

การพูดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจโดยผู้บริหาร ที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร*

INSPIRATIONAL SPEECHES BY EXECUTIVES ON CORPORATE SUCCESS

จตุพล ชมภูนิช

Jatupone Chompoonich

ตระกูล จิตวัฒนากร

Trakul Chitwattanakorn

นพรัตน์ น้อยเจริญ

Nopparat Noichareon

คณะศิลปศาสตร์ สาขาการพัฒนารัฐกิจและทุนมนุษย์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

Faculty of Liberal Art, North Bangkok University, Thailand

E-mail: jatupone.chom@northbkk.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอเกี่ยวกับความหมาย ความสำคัญของแรงบันดาลใจ และความสำคัญของการพูดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจโดยผู้บริหารที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร การพูดเป็นการสื่อสารของมนุษย์มาแต่สมัยโบราณ คนสมัยก่อนใช้วิธีพูดเพื่อประโยชน์ในการถ่ายทอดความรู้ให้แก่คนรุ่นต่อรุ่น ทางพระพุทธศาสนาเรียกว่า มุขปาฐะ สำหรับการพูดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจเป็นการแสดงความรู้สึกรหรือแรงกระตุ้นบางอย่างที่เกิดขึ้นกับบุคคล เป็นอารมณ์เชิงบวกที่ประกอบด้วยสามองค์ประกอบ ได้แก่ การปลุกเร้า แรงจูงใจ และการอยู่เหนือ ซึ่งแรงบันดาลใจมีความสำคัญเพราะการมีแรงบันดาลใจช่วยให้บุคคลกล้าเปิดรับสิ่งใหม่และมองเห็นเป้าหมายอย่างชัดเจนตามความเป็นจริงและก้าวข้ามความกังวลใจที่เคยเกิดขึ้นและช่วยกระตุ้นพฤติกรรมและกำหนดทิศทางของพฤติกรรมที่มีลักษณะมุ่งมั่นไปด้านหน้าเพื่อไปยังเป้าหมาย ส่วนการพูดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจของผู้บริหารองค์กรนั้น เนื่องจากผู้บริหารองค์กรเป็นผู้นำองค์กรที่มีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อบุคลากรภายในองค์กร ดังนั้น การพูดสร้างแรงบันดาลใจโดยผู้บริหารองค์กรจึงเป็นกระบวนการสื่อสารภายในองค์กรโดยผู้บริหารเพื่อกระตุ้นให้บุคลากรในองค์กรเกิดแรงบันดาลใจ เกิดความมุ่งมั่นในการปฏิบัติงานและปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ จนนำไปสู่ความสำเร็จขององค์กรตามที่

* Received 2 February 2023; Revised 21 February 2023; Accepted 25 February 2023

กำหนดไว้ โดยที่ตัวชี้วัดความสำเร็จขององค์กรมีหลายมิติ ได้แก่ มิติด้านความเชื่อมั่น และความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร รวมไปถึงตัวชี้วัดความสำเร็จในมิติของการเงินซึ่งวัดผ่านผลประกอบการขององค์กร และความสำเร็จทั้งหมดดังที่กล่าวมาสามารถเกิดขึ้นได้จากการพูดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจของผู้บริหารองค์กรนั้น ๆ

คำสำคัญ: การพูดสร้างแรงบันดาลใจ, ผู้บริหาร, ความสำเร็จขององค์กร

Abstract

The purpose of this academic paper was to present the results of a study on the meaning and importance of inspiration and the importance of executives' inspirational speeches in the success of an organization. Speech has been human communication since ancient times. In the past, people used to speak for the purpose of transmitting knowledge from generation to generation. In Buddhism, it is called Mukpatha for inspirational speeches expressing feelings or impulses that arise with a person. It is a positive emotion that consists of three elements: provocation, motivation, and dominance. Motivation is important because it allows someone to be open to new things, see their goals clearly and realistically, overcome the anxiety that used to occur, help stimulate behavior, and set the direction of behavior towards the goal. Therefore, motivational speeches by an executives are a process of internal communication by an executives to motivate personnel in the organization to become committed to work and operate at their full ability until leading to the success of the organization as defined. The indicators of corporate success have many dimensions comprising the confidence dimension and the satisfaction of stakeholders both inside and outside the corporate and including the measure of success in the financial dimension, which is measured through the performance of the organization and all the success mentioned above can be achieved through the inspirational speeches of those corporate executives.

Keywords: Inspirational Speeches, Executives, Corporate Success

บทนำ

การพูดเป็นกระบวนการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดของมนุษย์มาแต่สมัยโบราณ โดยที่คนสมัยก่อนใช้วิธีพูดแบบการบอกเล่าต่อ ๆ กันมา เพื่อประโยชน์ต่อการถ่ายทอดความรู้ให้แก่คนรุ่นต่อ ๆ มา และนอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ที่ประสบความสำเร็จในหน้าที่การงาน ล้วน

แล้วแต่เป็นคนที่มีความทักษะในการพูดที่ดีทั้งสิ้น ดังนั้น การพูดจึงเป็นเครื่องมือในการสื่อสารที่สำคัญของมนุษย์ เพราะมนุษย์ใช้การพูดเพื่อการติดต่อสื่อสารในการถ่ายทอดความรู้สึก ความคิด ความเข้าใจและความต้องการให้เกิดขึ้นระหว่างกัน ในขณะที่สังคมตะวันตกถือว่าการเรียนวิชาการพูดเป็นวิชาที่สำคัญอย่างยิ่งที่นักศึกษาทุกสาขาวิชาจะต้องเรียน ไม่ว่าจะเป็นการประกอบอาชีพใด ๆ ทั้งนักกฎหมาย นักบริหาร นักธุรกิจ การพูดจึงมีความเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ที่จะต้องใช้ทักษะทั้งทางด้านวิชาการและประสบการณ์ส่วนตัวผสมผสานฝึกฝนให้เกิดความเชี่ยวชาญถึงจะเป็นนักพูดที่สามารถพูด “ได้เป็น” ไม่ใช่เป็นนักพูดที่สามารถ “พูดได้” เท่านั้น โดยที่ในระบบเศรษฐกิจนั้น Lane, L. K. et al.กล่าวว่า การพูดมีความสำคัญมาตั้งแต่ในสมัยโบราณ เช่น ชาวกรีกใช้ผู้ประกาศในเขตชุมชน ทำการประกาศขายสินค้าเมื่อมีเรือบรรทุกสินค้ามาเทียบท่า การโฆษณาโดยใช้ผู้ข่าวประกาศในเขตชุมชนนี้ได้กลายเป็นการประกาศในที่สาธารณะที่เก่าแก่ที่สุดในหลายประเทศของยุโรปและมีใช้ต่อมาอีกหลายศตวรรษ (Lane, L. K. et al., 2008)

การพูดเพื่อการโฆษณาในสมัยโบราณนั้นส่วนใหญ่ดำเนินการโดยใช้บุคคลทำการป่าวเพื่อเรียกร้องความสนใจให้คนมาซื้อสินค้า (วิจิตร จิระประวัติ และคณะ, 2558) ส่วนในปัจจุบันการพูดก็ยังคงมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและธุรกิจ โดยเฉพาะผู้ที่มีทักษะการพูดที่ดีสามารถใช้การพูดเป็นเครื่องมือในการประกอบอาชีพอย่างแพร่หลาย ซึ่งไม่ว่าจะเป็นอาชีพ ผู้ประกาศข่าว อาชีพพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการทั้งพิธีกรในรายการโทรทัศน์ หรือพิธีกรในงานกิจกรรมต่าง ๆ เช่น งานสัมมนาทางวิชาการ การเปิดตัวสินค้า ฯลฯ ดังนั้น การพูดที่มีความสำคัญจึงมีหลายประเภทและหลายวิธีการ ในขณะที่การพูดสร้างแรงบันดาลใจโดยผู้บริหารองค์กรถือเป็นกระบวนการสื่อสารที่ถูกใช้แพร่หลายเพื่อสร้างแรงจูงใจ โน้มน้าวใจให้มีพฤติกรรมหรือกระบวนการคิดที่เปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้นซึ่งส่งผลต่อความสำเร็จของการปฏิบัติงานในที่สุด เพราะผู้บริหารองค์กรเป็นผู้ที่มีความสำคัญต่อการนำองค์กรเนื่องจากผู้บริหารอยู่ในสถานะผู้นำองค์กรและเป็นบุคคลที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จในการบริหารงานด้านต่าง ๆ ขององค์กร เพราะการบริหารจัดการเป็นหน้าที่หลักของผู้บริหาร (ฉวีวรรณ ฉัตรวิไล, 2560)

นอกจากนี้แล้วในการสร้างความสำเร็จขององค์กร ผู้บริหารจำเป็นต้องมีศิลปะการพูดที่ดีและควรเป็นนักสื่อสารที่ดีโดยจะต้องมีความสามารถในการใช้ศิลปะและทักษะในการพูดเพื่อสื่อความหมายและเพื่อสร้างความเข้าใจกับผู้ใต้บังคับบัญชา ทั้งนี้เนื่องจากในบางครั้งอาจเกิดความขัดแย้งในองค์กร ผู้บริหารจึงต้องใช้ทักษะการพูดเพื่อคลี่คลายความขัดแย้ง ซึ่งจะทำให้บุคลากรในองค์กรเกิดความรู้สึกที่พึงพอใจและเกิดแรงบันดาลใจที่จะทำงานให้สำเร็จตามที่ได้รับมอบหมายไว้ Durbin, L. et al. กล่าวว่า ผู้บริหารต้องสามารถสร้างแรงจูงใจได้ในทุกระดับ ไม่ว่าจะเป็นระดับบุคคล ระดับองค์กรและระดับสังคม โดยเฉพาะในระดับองค์กรนั้นหาก

บุคลากรในองค์กรได้รับแรงจูงใจที่จะเกิดเป็นแรงบันดาลใจในการปฏิบัติงาน และผลสัมฤทธิ์ของการปฏิบัติงานย่อมเป็นไปตามที่องค์กรคาดหวังไว้อย่างแน่นอน (Durbin, L. et al., 1998) ดังนั้น ทักษะการสื่อสารของผู้บริหารโดยเฉพาะการพูดจึงมีความสำคัญ โดยต้องสามารถพูดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้บุคลากรในองค์กรเกิดแรงบันดาลใจในการปฏิบัติงานอย่างเต็มที่ ดังที่ รังสาด จันทรวิสูตร์ กล่าวว่า การติดต่อสื่อสารทุกด้านภายในองค์กรนั้นมีส่วนสำคัญในระดับสูงต่อการดำเนินงานขององค์กร และการสื่อสารยังช่วยให้องค์กรสามารถดำเนินงานไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ (รังสาด จันทรวิสูตร์, 2548)

จากความสำคัญของแรงบันดาลใจและการพูดสร้างแรงบันดาลใจของผู้บริหารองค์กร ซึ่งจากความคิดเห็นของนักวิชาการดังที่กล่าวมา สะท้อนให้เห็นได้ว่าการพูดสร้างแรงบันดาลใจมีความสำคัญ โดยสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการคลี่คลายความขัดแย้งและใช้เพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้กับบุคลากรในองค์กร เช่น ผลการวิจัยของ บัณฑิตา จารุมา กล่าวว่า ผู้สื่อสารในโลกสมัยใหม่ควรฝึกทักษะการสื่อสารด้านการพูดให้มีประสิทธิภาพ บทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอเกี่ยวกับความหมายและความสำคัญของแรงบันดาลใจ รวมทั้งการพูดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจของผู้บริหารที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จขององค์กร (บัณฑิตา จารุมา, 2563) โดยการศึกษาผ่านวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยใช้หลักการวิพากษ์ภายใน (Internal criticism) ซึ่งเป็นการตรวจสอบว่าเนื้อหาภายในว่ามีความครอบคลุมและสอดคล้องกับชื่อเรื่องที่ศึกษา (Kerlinger, F. N., 1968) จากนั้นจึงวิเคราะห์เอกสารอีกครั้งตามหลักเกณฑ์ของ Scott, J. ประกอบด้วย 1) หลักความถูกต้อง คือ เป็นเอกสารที่มาจากแหล่งเชื่อถือได้ มีความต้องถูกต้องสมบูรณ์สอดคล้องกับบริบทที่เกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาที่ตีพิมพ์ 2) หลักความน่าเชื่อถือ คือ เป็นเอกสารที่ปราศจากข้อผิดพลาดและการบิดเบือนข้อมูล 3) มีหลักความเป็นตัวแทน คือ เป็นเอกสารที่สามารถแสดงรายละเอียดแทนเอกสารประเภทเดียวกันได้ รายละเอียดสามารถเป็นตัวแทนกลุ่มประชากรตัวอย่างได้ และ 4) หลักความหมายชัดเจน คือ เป็นเอกสารที่สามารถเข้าใจได้ง่ายชัดเจน เพื่อให้ได้ข้อมูลนำเสนอที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และนัยสำคัญของการศึกษา ดังรายละเอียดในลำดับถัดไป (Scott, J., 1990); (Scott, J., 2006)

แนวคิดเกี่ยวกับการพูด

การพูดมีความหมาย 2 ลักษณะทั้งในลักษณะของความหมายโดยทั่วไปและในลักษณะของความหมายในเชิงวิชาการ โดยที่ สุนน อยู่สิน และคณะ กล่าวว่า ความหมายโดยทั่วไปนั้น การพูดหมายถึงการเปล่งเสียงออกมาเป็นถ้อยคำ โดยเสียงหรือถ้อยคำที่เปล่งออกมานั้นต้องมีความหมายสามารถทำให้ผู้อื่นเข้าใจได้ (สุนน อยู่สิน และคณะ, 2548) ส่วนความหมายในเชิงวิชาการนั้นตามทฤษฎีการสื่อสาร การพูดหมายถึง การสื่อสารด้วยถ้อยคำเป็นการสื่อสาร

ประเภทหนึ่งที่เรียกว่าการสื่อสารด้วยวัจนภาษา (Verbal Communication) ซึ่งโดยปกติมักจะถูกสื่อสารควบคู่ไปกับการสื่อสารแบบอวัจนภาษา (Non-Verbal Communication) เพราะการสื่อสารด้วยถ้อยคำหรือคำพูดจะมีเรื่องของน้ำเสียง สำเนียง จังหวะการพูดและระดับเสียงสูงต่ำรวมอยู่ด้วยเสมอ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นอวัจนภาษาทั้งสิ้น และ เมื่ออธิบายการพูดในเชิงวิชาการด้วยองค์ความรู้ด้านวาทวิทยา สุนน อยู่สิน และคณะ อธิบายไว้ว่าการพูดมีความเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ (สุนน อยู่สิน และคณะ, 2548) ดังนั้น ผู้พูดยังต้องมีทักษะในการพูด

สมิตรา อังวัฒนกุล กล่าวว่า การพูดเป็นการถ่ายทอดความรู้สึกนึกคิดและความเข้าใจให้ผู้ฟังได้รับรู้ และเข้าใจจุดมุ่งหมายของผู้พูด โดยใช้กลวิธีในการพูดที่ทำให้ การสื่อสารมีประสิทธิภาพ (สมิตรา อังวัฒนกุล, 2540) สอดคล้องกับอวยชัย ผกามาศ กล่าวถึงความหมายของการพูดไว้ว่า การพูด คือ การสื่อสารทางความคิด ประสบการณ์ และความต้องการของผู้พูดไปสู่ผู้ฟัง เพื่อสื่อความหมายให้ผู้ฟังเกิดความเข้าใจ โดยใช้น้ำเสียง ภาษาและกริยาท่าทางได้อย่างถูกต้องตามจรรยาบรรณและประเพณีนิยมของสังคมให้ผู้ฟังรับรู้และได้รับการตอบสนอง (อวยชัย ผกามาศ, 2542)

Nunan, D. กล่าวว่า “การพูด” เป็นทักษะที่บ่งบอกถึงความสำเร็จในการเรียนรู้ได้อย่างชัดเจน (Nunan, D., 1991) ในขณะที่ ไชยวัฒน์ อารีโรจน์ กล่าวว่า ทักษะการพูดเป็นทักษะที่มีความสำคัญ เพราะจะต้องใช้ในการสื่อสารทั้งในการศึกษาและในชีวิตประจำวัน และถึงแม้ว่าความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อเชื่อมต่อสื่อสารของมวลมนุษยชาติให้ทั่วถึงกันมากเพียงใดก็ตาม การพูดยังคงเป็นการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด (ไชยวัฒน์ อารีโรจน์, 2558) และแนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับความคิดเห็นของนันทา ทองทวีวัฒน์ กล่าวว่า ทักษะการพูดเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและจำเป็นสำหรับบุคคลในทุกสาขาอาชีพที่จำเป็นต้องศึกษาและฝึกฝนเพื่อเป็นเครื่องมือสื่อสารสร้างความเข้าใจ สร้างความเชื่อถือ และความเชื่อมั่นอันจะทำให้เกิดความสำเร็จในการทำงานและประสบความสำเร็จในชีวิต (นันทา ทองทวีวัฒน์, 2565)

นอกจากนี้แล้ว Shumin, K. กล่าวว่า ทักษะการพูดเป็นการถ่ายทอดความคิด ความเข้าใจ และความรู้สึกในการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารในชีวิตประจำวัน (Shumin, K., 1998) ซึ่งสอดคล้องกับแสงระวี ดอนแก้วบัว กล่าวว่า เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างมนุษย์ด้วยการใช้น้ำเสียง ภาษาและท่าทางเพื่อถ่ายทอดความรู้สึก ความคิดและความเข้าใจจากผู้พูดไปสู่ผู้ฟัง และเป็นกระบวนการที่ไม่ได้ถูกกำหนดไว้อย่างตายตัว (แสงระวี ดอนแก้วบัว, 2558) และการพูดยังเป็นเครื่องมือทางการสื่อสารเพื่อนำไปสู่การสร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้ฟังเช่นกัน

สรุปได้ว่า การพูดเป็นการสื่อสารที่มีความสำคัญและถูกใช้เพื่อการถ่ายทอดความรู้สึกนึกคิดหรือเพื่อสร้างความเข้าใจระหว่างกัน ตลอดจนใช้เพื่อการโน้มน้าวใจและการพูดสามารถ

ฝึกฝนให้เกิดความชำนาญได้ จนสามารถนำไปใช้เพื่อสร้างแรงบันดาลใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ หากผู้พุดมีทักษะการพุดที่ดี

แนวคิดเกี่ยวกับแรงบันดาลใจ

Wartiovaara, M. et al. กล่าวว่าแรงบันดาลใจมีรากศัพท์มาจากภาษาละตินว่า *inspirare* ซึ่งรวมคำนำหน้า *in -* หรือ *into* และคำว่า *spirare* ซึ่งแปลว่าหายใจ ดังนั้น แรงบันดาลใจจึงหมายถึง “การหายใจเข้าหรือการหลอมรวมความคิด จุดประสงค์ ฯลฯ บางอย่าง เข้าไปในจิตใจ การเสนอแนะ การปลุก หรือการสร้างความรู้สึกหรือแรงกระตุ้นบางอย่าง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในลักษณะที่สูงส่ง” นอกจากนี้แล้วตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา แรงบันดาลใจได้รับการยกย่องว่ามีบทบาทสำคัญ ในกระบวนการสร้างสรรค์ของนักเขียน ศิลปินและผู้สร้างสรรค์อื่น ๆ (Wartiovaara, M. et al., 2019)

แรงบันดาลใจเป็นอารมณ์เชิงบวกที่ประกอบด้วยสามองค์ประกอบ ได้แก่ การปลุกกระตือรือร้น แรงจูงใจและการอยู่เหนือ โดยองค์ประกอบเหล่านี้เป็นอารมณ์ที่มนุษย์สัมผัสได้และเมื่อมนุษย์มองเห็นความยิ่งใหญ่หรือความเป็นเลิศในผู้อื่น ซึ่งกระตุ้นให้มนุษย์บรรลุเป้าหมายที่อยู่เหนือความกังวลทางโลก สิ่งนี้คือแรงบันดาลใจนั่นเอง Todd M. Thrash & Andrew J. Elliot ได้กล่าวไว้ว่าแรงบันดาลใจมีอิทธิพลหลัก ๆ ต่อมนุษย์ อยู่ 3 ประการ ได้แก่ การปลุกกระตุ้น (Evocation) การข้ามพ้นเรื่องราวบางอย่าง (Transcendence) และการโน้มน้าวจิตใจ (Motivation) ซึ่งถือเป็น 3 บริบทที่สำคัญในวิถีชีวิตของมนุษย์ โดยแรงบันดาลใจสามารถเกิดได้ทั้งจากการเป็นผู้รับสื่อ ตลอดจนการลงมือทำบางอย่างด้วยตัวเองและผู้ที่ได้รับการสร้างแรงบันดาลใจสามารถเปิดรับประสบการณ์ใหม่ ๆ และมีแรงกระตุ้นในการทำงานได้ดีกว่าผู้ที่ไม่ถูกกระตุ้นด้วยแรงบันดาลใจ (Todd M. Thrash & Andrew J. Elliot, 2003) ดังนั้น จึงสามารถสรุปให้เห็นภาพรวมได้ว่า “การมีแรงบันดาลใจ” จะช่วยให้บุคคลนั้นกล้าเปิดรับสิ่งใหม่และมองเห็นเป้าหมายอย่างชัดเจนตามความเป็นจริงและก้าวข้ามความกังวลใจที่เคยเกิดขึ้นก่อนหน้านี้ของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับ อินทรีรา มีอินทร์เกิด กล่าวว่า แรงบันดาลใจเป็นพลังที่กระตุ้นพฤติกรรมและกำหนดทิศทางของพฤติกรรมที่มีลักษณะมุ่งมั่นไปด้านหน้าเพื่อไปยังเป้าหมายเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์นั้น ๆ ในขณะที่ Sobel, A. กล่าวว่า มนุษย์เป็นสัตว์ที่มีความทะเยอทะยาน และพยายามมองหาผู้นำหรือคนที่แบบอย่างอยู่เสมอ ดังนั้น ผู้นำองค์กรหรือผู้บริหารองค์กรที่มาพร้อมกับคำคมสร้างแรงบันดาลใจจึงสามารถตอบโต้และมียุทธพลต่อจิตใจได้น่าทึ่งของมนุษย์ได้อย่างแท้จริง (Sobel, A., 2012) และด้วยเหตุนี้ประโยคหรือคำพูดที่มาจากนักธุรกิจผู้มีชื่อเสียง นักการเมืองหรือศิลปิน จึงสามารถสร้างแรงบันดาลใจได้มาก เพราะผู้คนในสังคมมักคิดไปโดยปริยายว่าการเป็น “บุคคลสาธารณะ” คือ ภาพสะท้อนของ

การประสบความสำเร็จ ความฉลาดและบุคคลเหล่านั้นคงมีทัศนคติที่ดีบางประการที่ผลักดันให้ประสบความสำเร็จ ซึ่งส่งผลให้คำพูดของบุคคลเหล่านั้นมีน้ำหนักมากขึ้น

กล่าวโดยสรุป แรงบันดาลใจ หมายถึง แรงกระตุ้นซึ่งเป็นพลังบางอย่างซึ่งมีอิทธิพลต่อจิตใจมนุษย์ในด้านการกระตุ้นพฤติกรรมและกำหนดทิศทางของพฤติกรรมของมนุษย์ให้เกิดความมุ่งมั่น เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ แต่อย่างไรก็ตามการสร้างแรงบันดาลใจต้องอาศัยสื่อกลางหรือวิธีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพโดยเฉพาะการสื่อสารโดยการพูด ซึ่งก็คือ การพูดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ

การพูดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ

การสร้างแรงบันดาลใจโดยการพูดนั้น ผู้นำหรือผู้บริหารองค์กรอาจจะใช้วิธีการนำเอาวลีหรือถ้อยคำจากผู้มีชื่อเสียง หรือ ผู้ที่ประสบความสำเร็จในสังคมมาถ่ายทอดให้บุคลากรในองค์กรได้รับรู้ กล่าวคือ เป็นการเล่าเรื่องราวหรือประสบการณ์ส่วนตัวของผู้ที่ประสบความสำเร็จในชีวิตมาแล้ว (เมธประจักษ์ เตมิกิจจรสุข, 2563) แต่อย่างไรก็ตามหากผู้บริหารองค์กรขาดทักษะด้านการพูดที่มีประสิทธิภาพ การนำเอาวลีหรือถ้อยคำจากผู้มีชื่อเสียงมาถ่ายทอดต่อก็คงจะขาดความน่าสนใจและไม่สามารถสร้างแรงบันดาลใจได้ในที่สุด (อินทรา มีอินทร์เกิด, 2560)

อย่างไรก็ตามการที่ผู้บริหารจะสามารถพูดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจได้นั้น อาจจำเป็นต้องพัฒนาทักษะด้านการพูดเสียก่อน ซึ่งแนวทางการพัฒนาทักษะด้านการพูดมีหลายวิธีการ อาทิ หากจะพัฒนาทักษะการพูดของเด็กปฐมวัยควรใช้กิจกรรมเล่นิทานประกอบหุ่นเป็นเครื่องมือในการพัฒนา (ณัฐวดี ศิลาภรณ์, 2556) ในขณะที่ผลการวิจัยของบัณฑิตกา จารุมหาพบว่าวิธีพัฒนาทักษะการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ เช่น การพัฒนาทักษะการพูดอาจจะต้องฝึกการใช้วัจนภาษาและอวัจนภาษาให้เหมาะสม (บัณฑิตกา จารุมหา, 2563) และการพัฒนาทักษะด้านการพูดผู้บริหารจำเป็นต้องเรียนรู้และฝึกฝนให้สามารถใช้ทักษะการสื่อสารอย่างเชี่ยวชาญตลอดจนเพื่อสร้างแรงบันดาลใจและความเชื่อมั่นให้กับผู้บุคลากรในองค์กรเพื่อให้เกิดความร่วมมืออย่างแข็งขันในการดำเนินการต่าง ๆ ให้เป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพจนประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้และสามารถยืนหยัดได้อย่างมั่นคงต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก ในศตวรรษที่ 21 (อิทธิศักดิ์ ศิริจันทร์, 2562) ซึ่งกล่าวได้ว่าการพัฒนาผู้บริหารให้เกิดทักษะด้านการสื่อสารนั้น โดยในเบื้องต้นจะต้องชี้ให้ผู้บริหารเห็นความสำคัญของการมีทักษะการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเสียก่อน จากนั้นจึงเข้าสู่กระบวนการทำความเข้าใจถึงรูปแบบของการสื่อสารซึ่งมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับจุดมุ่งหมายของผู้สื่อสาร เพื่อให้การสื่อสารนั้นบรรลุเป้าหมาย นอกจากนี้ผู้บริหารจำเป็นต้องตระหนักถึงระดับของการสื่อสาร ตั้งแต่ระดับพื้นฐาน

ของการสื่อสารของผู้บริหารไปจนถึงการสื่อสารระดับองค์กรซึ่งมีกระบวนการที่ซับซ้อนและส่งผลกระทบต่อผู้เกี่ยวข้องมากที่สุด (Barrett, D. J., 2006)

สรุปได้ว่า การพูดสร้างแรงบันดาลใจมีความสำคัญต่อผู้บริหารองค์กร เพราะการเป็นผู้นำองค์กรมีบทบาทหน้าที่สำคัญหลายด้าน และการสร้างแรงบันดาลใจก็ถือเป็นหนึ่งในบทบาทของผู้บริหารองค์กรเช่นกัน เพราะหากสามารถพูดสร้างแรงบันดาลใจให้เกิดขึ้นกับบุคลากรในองค์กรได้ ก็จะช่วยให้เกิดพลังและความร่วมมือจนนำไปสู่ความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

บทบาทและความสำคัญของผู้บริหารองค์กร

Indigo Girl กล่าวว่า ผู้บริหาร คือ ผู้นำที่มีความรู้ความสามารถหลายด้านและสามารถกระจายแบ่งงานให้ตามความสามารถของแต่ละบุคคลและให้คำแนะนำการทำงานได้อย่างเป็นระบบ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยที่คำว่า บริหาร ตามพจนานุกรม หมายถึง การแบ่งงานกันทำโดยทั่วถึง การกระจายงาน ผู้ที่ทำหน้าที่ดำเนินการต่าง ๆ ผู้ที่ทำการปกครอง (Indigo Girl, 2020) ดังนั้น บทบาทสำคัญและหน้าที่ของผู้บริหารจึงมีหลายมิติ เพราะผู้บริหารองค์กรถือเป็นผู้นำองค์กรที่มีบทบาทและความสำคัญ รูปแบบการบริหาร หรือ บุคลิกภาพของผู้บริหารจะส่งผลต่อการรับรู้และการยอมรับของบุคลากรภายในองค์กรและมีอิทธิพลต่อความสำเร็จขององค์กรในที่สุด ซึ่งบทบาทสำคัญและหน้าที่ของผู้บริหาร ได้แก่ 1) บทบาทการเป็นผู้นำในด้านความรู้ความสามารถในหลาย ๆ ด้าน และมีความทันสมัย โดยผู้บริหารต้องมีความรู้ความสามารถที่หลากหลายและทันยุคทันสมัยอยู่เสมอ เพื่อสามารถสั่งการบุคลากรในหน่วยงานได้และสามารถแนะนำเรื่องต่าง ๆ ที่บุคลากรไม่มีความเข้าใจในด้านนั้น ๆ ได้ 2) บทบาทการเป็นผู้นำและสั่งการโดยมีบทบาทหรืออิทธิพลต่อบุคลากรในหน่วยงานให้สามารถดำเนินงานไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้บริหารต้องมอบงานให้กับบุคลากรได้อย่างเหมาะสม 3) บทบาทการเป็นผู้จัดหาสิ่งต่าง ๆ ในการดำเนินงาน อาทิ การดำเนินการจัดหาทรัพยากรจากแหล่งต่างๆ เพื่อดำเนินงานในองค์กรเพื่อให้งานเดินต่อไปได้สำเร็จ และ 4) บทบาทการเป็นผู้สร้างความสัมพันธ์อันดีในองค์กร โดยผู้บริหารต้องเป็นผู้ประสานความสัมพันธ์ของหน่วยงานและบุคลากรให้มีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน เพื่อการทำงานขององค์กรจะได้มีประสิทธิภาพอย่างมากที่สุด

นอกจากนี้แล้ว Indigo Girl กล่าวว่า สิ่งทีผู้นำ หรือ ผู้บริหารองค์กรควรมีประกอบด้วย คุณสมบัติ ดังนี้ (Indigo Girl, 2020) โดนต้องเป็นผู้ที่มีภาวะผู้นำ มีเมตตา มีเหตุผล มีความคิดสร้างสรรค์ มีวิสัยทัศน์และมีทักษะที่หลากหลาย ส่วนการภาระงานหลักของผู้บริหารเพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย การวางแผน การจัดระบบ การรับบุคลากรเข้าทำงาน การอำนวยความสะดวก การควบคุม การประสานงาน การเสนอรายงาน และการจัดการงบประมาณ

กล่าวโดยสรุป ผู้บริหารองค์กรเป็นผู้นำที่มีบทบาทสำคัญในการจัดการภาระงานต่าง ๆ ในองค์กร รวมทั้งการประสานความร่วมมือของบุคลากรภายในให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืน และ ในการดำเนินงานดังที่กล่าวมา ผู้บริหารองค์กรจำเป็นต้องใช้ทักษะการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะการสื่อสารด้วยการพูดเพื่อโน้มน้าวใจบุคลากรให้ร่วมกันสร้างความสำเร็จขององค์กร

แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กร

การพูดสร้างแรงบันดาลใจของผู้บริหารองค์กรมีอิทธิพลต่อจิตใจของบุคลากรและส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร แต่อย่างไรก็ตามความสำเร็จขององค์กรนั้น มีตัวชี้วัดในหลายมิติ อาทิ ความสำเร็จขององค์กรวัดจากประสิทธิภาพของการประสานความร่วมมือภายในองค์กรหรือวัดจากความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร ตลอดจนวัดความสำเร็จขององค์กรจากผลประกอบการโดยผลการวิจัยของ อภิญญารัชต์ จรัสพรวรภัทร์ พบว่า ผลประกอบการและความเชื่อมั่นของลูกค้ารวมถึงความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของธุรกิจรักษาความปลอดภัย (อภิญญารัชต์ จรัสพรวรภัทร์, 2564) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Alan C. Maltz พบว่า ตัวชี้วัดความสำเร็จขององค์กร สามารถประเมินผ่านผลการดำเนินงานหลายมิติ ได้แก่ มิติด้านการเงิน มิติด้านการตลาดหรือลูกค้า มิติด้านกระบวนการ มิติด้านการพัฒนาบุคลากร และมิติด้านอนาคต โดยที่ตัววัดความสำเร็จที่เหมาะสมของมิติด้านการตลาดหรือลูกค้า คือ ความพึงพอใจของลูกค้า (Alan C. Maltz, 2001) โดยผลการวิจัยที่กล่าวมาสามารถอธิบายได้ด้วยแนวคิดการวัดความสำเร็จด้วยการใช้คบาลานซ์สกอร์การ์ด ซึ่งประกอบไปด้วยการตรวจสอบความสำเร็จด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการ ด้านการเรียนรู้และพัฒนา

กล่าวโดยสรุปความสำเร็จขององค์กรสามารถวัดหรือมีตัวชี้วัดในหลายมิติ ทั้งมิติด้านการเงินโดยวัดจากผลประกอบการ และมิติด้านความสัมพันธ์โดยวัดจากความเชื่อมั่นและความพึงพอใจของผู้ฟัง เพราะเมื่อเกิดความเชื่อมั่นและความพึงพอใจผู้ฟังจะเกิดแรงจูงใจและเกิดเป็นบันดาลใจในการปฏิบัติงานดังที่ Hrex. Asia กล่าวว่า แรงจูงใจที่ดีจะเป็นเสมือนแรงผลักดันให้บุคคลมุ่งมั่นบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ซึ่งแสดงให้เห็นว่าความสำเร็จในด้านความเชื่อมั่นและความพึงพอใจนั้นมีความสัมพันธ์กับการสื่อสารโดยเฉพาะการสื่อสารด้วยการพูดสร้างแรงบันดาลใจนั่นเอง (Hrex. Asia, 2022)

สรุป

การพูดเป็นวิธีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและมีความสำคัญต่อวิถีชีวิตและการดำเนินชีวิตของมนุษย์ ในขณะที่แรงบันดาลใจหมายถึงความรู้สึกรหรือแรงกระตุ้นบางอย่าง และมี



อิทธิพลต่อมนุษย์ 3 ประการ ได้แก่ การปลุกกระตุ้น การข้ามพ้นเรื่องราวบางอย่าง และการโน้มน้าวจิตใจและแรงบันดาลใจที่เกิดขึ้นกับบุคคลเป็นเสมือนพลังขับเคลื่อนให้บุคคลนั้นเกิดแรงจูงใจและเกิดความมุ่งมั่นในการปฏิบัติงาน หรือ การดำเนินชีวิต และการพูดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจที่เกิดจากผู้บริหารองค์กรจะมีประโยชน์ต่อองค์กรเป็นอย่างมาก เนื่องจากผู้บริหารองค์กรถือเป็นผู้นำองค์กรและเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร เพราะเมื่อบุคลากรในองค์กรเกิดแรงบันดาลใจ ย่อมเกิดความมุ่งมั่นและเกิดทัศนคติ ที่ดีต่อองค์กรนำไปสู่การประสานความร่วมมือที่ดีและปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพจนนำไปสู่ความสำเร็จขององค์กร

เอกสารอ้างอิง

- กัญจน์พัชร์ วงศ์สุเมธรัตน์. (2549). กระบวนการดำเนินงานโฆษณา. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ฉวีวรรณ ฉัตรวิไล. (2560). สมรรถนะของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อการดำเนินการตามมาตรฐานเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการศึกษาในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 6 จังหวัดฉะเชิงเทรา. ใน วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนรินทร์.
- ไชยวัฒน์ อารีโรจน์. (2558). การพัฒนาแบบฝึกทักษะการพูดรายงานการศึกษาค้นคว้าสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3. Veridian E-Journal, Slipakorn University, 8(2), 1824-1841.
- ณัฐวดี ศิลาภรณ์. (2556). ความสามารถทางการพูดของเด็กปฐมวัยที่ได้รับการจัดกิจกรรมเล่านิทานประกอบหุ่น. ใน วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษาศาสตร์. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นันทา ทองทวีวัฒนะ. (2565). แนวทางการพัฒนาทักษะและศิลปะการพูดในที่ประชุมชนของนักศึกษามหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ. วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 5(3), 912 – 929.
- บัณฑิตกา จารุมา. (2563). วิธีพัฒนาทักษะการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ. วารสาร มจร มนุษยศาสตร์ปริทรรศน์, 6(1), 413-428.
- เมธประจักษ์ เตมิกิจจรสุข. (2563). รูปแบบเทคนิคการพูดสร้างแรงบันดาลใจในการทำงานจิตอาสาโดยพุทธสันติวิธี. วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร , 8(3), 870-881.
- รังสาด จันทวิสูตร. (2548). การศึกษาความคิดเห็นของผู้บริหารและครูเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสารโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาระบุรี. ใน วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- วิภูวธร จิระประวัติ และคณะ. (2558). หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์. (พิมพ์ครั้งที่ 8/2558 ปรับปรุงครั้งที่ 2). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สัมมา ธนินิธิ. (2554). การวิเคราะห์องค์ประกอบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารมหาวิทยาลัยราชภัฏที่มีผลต่อประสิทธิภาพการบริหารมหาวิทยาลัย. ใน รายงานวิจัย. คณะครุศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- สมน อยู่สิน และคณะ. (2548). การพูดและการแสดงสำหรับวิทยุกระจายเสียง. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สมิตรา อังวัฒนกุล. (2540). แนวคิดและเทคนิคการสอนภาษาอังกฤษระดับมัธยมศึกษา. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- แสงระวี ดอนแก้วบัว. (2558). ภาษาศาสตร์สำหรับครูสอนภาษาอังกฤษ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อภิญญารัตน์ จรัชพรวรภัทร์. (2564). บุพปัจจัยของการประสบความสำเร็จของธุรกิจรักษาความปลอดภัย. วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยวิทยาเชิงพุทธ, 6(8), 371-385.
- อวยชัย ผกามาศ. (2542). วาทการ. (พิมพ์ครั้งที่ 3). ภูเก็ต: สถาบันราชภัฏภูเก็ต.
- อิทธิศักดิ์ ศิริจันทร์. (2562). ทักษะการสื่อสารของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ, 13(1), 136-144.
- อินทรา มีอินทร์เกิด. (2560). แรงบันดาลใจในการทำงานวิชาการ (Inspiration you to work?). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธนบุรี.
- Alan C. Maltz. (2001). Defining and measuring organizational success: A multi-dimensional framework. Stevens Institute of Technology: ProQuest Dissertations Publishing.
- Barrett, D. J. (2006). Leadership Communication: A communication Approach for Senior-Level Managers. Handbook of Business Strategy Emerald Group Publishing, 2006(1), 385-390.
- Durbin, L. et al. (1998). Eph signalling is required for segmentation and differentiation of the somites. Genes & Development, 1998(12), 3096-3109.
- Hrex. Asia. (2022). Organization Development: OD. Retrieved January 15th, 2023, from <https://th.hrnote.asia/orgdevelopment>
- Indigo Girl. (2020). Executive role The qualities of a good manager - the definition of a manager. Retrieved January 15th, 2023, from <https://campus.campus-star.com/jobs/126849.html>
- Kerlinger, F. N. (1968). Foundations of Behavior Research. Japan: CBS.

- Lane, L. K. et al. (2008). Academic Performance of Students with Emotional and Behavioral Disorders Served in a Self-Contained Setting. *Journal of Behavioral Education*, 17(1), 43-62.
- Nunan, D. (1991). Communicative tasks and the language curriculum. *TESOL Quarterly*, 25(2), 279-291.
- Scott, J. (1990). *A matter of record: Documentary sources in social research*. Cambridge: Polity press.
- Scott, J. (2006). *Documentary research*. London: Sage Publications Ltd.
- Shumin, K. (1998). Developing Adult EFL Students' Speaking Abilities. Retrieved January 10th, 2023, from <http://exchanges.state.gov/forum/vols/vol35/no3/p8.htm>
- Sobel, A. (2012). *Power Questions: Build Relationships, Win New Business, And Influence Others*. New York: John Wiley & Sons, Incorporated.
- Todd M. Thrash & Andruew J. Elliot. (2003). Inspiration as a Psychological Construct. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84(4), 871-890.
- Wartiovaara, M. et al. (2019). The role of inspiration in entrepreneurship: Theory and the future research agenda. *Journal of Business Research*, 2019(101) , 548-554.