

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์วีอาร์ซีพีติดต่อคอมพิวเตอร์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของพนักงานเครือข่ายภาคใต้” ผู้ศึกษาได้นำเสนอแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อสามารถนำมาเป็นแนวทางในการศึกษา ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารในองค์กร
2. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ
3. ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร
4. แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสาร
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารในองค์กร

การสื่อสารมีความจำเป็นต่อองค์กร เพราะในทุกองค์กรมีปัจจัยหลักในการทำงานคือ “คน” ซึ่งในการทำงานนั้นจะต้องมีการติดต่อ รับคำสั่งและรายงานกับหัวหน้า รวมทั้งประสานงานกับฝ่ายอื่นในการทำงาน ทำให้การสื่อสารกลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการปฏิบัติงาน

Evertt M. Roger (1976, p. 7) กล่าวว่า “ทุกองค์กรมีการสื่อสารในทุกกิจกรรมที่ทุกคนใช้เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติงาน จึงกล่าวได้ว่าถ้าผู้นำเอาการสื่อสารออกจากองค์กรจะไม่สามารถทำงานได้ ดังนั้นการสื่อสารจึงเปรียบเสมือนเส้นโลหิตเลี้ยงชีวิตขององค์กร”

วิรัช อภิรัตน์กุล (2540, น. 167-168) ได้ให้ความหมายของการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรไว้ว่า “เป็นการติดต่อสื่อสารกับบุคคลภายในองค์กรและสถาบัน คือ ผู้บริหารและพนักงาน การสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพต้องเผยแพร่ข่าวสาร ความเคลื่อนไหวขององค์กรป้องกันความขัดแย้งและข่าวลือที่มีผลกระทบต่อขวัญและกำลังใจของพนักงาน”

กรีซ สืบสนธิ (2525, น. 9) ได้ให้คำจำกัดความของการติดต่อสื่อสารในองค์กรว่า “เป็นกระบวนการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างหน่วยงานและบุคลากรทุกระดับภายในองค์กร ซึ่งมีความสัมพันธ์กันภายใต้สภาพแวดล้อมและบรรยากาศขององค์กร ซึ่งสามารถที่จะแปรปรวนได้ตามสถานการณ์”

Fisher (อ้างถึงใน อัยยา สนวนแก้ว, 2539, น. 11) กล่าวถึงความสำคัญของการสื่อสารในองค์กรไว้ว่า “ความเจริญก้าวหน้าทางวิชาการและเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่มีความเจริญก้าวหน้าเพียงใด ก็ดูเหมือนว่าการสื่อสารยิ่งทวีความสำคัญและมีความจำเป็นที่จะต้องใช้ และปรับปรุงการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นเพียงนั้น”

จากความหมายและความสำคัญของการสื่อสารในองค์กรดังกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่าการสื่อสารเป็นตัวเชื่อมกิจกรรมต่าง ๆ ระหว่างหน่วยงานในองค์กรในฐานะที่เป็นเครื่องมือในการทำงาน และช่วยสร้างความสัมพันธ์ของบุคคลต่าง ๆ ภายในองค์กรให้มีความคิดและความเข้าใจที่ตรงกัน ส่งผลให้การดำเนินงานในด้านต่าง ๆ ขององค์กรประสบความสำเร็จตรงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

การสื่อสารในองค์กรมีความสำคัญสำหรับผู้บริหารและปฏิบัติงานหลายประการ (กรีซ สืบสนธิ, 2537, น. 67) ดังนี้

1. เป็นเครื่องมือสำคัญของฝ่ายบริหารในการบริหารงาน เพราะการสื่อสารจะช่วยให้การทำงานลุล่วงไปได้โดยตลอด เป็นเครื่องมือช่วยตรวจสอบความเข้าใจ ผลงาน ฯลฯ การสื่อสารในองค์กรเป็นสิ่งที่จำเป็นและสำคัญมากสำหรับผู้บริหาร ทักษะในการสื่อสารเป็นคุณสมบัติอย่างหนึ่งที่ผู้บริหารจะต้องฝึกฝนให้เกิดขึ้นในตนเองพอ ๆ กับทักษะในการบริหารงาน

2. เป็นเครื่องช่วยสร้างความสัมพันธ์อันดีและความเข้าใจถูกต้องตรงกันแก่ทั้งสองฝ่ายนำมาซึ่งความสนิทสนม ความไว้วางใจ สิ่งเหล่านี้นำไปสู่สัมพันธภาพที่ดีระหว่างผู้บริหารในระดับต่าง ๆ กับพนักงานโดยส่วนรวม

3. ช่วยให้เกิดความเข้าใจระหว่างกันดีขึ้น การสื่อสารนำมาซึ่งความไว้วางใจ หากมีปริมาณที่เหมาะสมแล้วจะช่วยให้เกิดความกล้าที่จะสื่อสาร กล้าที่จะออกความคิดเห็น ช่วยให้เกิดความความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกันมากขึ้น

4. ช่วยให้การปฏิบัติการกิจของทุกส่วนทุกหน่วยงานเป็นไปได้อย่างประสานกันจนบรรลุวัตถุประสงค์ การสื่อสารมีส่วนอย่างมากในการประสานงาน ทำให้ทุก ๆ หน่วยงานทำงานในหน้าที่ของตนอย่างสอดคล้องกับหน่วยงานอื่น ๆ และสะดวกมากขึ้นสำหรับผู้จัดการในการบริหารงานองค์กรและความรู้เกี่ยวกับการเคลื่อนไหว ความต้องการของหน่วยงานอื่น ๆ จะทำให้เป้าหมายของการทำงานบรรลุวัตถุประสงค์ที่องค์กรกำหนดไว้

5. ช่วยให้เกิดการพัฒนาและการทำงานที่มีประสิทธิภาพ การที่บุคลากรขององค์กรทุกระดับสามารถสื่อสารได้อย่างเสรี มีความไว้วางใจซึ่งกันและกัน มีความกล้าที่จะสื่อสาร ย่อมนำไปสู่การเสนอความคิดสร้างสรรค์ คิดที่จะทำให้เกิดผลงานที่ดีที่สุด นำองค์กรไปสู่ความเจริญ การยอมรับในความคิดเห็นของผู้อื่น ไม่ว่าจะคนผู้นั้นจะอยู่ในระดับใดขององค์กร ย่อมทำให้ผู้ที่ได้รับ

การยอมรับเกิดความภูมิใจ คนเรานั้นเมื่อพูดอะไรหรือสื่อสารอะไรออกไปก็ต้องการให้มีผู้รับฟัง แม้จะไม่เห็นด้วยก็ตาม

Bass and Ryterband (1979, p. 82) ได้กล่าวสรุปให้เห็นว่า “การติดต่อสื่อสารในการบริหารองค์กรมีความสำคัญมาก เพราะหน่วยงานหรือองค์กรจะเกิดขึ้นได้ ก็ต่อเมื่อมีกลุ่มคนที่สามารถที่จะติดต่อสื่อสารซึ่งกันและกันได้ ด้วยความมุ่งมั่นปรารถนา ในอันที่จะปฏิบัติภารกิจร่วมกันไปสู่เป้าหมายของหน่วยงานโดยส่วนรวม”

เสนาะ ตีเขาว์ (2541, น. 19-21) เห็นว่าการสื่อสารเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตและสังคม เพื่อช่วยประสานส่วนต่าง ๆ โดยการแลกเปลี่ยนข่าวสารเพื่อให้เกิดความเข้าใจและพฤติกรรมร่วมกัน ทั้งองค์กรและสถาบันต่าง ๆ ก็ได้ใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือเช่นเดียวกันโดยมีความสำคัญในทุกสถานการณ์ และมีหน้าที่สำคัญ 3 ประการ คือ

1. จัดหาข้อมูลเพื่อสามารถแข่งขันกับองค์กรอื่น การแข่งขันเป็นเรื่องที่ต้องอาศัยข้อมูลต่าง ๆ หลายประเภท เพื่อนำมาใช้ปรับตัวให้เข้ากับสภาพการณ์ต่าง ๆ ที่เปลี่ยนแปลงไป
2. ใช้เป็นเครื่องมือในการตัดสินใจเป้าหมายธุรกิจ คือ พยายามทำให้ธุรกิจนั้นประสบความสำเร็จ แต่การที่จะประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับการตัดสินใจของผู้บริหาร นอกจากนี้ยังมีบุคคลอยู่ในตำแหน่งสูงเท่าใด ก็ยังต้องอาศัยข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ มากขึ้น โดยเฉพาะจากฝ่ายต่าง ๆ ขององค์กร
3. สร้างความสัมพันธ์ภายในและภายนอกองค์กร ยิ่งองค์กรมีขนาดใหญ่เท่าใด ช่องว่างระหว่างผู้บริหารและระหว่างบริษัทกับลูกค้า ก็จะต้องขยายกว้างขึ้นเท่านั้น ดังนั้นระบบการสื่อสารขององค์กรจะช่วยลดช่องว่างระหว่างกัน และพนักงานเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร นโยบายและการดำเนินงานใด ๆ ย่อมส่งผลกระทบต่อโดยตรงกับพนักงาน ผู้บริหารควรให้ความสำคัญและสร้างความเข้าใจอันดี

พฤติกรรมสื่อสารภายในองค์กร

กรีซ สืบสนธิ์ (2537, น. 87) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมสื่อสารภายในองค์กรไว้ว่า สภาพของการสื่อสารที่ได้จากความรอบรู้ของบุคลากรแต่ละคนเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่ไหลเวียนอยู่ในองค์กร

พฤติกรรมสื่อสารของบุคลากรในองค์กร อาจศึกษาได้จากลักษณะต่าง ๆ ของบุคลากรที่ทำการสื่อสารกันและสังเกตได้จากภายนอกได้หลาย ๆ ลักษณะ เช่น

1. วิธีการที่ใช้ในการสื่อสาร สามารถกระทำได้หลายวิธี หากพิจารณาจากสื่อและช่องทางการสื่อสารแล้ว จะพบว่าสื่อและช่องทางเป็นตัวกลางเชื่อมโยงระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร หากขาดสื่อและช่องทางแล้วย่อมไม่มีทางที่ข่าวสารจะถ่ายทอดจากผู้ส่งสารไปยัง ผู้รับสารได้ จึงอาจกล่าวได้ว่าสื่อและช่องทางเป็นสิ่งที่นำข่าวสารไปยังผู้รับสาร หรือเป็นสิ่งที่ช่วยให้ข่าวสารไปถึงผู้รับสารนั่นเอง โดยพิจารณาได้จากปัจจัยต่าง ๆ ของสื่อและช่องทาง ได้แก่ การเลือกและความสามารถของสื่อและช่องทางใดสามารถเข้าถึงผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด สื่อและช่องทางใดเหมาะสมกับเนื้อหาสาระของข่าวสารมากที่สุด

วิธีการที่ใช้ในการสื่อสารของพนักงานในองค์กร โดยทั่วไปอาจแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ

1.1 วิธีการที่ใช้ในการสื่อสารทางลายลักษณ์อักษรที่ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ คำสั่งประกาศ หนังสือเวียน บันทึกรายงาน จดหมายข่าว วารสารประชาสัมพันธ์ภายใน

1.2 วิธีการที่ใช้ในการสื่อสารทางวาจา ได้แก่ การพบปะพูดคุยเป็นรายบุคคล การประกาศเสียงตามสาย การพูดทางโทรศัพท์

2. ความสนใจของชนิดข่าวสาร สำหรับข่าวสารเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กรนั้น ได้อธิบายไว้ว่า ข่าวสาร หมายถึง รหัสหรือสัญลักษณ์ เนื้อหาและการปฏิบัติต่อข่าวสารทุกอย่างไม่ว่าจะมีรหัสหรือสัญลักษณ์อย่างไร จะต้องมีเนื้อหาสาระที่เหมาะสมกับผู้รับสาร จากกระบวนการสื่อสารทั้งหมดพบว่า ข่าวสารจะปรากฏก็ต่อเมื่อผู้ส่งสารเกิดความคิดขึ้นมาและได้แสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งออกมาให้เห็น ดังนั้น ข่าวสารจึงมีหน้าที่เป็นสิ่งเร้าให้ผู้รับสารเกิดการรับรู้ความหมาย และจะมีปฏิกิริยาตอบสนองก็ต่อเมื่อผู้รับสารเปิดรับพฤติกรรมชนิดใดชนิดหนึ่ง โดยอาศัยทักษะของผู้รับสารเป็นสำคัญ

3. การรับข่าวสาร เกี่ยวกับการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กรนั้น หากพิจารณาผู้รับสาร ผลของการสื่อสารและปฏิกิริยาตอบสนองในกระบวนการสื่อสารแล้ว จะพบว่าผู้รับสาร อาจจะเป็นคนหนึ่ง คนกลุ่มหนึ่งหรือคนทั้งหมดในองค์กรก็ได้ พื้นฐานของผู้รับสารมี 2 ประการคือ การกำหนดความรู้ ความหมายตามเรื่องราวที่ผู้ส่งสารส่งข่าวสารผ่านสื่อหรือช่องทางอย่างใดอย่างหนึ่งมาถึงตน ซึ่งผู้รับสารอาจมีปฏิกิริยาตอบสนองไปยังผู้รับสารได้ ดังนั้น บทบาทของผู้รับสารคือ เป็นผู้พยายามรับรู้เรื่องราวหรือข่าวสารอยู่เป็นประจำ เป็นผู้มีความรู้สึกที่รวดเร็ว และถูกต้อง และเป็นผู้มีปฏิกิริยาตอบสนองบ้างกับความสนใจของตนให้มาอยู่ที่เรื่องราวที่ผู้ส่งสารกำลังเสนอให้ผู้รับสารเป็นตัวชี้ว่าการสื่อสารล้มเหลวหรือประสบความสำเร็จ หากพิจารณาว่าการสื่อสารภายในองค์กรเน้นที่แจ้งข่าวสารให้แก่บุคลากรขององค์กรได้ทราบเรื่องราวทั่วไปเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน หากว่าผู้ปฏิบัติงานไม่สามารถสร้างความเข้าใจกันได้อันเนื่องมาจากข่าวสารที่ได้รับไม่เพียงพอ

หรือได้รับข่าวสารไม่ชัดเจน อันเนื่องมาจากความบกพร่องของผู้ส่งสารหรือผู้รับสารขาดทักษะในการตีความหมาย การรับรู้และทำความเข้าใจกับเนื้อหาข่าวสาร หรืออาจมีอุปสรรคจากสิ่งรบกวนต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแก่องค์กรโดยรวม คือ การไม่สามารถดำเนินงานให้ไปสู่ความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ขององค์กร

จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่าเมื่อผู้รับสารได้รับข่าวสารจากผู้ส่งสารโดยผ่านสื่อหรือช่องทางแล้ว สิ่งที่ตามมาคือ ทำให้ผู้รับสารได้รับความรู้ การเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมในตัวผู้รับสารได้ ซึ่งหากพิจารณาในแง่ของกระบวนการสื่อสารแล้ว พบว่าผู้รับสารเป็นจุดหมายปลายทางของการสื่อสาร ผลที่อาจเกิดขึ้นในตัวผู้รับสารนั้นเป็นการคาดเดาของผู้ส่งสารที่ต้องการให้ผู้รับสารเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

นอกจากนี้ ประเภทของการสื่อสารในองค์กร อาจจำแนกออกให้เป็นหลายประเภทแล้วแต่จะพิจารณาออกไปทางใด โดยการศึกษาครั้งนี้ได้จำแนกการสื่อสารในองค์กร ออกเป็น 2 ประเภท คือ

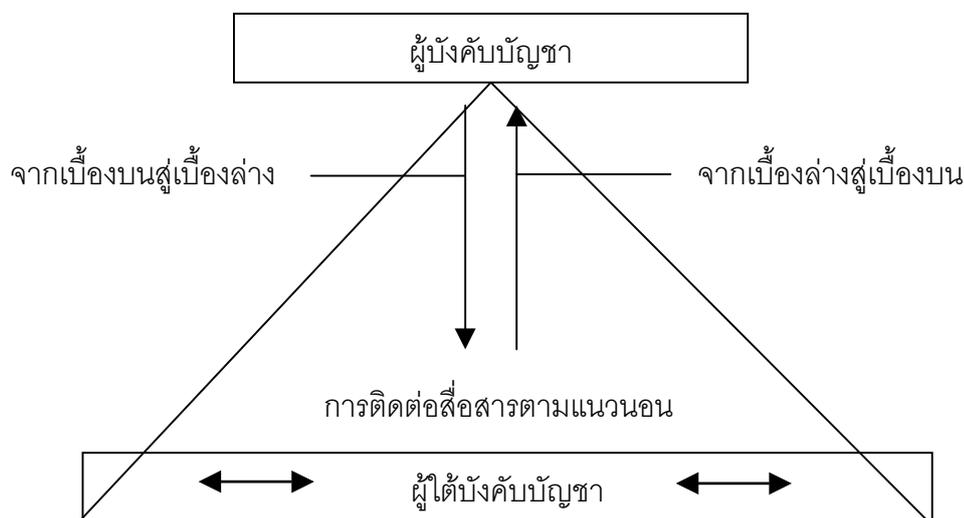
1. จำแนกตามทิศทางการสื่อสาร โดยแบ่งออกเป็น 2 แบบ ได้แก่

1.1 การสื่อสารทางเดียว (One-way Communication) คือการสื่อสารที่ผู้ส่งสารหรือผู้บังคับบัญชา ถ่ายทอดข่าวสารหรือคำสั่งสู่ผู้รับสารหรือผู้ใต้บังคับบัญชามีลักษณะเป็นเส้นตรงปราศจากการย้อนกลับ (Feedback) และดูปฏิกิริยาของผู้รับสารหรือผู้ใต้บังคับบัญชา โดยทั่วไปการสื่อสารลักษณะนี้จะอยู่ในรูปของนโยบาย คำสั่งของผู้บริหารระดับสูงสู่ผู้ใต้บังคับบัญชา

1.2 การสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) คือ การสื่อสารที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถส่งข่าวสารและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน ซึ่งเป็นการสื่อสารทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารสนใจกับปฏิกิริยาโต้ตอบของกันและกัน เป็นสิ่งที่จำเป็นมากสำหรับการบริหาร เพื่อสร้างความเข้าใจและเปิดโอกาสให้ผู้ใต้บังคับบัญชาได้ให้แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

2. จำแนกตามช่องทางเดินการสื่อสาร โดยจะมีลักษณะเป็น 3 รูปแบบ ดังนี้

ภาพที่ 2.1
แสดงแบบการสื่อสาร 3 รูปแบบ



ที่มา: ธงชัย สันติวงษ์, 2532, น.424.

2.1 การสื่อสารจากเบื้องบนไปสู่เบื้องล่าง (Downward Communication) มีลักษณะการสื่อสารเกี่ยวกับนโยบาย คำสั่ง คำชี้แจงระเบียบปฏิบัติจากผู้บังคับบัญชาระดับบน ไปสู่ผู้ใต้บังคับบัญชาในระดับล่าง เช่น การสั่งการ คำแนะนำและการประเมินผล โดยผู้บริหาร แต่ละระดับทำหน้าที่กลั่นกรองข่าวสารด้วยการพิจารณาข่าวสารที่ได้รับจากระดับสูงควรส่งไปสู่ผู้ใต้บังคับบัญชามากน้อยเพียงใด

2.2 การสื่อสารจากเบื้องล่างสู่เบื้องบน (Upward Communication) เป็นการสื่อสารจากระดับล่างไปสู่ระดับบนตามสายบังคับบัญชา หน้าที่ คือ การขอข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจ และการปฏิบัติงานของพนักงาน เช่น รายงานผลการปฏิบัติงาน ข้อเสนอแนะและความคิดเห็น เป็นต้น การสื่อสารลักษณะนี้เป็นการสื่อสารที่ทำได้ยากหากองค์กรเกิดความบกพร่องยอมก่อให้เกิดความเสียหายในการปฏิบัติงาน ขณะที่องค์กรมีขนาดใหญ่ทำให้การติดต่อสื่อสารเกิดช่องว่าง ต้องผ่านบุคคลมากขึ้น ข่าวสารข้อมูลอาจถูกตัดแปลงหรือคลาดเคลื่อน ทำให้ผู้บริหารระดับสูงไม่มีโอกาสทราบข้อเท็จจริง

2.3 การสื่อสารตามแนวนอน (Horizon Communication) เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลระดับเดียวกันตามสายบังคับบัญชา หรือบุคคลสองคนที่อยู่ระดับต่างกันที่ไม่มีอำนาจหน้าที่โดยตรงต่อกัน การติดต่อประสานงานเป็นลักษณะกลุ่ม (Teamwork) ในระดับเดียวกัน การปฏิบัติงานจำเป็นต้องมีการประสานงานกันตามแนวนอน ซึ่งมีความสำคัญพอกับการประสาน

งานตามแนวคิด การสื่อสารลักษณะนี้ ได้แก่ การประชุมแบบเผชิญหน้า การโทรศัพท์และการบันทึกเป็นต้น

ทั้งนี้การติดต่อสื่อสารโดยผ่านระบบอินเทอร์เน็ต จะก่อให้เกิดการติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในการรับส่งข้อมูลข่าวสารและการประสานงานของบุคลากรภายในองค์กรได้อย่างทั่วถึง ซึ่งทั้ง 3 รูปแบบดังกล่าวข้างต้น กล่าวคือ ผู้บริหารสามารถติดต่อกับพนักงานได้โดยตรง ในทางกลับกันพนักงานทุกคนก็สามารถติดต่อสื่อสารกับผู้บริหารในทุกระดับได้โดยตรงเช่นกัน และพนักงานในฝ่ายหรือระหว่างฝ่ายต่าง ๆ ก็สามารถติดต่อสื่อสารกันเองด้วยวิธีเดียวกันได้ซึ่งข้อมูลข่าวสารมีพร้อมสำหรับให้ผู้รับเปิดอ่านได้ตลอดเวลา แต่การสื่อสารโดยผ่านระบบอินเทอร์เน็ตที่มีประสิทธิภาพนั้น ระบบอินเทอร์เน็ต จะต้องมีความสะดวก รวดเร็วและรวดเร็วในการเปิดรับ

ดังนั้นความสำคัญของการติดต่อสื่อสารในองค์กร โดยใช้การสื่อสารเป็นสื่อเชื่อมโยงให้บุคลากรต่าง ๆ ภายในองค์กรมีความสัมพันธ์อันดีและมีความเข้าใจถูกต้องตรงกัน จะส่งผลให้การปฏิบัติงานประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่องค์กรได้ตั้งไว้

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ เป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับผู้รับสาร โดยศึกษาผู้รับสารในฐานะเป็นผู้เลือกใช้สื่อ (Active Receiver) และเลือกรับเนื้อหาของข่าวสาร เพื่อนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อตัวผู้รับสารเอง ทฤษฎีนี้มองว่าผู้รับสารมีลักษณะเป็นผู้กระทำ (Active person) สามารถเลือกสื่อที่จะเปิดรับและใช้ประโยชน์ได้ด้วยตนเอง และการเลือกสื่อขึ้นขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสาร ซึ่งผู้รับสารแต่ละคนย่อมมีการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชน เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของตนเองที่แตกต่างกัน (เมตตา วิวัฒนานุกูล และคณะ, 2530, น. 123-124)

โดยส่วนใหญ่ในการเปิดรับสารผ่านสื่อของผู้รับสารนั้น เกิดจากความตั้งใจที่จะแสวงหาข่าวสารของผู้รับสารอย่างจุดประสงค์หรือเป้าหมายที่แน่นอน และข่าวสารที่ได้รับจะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับสาร ส่งผลให้ผู้รับสารมีการแสวงหาข่าวสารและนำข่าวสารที่ได้รับมาใช้ให้เกิดประโยชน์

McQuail (1994, p. 318) กล่าวว่า ทฤษฎีนี้ให้ความสำคัญกับการเลือกการรับรู้และการตอบสนองสื่อของผู้รับสารเป็นหลัก ผู้รับสารนั้นรู้ตัวอยู่เสมอและเป็นผู้เลือกช่องทางและเนื้อหาข่าวสารที่ต้องการด้วยตนเอง

Wenner (1985, pp. 175-184) ศึกษาเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากการบริโภคข่าวสาร สามารถแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

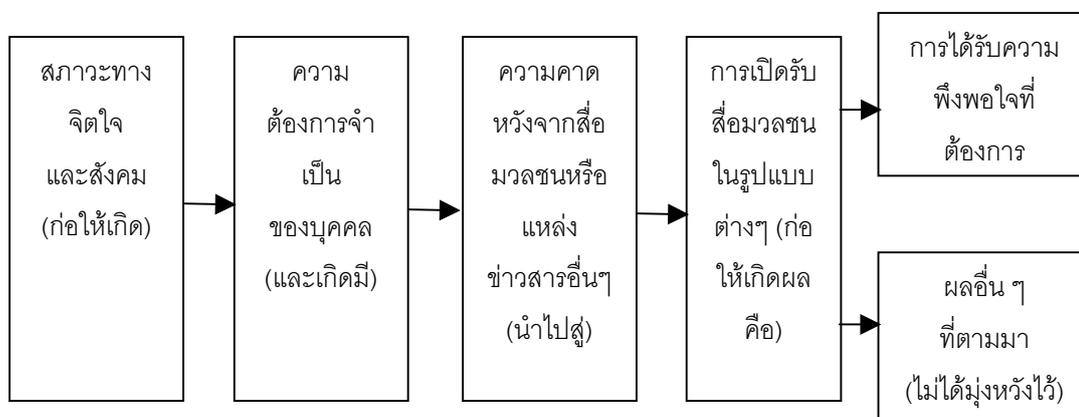
1. การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูลเพื่อการอ้างอิง เพื่อเป็นแรงเสริมในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม รูปแบบของความต้องการที่แสดงออกมา ได้แก่ การติดตามข่าวสาร หรือการได้ข้อมูลมาเพื่อช่วยในการตัดสินใจ
2. การใช้สื่อข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม ซึ่งรับรู้จากข่าวสารเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกชน เช่น การนำข้อมูลไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่นหรือใช้เพื่อการชักจูงใจ
3. กระบวนการใช้ประโยชน์ข่าวสาร เพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล หรือเพื่อการอ้างอิงผ่านตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อหรือปรากฏในเนื้อหาของสื่อ
4. กระบวนการใช้ข่าวสาร เพื่อประโยชน์ในการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์ หรือเพื่อปกป้องตนเอง เช่น เป็นการใช้เวลาให้หมดไปเพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน เพื่อหลีกเลี่ยงจากสิ่งที่ไม่พึงพอใจอย่างอื่น เป็นต้น

แคทซ์ บลูมเมอร์ และ เกอรวิทซ์ (Katz, Blumler and Gurvitch, 1974, p. 21) ได้ให้คำอธิบายเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการสื่อสารของผู้รับสาร คือ การที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อมวลชนหรือสื่อนวัตกรรมต่าง ๆ ที่ได้มีการพัฒนารูปแบบของการส่งข่าวสารไปยังผู้รับสารให้มีความสะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น ซึ่งผู้รับสารได้พิจารณาแล้วว่าสื่อเหล่านั้น จะให้ประโยชน์อย่างไรกับตน กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ การที่ผู้รับสารมองเห็นถึงประโยชน์จากการเปิดรับสื่อมวลชนหรือ สื่อนวัตกรรม ดังนั้นบุคคลจะเลือกใช้นวัตกรรมใดมักพิจารณาว่าสิ่งที่ได้รับจากนวัตกรรมนั้นจะให้ประโยชน์และความพึงพอใจมากน้อยเพียงใดเป็นสำคัญด้วย

แนวทางการศึกษาทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ สามารถแสดงให้เห็นในรูปแบบจำลอง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของแคทซ์และคณะ ดังนี้

ภาพที่ 2.2

แสดงแบบจำลองการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ



ที่มา: พีระ จิระโสภณ, 2529, น. 635.

แบบจำลองนี้ เป็นการอธิบายถึงพฤติกรรมของการใช้สื่อว่ามีความสัมพันธ์กับความต้องการและการสนองความพอใจของมนุษย์ โดยสภาวะของสังคมและจิตใจ ทำให้มนุษย์มีความต้องการแตกต่างกัน นำไปสู่การเลือกเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน และก่อให้เกิดผล คือ การได้รับความพึงพอใจตามต้องการ

ด้วยเหตุนี้จึงพบว่าการใช้และความพึงพอใจในการสื่อสารประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ (สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร, 2533, น. 114)

1. ผู้รับสารในฐานะเป็นผู้ที่มีบทบาท และมีวัตถุประสงค์เสมอในการสื่อสาร
2. การใช้ หรือการเปิดรับสื่อหนึ่ง ๆ ที่ได้เลือกสรรแล้วเพื่อสนองความต้องการของตน มิใช่เป็นการเปิดรับที่เลื่อนลอย หรือเป็นผลจากการชักจูงจากผู้ส่งสารแต่เพียงอย่างเดียว
3. ความพึงพอใจในสื่อ เกิดขึ้นเมื่อการเปิดรับสื่อ หรือการใช้สื่อที่เลือกแล้วเป็นไปอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นในกลับกัน ผู้ส่งสารต่างหากจำเป็นต้องแข่งขันกัน เพื่อการบริการให้ประชาชนผู้รับสารพึงพอใจ มิใช่เกิดจากตัวผู้ส่งสารเองพอใจอย่างการสื่อสารก่อนหน้านั้น

McCombs and Becker (1979, pp. 50-52) กล่าวถึงความพึงพอใจว่า คนเรามีเหตุผลในการใช้สื่อหรือเปิดรับสื่อมวลชนแตกต่างกันไป และเหตุผลนั้นทำให้คนเลือกที่จะใช้สื่อมวลชนต่างประเภทกัน คำว่าเหตุผลนี้หมายถึงบางสิ่งบางอย่างที่สื่อมวลชนนั้น ๆ สามารถตอบสนองและสร้างความพอใจให้แก่บุคคลนั้นได้ ซึ่งเป็นเรื่องเฉพาะบุคคล และนี่คือสิ่งที่เรียกว่าความพอใจ ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าความพึงพอใจ เป็นความรู้สึกภายในของบุคคลที่สามารถสังเกตได้จากความต้องการหรือเหตุผลในการใช้สื่อของบุคคลนั้น

จากการวิจัยของ Wiio, Hazen and Beckstorm (อ้างถึงใน สมยศ นาวิการ, 2527, น. 103-104) ซึ่งวัดปัจจัยความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารในองค์กร พบว่าปัจจัยที่บรรลุความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารในองค์กร มีดังนี้

1. ความพึงพอใจในงานของบุคคล ประกอบด้วย เงินเดือน สวัสดิการ เนื้อหาของงาน และการเลื่อนตำแหน่ง ความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ของงาน จะมีส่วนช่วยสร้างความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร

2. ความพึงพอใจต่อความเพียงพอของข่าวสาร ประกอบด้วย ความพึงพอใจเกี่ยวกับนโยบายองค์กร การเปลี่ยนแปลงการบริหารงานและผลการปฏิบัติงานส่วนบุคคล ความพึงพอใจต่อข่าวสารเกี่ยวกับองค์กรที่ได้รับมีความสำคัญต่อแนวคิดของความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารขององค์กร

3. ความพึงพอใจในการได้รับการบอกกล่าวถึงการเปลี่ยนแปลง ประกอบด้วย การบอกกล่าวการเปลี่ยนแปลงเพื่อความมุ่งหมายของการปรับปรุงให้ดีขึ้น กลยุทธ์ที่ใช้ในการเปลี่ยนแปลงและการเปลี่ยนแปลงถูกดำเนินอย่างไร การได้รับการบอกกล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงมีความเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารขององค์กร

4. ความพึงพอใจในควมมีประสิทธิภาพของช่องทางการติดต่อสื่อสารต่าง ๆ ประกอบด้วย วิธีการเผยแพร่ข่าวสารภายในองค์กร ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับการที่บุคคลมองว่าสื่อขององค์กรถูกใช้ในการเผยแพร่ข่าวสารอย่างมีประสิทธิภาพเพียงใด

5. ความพึงพอใจในคุณภาพของสื่อกลาง ประกอบด้วย การใช้ถ้อยคำในข่าวสาร คุณค่าของข่าวสารที่ได้รับและความรวดเร็วของข่าวสาร เป็นต้น

6. ความพึงพอใจต่อวิธีการติดต่อสื่อสารของเพื่อนร่วมงาน ประกอบด้วย ความพึงพอใจที่ได้รับจากการอภิปรายปัญหาและการได้รับข่าวสารจากเพื่อนร่วมงาน ส่งผลถึงความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารในองค์กรด้วย

จากทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อข้างต้น ชี้ให้เห็นว่าการที่บุคคลจะพึงพอใจในการสื่อสารนั้นจะต้องคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ ของผู้รับสาร ซึ่งผู้ศึกษานำมาเป็นแนวทางการศึกษาเรื่องการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์วีอาร์ซีพี ดอทคอมผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของพนักงานเครือข่ายภาคภูมิใจ เนื่องจากเว็บไซต์วีอาร์ซีพี ดอทคอม เป็นสื่อกลางที่สำคัญในการรับข้อมูลข่าวสาร และติดต่อสื่อสารของพนักงานเครือข่ายภาคภูมิใจ จึงจำเป็นที่จะต้องศึกษาว่าผู้ใช้มีความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารจากเว็บไซต์วีอาร์ซีพี ดอทคอมมากน้อยเพียงใด ซึ่งจะสามารถนำมาปรับปรุงเนื้อหา รูปแบบและพัฒนาระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อตอบสนองความต้องการของพนักงานได้ทุกรูปแบบ

ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร

ปัจจุบันข่าวสารต่าง ๆ ที่มีการสื่อสารและถ่ายทอดกันภายในองค์กรมีอยู่เป็นจำนวนมาก บุคคลหรือพนักงานซึ่งเป็นผู้รับสารไม่สามารถจะเปิดรับข่าวสารได้ครบทุกอย่างทั้งหมด บุคคลจึงเลือกเปิดรับข่าวสารที่ตนสนใจและเป็นเรื่องเกี่ยวข้องกับตนเป็นอันดับแรก เราเรียกกระบวนการนี้ว่า กระบวนการเลือกสรรของผู้รับสาร (Selective Process) ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ความต้องการ ความเชื่อ ทัศนคติ ฯลฯ

โจเซฟ ที แคลปเปอร์ (Klapper, 1960, p. 5) ได้อธิบายถึงกระบวนการในการที่ผู้รับสารเลือกรับข่าวสารไว้อย่างเป็นขั้นตอน ประกอบด้วย

1. การเลือกรับ (Selective Exposure) กล่าวคือ ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งข่าวสารต่าง ๆ ตามความสนใจและตามความต้องการ เพื่อนำมาใช้แก้ไขปัญหาหรือสนองความต้องการของตน

2. การเลือกสนใจ (Selective Attention) กล่าวคือ ผู้รับสารนอกจากจะเลือกเปิดรับสารแล้ว ผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักจะเลือกตามความคิดเห็น ความสนใจของตนเพื่อสนับสนุนทัศนคติที่มีอยู่ เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจ ที่เรียกว่า Cognitive Dissonance ฉะนั้นการลดหรือหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าวได้ก็ต้องแสวงหาข่าวสารหรือเลือกสรรเฉพาะข่าวที่สอดคล้องกับความคิดของตน

3. การเลือกรับรู้และตีความ (Selective Perception or Interpretation) ซึ่งหลังจากการเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว ผู้รับสารจะเลือกรับรู้และตีความข่าวสารที่ได้รับแตกต่างกันไป ตามประสบการณ์ ทัศนคติ ความต้องการ ความหวัง แรงจูงใจ สภาวะร่างกายหรือสภาวะอารมณ์ขณะนั้น ฉะนั้นในบางครั้ง ผู้รับสารอาจบิดเบือนข่าวสารเพื่อให้สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตนเองด้วย

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำเนื้อหาของสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติของตนเอง ซึ่งเป็นการช่วยเสริมทัศนคติหรือความเชื่อเดิมของผู้รับสารให้มีความมั่นคงยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงยากขึ้น

พฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสาร

ผู้รับข่าวสารมีพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อและข่าวสารตามแบบเฉพาะของแต่ละคนแตกต่างกันไป เพื่อให้ได้ข่าวสารที่ตรงกับความสนใจและความต้องการของตน โดยแรงผลักดันที่ทำให้บุคคลหนึ่งได้มีการเลือกรับสื่อตามที่ เมอร์ริลล์ และ โลเวนสไตน์ (Merrill and Lowenstein, 1971, pp. 134-135) กล่าวไว้เกิดจากปัจจัยพื้นฐาน 4 ประการ ดังนี้

1. ความเหงา เป็นเหตุผลทางจิตวิทยาที่ว่าปกติคนเราไม่ชอบที่จะอยู่ตามลำพัง ต้องการสื่อสารกับผู้อื่น เมื่อไม่สามารถติดต่อกับสื่อสารกับบุคคลได้โดยตรง สิ่งที่ดีที่สุด คือ การอยู่กับสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ในการสื่อสาร

2. ความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่าง ๆ เป็นสัญชาตญาณของมนุษย์ที่ต้องการจะรับรู้ข่าวสาร ดังนั้นสื่อมวลชนจึงถือเอาความอยากรู้อยากเห็นนี้เป็นหลักสำคัญในการเสนอข่าวสาร มนุษย์จะอยากรู้อยากเห็นโดยเริ่มจากสิ่งที่ใกล้ตัวที่สุดไปจนถึงสิ่งที่ห่างตัวเองมากที่สุดตามลำดับ เพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็นของตน ไม่ว่าจะสิ่งนั้นจะมีผลกระทบต่อตนเองทั้งทางตรงและทางอ้อม หรืออาจเป็นผลกระทบที่เกิดขึ้นกับบุคคลอื่นด้วย

3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง โดยพื้นฐานของมนุษย์เป็นผู้เห็นแก่ตัวในฐานะผู้รับข่าวสาร จึงต้องการแสวงหาข่าวสารและใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ต่อตนเอง เพื่อช่วยให้ความคิดของตนบรรลุผล เพื่อให้ได้รับข่าวสารที่จะช่วยให้ตนเองได้รับความรู้ถึงความสะดวกสบาย ความปลอดภัย รวมทั้งเกิดความสนุกสนาน

4. ลักษณะเฉพาะของสื่อแต่ละอย่าง สื่อมวลชนแต่ละอย่างนั้นมีส่วนทำให้ผู้รับสารแสวงหาและได้รับประโยชน์แตกต่างกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับว่าลักษณะใดจะสนองความต้องการและทำให้ผู้รับสารเกิดความพอใจ

ในงานวิจัยของ แม็คลloyd และคณะ (McLeod and others, 1972, pp. 123) ได้ระบุตัวชี้วัด (Index) ที่ใช้ในการวัดพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อ (Media Exposure) ส่วนใหญ่จะใช้ 2 ตัว คือ

1. วัดเวลาที่ใช้สื่อ
2. วัดจากความถี่ของการใช้สื่อโดยแยกตามประเภทของเนื้อหาที่แตกต่างกัน

แม็คลloydได้กล่าวว่า การวัดในเรื่องเวลาที่ใช้กับสื่อมีข้อเสียตรงที่คำตอบขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ความสนใจของผู้ฟัง เวลาว่างและการมีสื่อใกล้ตัว ด้วยเหตุนี้คำตอบที่ได้วัดจากเวลาที่ใช้สื่อ จึงไม่สามารถแปลความหมายได้ในทางจิตวิทยาและมักจะให้ผลที่ไม่ชัดเจน เมื่อนำไปเชื่อมโยงกับความสัมพันธ์ตัวแปรอื่น ดังนั้นเพื่อแก้ไขปัญหาคำตอบที่ไม่ชัดเจนในเรื่องนี้ จึงได้มี

การวัดตัวแปรในการเปิดรับสื่อ โดยใช้ความถี่ของการใช้สื่อเฉพาะเจาะจงเนื้อหา เช่น วัดความถี่ของการอ่านหนังสือพิมพ์ในหน้าการศึกษา วัดความถี่ของการรับฟังรายการวิทยุ เป็นต้น

จึงพอสรุปได้ว่าพฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อ หมายถึง ความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อในการเปิดรับสื่อ

จากทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารดังกล่าว เห็นได้ว่าผู้รับสารจะเลือกเปิดรับข่าวสารข่าวสารที่ตรงกับความสนใจ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองในด้านต่าง ๆ การแสวงหาข่าวสารและเลือกรับข่าวสารนั้น นอกจากจะเพื่อสนับสนุนทัศนคติหรือความคิดและความเข้าใจที่มีอยู่เดิมแล้ว ยังเป็นการนำไปใช้ประโยชน์ทางด้านอื่น ๆ เช่น เพื่อให้มีความรู้ ใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจแก้ปัญหาหรือเพื่อความบันเทิงใจ เป็นต้น

เว็บไซต์วีอาร์ซีพีดอทคอมของเครือเจริญโภคภัณฑ์ มีการบรรจุข้อมูลข่าวสารเรื่องราวต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกเครือเจริญโภคภัณฑ์ไว้มากมาย ซึ่งพนักงานเครือเจริญโภคภัณฑ์ไม่สามารถที่จะเปิดรับข้อมูลข่าวสารและร่วมกิจกรรมที่บรรจุไว้ในเว็บไซต์วีอาร์ซีพีดอทคอมได้หมดในแต่ละวัน ซึ่งต้องอาศัยกระบวนการการเลือกสรรดังกล่าวข้างต้นในการเลือกรับข่าวสาร ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงได้นำกรอบแนวคิดนี้มาเป็นแนวทางการศึกษาว่าพนักงานเครือเจริญโภคภัณฑ์มีพฤติกรรมในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเว็บไซต์วีอาร์ซีพีดอทคอมอย่างไร

แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสาร

ผู้รับสารจะเป็นผู้กำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการสื่อสาร หากผู้รับสารเข้าใจสาร การสื่อสารก็จะประสบความสำเร็จได้ ดังนั้นผู้ส่งสารจะต้องคำนึงถึงผู้รับสาร ต้องรู้จักและเข้าใจผู้รับสารที่เป็นเป้าหมายของตนให้มากที่สุด เพื่อทำการสื่อสารเนื้อหาสาระ ให้สอดคล้องกับลักษณะของผู้รับสาร นำไปสู่ความเข้าใจที่ตรงกันกับความต้องการของผู้ส่งสาร เพื่อให้การสื่อสารนั้นประสบผลสำเร็จ

การวิเคราะห์ผู้รับสารตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ (Demographic Characteristics of an Audience) เชื่อว่าคนที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน และส่งผลถึงความแตกต่างทางด้านพฤติกรรมกรนำข่าวสารนั้นไปใช้ประโยชน์และระดับความพึงพอใจของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ดังนั้นผู้ส่งสารจำเป็นต้องวิเคราะห์ผู้รับสารให้เข้าใจ เพื่อช่วยให้การสื่อสารราบรื่นและสัมฤทธิ์ผล

ปรมะ สตะเวทิน (2526, น. 105-109) กล่าวว่าผู้รับสารที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์คล้ายกัน ย่อมมีทัศนคติและพฤติกรรมคล้ายคลึงกัน ซึ่งลักษณะทางประชากรศาสตร์นั้น ได้แก่

1. เพศ ความแตกต่างทางเพศ ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมการติดต่อสื่อสารที่ต่างกั น การวิจัยทางจิตวิทยาหลายเรื่องแสดงให้เห็นว่าผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกัน ในเรื่อง ความคิด ค่านิยมและทัศนคติ เพราะวัฒนธรรมและสังคมได้กำหนดบทบาทและกิจกรรมของคน ทั้งสองเพศไว้ต่างกัน กล่าวคือ เพศหญิงมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้แค่ต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเท่านั้น แต่ยังมีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับข่าวสารนั้นด้วย

2. อายุ เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างในเรื่องความคิดและพฤติกรรม บุคคลที่อายุมาก จะมีประสบการณ์ มองเหตุการณ์อย่างระมัดระวังมากกว่าบุคคลที่อายุน้อย และ บุคคลที่อายุน้อยมีความคิดเสรี และมองโลกในแง่ดีมากกว่าบุคคลที่มีอายุมาก นอกจากนี้ อายุยังเป็นตัวกำหนดความแตกต่างในเรื่องความยากง่ายในการชักจูงใจด้วย คือ บุคคลที่มีอายุน้อย โอกาสที่จะเปลี่ยนใจหรือถูกชักจูงใจจะมีมากขึ้น ดังนั้น อายุของผู้รับสารจึงมีอิทธิพลกับการสื่อสาร บุคคลที่วัยต่างกันมักจะมีความต้องการในสิ่งที่แตกต่างกัน มีความสนใจในข่าวสารที่แตกต่างกัน ด้วย

3. สถานะทางเศรษฐกิจและสังคม หมายถึง ภูมิหลังของครอบครัว เชื้อชาติ อาชีพรายได้ เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีวัฒนธรรมต่างกัน มีทัศนคติ ค่านิยม เป้าหมายและพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ผู้มีรายได้สูงมักใช้สื่อมวลชนมาก เพื่อแสวงหาข่าวสารหรือเรื่องราวหนัก ๆ เช่น อ่าน ดู ฟัง เรื่องการเมือง ปัญหาสังคมและเศรษฐกิจ เป็นต้น

4. การศึกษา มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของผู้รับสาร ดังนั้นการได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน ย่อมทำให้คนมีความคิด ค่านิยม การตีความ ความเข้าใจใน เรื่องต่าง ๆ ทำให้พฤติกรรมในการรับสารที่แตกต่างกันด้วย คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบ อย่างมากในการเป็นผู้รับสารที่ดี เพราะเป็นผู้มีความรู้กว้างขวางและเข้าใจสารได้ดี

ดังนั้นการทำความเข้าใจความแตกต่างของบุคคลเป็นสิ่งสำคัญที่องค์กรควรให้ สำคัญ เพราะจะทำให้การสื่อสารและปฏิบัติงานภายในองค์กรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

จากที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดลักษณะทางประชากรศาสตร์ของ ผู้รับสาร มาเป็นแนวทางการศึกษา โดยผู้รับสารในที่นี้คือ พนักงานเครือเจริญโภคภัณฑ์ที่มีความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์ ซึ่งจะส่งผลต่อการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ความพึงพอใจและการ ใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์วีอาร์ซีพีดอทคอมผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ผู้ศึกษาได้จำแนกลักษณะทาง ประชากรศาสตร์ของพนักงานเครือเจริญโภคภัณฑ์ ออกเป็น เพศ อายุ ระดับการศึกษา กลุ่มธุรกิจ ที่สังกัด อายุงาน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นิชดา เตรีียมชัยศรี (2542) ได้ศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ในการสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยศึกษาพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ พบว่า พนักงานที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ในด้านอายุ ลักษณะงานและระยะเวลาการใช้ระบบเครือข่ายแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน ส่วนพนักงานที่มีเพศ อายุงาน และตำแหน่งงานแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน รวมทั้งการเปิดรับข่าวสารของพนักงาน มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งถ้าพนักงานมีการเปิดรับข่าวสารมาก ก็จะมีการใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับมากขึ้นตามไปด้วย

ศุภนาฏ บัวบางพลู (2546) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการสื่อสาร ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในเทคโนโลยีสารสนเทศระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ พบว่า พนักงานที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ในด้านอายุ ระดับการศึกษา รายได้ ตำแหน่งงานที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน ส่วนพนักงานที่มีเพศและกลุ่มสายงานที่สังกัดแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน รวมทั้งพฤติกรรมการสื่อสารของพนักงาน มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

จากการศึกษาพบว่า พนักงานมีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อติดต่อกับเพื่อนร่วมงานมากที่สุด และการใช้ประโยชน์เพื่อรับทราบสิ่งที่เป็นประโยชน์สำหรับตนเองอยู่ในระดับมาก ส่วนความพึงพอใจ พนักงานมีความพึงพอใจในระบบ E-Mail มากที่สุดในระดับมาก

ชัชฎาภรณ์ สุขสวัสดิ์ (2550) ได้ศึกษาเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของพนักงานบริษัท ซีเมนส์ จำกัด (ประเทศไทย) ต่อการสื่อสารในองค์กรโดยใช้ระบบอินเทอร์เน็ต พบว่า พนักงานที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ในด้านเพศ อายุงานและความสามารถในการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกัน จะมีความถี่ในการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน แต่พนักงานที่มีอายุงานและระดับงานที่แตกต่างกัน จะมีความถี่ในการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน ส่วนการใช้ประโยชน์จากระบบอินเทอร์เน็ตของพนักงาน พนักงานมีการใช้ประโยชน์มากที่สุดในเรื่องการนำข้อมูลไปใช้ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับหน้าที่ รองลงมาคือ เพื่อทราบข่าวสารและความเคลื่อนไหวของบริษัท ส่วนความพึงพอใจจากระบบอินเทอร์เน็ตของพนักงาน พนักงานมีความพึง

พอใจมากที่สุดในเรื่องการนำข้อมูลไปใช้ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับหน้าที่ รองลงมาคือเพื่อทราบข่าวสารและความเคลื่อนไหวของบริษัท เช่นกัน

ระวิกันต์ รัตนกุล (2549) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจในการใช้ประโยชน์จากระบบอินเทอร์เน็ต เพื่อการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร กรณีศึกษา พนักงานกลุ่มระบบส่งการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย พบว่าพนักงานมีความพึงพอใจในการใช้ประโยชน์จากระบบอินเทอร์เน็ต โดยพนักงานส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสาร กิจกรรมและความเคลื่อนไหวขององค์กร จากระบบอินเทอร์เน็ตที่อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก

ณัฐภากร พลับประสิทธิ์ (2545) ได้ศึกษาเรื่องการเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตของพนักงานบริษัท เอ็ม บี เค หรือเพอร์ตี แอนด์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) พบว่า พนักงานมีการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับอินเทอร์เน็ต เพื่อทราบเรื่องราວความเคลื่อนไหวของบริษัท โดยเป็นการใช้ประโยชน์ในระดับสูง ส่วนความพึงพอใจโดยรวมของระบบอินเทอร์เน็ตนั้น พนักงานมีความพึงพอใจสูงสุดในด้านการเชื่อมต่อเข้าระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตซึ่งทำได้ง่ายและสะดวกรวดเร็ว แต่ในข่าวสารการประชาสัมพันธ์ในเครือข่ายอินเทอร์เน็ตนั้น พนักงานมีความพึงพอใจในระดับปานกลางเท่านั้น

จากงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง แสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากเว็บไซต์และระบบอินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กัน โดยบุคคลที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่าง และการเปิดรับข่าวสารของบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์และระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งสรุปได้ว่าบุคคลที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารมาก ก็จะมี ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์มากขึ้นตามลำดับด้วย ผู้ศึกษาจึงนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาเกี่ยวกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์วีอาร์ซีพีติดต่อคอมพิวเตอร์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของพนักงานเครือข่ายเจริญโภคภัณฑ์ครั้งนี้

กรอบแนวคิดในการศึกษา

ภาพที่ 2.3

กรอบแนวคิดในการศึกษา

