

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษารูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของพนักงาน บริษัท ชุมพรอุตสาหกรรมน้ำมันปาล์ม จำกัด (มหาชน) นี้ มีแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาประกอบในการศึกษา ประกอบด้วย

1. แนวคิดการสื่อสารภายในองค์กร
2. แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์
3. แนวคิดเรื่องการเรียนรู้
4. แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดการสื่อสารภายในองค์กร

ความหมายและความสำคัญของการสื่อสารในองค์กร

กรีซ สืบสนธิ์ (2525, น. 64) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การสื่อสารในองค์กร (Organizational Communication) คือ กระบวนการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างบุคคล ทุกระดับหน่วยงานโดยมีความสัมพันธ์กันภายใต้สภาพแวดล้อม บรรยากาศขององค์กร ซึ่งสามารถปรับเปลี่ยนไปตามกาลเทศะ บุคคล ตลอดจนสาระเรื่องราวและวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร

ปรมะ สตะเวทิน (2546, น. 26) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การสื่อสารในองค์กร (Organizational Communication) เป็นการสื่อสารระหว่างผู้ที่เป็นสมาชิกขององค์กร หรือหน่วยงานที่เป็นทางการ (Formal of Complex Organization) ซึ่งจัดขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ นโยบาย มีการจัดองค์กร มีการแบ่งงานกันทำ เพื่อปฏิบัติการกิจขององค์กรหรือหน่วยงานให้บรรลุเป้าหมาย

Dale S. Beach, Katz and Kahn (1967, p. 358, อ้างถึงใน มานิดา คำจีน, 2547, น.10) ได้สรุปความสำคัญของการสื่อสารในองค์กรไว้ว่า การติดต่อสื่อสารเป็นเครื่องเชื่อมโยงส่วนประกอบต่าง ๆ ขององค์กรเข้าด้วยกัน

Huse E. and Browditch J. (1973, p. 14, อ้างถึงใน มานิดา คำจิ้น, 2547, น. 9) เห็นว่าการสื่อสารภายในองค์กรขึ้นอยู่กับรูปแบบของการจัดองค์กร แรงผลักดันให้เกิดกำลังใจในการทำงานและความสามารถ ความชำนาญในการสื่อสาร เช่น การฟัง การพูด การเขียน การสัมภาษณ์ การอภิปราย เป็นต้น

กล่าวโดยสรุปคือ การสื่อสารในองค์กร เป็นกระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันระหว่างบุคคลภายในองค์กรภายใต้บทบาทและภารกิจขององค์กร

บทบาทและวัตถุประสงค์ของการสื่อสารในองค์กร

บทบาทของการสื่อสารในองค์กร

การสื่อสารในองค์กรมีบทบาทต่อสมาชิกในองค์กร 2 ประการ คือ (Kreps, 1986, อ้างถึงใน รสขงพร โกมลเสวิน, 2547, น. 71)

1. บทบาทในการปรับตัว (Adaptive Mechanism) สมาชิกใช้ข้อมูลข่าวสารที่ได้จากการสื่อสารในองค์กรในการตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงทั้งทางบวกและลบในองค์กร เพื่อที่จะได้ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงนั้น ๆ ได้ทันเวลาที่และมีประสิทธิภาพ เช่น หัวหน้าหน่วยงานใช้การสื่อสารเพื่ออธิบายให้พนักงานทราบเกี่ยวกับนโยบายและกฎระเบียบขององค์กรที่เปลี่ยนไป เพื่อที่ว่าพนักงานจะได้ปฏิบัติตามให้สอดคล้อง รวมถึงเพื่อรับฟังความคิดเห็นของพนักงานในเรื่องต่าง ๆ เป็นต้น

2. บทบาทในการร่วมมือ (Cooperative Mechanism) สมาชิกในองค์กรสามารถใช้การสื่อสารเพื่อขอความช่วยเหลือจากบุคคล และ/หรือหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อให้การปฏิบัติลุล่วงไปด้วยดี เช่น ฝ่ายขายจำเป็นต้องประสานงานกับฝ่ายผลิต เพื่อที่ว่าจะได้มีสินค้าหมุนเวียนอยู่ในตลาดอย่างเพียงพอ เป็นต้น

วัตถุประสงค์ของการสื่อสารในองค์กร

วัตถุประสงค์ของการสื่อสารภายในองค์กร ได้แก่ (รสขงพร โกมลเสวิน, 2547, น. 72)

1. ช่วยให้สมาชิกในองค์กรสามารถรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับองค์กรและการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นภายในองค์กร

2. ส่งเสริมให้สมาชิกในองค์กรสามารถแลกเปลี่ยนประสบการณ์และพัฒนาข่าวสารที่เกี่ยวข้อง ซึ่งช่วยให้เข้าใจกิจกรรมที่ซับซ้อนขององค์กรและการเปลี่ยนแปลงในองค์กรได้

3. ช่วยให้สมาชิกขององค์การบรรลุถึงเป้าประสงค์ของตนเองและขององค์การ โดยทำให้สมาชิกเข้าใจการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น และเชื่อมโยงความต้องการของตนเข้ากับควมรับผิดชอบต่อนหน้าที่การงานในองค์การ

4. รวบรวมข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องให้กับสมาชิกในองค์การ

5. ช่วยในการกำหนดทิศทางความเปลี่ยนแปลงในองค์การ โดยผ่านทางกิจกรรมที่สมาชิกในองค์การต้องกระทำร่วมกัน

การสื่อสารในองค์การที่มีประสิทธิภาพ ก่อให้เกิดผลดังต่อไปนี้

1. ทำให้สมาชิกในองค์การได้รับข้อมูลที่พอเพียงเกี่ยวกับเป้าประสงค์ขององค์การ ภาระหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติ กิจกรรมและปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น

2. ช่วยให้พนักงานเข้าใจสถานการณ์ปัจจุบันขององค์การ

3. ตระหนักถึงบทบาทของตนในองค์การ

4. สามารถกำหนดกลยุทธ์กิจกรรมที่จำเป็นเพื่อที่จะสามารถบรรลุภาระหน้าที่ที่ต้องกระทำ รวมถึงสามารถบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ทั้งของตนเองและขององค์การอีกด้วย

ประเภทของข่าวสารในองค์การ

พงษ์ วิเศษสังข์ (2550, น. 69) ได้จำกัดความประเภทของข่าวสารในองค์การ โดยแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ดังต่อไปนี้

ข่าวสารเกี่ยวกับงาน (Task messages) เป็นข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า การบริการและกิจกรรมขององค์กร เช่น ข่าวสารเกี่ยวกับการพัฒนาผลผลิต การเพิ่มยอดขาย คุณภาพของสินค้าและบริการ และการเข้าใจตลาดใหม่ ข่าวสารประเภทจำเป็นสำหรับพนักงานในการปฏิบัติงาน ดังนั้น ข่าวสารเกี่ยวกับการอบรม (training) การปฐมนิเทศ (orientation session) การประกาศเป้าหมายขององค์กรก็เป็นข่าวสารประเภท task messages

ข่าวสารเกี่ยวกับกฎระเบียบ (Regulation/Policy Messages) ข่าวสารประเภทนี้มีความสำคัญในการอยู่รอดขององค์กร เช่น ข่าวสารเกี่ยวกับนโยบาย ขั้นตอนการทำงาน เรื่องสำคัญในการประชุม (agenda) คำสั่งและกฎระเบียบต่าง ๆ เช่น ห้ามสูบบุหรี่และภรรยาทำงานในแผนกบัญชีด้วยกัน

ข่าวสารเกี่ยวกับมนุษย์สัมพันธ์ (Human messages) เป็นข่าวสารที่ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ในองค์กร เช่น การชมเชย ยกย่อง การประเมินการปฏิบัติงาน การแก้ไขข้อขัดแย้ง ข่าวลือ การแนะแนว การพูดคุยช่วงเบรคหรือการสังสรรค์ในงานฉลองเทศกาลต่าง ๆ ขององค์กร

ข่าวสารเกี่ยวกับสิ่งใหม่ ๆ (Innovative messages) เป็นข่าวสารที่ช่วยให้องค์กรได้พัฒนาหรือปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนไป เช่น ข่าวสารเกี่ยวกับโครงการต่าง ๆ สินค้าและบริการใหม่ ๆ ข่าวสารในการประชุมวางแผน การระดมความคิดเห็น หลาย ๆ องค์กรมักมีงานประชุมประจำปีเพื่อแจ้งความก้าวหน้าและการเปลี่ยนแปลงให้พนักงานทราบ

โครงสร้างของการสื่อสารในองค์กร

โครงสร้างของการสื่อสารในองค์กรหากพิจารณาจากรูปแบบการสื่อสาร แบ่งออกได้ดังนี้ (Adler & Elemhorst, 1996, อ้างถึงใน รสขงพร โกมลเสวิน, 2547, น. 75)

1. การสื่อสารแบบทางการ (formal communication) หมายถึง ระบบการสื่อสารในองค์กรที่กำหนดไว้โดยฝ่ายบริหาร โดยอาจอยู่ในรูปของแผนภูมิโครงสร้างองค์กร (organizational chart) ซึ่งจะระบุถึงลำดับขั้นและผู้รับผิดชอบในการบริหารงานอย่างชัดเจน รวมถึงระบุถึงรูปแบบการสื่อสารที่อาจเกิดขึ้นอีกด้วย

2. การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (informal communication) หมายถึง รูปแบบการสื่อสารในองค์กรซึ่งเกิดขึ้นจากความสัมพันธ์ระหว่างผู้สื่อสารหรือสอดคล้องกับความสนใจต่าง ๆ ที่ผู้สื่อสารมีร่วมกัน (Adler & Elemhorst, 1996, อ้างถึงใน รสขงพร โกมลเสวิน, 2547, น. 75) การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการมีหน้าที่ดังต่อไปนี้

2.1 ยืนยันข่าวสารที่เป็นทางการ (confirming)

2.2 อธิบายความข่าวสารที่เป็นทางการเพิ่มเติม (expanding)

2.3 ทำให้การส่งผ่านข่าวสารเป็นไปโดยรวดเร็วขึ้น (expediting) โดยปกติแล้วข่าวสารจะไหลผ่านช่องทางการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการได้รวดเร็วกว่าช่องทางการสื่อสารที่เป็นทางการ

2.4 ทำให้ผู้สื่อสารสามารถรับ-ส่งข้อมูลกันได้โดยมิต้องผ่านช่องทางแบบปกติที่มักจะไม่สะดวกและเสียเวลา (circumventing)

2.5 เป็นช่องทางเสริม (supplementing) เพื่อให้การสื่อสารในองค์กรมีประสิทธิภาพมากขึ้น

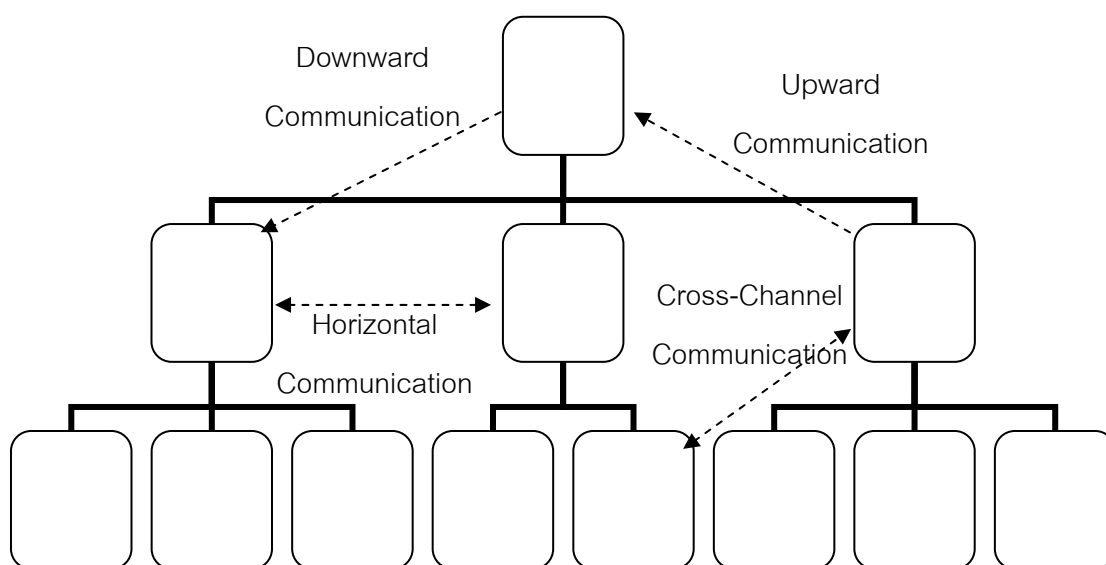
3. การสื่อสารบุคคล (personal communication) หมายถึง การสื่อสารระหว่างสมาชิกในองค์กรซึ่งอาจเกี่ยวข้องหรือไม่เกี่ยวข้องกับการกิจในองค์กรก็ได้ ทั้งนี้ ขึ้นกับความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในองค์กร

รูปแบบการสื่อสาร

ลักษณะหรือประเภทของการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรนั้น สามารถจำแนกรูปแบบได้หลายลักษณะ ขึ้นอยู่กับว่าต้องการมุ่งเน้นพิจารณาประเด็นใด โดยรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร สามารถพิจารณาออกตามทิศทางการสื่อสารได้ดังนี้

ภาพที่ 2.1

แสดงรูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรที่จำแนกตามทิศทางการสื่อสาร
(Information flow in an organization)



ที่มา: องค์กรและการจัดการ (น. 334), โดย ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2545, กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

จากภาพเส้นทางการติดต่อสื่อสารในองค์กร (The communication flow in the organization) ส่วนใหญ่มักมีการใช้ในลักษณะผสมผสาน เพื่อสร้างความเข้าใจในการปฏิบัติงาน และเพื่อให้เกิดความพึงพอใจในการสื่อสาร อันจะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจในการปฏิบัติงานและนำมาซึ่งประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานด้วย (สมยศ นาวิการ, 2527, น. 21-23)

1. การติดต่อสื่อสารจากบนสู่ล่าง (Downward Communication)

เป็นลักษณะการติดต่อสื่อสารในองค์กรแบบดั้งเดิม โดยการติดต่อสื่อสารลักษณะนี้จะเป็นไปตามลำดับสายการบังคับบัญชา เช่น จากประธานลงมาที่รองประธาน

ผู้จัดการแผนก หัวหน้าส่วน หัวหน้างาน ลงมาถึงพนักงาน ลดหลั่นกันตามอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ และสิ่งที่ผู้บริหารควรพิจารณาในการติดต่อสื่อสารแบบนี้ คือ ข่าวสารอะไรที่ควรส่งจากผู้บริหารลงมาถึงพนักงาน และการส่งข่าวสารควรกระทำอย่างไรจึงจะเกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยลักษณะของช่องทางในการติดต่อสื่อสารมักเป็น การส่งงานตามลำดับชั้น ไปสเตอร์และกระดาษปิดประกาศ ขาวสารของบริษัท จดหมายถึงพนักงานโดยตรง คู่มือพนักงาน ที่เสียข่าวสาร รายงานประจำปี ระบบสื่อสารทางเครื่องกระจายเสียง ข่าวสารที่ใส่ในซองเงินเดือน สหภาพแรงงาน การประชุมกลุ่ม (แบบแจ้งเพื่อทราบและปฏิบัติตาม) อีเมล เป็นต้น

โดยปกติข่าวสารที่ติดต่อสื่อสารจากผู้บังคับบัญชามายังผู้อยู่ใต้บังคับบัญชามีอยู่ 5 ประเภท คือ

1. วิธีการทำงาน ข่าวสารประเภทนี้เกี่ยวข้องกับสิ่งที่พนักงานถูกคาดหวังให้ทำ และพวกเขาจะทำงานเหล่านั้นอย่างไร คำแนะนำการทำงานในรูปของคำสั่ง การอธิบาย คู่มือปฏิบัติงาน และคำบรรยายลักษณะงาน

2. เหตุผลของการทำงาน ข่าวสารประเภทนี้ต้องการให้พนักงานทราบว่าจะงานของพวกเขาสัมพันธ์กับงานและตำแหน่งอื่นในองค์กรอย่างไร และทำไมพวกเขาต้องทำงานเหล่านี้ ข่าวสารประเภทนี้ช่วยให้พนักงานทราบว่างานของพวกเขามีส่วนช่วยต่อการบรรลุเป้าหมายขององค์กรอย่างไร

3. นโยบายและวิธีปฏิบัติขององค์กร พนักงานจะได้รับการบอกกล่าวเกี่ยวกับชั่วโมงการทำงาน เงินเดือน การปลดเกษียณ การรักษาพยาบาล การพักร้อน การลาป่วย สวัสดิการและการลงโทษขององค์กร

4. ผลการปฏิบัติงานของพนักงาน ข้อมูลเกี่ยวกับว่าสิ่งต่าง ๆ กำลังเป็นไปอย่างไรมีความสำคัญต่อความมีประสิทธิภาพขององค์กร การให้ข้อมูลพนักงานเกี่ยวกับว่าพวกเขากำลังปฏิบัติงานของพวกเขาได้ดีแค่ไหนมีความสำคัญเป็นอย่างมาก

5. ข่าวสารเกี่ยวกับเป้าหมายขององค์กร

คัทซ์ และคาน (Daneil Katz, & Kahn, 1996, pp. 239-242, อ้างถึงใน มานิดา คำจีน, 2547, น. 14) กล่าวว่า ระบบการสื่อสารจากบนสู่ล่างมีจุดหมายโดยทั่วไป คือ

- เพื่อให้แนวปฏิบัติงานที่จำเพาะเจาะจงในการสั่งงาน
- เพื่อให้ข่าวสารเกี่ยวกับหลักการปฏิบัติและขั้นตอนการดำเนินงานขององค์กร
- เพื่อให้ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับเหตุผลสำคัญ
- เพื่อบอกให้ผู้ใต้บังคับบัญชาทราบเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของเขา

- เพื่อให้ข่าวสารแบบอุดมการณ์ที่จะช่วยให้เกิดความซาบซึ้งในเป้าหมาย

2. การติดต่อสื่อสารจากล่างสู่บน (Upward Communication)

เป็นการติดต่อสื่อสารจากผู้ใต้บังคับบัญชาไปยังผู้บังคับบัญชาที่อยู่เหนือตนขึ้นไป โดยปกติมักจะเป็นการสื่อสารเพื่อแสวงหาคำตอบเพิ่มเติม การรายงานผลการปฏิบัติงาน อุปสรรคขัดข้องในการปฏิบัติงาน หรือการแสดงความคิดเห็น การให้ข้อเสนอแนะ การปรึกษาหารือ การร้องทุกข์ เป็นต้น การสื่อสารประเภทนี้จะมีผลต่อการเสริมสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงาน และทัศนคติของบุคลากร สารที่ได้จากบุคลากรเป็นสิ่งที่มีความสำคัญแก่ผู้บริหาร เป็นแรงกระตุ้นให้บุคลากรได้เข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดและตัดสินใจในการทำงานขององค์กร ถือเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยให้เกิดการปรับปรุงการสื่อสารจากบนสู่ล่าง เป็นการส่งเสริมการทำงานภายใต้ระบอบประชาธิปไตย เป็นการสนับสนุนการสื่อสารสองทางอีกด้วย

แพลนตี้ และแม็กเซฟเวอร์ (Planty, & Machaver, อ้างใน สมยศ นาวิการ, 2527, น. 33) ได้ให้ความเห็นว่าผู้บริหารและผู้บังคับบัญชาต้องส่งเสริมให้มีการสื่อสารจากล่างสู่บน โดยมีการวางแผนกระตุ้น สนับสนุนและหาวิธีส่งเสริมการติดต่อสื่อสารจากล่างสู่บนอย่างต่อเนื่อง เน้นความรู้สึกและการเปิดรับความคิดเห็นจากระดับล่าง ควรจะระวังด้านความแตกต่างในการแปลความหมายและการรับรู้เหตุการณ์ซึ่งตำแหน่งของบุคคลในองค์กรกระตุ้นให้มองสิ่งต่าง ๆ และแปลความหมายแตกต่างกัน ตามค่านิยมและลำดับความสำคัญนำไปสู่ความแตกต่างในการอ้างอิงและสรุปได้ การรับฟังเพื่อความเข้าใจสิ่งที่บุคคลเจตนา เป็นพื้นฐานสำคัญของการติดต่อสื่อสาร โดยที่มีความไว้วางใจและการเปิดเผยเป็นพื้นฐานของการติดต่อสื่อสารจากเบื้องล่างสู่เบื้องบนที่มีประสิทธิภาพ ลักษณะของช่องทางการติดต่อสื่อสารมักเป็นการประชุมกลุ่มที่สามารถแสดงความคิดเห็นได้ การร้องทุกข์ การปรึกษาหารือ เป็นต้น

3. การติดต่อสื่อสารตามแนวนอน (Horizontal communication)

เป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลที่ดำรงตำแหน่งในระดับเดียวกันในองค์กร มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ความคิดเห็นและการแก้ปัญหา ระหว่างพนักงานที่อยู่ในหน่วยงานเดียวกัน มีผู้บังคับบัญชาเดียวกัน เป็นการประสานงานเพื่อขอคำแนะนำและข้อมูลอย่างไม่เป็นทางการ ซึ่งไม่ได้ขึ้นอยู่กัยสายบังคับบัญชา และเพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงงาน ลดความขัดแย้งจากความคิดเห็นที่แตกต่างกันและเพื่อพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลจะก่อให้เกิดผลในแง่พฤติกรรมของบุคลากรที่ได้ติดต่อกับเพื่อนร่วมงานในระดับฐานะเดียวกันหรือใกล้เคียงกันในองค์กร มีส่วนช่วยในการสนองความต้องการทางสังคมของแต่ละบุคคล เพราะบุคคลจะรู้สึกคล่องตัวในการได้รับการสนับสนุนทางสังคมจากเพื่อนมากกว่าบุคคลที่อยู่ในฐานะสูงกว่าหรือต่ำกว่าบุคคลนั้น

องค์กรในปัจจุบันมีการปรับเปลี่ยนระบบงานมากขึ้น มีความสลับซับซ้อนมากขึ้น ต้องมีการเตรียมพร้อมอยู่เสมอกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นต่าง ๆ การติดต่อสื่อสารแบบนี้จึงมีความสำคัญและจำเป็นมากกว่าเดิม เพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จและบรรลุตามวัตถุประสงค์ขององค์กร โดยความมุ่งหมายของการติดต่อสื่อสารตามแนวนอน มีดังนี้

3.1 การประสานงานและการมอบหมายงาน เช่น เจ้าหน้าที่ของแผนกฝึกอบรมและพัฒนาต้องจัดการฝึกอบรมให้กับพนักงานของบริษัท ซึ่งพวกเขาต้องพบกันเพื่อประสานงานว่าใครจะต้องทำอะไร

3.2 การให้ข้อมูลเกี่ยวกับแผนงานและกิจกรรม ความคิดเห็นจากบุคคลหลายคน ย่อมดีกว่าความคิดเห็นจากบุคคลเพียงคนเดียว การติดต่อสื่อสารระดับเดียวกันจึงมีความสำคัญในการฝึกอบรมหรือการณรงค์ทางการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสมาชิกของแต่ละแผนกอาจจะต้องส่งข้อมูลเกี่ยวกับแผนงานและสิ่งที่จะพวกเขาจะทำงานร่วมกัน

3.3 การสร้างความเข้าใจร่วมกัน เมื่อการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น องค์กรจะต้องร่วมกันสร้างความเข้าใจถึงสิ่งที่ควรจะเปลี่ยนแปลงร่วมกัน การประชุมและการสนทนาระหว่างพนักงานระดับเดียวกันและภายในหน่วยงานเดียวกันเป็นสิ่งสำคัญต่อการบรรลุความเข้าใจร่วมกัน

สมยศ นาวิการ (2527, น. 36) กล่าวว่า วิธีการสื่อสารในแนวนอน มีดังนี้

- การประชุมคณะกรรมการ ในการประสานงานและแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในการประชุม

- การให้ข่าวสารและแลกเปลี่ยนความเห็นระหว่างกันในตอนหยุดพัก

- การสนทนาทางโทรศัพท์ ซึ่งมีความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสาร

- บันทึกข้อความ /หนังสือเวียน

- การทำกิจกรรมทางสังคมร่วมกัน เช่น รับประทานอาหาร ดูภาพยนตร์ ออกกำลังกาย ฯลฯ มักจะประกอบด้วยบุคคลที่อยู่ในระดับเดียวกันในองค์กร

- การสร้างกลุ่มคุณภาพ คือ กลุ่มพนักงานอาสาสมัครในการรับผิดชอบร่วมกัน

กลุ่มคุณภาพเป็นกลุ่มงานปรกติที่ผลิตสินค้าหรือบริการ จะมีการจัดประชุมในแต่ละสัปดาห์เพื่ออภิปราย วิเคราะห์ และเสนอความคิดเห็นเพื่อปรับปรุงงานของพวกเขาให้ดีขึ้น และจะได้รับการฝึกอบรมระเบียบและวิธีการแก้ปัญหาและเทคนิคเฉพาะอย่าง

การสื่อสารในระนาบเดียวกันมีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้ (Adler & Elemhorst, 1996, อ้างถึงใน รสขงพร โกมลเสวิน, 2547, น. 80-81)

- ความร่วมมือในการทำงาน (task coordination)

- การแก้ปัญหา (problem solving)
- การแลกเปลี่ยนข่าวสาร (sharing information)
- การแก้ปัญหาคความขัดแย้ง (conflict resolution)
- การสร้างความสัมพันธ์อันดี (building rapport)

4. การติดต่อสื่อสารข้ามสายงาน (Cross-channel communication) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2545, น. 335)

การติดต่อสื่อสารข้ามสายงาน หรือที่เรียกอีกอย่างว่า การสื่อสารในแนวไขว้ ในองค์กรส่วนใหญ่พนักงานต่างมีความจำเป็นต้องแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกับบุคคลที่อยู่กันคนละหน่วยงานหรือคนละหน้าที่ ที่ไม่ได้เป็นผู้ใต้บังคับหรือผู้บังคับบัญชาของเขาเอง เช่น แผนกวิศวกรรม แผนกวิจัย แผนกบัญชี และแผนกบุคคล จะรวบรวมข้อมูล รายงาน เตรียมแผนงาน ประสานกิจกรรมและให้คำแนะนำแก่ผู้บริหารในทุกส่วนขององค์กรโดยเป็นการข้ามสายงาน บุคคลเหล่านั้นไม่มีอำนาจหน้าที่ตามสายงานที่จะสั่งการกับบุคคลที่เขาติดต่อสื่อสารด้วย เพียงแต่เขาต้องใช้การขายความคิดเห็นของเขาเท่านั้น การติดต่อสื่อสารข้ามสายงานนั้น ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านถือว่าเป็นความรับผิดชอบของพวกเขาที่จะแสดงผลงานให้ไปเกิดขึ้นกับแผนงานอื่น เช่น แผนกฝึกอบรมและพัฒนา อาจจะติดต่อกับแผนกขาย แผนกผลิต แผนกจัดซื้อและแผนกวิศวกรรมเพื่อการฝึกอบรมและผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านจะติดต่ออย่างใกล้ชิดกับผู้บริหารระดับสูง อยู่เสมอทำให้มีอำนาจในการทำงานมากขึ้น ก่อให้เกิดผลดีและผลเสีย ผลดี คือ ทำให้การติดต่อสื่อสารรวดเร็วและลดขั้นตอนลง เพราะเป็นการส่งเสริมการสื่อสารในแนวดิ่ง (ล่างสู่บนและบนสู่ล่าง) ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น แต่ผลเสีย คือ ทำให้ผู้บังคับบัญชาระดับรองลงไปไม่มีความแน่นอนและรู้สึกวิตกว่าข้อมูลต่าง ๆ ถูกนำเสนอข้ามหัวขึ้นไปโดยไม่มีการเสนอแนะ

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงนำแนวคิดเรื่องการสื่อสารภายในองค์กรที่กล่าวมาข้างต้น มาอธิบายถึงรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรของ บริษัท ชุมพรอุตสาหกรรมน้ำมันปาล์ม จำกัด (มหาชน) ว่าบริษัทฯ มีรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรอย่างไร โดยจะสามารถอธิบายถึงรูปแบบของการสื่อสารภายในองค์กร ซึ่งประกอบด้วย การสื่อสารจากบนสู่ล่าง การสื่อสารจากล่างสู่บน การสื่อสารในแนวนอน และการสื่อสารแบบไขว้ นอกจากนี้ ยังสามารถอธิบายถึงประเภทของข่าวสารที่ใช้สื่อสารกันภายในองค์กร โครงสร้างของการสื่อสารในองค์กรรวมทั้งรูปแบบการสื่อสารอีกด้วย

แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

แนวคิดด้านประชากรศาสตร์นี้ใช้หลักการของความเป็นเหตุเป็นผล กล่าวคือ พฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์เกิดขึ้นตามแรงบังคับจากภายนอกมากระตุ้น เป็นความเชื่อว่า มนุษย์ ดำเนินชีวิตตามแบบฉบับที่สังคมได้วางเป็นแม่บทไว้ให้พฤติกรรมของคนที่มีอายุในวัยเดียวกัน จะเป็นเช่นเดียวกัน เนื่องจากสภาพสังคมได้วางแบบอย่างไว้ให้แล้ว กล่าวโดยสรุป คือ แนวคิดด้านประชากรศาสตร์เชื่อในความคิดที่ว่า คนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย

การสื่อสารนั้นก็จัดเป็นพฤติกรรมสำคัญอย่างหนึ่งของมนุษย์ เมื่อบุคคลที่มีคุณสมบัติทางประชากรแตกต่างกัน มีพฤติกรรมทั่วไปแตกต่างกัน ดังนั้น นักวิชาการสื่อสารบางกลุ่มจึงเชื่อว่าพฤติกรรมเกี่ยวกับการสื่อสารของบุคคลนั้น ๆ จึงน่าจะแตกต่างกันไปด้วย งานวิจัยที่ใช้แนวคิดด้านประชากรศาสตร์มักจะมองหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านประชากรกับพฤติกรรมการเปิดรับจากสื่อต่าง ๆ เนื่องจากบุคคลที่อยู่ในแต่ละกลุ่มประชากรจะมีกิจกรรมและการดำเนินชีวิตตลอดจนเวลาว่างที่แตกต่างกัน พฤติกรรมการเปิดรับสารจากสื่อต่าง ๆ ก็แตกต่างกันไปด้วย

ตัวแปรทางด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่สำคัญที่นิยมนำมาศึกษาความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สื่อ มีดังต่อไปนี้ (ยุบล เบญจรงค์กิจ, 2542, อ้างถึงใน ปัทมา ปริญญาอุฉริตน์, 2550, น. 14-15)

1. เพศ (Sex) การวิจัยทางจิตวิทยาหลายเรื่องแสดงให้เห็นว่าผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะสังคมและวัฒนธรรมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนแต่ละเพศไว้แตกต่างกัน จึงส่งผลให้พฤติกรรมการสื่อสารของผู้หญิงชายต่างกันด้วย

งานวิจัยทางนิเทศศาสตร์ยังชี้ให้เห็นว่า เพศหญิงมีแนวโน้มและมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับส่งข่าวสารนั้นด้วย

2. อายุ (Age) เป็นปัจจัยที่สำคัญที่มีผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์ เนื่องจากอายุจะเป็นตัวกำหนดหรือบ่งบอกเกี่ยวกับความเป็นผู้ที่มิประสบการณ์ในเรื่องต่าง ๆ ของบุคคล งานวิจัยทางจิตวิทยาหลายเรื่องแสดงถึงตัวแปรเรื่องอายุที่มีต่อการหล่อหลอมทาง

อุดมการณ์ พบว่า คนที่มีอายุน้อยจะมีความคิดเชิงเสรีนิยมมากกว่าคนอายุมาก ใจร้อนกว่า มองโลกในแง่ดีกว่า ส่วนคนอายุมากจะมีความระมัดระวังในเรื่องต่าง ๆ มากกว่า มองโลกในแง่ร้าย และไม่ชอบการเปลี่ยนแปลง ดังนั้น คนอายุน้อยจึงมักเป็นผู้ที่ถูกชักจูงได้ง่ายกว่าคนอายุมาก และมีพฤติกรรมในการสื่อสารที่ชอบเปิดรับข่าวสารด้านการบันเทิง ขณะที่คนอายุมากจะเปิดรับข่าวสารประเภทหนัก ๆ เช่น ข่าวการเมือง สังคม หรือเศรษฐกิจ เป็นต้น

3. การศึกษา (Education) คนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่แตกต่างกัน ย่อมจะมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ ทัศนคติ ค่านิยม และความต้องการที่แตกต่างกันไป นักวิชาการสื่อสารพบว่า การศึกษาเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ค่อนข้างสูงกับตัวแปรที่เกี่ยวกับการรับสารและการใช้สื่อ การศึกษาของผู้รับสารทำให้ผู้รับสารมีพฤติกรรมการสื่อสารต่างกันไป โดยคนที่มีการศึกษาสูง จะเป็นผู้รับสารที่ดี เนื่องจากมีความรู้กว้างขวางในหลาย ๆ เรื่องและสามารถเข้าใจสารได้ดี จึงส่งผลให้คนที่มีการศึกษาสูง จะเลือกใช้สื่อมากประเภทกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ

4. สถานะทางเศรษฐกิจและสังคม (Socio-economic Status) ซึ่งประกอบด้วย อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ และภูมิหลังทางครอบครัว โดยปัจจัยเหล่านี้มักมีบทบาทในการเป็นตัวกำหนดในเรื่องของการเปิดรับสื่อที่ผู้รับสารสามารถหาซื้อ หรือเข้าถึงได้ รวมทั้งยังเป็นตัวกำหนดการเปิดรับเนื้อหาที่สอดคล้องต่ออาชีพ ต่อความคิด ความเชื่อ ค่านิยม รวมทั้งสถาบันหรือกลุ่มที่ผู้รับสารสังกัดอยู่

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงนำแนวคิดเรื่องลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่กล่าวมาข้างต้น มาอธิบายถึงการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของพนักงานบริษัท ชุมพรอุตสาหกรรมน้ำมันปาล์ม จำกัด (มหาชน) ว่ามีความแตกต่างกันไปตามลักษณะทางประชากรศาสตร์อย่างไร ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ และระดับการศึกษา นอกจากนี้ ยังใช้แนวคิดดังกล่าวในการทดสอบความสัมพันธ์ของลักษณะทางประชากรศาสตร์ว่ามีผลต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสารภายในองค์กรอย่างไร และมีผลต่อความคิดเห็นในรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรอย่างไร

แนวคิดเรื่องการรับรู้

การรับรู้ (Perception) คือ สิ่งที่บุคคลได้เห็นได้ยินและรับรู้ความรู้สึกได้จากสถานการณ์ที่เกิดขึ้น การรับรู้ดังกล่าวนี้เกิดขึ้นเฉพาะบุคคลสำหรับแต่ละสถานการณ์ซึ่งอาจเหมือนหรือไม่เหมือนกับของบุคคลอื่น การรับรู้นี้เป็นกระบวนการที่คนรู้สึกต่อเหตุการณ์หรือวัตถุในโลกโดยอาศัยประสาททั้งห้าคือ การเห็น การได้กลิ่น การลิ้มรส การสัมผัส และการได้ยิน (เสนาะ ตีแยว, 2530, น. 71)

การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการของการเลือกเฟ้น จัดระบบและแปลความหมาย ความรู้สึก ความเข้าใจต่าง ๆ ที่บุคคลนั้นมีต่อสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง โดยจะเป็นไปตามสิ่งที่เขาได้เห็นได้ยิน หรือตามความเชื่อซึ่งอาจจะเป็นไปตามความเป็นจริงของสิ่งนั้น ๆ (Objective Reality) ก็ได้ (Robbins, 1993, อ้างถึงใน สุพานี สุภานุวานิช, 2552, น. 116)

การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการซึ่งบุคคลจัดระเบียบและตีความความรู้สึกประทับใจของตนเองเพื่อให้ความหมายเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม แต่อย่างไรก็ตาม การรับรู้ของคน ๆ หนึ่ง สามารถตีความให้แตกต่างจากความเป็นจริงได้อย่างมาก (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541, น. 73)

การรับรู้ของบุคคลอาจมีความแตกต่างกัน และไม่ตรงกับความเป็นจริงเสมอไป ขึ้นอยู่กับการตีความอันเป็นผลมาจาก ความรู้ ความเข้าใจ หรือความรู้สึกที่เกิดจากประสบการณ์ในอดีต ระดับสติปัญญา การสังเกต พิจารณา ทศนคติ ความเชื่อ ค่านิยม การคาดหวัง สภาวะจิตใจของบุคคล ตลอดจนชนิดและธรรมชาติของสิ่งเร้าที่เข้ามากระตุ้นอวัยวะสัมผัสในขณะนั้น

กล่าวโดยสรุป การรับรู้ หมายถึง กระบวนการที่บุคคลเกิดความรู้สึก การตีความ ความเข้าใจ กับข้อมูลข่าวสารใด ๆ ผ่านประสาทสัมผัสต่าง ๆ ซึ่งกระบวนการดังกล่าว อาจจะไม่เหมือนหรือไม่เหมือนกับบุคคลอื่นก็ได้

ในส่วนของ การรับรู้ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสื่อสาร มีปัจจัยควรคำนึงถึง 3 ประการ ได้แก่ (ภัสวดี นิติเกษตรสุนทร, 2546, น. 36-37)

1. ธรรมชาติและชนิดของสิ่งเร้า สิ่งเร้า หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่เข้ามาเร้า หรือกระตุ้นอวัยวะสัมผัส สิ่งเร้าที่เข้ามากระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม แบ่งออกเป็น สิ่งเร้าภายใน และสิ่งเร้าภายนอก

- สิ่งเร้าภายใน เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นภายในบุคคล ได้แก่ ความต้องการทางร่างกาย ความคิด ความจำ ประสบการณ์ ความเชื่อ ทศนคติ ค่านิยม ฯลฯ เช่น ความหิวกระตุ้นให้เกิดการรับรู้กลิ่นอาหารได้ไวกว่าในภาวะปกติ ความสุขกระตุ้นให้เกิดการมองโลก หรือรับรู้โลกในแง่ดี เป็นต้น

- สิ่งเร้าภายนอก เป็นสิ่งต่าง ๆ ที่อยู่รอบบุคคล ได้แก่ วัตถุ บุคคล และสถานการณ์ที่เกิดขึ้นและส่งผลต่อการรับรู้ของบุคคล เช่น การเข้าไปในสถานที่ที่มีเครื่องมือทางการแพทย์ระโยงระยาง ทำให้บุคคลเกิดมีความรับรู้ที่ต่างไปจากการเข้าไปในสถานที่ที่มีแสงสี และดนตรีอีกทีก็ชวนให้สนุกสนาน เป็นต้น

2. ลักษณะของผู้สื่อสาร ลักษณะของผู้สื่อสารในที่นี้หมายถึง ลักษณะของผู้ส่งสาร และผู้รับสารที่จำแนกได้เป็น ระดับสติปัญญา สภาพร่างกาย และสภาพจิตใจ

- ระดับสติปัญญา หมายถึง ความสามารถในการคิดและแก้ปัญหา โดยมีสมองเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ ในเชิงจิตวิทยา ระดับสติปัญญาของบุคคล ขึ้นอยู่กับอิทธิพลของพันธุกรรมและสิ่งแวดล้อม

- สภาพร่างกาย การรับรู้จะเป็นไปได้อย่างสมบูรณ์ ถ้าสภาพร่างกายของผู้ส่งสารและผู้รับสารมีความ “พร้อม” ในการรับรู้ ซึ่งหมายถึง ระบบประสาทสัมผัสในการรับรู้ทั้ง 5 ไม่มีความบกพร่อง สรีระทางกายไม่มีความผิดปกติ และขณะที่ทำการสื่อสาร ร่างกายไม่อยู่ในสภาพที่เหนื่อยล้าจนเกินไป

- สภาพจิตใจ นอกจากสภาพร่างกายแล้ว สภาพจิตใจขณะทำการสื่อสารก็มีส่วนต่อการรับรู้โดยตรง ผู้สื่อสารที่มีความตั้งใจ ความสนใจ และมีความคาดหวังต่อผลที่จะเกิดจากการสื่อสารย่อมมีการรับรู้ที่ดีกว่าผู้ที่ไม่ตั้งใจ หรือไม่ใส่ใจต่อการสื่อสารนั้น ๆ นอกจากนี้ สภาพจิตใจ ยังหมายรวมถึง สภาพอารมณ์ขณะทำการสื่อสารอีกด้วย

3. การตีความของผู้สื่อสาร การตีความที่แตกต่างกันของผู้สื่อสาร ส่งผลให้การรับรู้แตกต่างกัน สิ่งสำคัญที่มีผลต่อการตีความได้แก่ ปัจจัยด้านสังคม อาทิ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ (เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม) วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี ที่ล้วนแต่เป็นตัวหล่อหลอมทัศนคติ ความเชื่อ ค่านิยม และวิถีทางในการดำเนินชีวิตของบุคคล

นอกจากนี้ การตีความยังขึ้นอยู่กับประสบการณ์เดิมของผู้สื่อสารเป็นสำคัญ เช่น บุคคลที่เคยถูกสุนัขกัดในตอนเป็นเด็ก เมื่อเห็นสุนัข ก็เกิดการรับรู้ว่าสุนัขเป็นสัตว์ดุร้าย เป็นต้น

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงนำแนวคิดเรื่องการรับรู้ที่กล่าวมาข้างต้น มาอธิบายถึงการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของพนักงานบริษัท ทูมพรอดุสาหกรรมน้ำมันปาล์ม จำกัด (มหาชน) ได้แก่ ข้อมูลข่าวสารประเภท นโยบาย วิสัยทัศน์ เป้าหมาย ภารกิจ ระเบียบ วิธีปฏิบัติงาน ข้อกำหนดมาตรฐาน ข้อบังคับ ประกาศ แนวปฏิบัติ ข้อมูลองค์กร ข้อมูลสินค้า และกิจกรรมต่าง ๆ ของบริษัทว่าเกิดจากปัจจัยอะไรบ้าง พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจในข้อมูลข่าวสาร ผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ อย่างไร

แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร

ผู้รับข่าวสารมีพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อและข่าวสารที่แตกต่างกันตามแบบเฉพาะของตนเอง แรงผลักดันที่ทำให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งได้มีการใช้สื่อเกิดจากปัจจัยพื้นฐานดังนี้ (ชวรัตน์ เชิดชัย, 2527, น. 170, อ้างถึงใน นิสากร เศรษฐวรารังกูร, 2549, น. 18-19)

1. ความเหงา (Loneliness) เป็นเหตุผลทางจิตวิทยาโดยตรงที่ว่า ปกติคนเราไม่ชอบที่จะอยู่ตามลำพัง เนื่องจากเกิดความรู้สึกสับสน วิดกกังวล หวาดกลัว และการเฝ้าระวังจากสังคม ดังนั้น จึงพยายามที่จะรวมกลุ่มเพื่อสังสรรค์กับผู้อื่นเท่าที่โอกาสจะอำนวยให้ เมื่อไม่สามารถจะติดต่อสังสรรค์กับบุคคลใดโดยตรง สิ่งที่ดีที่สุดคือการอยู่กับสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ในการสื่อสาร นั่นก็คือการอยู่กับสื่อมวลชนนั่นเอง

2. ความอยากรู้อยากเห็น (Curiosity) นับเป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์ ดังนั้นสื่อมวลชนจึงถือเอาความอยากรู้อยากเห็นเป็นหลักสำคัญอย่างหนึ่งในการเสนอข่าวสารโดยทั่วไป มนุษย์จะอยากรู้อยากเห็นโดยเริ่มจากสิ่งเหล่านั้นมีผลกระทบต่อตนเองทั้งทางตรงและทางอ้อม รวมไปถึงความอยากรู้อยากเห็นจากสื่อมวลชนซึ่งเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในแง่ต่าง ๆ เช่น สาเหตุของเหตุการณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์นั้น รวมทั้งผลกระทบซึ่งอาจเกิดขึ้นกับตนเองหรือผู้อื่นอีกด้วย

3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง (Self-aggrandizement) โดยพื้นฐานมนุษย์เป็นผู้เห็นแก่ตัว ในฐานะที่เป็นผู้รับสารจึงต้องการแสวงหาและใช้ข่าวสารบางอย่างที่จะเป็นประโยชน์ต่อตนเอง เพื่อช่วยให้ความคิดของตนบรรลุผล เพื่อให้ข่าวสารที่ได้มาเสริมสร้างบารมี เพื่อให้ได้ข่าวสารที่จะช่วยให้ตนเองได้รับความสะดวกสบาย รวมทั้งให้ได้ข่าวสารที่ทำให้ตนเองเกิดความสนุกสนานบันเทิง

4. ลักษณะเฉพาะของสื่อมวลชนทั่วไป (Characteristic of Media) สื่อมวลชนแต่ละอย่างจะมี “ลักษณะเฉพาะ” ที่ผู้รับสารแต่ละคนแสวงหาและที่ได้ประโยชน์ไม่เหมือนกัน “ลักษณะเฉพาะ” ของสื่อแต่ละอย่างจึงมีส่วนที่ทำให้ผู้รับสารแต่ละคนจะหันเข้าหาสื่อเฉพาะบางอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการและทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ

พรทิพย์ วรกิจโกศาทร (2540, น. 292, อ้างถึงใน นิสากร เศรษฐวรารังกูร, 2549, น. 19-20) ได้กล่าวสรุปไว้ว่า ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสื่อตามลักษณะดังต่อไปนี้

1. เลือกสื่อที่สามารถจัดหามาได้ (Availability) ธรรมชาติของมนุษย์นั้นจะใช้เวลาพยายามเพียงระดับหนึ่งเท่านั้น อะไรที่ได้มามากมาย มักไม่ได้รับการเลือก แต่ถ้าสามารถได้มาไม่ยากนัก มักจะเลือกสิ่งนั้น เช่นเดียวกับสื่อ ผู้รับสารจะเลือกสื่อที่ไม่ต้องใช้ความพยายามมาก

เช่น ในชนบทประชาชนส่วนใหญ่จะเปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นสำคัญ เนื่องจากสามารถจัดหาวิทยุมาได้ง่ายกว่าสื่ออื่น หรือประชาชนกรุงเทพมหานครในกลุ่มวัยทำงานและวัยรุ่น ก็มักจะนิยมใช้สื่ออินเทอร์เน็ตมากขึ้น เป็นต้น

2. เลือกสื่อที่สอดคล้อง (Consistency) เลือกสื่อที่สอดคล้องกับความรู้ ค่านิยม ความเชื่อและทัศนคติของตน เช่น นิสิตนักศึกษา และนักวิชาการมักนิยมอ่านหนังสือพิมพ์มติชน มากกว่าหนังสือพิมพ์อื่น ๆ เพราะหนังสือพิมพ์ดังกล่าวให้ข่าวสารสาระความรู้ ในแง่วิชาการที่สอดคล้องกับตน

3. เลือกสื่อที่สะดวกสบาย (Convenience) ปัจจุบันผู้รับสารสามารถเลือกรับสื่อได้ทั้งทางวิทยุ โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ นิตยสารและสื่อบุคคล แต่ละคนจะมีพฤติกรรมการรับสื่อที่แตกต่างกันตามที่ตนสะดวก เช่น บางคนนิยมรับฟังข่าวสารทางวิทยุกระจายเสียงขณะขับรถ บางคนนิยมอ่านหนังสือในห้องสมุด ชอบนั่งหรือนอนชมโทรทัศน์

4. การเลือกสื่อตามความเคยชิน (Accustomedness) ปกติจะมีบุคคลกลุ่มหนึ่งในสังคมที่จะไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงการรับสื่อที่ตนเคยเปิดรับอยู่ ซึ่งมักจะพบในบุคคลที่มีอายุมาก เช่น เคยรับฟังสื่อวิทยุเป็นประจำมักจะไม่สนใจเปิดรับหนังสือพิมพ์หรือสื่ออื่น ๆ เป็นต้น

5. ลักษณะเฉพาะของสื่อ (Characteristic of Media) จากที่กล่าวมาทั้งสี่ข้อข้างต้นนั้น เป็นความต้องการสื่อของผู้รับสารเป็นหลัก แต่ข้อนี้จะเป็นคุณลักษณะเฉพาะของสื่อที่มีผลต่อการเลือกสื่อของผู้รับสาร เช่น ลักษณะเด่นของหนังสือพิมพ์ คือ สามารถให้ข่าวสารในรายละเอียดได้ดีกว่า ราคากฎ และสามารถนำติดตัวไปได้ทุกหนทุกแห่ง สื่อโทรทัศน์ทำให้เห็นภาพเป็นจริงได้ มีความรู้สึกเหมือนอยู่ร่วมในเหตุการณ์มีแสงสีดึงดูดใจ เป็นต้น

นอกจากนั้น พรทิพย์ วรวิจิตร (2540, น. 290-291, อ้างถึงใน นิสากร เศรษฐวรานุ, 2549, น. 19-20) ยังได้กล่าวถึงความสัมพันธ์ของผู้รับสารต่อข่าวสารว่ามีอยู่ 4 ประการ ประกอบด้วย

1. ความต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์ (Utilization) ผู้รับสารจะเปิดรับข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ตนเองเป็นสำคัญ เช่น ฟังเพลงเพื่อความบันเทิง อ่านข่าวที่จะเป็นประโยชน์ในการประกอบอาชีพ เป็นต้น

2. ความต้องการข่าวสารที่สอดคล้อง (Consistency) ผู้รับสารจะเปิดรับสารที่สอดคล้องกับค่านิยม ความเชื่อและทัศนคติของผู้รับสาร ข่าวสารใดที่ไม่สอดคล้องมักจะไม่ได้รับความสนใจหรือได้รับการปฏิเสธจากผู้รับสาร เช่น ผู้ที่เล่นหุ้นมักติดตามข่าวที่เกี่ยวกับความเคลื่อนไหวของหุ้น เป็นต้น

3. ความต้องการข่าวสารที่สะดวกในการได้มา (Availability) ผู้รับสารนั้นจะมีข้อจำกัดในการเปิดรับข่าวสาร ถึงแม้ว่าข่าวสารเป็นข่าวสารที่ให้ประโยชน์และสอดคล้องกับตัวเอง แต่ถ้าข่าวสารดังกล่าวได้มาด้วยความยากลำบากหรือไม่สะดวก ผู้รับสารก็ไม่อาจเปิดรับข่าวสารนั้นได้ ดังนั้นการเปิดรับสารจึงขึ้นอยู่กับความสะดวกในการได้รับข่าวสาร

4. ความอยากรู้อยากเห็น (Curiosity) เป็นความต้องการที่อยากมีประสบการณ์ใหม่ ๆ ซึ่งเป็นธรรมชาติของมนุษย์อย่างหนึ่ง และยิ่งอยู่ในสังคมปัจจุบันที่มีอะไรเปลี่ยนแปลงมีประสบการณ์ใหม่ ๆ ตลอดเวลา เหล่านี้เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้มนุษย์เปิดรับข่าวสาร

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงนำแนวคิดเกี่ยวกับการเลือกสรรและการเปิดรับข่าวสารที่กล่าวมาข้างต้น มาอธิบายถึงกระบวนการในการเปิดรับข่าวสารของพนักงานบริษัท ชุมพรอุตสาหกรรมน้ำมันปาล์ม จำกัด (มหาชน) ว่าพนักงาน มีวิธีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารประเภทต่าง ๆ ได้แก่ นโยบาย วิสัยทัศน์ เป้าหมาย ภารกิจ ระเบียบ วิธีปฏิบัติงาน ข้อกำหนดมาตรฐาน ข้อบังคับ ประกาศ แนวปฏิบัติ ข้อมูลองค์กร ข้อมูลสินค้า และกิจกรรมต่าง ๆ ของบริษัทอย่างไร ใช้ช่องทางใดบ้างในการเปิดรับข้อมูล และมีปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลให้พนักงานเปิดรับข้อมูลข่าวสารขององค์กร

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการเลือกงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนั้น ผู้ศึกษาได้เลือกงานวิจัยที่มีตัวแปรการศึกษาที่คล้ายกันกับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ รูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร ซึ่งมีผู้ทำการศึกษาวิจัยไว้แล้ว ดังนี้

ศุภมน อนุศาสนนันท์ (2549, น. บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัย “ศึกษารูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร: กรณีศึกษาองค์การเภสัชกรรม” พบว่า ผู้บริหารมีการนำการสื่อสารเพื่อการบริหารงานในองค์การเภสัชกรรมให้บรรลุวัตถุประสงค์ เป็นการสื่อสารแบบเป็นทางการมากที่สุด โดยในการวิจัยเชิงปริมาณ พนักงานองค์การเภสัชกรรมมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารในทางที่ไม่ดี กล่าวคือ รูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรทั้งจากบนลงล่าง จากล่างขึ้นบน และแบบแนวนอน พนักงานส่วนใหญ่มีความเห็นว่าการสื่อสารภายในยังไม่มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ เนื่องจากความแตกต่างระหว่างบุคคลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล มีช่องว่างในการติดต่อสื่อสารกันมาก กล่าวคือ ช่องว่างทางสายบังคับบัญชามีมาก รวมถึงช่องว่างระหว่างพนักงานด้วยกัน โดยขึ้นอยู่กับปัจจัยทางประชากรศาสตร์มากที่สุด

ศิวพร จันทร์จำเนียร (2539, น. บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “การรับรู้และทัศนคติของพนักงานที่มีต่อนโยบายและแนวทาง การแปรรูปรัฐวิสาหกิจขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย” ผลการวิจัยพบว่า

1. ความแตกต่างทางลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา อายุงาน และตำแหน่งงาน ไม่มีความแตกต่างในด้านการรับรู้ นโยบายและแนวทางการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ ขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย

2. ทัศนคติของพนักงานส่วนใหญ่ มีการแสดงออกทัศนคติไม่แตกต่างกัน โดยแสดงความคิดเห็นออกมาในแนวทางไม่สนับสนุน ต่อนโยบายและแนวทางการแปรรูปรัฐวิสาหกิจขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย

3. พนักงานที่มีความแตกต่างทางด้านสถานภาพการทำงาน ได้แก่ รายได้ อายุงาน และตำแหน่งงาน จะมีทัศนคติต่อนโยบาย และแนวทางการแปรรูปรัฐวิสาหกิจขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย ไม่แตกต่างกัน

4. พนักงานที่มีระดับการศึกษาสูง จะมีทัศนคติในแนวทาง สนับสนุนต่อนโยบาย และแนวทางการแปรรูปรัฐวิสาหกิจขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยมากกว่าพนักงานที่มีระดับการศึกษาต่ำ

5. การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทต่าง ๆ ของพนักงาน พบว่า ส่วนใหญ่จะเป็นการพูดคุยกันระหว่างพนักงาน รองลงมา สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ จุลสาร สื่อสารสนเทศ

มานิดา คำจีน (2547, น. บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การสื่อสารภายในองค์กรที่มีผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานรายเดือน:กรณีศึกษา: บริษัท วาโทอุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 26-30 ปี การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีวุฒิการศึกษาไม่ตรงกับลักษณะงานที่ทำ โดยมีระยะเวลาในการทำงาน 1-5 ปี และส่วนใหญ่เป็นพนักงานในสำนักงาน/ไฟร์แมน/ซูเปอร์ การสื่อสารภายในองค์กรที่พนักงานปฏิบัติอยู่พบว่า แหล่งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ภายในองค์กรที่พนักงานรับทราบและเห็นว่าให้ความถูกต้อง ชัดเจนที่สุด ส่วนใหญ่มาจากผู้บริหาร/ผู้บังคับบัญชา ในด้านข้อบกพร่องในการติดต่อสื่อสารนั้นมาจากข้อมูลข่าวสารที่ได้รับไม่ละเอียด ครบถ้วนและการตีความหมายของสิ่งที่ต้องการสื่อสารผิด ส่วนด้านช่องทางการติดต่อสื่อสารที่ใช้มากในการติดต่อสื่อสารแบบบนสู่ล่างและล่างสู่บน คือ ตามลำดับสายบังคับบัญชา แบบแนวนอน คือ อธิบายงานด้วยตนเอง (คุยเป็นการส่วนตัว) และแบบข้ามสายงาน คือ การใช้โทรศัพท์ ส่วนลักษณะการปฏิบัติงานร่วมกันของพนักงานนั้น มีการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน นอกจากนี้ ยังพบว่า

ลักษณะการติดต่อสื่อสารแบบบนสู่ล่างนั้น ผู้บริหาร/ผู้บังคับบัญชาเป็นผู้ชี้แจงนโยบายขององค์กร หรือนำข่าวสารต่าง ๆ ภายในองค์กรมาถ่ายทอดให้พนักงานรับทราบโดยทั่วถึง โดยผู้บังคับบัญชา มีการจัดประชุมหรือพูดคุยกับพนักงานในหน่วยงานอยู่เสมอ ๆ รวมทั้งมีการวิจารณ์ ดิชมการทำงาน ส่วนแบบล่างสู่บน คือ เมื่อพนักงานไม่เข้าใจงานที่ได้รับมอบหมาย สามารถเข้าพบเพื่อขอ คำอธิบายได้ตลอดเวลา และสามารถแสดงความคิดเห็นต่อผู้บังคับบัญชาได้ทั้งในที่ประชุมและ การสนทนา แบบแนวนอน คือ พนักงานมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่ เกิดขึ้นบ่อย ๆ รวมทั้งสามารถวิจารณ์ เสนอแนะการทำงานของเพื่อนร่วมงานได้ และเมื่อมีโอกาส จะร่วมสังสรรค์กับเพื่อนร่วมงานด้วยความเต็มใจ ส่วนแบบข้ามสายงาน คือ พนักงานต้องมีการ ติดต่อสื่อสารและประสานงานกับหน่วยงานอื่นมาก

ด้านความพึงพอใจในรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร พบว่า พนักงานมีความพึงพอใจในรูปแบบการสื่อสารแบบแนวนอน แบบล่างสู่บน และบนสู่ล่าง อยู่ในระดับมาก ส่วนแบบ ข้ามสายงานมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ด้านความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน พบว่า พนักงานมีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งพนักงานมีความพึงพอใจที่ผู้บังคับบัญชาเปิดโอกาสให้สิทธิ ในการตัดสินใจในงานที่รับผิดชอบอยู่ในระดับที่เหมาะสมมากที่สุด รองลงมาคือ องค์กรพร้อมจะ ให้ความช่วยเหลือฝึกอบรมและให้คำแนะนำ เพื่อให้สามารถนำมาปรับปรุงการปฏิบัติงาน ส่วนใน ด้านที่พนักงานพึงพอใจน้อยนั้น คือ งานที่ปฏิบัติมีอุปสรรคและปัญหาที่ต้องแก้ไขอยู่บ่อยครั้ง รวมทั้งบรรยากาศและสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ต้องการให้มีการปรับปรุงให้ดีขึ้น

อีกทั้งผลการทดสอบสมมติฐานด้านความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในรูปแบบ การสื่อสารและความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานรายเดือน พบว่า ความพึงพอใจใน การติดต่อสื่อสารในรูปแบบการสื่อสารแบบบนสู่ล่าง แบบล่างสู่บน และแบบข้ามสายงาน กับ ความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์ทางบวกอยู่ในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนรูปแบบการสื่อสารแบบแนวนอนกับความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน มี ความสัมพันธ์ทางบวกอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่ง หมายความว่า ถ้าพนักงานมีความพึงพอใจในรูปแบบการสื่อสารมากขึ้นก็จะมี ความพึงพอใจใน การปฏิบัติงานมากขึ้นด้วย

ชนินาถ เจริญผล (2538, น. บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษารูปแบบการ สื่อสาร การรับรู้สภาพแวดล้อมในองค์กร และความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานการ ทำเรือแห่งประเทศไทย: รัฐวิสาหกิจที่กำลังจะแปรรูป” ผลการวิจัยมีดังต่อไปนี้

1. รูปแบบการสื่อสารในองค์กร เป็นการสื่อสารสองทาง
2. การรับรู้สภาพแวดล้อมในองค์กร พนักงานส่วนใหญ่รับรู้เรื่องการปฏิบัติงานของผู้บังคับบัญชาขั้นต้นมากที่สุด
3. ความพึงพอใจในการทำงาน พนักงานส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านความสำเร็จในการทำงานมากที่สุด
4. องค์ประกอบทางสังคมด้านอายุ และระยะเวลาของการทำงานมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการทำงาน ส่วนองค์ประกอบทางสังคมด้านอื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการทำงาน
5. องค์ประกอบทางสังคมไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้สภาพแวดล้อมในองค์กร
6. พนักงานชายมีการรับรู้สภาพแวดล้อมในองค์กรด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างจากพนักงานหญิง คือ ชายมีมากกว่าหญิง ส่วนการรับรู้ด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน และพนักงานชายมีความพึงพอใจในการทำงานด้านความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายแตกต่างจากพนักงานหญิง คือ ชายมีมากกว่าหญิง ส่วนความพึงพอใจในด้านอื่น ๆ ไม่มีความแตกต่างกัน
7. การรับรู้สภาพแวดล้อมในองค์กรด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และการปฏิบัติงานของผู้บังคับบัญชาขั้นต้น มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการทำงาน ส่วนการรับรู้สภาพแวดล้อมในองค์กรด้านอื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์
8. ผู้บริหารมีการรับรู้สภาพแวดล้อมในองค์กรด้านนโยบาย และการบริหารแตกต่างจากผู้ปฏิบัติการ คือ ผู้บริหารมีมากกว่าผู้ปฏิบัติการ ส่วนการรับรู้ด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน และผู้บริหารมีความพึงพอใจในการทำงานด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในองค์กรแตกต่างจากผู้ปฏิบัติการ คือ ผู้บริหารมีมากกว่าผู้ปฏิบัติการ ส่วนความพึงพอใจในด้านอื่น ๆ ไม่มีความแตกต่างกัน

จากผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เมื่อผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาแล้ว จะสามารถนำผลการศึกษาที่ได้มาเปรียบเทียบกับจากงานวิจัยที่เคยมีผู้ศึกษาไว้ ในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ ความแตกต่างทางลักษณะประชากรศาสตร์ รูปแบบการสื่อสาร และการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ซึ่งทำให้ผู้ศึกษาสามารถที่จะอ้างอิงได้ว่า จากการศึกษานี้ ผลของการศึกษามีความคล้ายคลึงหรือมีความแตกต่างจากงานวิจัยอื่นในประเด็นใดบ้าง เพื่อให้การศึกษานี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น