนี้

- กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใหญ่ ทั้งเพศชายและเพศหญิงนั้น มีความบ่อยครั้งในการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ไม่แตกต่างกัน และกลุ่มตัวอย่างมักจะทำกิจกรรมนั้น ทว่าการร่วมกับครอบครัวมากกว่ากับกลุ่มอื่น ๆ

- อุปสรรคที่ทำให้เข้าร่วมกิจกรรมได้ไม่มากนัก เกิดจากงาน , ครอบครัว และการขาดโอกาสมากที่สุด

- ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรลักษณะทางประชากร (อายุ , เพศ , การศึกษา , รายได้ และระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในสหรัฐอเมริกา) และตัวแปรความบ่อยครั้งในการเข้าร่วมกิจกรรมนั้น ทว่าการประเภทต่าง ๆ และไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากร และรูปแบบการเข้าร่วมกิจกรรมนั้น ทว่าการ (ทำกิจกรรมคนเดียว , กับคู่สมรส , กับบุตร , กับเพื่อนคนไทย , กับเพื่อนชาวต่างประเทศ) ด้วย

- กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อบีในระดับต่ำกว่า มักจะทำกิจกรรมอยู่กับบ้านและอยู่กับงานอดิเรก มากกว่ากลุ่มที่มีรายได้สูงกว่า