

บทที่ 2

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารของผู้ปฏิบัติงานบริการสารสนเทศของห้องสมุดมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้ศึกษานำเสนอการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

- ความรู้เกี่ยวกับการสื่อสาร
- แนวคิดเกี่ยวกับงานบริการ
- งานบริการของห้องสมุดมหาวิทยาลัย
- งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความรู้เกี่ยวกับการสื่อสาร

ความหมายของการสื่อสาร

การสื่อสารนับเป็นสิ่งจำเป็นยิ่งสำหรับการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ในชีวิตของมนุษย์ ซึ่งต้องมีความเกี่ยวข้องกัน การติดต่อสื่อสาร แลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็นและความต้องการของตน รวมทั้งเป็นการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ความเข้าใจซึ่งกันและกัน เพราะข่าวสารนั้นเป็นปัจจัยที่นำมาใช้ประกอบการตัดสินใจของมนุษย์และจากความสำคัญดังกล่าวมีผู้ให้คำนิยาม คำจำกัดความ ขอบเขตของการสื่อสารแตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่าจะพิจารณาการสื่อสารในแง่ใด และมีวัตถุประสงค์ที่จะใช้การสื่อสารนั้นอย่างไร ซึ่งมีนักวิชาการกล่าวถึงการสื่อสารไว้ดังนี้

กิติมา สุรสนธิ (2541, 2) กล่าวว่า การสื่อสารเป็นพื้นฐานของกิจกรรมต่างๆ ในสังคมมนุษย์ไม่ว่าจะบุคคล สมัยใดที่ทำให้มนุษย์สามารถจะถ่ายทอดความคิด ความตั้งใจความปรารถนา ความรู้สึก ความรู้และประสบการณ์ จากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่งได้

เกศินี จุฑาวิจิตร (2542, 4) ให้ความหมายว่า การสื่อสารเป็นกระบวนการในการแลกเปลี่ยนข่าวสารที่มีลักษณะข่าวสารในลักษณะเป็นพลวัต เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา และไม่มีที่สิ้นสุด การสื่อสารเป็นกระบวนการที่มีการเคลื่อนไหว และความต่อเนื่องโดยมีเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจง เช่น เพื่อการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ เพื่อถ่ายทอดค่านิยมทางสังคม เป็นต้น การสื่อสารเป็นกระบวนการ ซึ่งคนเรามีปฏิสัมพันธ์กันและกัน เพื่อความมุ่งหมายที่จะให้เกิดการผสมกลมกลืนกัน ทั้งในระหว่างบุคคลและภายในตัวบุคคลผู้นั้นเอง การสื่อสารเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องกันระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร โดยที่องค์ประกอบของการสื่อสารแต่ละ

องค์ประกอบมีความสัมพันธ์และเกี่ยวข้องกัน เช่น ถ้าไม่มีผู้ส่งสารก็ไม่มีผู้รับสาร ถ้าไม่มีผู้รับสารก็ไม่มีปฏิกิริยาตอบกลับ และเมื่อองค์ประกอบใดประกอบหนึ่งเกิดการเปลี่ยนแปลง ก็จะส่งผลกระทบต่อองค์ประกอบอื่นๆด้วย และการสื่อสารคือ เหตุการณ์ที่ต้องมีองค์ประกอบอย่างน้อย 5 ชนิดที่เกิดขึ้นตามลำดับดังต่อไปนี้

1) ผู้ส่งสารหรือผู้สร้าง 2) สิ่งเร้าในรูปของเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ 3) สิ่งเร้าซึ่งถูกส่งไปยังผู้รับสิ่งเร้า 4) ผู้รับสิ่งเร้าอย่างน้อย 1 คน 5) ผู้ตอบสนองสิ่งเร้าด้วยการพินิจพิเคราะห์ การสื่อสารจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อผู้รับสิ่งเร้าที่ผู้ส่งมาในรูปของเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ จนกระทั่งเกิดสหสัมพันธ์ระหว่างการโต้ตอบสิ่งเร้า ที่ผู้ส่งหวังจะได้รับการตอบสนองจากผู้รับสิ่งเร้าและโต้ตอบต่อสิ่งเร้า ผู้ที่รับสิ่งเร้าได้ตอบไปจริงๆ

ทองธรรม ชีระกุล (2548, 51-61) กล่าวว่า การสื่อสาร หมายถึง กระบวนการถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสาร และเรื่องราวต่างๆจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารโดยวิธีการใดวิธีการหนึ่งในสภาพแวดล้อมหนึ่งๆจนเกิดการเรียนรู้ความหมายในสิ่งที่ถ่ายทอดร่วมกันและตอบสนองต่อกันได้ตรงตามเจตนาของทั้งสองฝ่าย ซึ่งอาจจะมีลักษณะเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลและการสื่อสารขององค์กร

ดารา ทีปะปาล (2541, 23) ให้ความหมายว่า การสื่อสาร คือ กระบวนการถ่ายทอดข่าวสารระหว่างบุคคลที่เกี่ยวข้องกัน 2 ฝ่าย ฝ่ายหนึ่งเป็นผู้ส่งสาร ไปยังฝ่ายหนึ่งซึ่งเป็นผู้รับข่าวสาร เพื่อให้เกิดการรับรู้ซึ่งกันและกันและแสดงพฤติกรรมตอบสนองต่อกัน

ธนวิ บุญลือ และคนอื่นๆ (2545, 1-2) กล่าวว่า การสื่อสาร หมายถึง รูปแบบหนึ่งของการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกันระหว่างบุคคล ซึ่งหากจะกล่าวในเชิงโวหารแล้ว การแลกเปลี่ยนนั้นอาจทำให้บุคคลสามารถเข้าถึงจิตใจของผู้อื่นได้

นัยนา นพน์อม (2549, 8) กล่าวว่า การสื่อสาร หมายถึง กระบวนการถ่ายทอดความคิด ความรู้ ความปรารถนา และประสบการณ์ จากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นผู้ส่งสารและผู้รับสารผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆเพื่อก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันอันนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงบนวิถีทางที่ตั้งวัตถุประสงค์เอาไว้

มัลลิกา ต้นสอน (2544, 100) ให้ความหมายของการสื่อสาร คือ เป็นการส่งผ่านข้อมูล ข่าวสารและความเข้าใจจากผู้ส่งสาร ไปยังผู้รับสาร เพื่อทำให้ทั้งสองฝ่ายเกิดการเข้าใจร่วมกัน ซึ่งเป็นพื้นฐานในการกำหนดรูปแบบของกระบวนการติดต่อสื่อสาร ที่ให้ความสำคัญกับผู้ส่งข่าวสาร ผู้รับสาร กระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลและข้อมูลย้อนกลับที่ทำให้การติดต่อสื่อสารสะดวกขึ้น ตลอดจนพิจารณาเสียงรบกวนที่เข้ามาสอดแทรกทำให้การติดต่อสื่อสารขาดประสิทธิภาพ

วิชัย โวหารดี (2541, 1) ให้ความหมายของการสื่อสาร หมายถึง กระบวนการถ่ายทอดความรู้ ความคิด ความรู้สึก ทักษะ ทักษะ ความเชื่อระหว่างมนุษย์ โดยอาศัยช่องทางผ่านทางภาษา และวัจนะภาษา โดยมีเป้าหมายเพื่อให้บุคคลที่สื่อสารกันมีลักษณะทางความคิด ความรู้เหมือนกัน การมีความรู้ความเข้าใจเหมือนกัน ทำให้เกิดประสิทธิภาพต่อการทำงาน

สมยศ นาวิการ (2544, 420) ให้ความหมายของการสื่อสารว่า คือ การถ่ายทอดข้อมูลและความเข้าใจจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง ด้วยวิธีการของสัญลักษณ์ที่มีความหมายการติดต่อสื่อสาร คือ วิธีการของการแลกเปลี่ยนความคิด ทักษะ และข้อเท็จจริง

สุพานี สฤษดิ์ (2549, 337) กล่าวว่า การติดต่อสื่อสารเป็นการเคลื่อนย้ายหรือส่งผ่านข่าวสาร ข้อมูล หรือความหมายบางอย่างของคน 2 คนขึ้นไป เพื่อให้เกิดความเข้าใจกัน หรือเพื่อวัตถุประสงค์บางอย่างตามที่ต้องการ

สุนน อยู่สิน (2545, 182) ให้ความหมายของการสื่อสาร เป็นกระบวนการถ่ายทอดข่าวสารจากผู้สื่อสารไปยังผู้รับสารโดยผ่านสื่อหรือช่องทางต่างๆ เมื่อผู้รับสารได้รับสารที่ส่งมาแล้วต้องสามารถตีความหมายของสาร หรือมีความเข้าใจร่วมกันระหว่างผู้ส่งสาร และผู้รับสารจึงถือว่าการสื่อสารนั้นประสบความสำเร็จ และการสื่อสารห้องสมุดมหาวิทยาลัย แบ่งเป็นการสื่อสารภายในและภายนอก มีทั้งลักษณะที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ บทบาทหน้าที่ของการสื่อสาร คือ การสร้างความเข้าใจในการทำงานร่วมกันและเกิดความร่วมมือกัน

อรุณ รักธรรม (2533, 812) ให้คำจำกัดความของการติดต่อสื่อสารว่า การติดต่อสื่อสาร หมายถึง การแลกเปลี่ยนคำพูด อักษร สัญลักษณ์ หรือข่าวสาร เพื่อที่จะให้สมาชิกในองค์การใดองค์การหนึ่ง ได้เข้าใจความหมายและสามารถเข้าใจฝ่ายอื่นๆ ได้

Berelso (1954, 18) ให้นิยาม การสื่อสารว่า เป็นการกระทำ หรือกระบวนการถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสาร ความคิด อารมณ์ ความรู้สึก ทักษะ ฯลฯ โดยการใช้สัญลักษณ์ ซึ่งอาจเป็นคำพูด หนังสือ ภาพ ตัวเลข กราฟ

Berlo (1960, 7) ให้ความหมายของการสื่อสารว่า การสื่อสารคือ การตีความหมายโดยสัญลักษณ์ตามต่อท่าทางที่แสดงเป็นสัญลักษณ์โดยไม่รู้ตัว ต่อความคิดและพฤติกรรมของบุคคล

Miller (1951, 11-13) ให้ความหมายของการสื่อสารว่า เป็นการถ่ายทอดข่าวสารจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง

Weaver (1960, 49) ให้ความหมายของการสื่อสารว่า การสื่อสารเป็นคำที่มีความหมายกว้างและครอบคลุมถึงกระบวนการทุกอย่างที่จิตใจของคนๆ หนึ่ง อาจมีผลต่อจิตใจของคนอีกคนหนึ่ง การสื่อสารจึงไม่ได้หมายความว่าเพียงการเขียนและการพูดเท่านั้น หากยังรวมไปถึงสื่อต่างๆ เช่น ดนตรี ภาพการแสดงบัลเล่ต์ และพฤติกรรมต่างๆ ของมนุษย์อีกด้วย

สรุปได้ว่า การสื่อสาร หมายถึง ผู้ส่งสาร ส่งสารหรือความคิดไปยังผู้รับสาร เพื่อก่อให้เกิดผลบางประการในตัวผู้รับสาร ผลที่เกิดขึ้นในตัวผู้รับสารอาจจะเป็นการเปลี่ยนแปลงในระดับความรู้ ทักษะ หรือพฤติกรรมของผู้รับสารก็ได้ จะเห็นได้ว่าวัตถุประสงค์ที่สำคัญประการหนึ่งของการสื่อสาร คือ การก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง

ความสำคัญของการสื่อสาร

จากการศึกษาเอกสารและผลงานทางวิชา พบว่า มีนักวิชาการกล่าวถึง ความสำคัญของการสื่อสารไว้ดังนี้ เสนาะ ดิยาว (2541, 3-5) กล่าวว่า ความสำคัญของการสื่อสาร พิจารณาได้ 3 ลักษณะ คือ

1. การสื่อสารทำให้เกิดความหมายการที่บุคคลมีความเข้าใจความหมายของการสื่อสารก็เพราะคนใช้สัญลักษณ์ในการสื่อสารให้เหมาะสมกับข้อมูล และเหตุการณ์ที่ต้องการ คือ แต่ละคนมีความคิดอยู่ในหัวแล้วว่า จะใช้การสื่อสารอย่างไรจึงจะแสดงความหมายตามที่ตนต้องการได้ กระบวนการในการสื่อสารที่จะเลือกใช้คำหรือสัญลักษณ์หรือวิธีการใดๆ ได้ถูกต้องเหมาะสมก็เพราะบุคคลนั้นเข้าใจความหมายของการสื่อสารที่เลือกใช้นั้นซึ่งจะทำให้บุคคลอื่นที่ติดต่อเข้าใจความหมายอย่างเดียวกัน

2. การสื่อสารทำให้คาดคะเนความคิดกันได้การที่บุคคลติดต่อสื่อสารกันโดยการใช้สัญลักษณ์ หรือเครื่องหมายใดๆ ทำให้ทั้งสองฝ่ายสามารถคาดคะเนการกระทำหรือความคิดกันได้ ทั้งนี้เพราะบุคคลย่อมจะเรียนรู้จากประสบการณ์ว่า รูปแบบการสื่อสารอย่างหนึ่งเกิดจากความคิดอย่างหนึ่ง และหากใช้รูปแบบและวิธีการอีกอย่างหนึ่งความคิดจะเป็นอีกอย่างหนึ่งซึ่งแตกต่างกัน

3. การสื่อสารทำให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลกัน การแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันนั้นมีอยู่ 2 ลักษณะคือ ประการแรก เป็นรูปแบบของการสื่อสารที่สำคัญมี 2 อย่าง คือ การสื่อสารด้วยการใช้คำพูดได้แก่ การพูดหรือเขียน ส่วนอีกรูปแบบหนึ่งคือ การสื่อสารที่ไม่ใช้คำพูด การสื่อสารทั้งที่เป็นคำพูดและไม่เป็นคำพูดนี้เป็นข้อมูลที่ให้ผู้ติดต่อสื่อสารเข้าใจความหมายได้เป็นอย่างดีที่แสดงให้เห็นบทบาทฐานความสำคัญของบุคคล ประการที่สอง เป็นสภาพของการสื่อสารที่เกิดขึ้นในองค์กร สภาพการสื่อสารอีกแบบหนึ่งคือ การสื่อสารเป็นกลุ่มใหญ่ภายในองค์กรและการสื่อสารของสมาชิกในองค์กรกับบุคคลนอกองค์กร

นัยนา นพน์อม (2549, 8-9) กล่าวว่า การสื่อสาร เป็นกระบวนการเกิดขึ้นเป็นปกติวิสัยของคนทุกคน และมีความเกี่ยวข้องไปถึงบุคคลอื่น ตลอดจนถึงสังคมที่แต่ละคนเกี่ยวข้องอยู่ไม่ว่าจะทำสิ่งใดล้วนต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือช่วยให้บรรลุจุดประสงค์ทั้งสิ้น ดังนั้นการสื่อสารจึงสำคัญสำหรับบุคคลและสังคมหลายด้าน คือ

1. ด้านชีวิตประจำวัน ในชีวิตประจำวันหนึ่งๆแต่ละคนจะต้องสื่อสารกับตัวเองและสื่อสารกับผู้อื่นตลอดเวลา นับตั้งแต่เวลาตื่นนอนก็ต้องสื่อสารกับตัวเองและคนอื่นที่อยู่ใกล้ตัว การฟังวิทยุ อ่านหนังสือ ออกจากบ้านไปปฏิบัติภารกิจประจำวัน ก็ต้องพบปะบุคคลและเหตุการณ์ต่างๆล้วนแต่เป็นสิ่งที่ต้องทำการสื่อสารอยู่ตลอดเวลา ไม่ในฐานะผู้ส่งสารก็ในฐานะผู้รับสาร หากคนเราขาดความรู้หรือทักษะการสื่อสารก็อาจทำให้การปฏิบัติภารกิจประจำวันอาจบกพร่องได้

2. ด้านสังคม การรวมกลุ่มในสังคมทั้งในระดับครอบครัว ชุมชน จนถึงระดับประเทศ จะต้องมีการสื่อสารให้เกิดความเข้าใจร่วมกันในเรื่องต่างๆมีกระบวนการทำให้คนยอมอยู่ในกฎเกณฑ์กติกาของสังคมมีการถ่ายทอดความรู้และทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

3. ด้านธุรกิจอุตสาหกรรม เกี่ยวกับการโฆษณาสินค้า การประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกองค์กร การบริหารจัดการประสานงาน การฝึกอบรมพนักงาน การใช้เครื่องมือเทคโนโลยี การสื่อสาร ฯลฯ กิจกรรมด้านธุรกิจอุตสาหกรรมจะต้องมีการสื่อสารที่ดีจึงจะประสบผลสำเร็จได้

4. ด้านการเมืองการปกครอง กิจกรรมด้านการเมืองการปกครองจะต้องใช้การสื่อสารทุกขั้นตอนเช่น การประชาสัมพันธ์ผลงานของรัฐบาล การสร้างความเข้าใจกับประชาชนในเรื่องต่างๆ การบังคับบัญชาสั่งการ การให้บริการประชาชน การชักชวนให้ปฏิบัติตามระเบียบกฎหมายซึ่งล้วนจะต้องใช้เทคนิควิธีการของการสื่อสารทั้งสิ้นด้านการเมืองระหว่างประเทศ ซึ่งต้องมีการติดต่อสร้างความสัมพันธ์ในด้านต่างๆ เช่น การค้า การทหาร การทำสนธิสัญญา ฯลฯ การมีนักการทูตประจำในประเทศต่างๆความสัมพันธ์ระหว่างประเทศในเรื่องๆเหล่านี้ มีความจำเป็นต้องใช้การติดต่อสื่อสารระหว่างกันอยู่เสมอ หากผู้เกี่ยวข้องมีความรู้และทักษะในการสื่อสารเพียงพอ่อมสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันได้

เสนาะ ดิยาว (2541, 2-5) ได้กล่าวถึง การสื่อสารเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญต่อมนุษย์ซึ่งทำให้มนุษย์มีความเจริญความคิดของมนุษย์ที่ล้าเลือนนั้นอาจเปลี่ยนให้เป็นจริงและนำมาไปปฏิบัติได้โดยอาศัยกระบวนการของการสื่อสาร ความรู้ทุกอย่างของมนุษย์ไม่ว่าจะเป็นทางด้านวิทยาศาสตร์และศิลปะ สังคมศาสตร์ หรือพฤติกรรมศาสตร์อาจนำมาถ่ายทอดเก็บรักษาไว้และปรับปรุงให้ดีขึ้นโดยอาศัยการสื่อสารทั้งสิ้นการสื่อสารเป็นกระบวนการทางสังคมที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับหน้าที่ต่างๆไม่ว่าจะเป็นของกลุ่มคน องค์กร หรือสังคมใดๆการขาดระบบการสื่อสารที่ดีไม่เพียงแต่จะกระทบต่อการประสานงานระหว่างผู้ปฏิบัติงานเท่านั้น แต่จะทำให้หน้าที่ต่างๆในองค์กรไม่อาจดำเนินงานต่อไปได้ การสื่อสารจึงเป็นตัวเชื่อมกิจกรรมต่างๆระหว่างหน่วยงานในองค์กรและในฐานะที่เป็นเครื่องมือในการทำงาน การสื่อสารจะช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานเข้าใจบทบาทของแต่ละคน หน่วยงานในองค์กรมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ซึ่งแต่ละคนทำงานร่วมกันโดยอาศัยระบบการจัดอำนาจบังคับบัญชาและการแบ่งงานกันทำเพื่อบรรลุเป้าหมายร่วมกัน

การสื่อสารทั้งที่เป็นคำพูดและไม่เป็นคำพูดนี้เป็น ข้อมูลที่ทำให้ผู้ที่ติดต่อสื่อสารเข้าใจความหมายได้เป็นอย่างดีที่แสดงให้เห็นบทบาทฐานะความสำคัญของบุคคลในองค์กร สภาพของการสื่อสารที่เกิดขึ้นในองค์กร ได้แก่ การสื่อสารระหว่างบุคคล เช่น การออกคำสั่งที่กระทำในลักษณะตัวต่อตัว การพบปะกันระหว่างบุคคลที่ทำงานในหน่วยงานเดียวกัน เพื่อประโยชน์ในการประสานงานกันการปรึกษาหารือกันเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันการประชุมเพื่อแก้ปัญหาบางอย่างในการทำงาน

องค์ประกอบของการสื่อสาร

จากการศึกษาเอกสารและผลงานทางวิชาการพบว่า มีนักวิชาการกล่าวถึงองค์ประกอบของการสื่อสาร ได้ดังนี้

กิติมา สุรสนธิ (2541, 6-17) กล่าวว่า องค์ประกอบของการสื่อสารนั้นมีองค์ประกอบย่อยๆ ที่สัมพันธ์กันอย่างเป็นระบบ สามารถที่จะพิจารณาองค์ประกอบเหล่านั้นได้ดังต่อไปนี้

1. ผู้ส่งสาร เป็นองค์ประกอบแรกในกระบวนการสื่อสารเป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการผู้ส่งสาร หมายถึง ทั้งบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีความคิด มีความต้องการ มีความตั้งใจที่จะส่งข่าวสาร อารมณ์ ความรู้สึกนึกคิด ความคิดเห็น ทักษะคติ ความเชื่อ และอื่นๆ ไปยังผู้รับสาร ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า ผู้ส่งสารเป็นองค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบอื่นๆ ทั้งการเลือกข้อมูลข่าวสาร สารที่จะส่งถ่ายทอดไป การเลือกวิธีการ และช่องทางที่จะทำให้อาสาไปถึงผู้รับสาร รวมทั้งการเลือกและกำหนดผู้รับสารที่จะเป็นผู้รับข้อมูลข่าวสาร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับใดระดับหนึ่ง หรือในด้านใดด้านหนึ่งกับบุคคลที่ตนสื่อสารด้วย เช่น การเปลี่ยนแปลงการรับรู้ การเปลี่ยนแปลงความเชื่อ ทักษะคติ และอื่นๆ ทั้งการเลือกข้อมูลข่าวสาร รวมทั้งการเลือกและกำหนดผู้รับสารที่จะเป็นข้อมูลข่าวสาร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการด้วย เช่น การเปลี่ยนแปลงในระดับใดระดับหนึ่ง หรือในด้านใดด้านหนึ่งกับบุคคลที่ตนสื่อสารด้วย เช่น การเปลี่ยนแปลงความเชื่อ ทักษะคติ และพฤติกรรมของบุคคล กลุ่ม หรือสังคม เป็นต้น

2. สาร หมายถึง เรื่องราวอันมีความหมายและแสดงออกมาโดยอาศัยภาษา หรือสัญลักษณ์ใดๆ ก็ตามที่สามารถทำให้เกิดการรับรู้ร่วมกันได้ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารจะเป็นตัวเร้าให้ผู้รับสารเกิดความรู้ความหมายและมีปฏิกิริยาตอบสนอง ซึ่งโดยทั่วไปแล้วสารจะประกอบด้วยส่วนสำคัญ 3 ส่วนคือ

- 2.1 รหัสสาร คือ ภาษา สัญลักษณ์ หรือสัญญาณ ที่มนุษย์คิดขึ้น เพื่อแสดงออกแทนความคิด ความรู้สึก ความเชื่อ ค่านิยม วัตถุประสงค์ต่างๆ ของผู้ส่งสาร ซึ่งรหัสสารอาจถูกแสดงออกมาเป็นสารที่เป็นภาษาพูด ภาษาเขียน และรหัสของสารที่ไม่ใช่ภาษาเขียน

2.2 เนื้อหาของสาร หมายถึง เรื่องราวต่างๆที่ผู้ส่งสารต้องการจะถ่ายทอดไปยังผู้รับสาร ซึ่งเนื้อหาของสารนั้นอาจแบ่งออกได้เป็นหลายประเภท หลายลักษณะตามเนื้อหาของสารในรูปแบบต่างๆเช่น เนื้อหาโดยทั่วไป เนื้อหาเฉพาะเนื้อหาเชิงวิชาการต่างๆ และเนื้อหาที่ไม่ใช่วิชาการ หรืออาจเป็นเนื้อหาประเภทบอกเล่ากับเนื้อหาที่เป็นข่าวบันเทิง และเนื้อหาชักจูงใจ เป็นต้น

2.3 การเรียงลำดับสาร หมายถึง รูปแบบวิธีการในการนำรหัสสารมาเรียบเรียงเพื่อให้ได้ใจความเนื้อหาที่ต้องการ ซึ่งมักจะขึ้นอยู่กับลักษณะโครงสร้างของภาษา และบุคลิกลักษณะของแต่ละบุคคล ซึ่งส่วนใหญ่การจัดเรียง ลำดับสารจะออกมาในรูปแบบลีลา ส่วนตัวที่ขึ้นอยู่กับบุคลิกลักษณะของผู้ส่งแต่ละคนว่ามีบุคลิกลักษณะแตกต่างกันไปอย่างไร เช่น คนที่อารมณ์เย็น มักพูดจาด้วยวิธีการที่สุภาพ สุขุม เยือกเย็น ในขณะที่คนอารมณ์ร้อนมักพูดรวบรัดสรุปเพื่อให้จบเร็วๆ เป็นต้น

3. ช่องทางการสื่อสารหรือสื่อ หมายถึง พาหนะที่นำหรือพาข่าวสารไปยังผู้รับสาร ดังนั้นช่องทางการสื่อสาร จึงอาจหมายถึง ประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของมนุษย์ที่รับรู้ ความหมายจากสิ่งต่างๆ อันได้แก่ การมองเห็น การได้ยิน การดมกลิ่น การสัมผัสและการลิ้มรส เป็นต้นนอกจากนี้ ช่องทางการสื่อสารหรือสื่อยังอาจ หมายถึง คลื่นแสง คลื่นเสียง และอากาศที่อยู่รอบๆตัวเราด้วย

4. ผู้รับสาร หมายถึง ผู้ที่รับข่าวสารจากแหล่งสาร เป็นจุดหมายปลายทางที่สารส่งไปถึง อาจเป็นบุคคลธรรมดาที่กำลังรับฟัง ดู หรืออ่านข่าวสาร หรือเป็นสมาชิกของกลุ่มหรือไม่ก็เป็นมวลชน

5. ผลของการสื่อสาร หมายถึง การเปลี่ยนแปลงหรือข้อแตกต่างซึ่งเกิดขึ้นกับบุคคลหรือกลุ่มบุคคลอันเนื่องจากข่าวสารที่ได้รับ ซึ่งสามารถแยกเป็นระดับบุคคลหรือระดับส่วนรวมหรือกระทั่งระดับระหว่างบุคคลก็ได้ในระดับบุคคล ซึ่งเป็นระดับจุลภาค ผลของการสื่อสารมักจะปรากฏในรูปของการเปลี่ยนแปลงระดับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม

6. ปฏิกริยาโต้ตอบ หมายถึง วิธีการหรือกิริยาท่าทางที่ฝ่ายผู้รับสารใช้หรือแสดงออกมาให้ผู้ส่งสารได้รับทราบ ทั้งนี้สืบเนื่องจากผลของข่าวสารปฏิกริยาโต้ตอบนับว่าเป็นกลไกสำคัญที่ทำให้ผู้ส่งสารสามารถหยั่งทราบข่าวสารที่ส่งออกไปนั้นได้รับผลตามเป้าหมายหรือไม่เพียงไร ลักษณะของปฏิกริยาโต้ตอบอาจเป็นไปโดยตั้งใจและโดยไม่ได้ตั้งใจก็ได้ และมีลักษณะที่เป็นทั้งผลดีและผลเสียได้เช่นเดียวกัน ปฏิกริยาโต้ตอบนั้นมีหน้าที่สำคัญอีกอย่างหนึ่ง คือ เป็นกลไกควบคุมของกระบวนการสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งปฏิกริยาโต้ตอบที่เป็นผลเสียหรือเชิงลบ มีบทบาทสำคัญมากเพราะจะคอยแจ้งให้ผู้ส่งสารทราบว่าการส่งสารผิดพลาด ล้มเหลว หรือบกพร่องแก้ไขไหม เพียงไร เพื่อจะได้หาทางปรับปรุงและแก้ไขให้ดีขึ้น

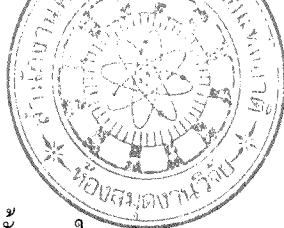
ประเภทของการสื่อสาร

กิติมา สุรสนธิ (2541, 22-38) ได้กล่าวว่า การสื่อสารมีมากมายหลายประเภททั้งนี้ขึ้นอยู่กับเกณฑ์ที่นำมาใช้ในการพิจารณาเกี่ยวกับสถานการณ์การสื่อสาร ที่เกิดขึ้น ซึ่งโดยปกติทั่วไปแล้วมีการใช้เกณฑ์ในการพิจารณาแบ่งประเภทของการสื่อสารที่เกิดขึ้นในสถานการณ์ต่างๆ 5 เกณฑ์ด้วยกัน คือ

1. เกณฑ์จำนวนของผู้ที่ทำการสื่อสาร เป็นการพิจารณาแบ่งประเภทการสื่อสารโดยพิจารณาจำนวนของผู้ที่ทำการสื่อสารในครั้งนั้นๆว่ามีจำนวนเท่าใด ซึ่งอาจแบ่งออกได้เป็น 5 ประเภทคือ 1) การสื่อสารภายในตัวบุคคล 2) การสื่อสารระหว่างบุคคลและการสื่อสารกลุ่มเล็ก 3) การสื่อสารกลุ่มใหญ่ 4) การสื่อสารในองค์กรและ 5) การสื่อสารมวลชน
2. เกณฑ์ในเรื่องภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร เป็นการพิจารณาโดยดูว่าการสื่อสารในครั้งนั้น ผู้สื่อสารใช้การสื่อสารเชิงวัจนภาษา หรือการสื่อสารเชิงอวัจนภาษา
3. เกณฑ์การเห็นหน้าค่าตากันระหว่างผู้ที่ทำการสื่อสาร เป็นการพิจารณาการสื่อสารโดยดูว่า ผู้ส่งสารและผู้รับสารมาทำการสื่อสารแบบเผชิญหน้า หรือการสื่อสารโดยมีสื่อขวางกั้น
4. เกณฑ์ความแตกต่างระหว่างผู้ที่ทำการสื่อสาร เป็นการใช้ความแตกต่างในเรื่องของวัฒนธรรม เชื้อชาติ และประเพณีที่ผู้ส่งสารและผู้รับสาร
5. ลักษณะของเนื้อหาวิชาที่มีการนำการสื่อสารเข้าไปใช้ เป็นการพิจารณาถึงการนำเอาการสื่อสารไปใช้หรือไม่เกี่ยวข้องกับสาขาวิชาการอื่นๆ รวมทั้งพิจารณาในเรื่องของการศึกษาค้นคว้าวิจัยเนื้อหาทางด้านการสื่อสารในลักษณะเจาะลึกจนกลายเป็นองค์วิชาที่มีลักษณะเชื่อมโยงในรายละเอียดและในเชิงกระบวนการสื่อสารอย่างลึกซึ้ง

สุนน อยู่สิน (2545, 184) ได้กล่าวถึง ประเภทการสื่อสารในห้องสมุด แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ การสื่อสารภายในห้องสมุด และการสื่อสารภายนอกห้องสมุด การสื่อสารภายในห้องสมุด หมายถึง การแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างบุคลากรระดับต่างๆ ภายในห้องสมุด มีทั้งลักษณะที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ส่วนการสื่อสารภายนอก หมายถึง การติดต่อหรือแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างห้องสมุดกับห้องสมุด มักมีลักษณะเป็นทางการ การสื่อสารทั้งภายในและภายนอกห้องสมุด มีการใช้ช่องทางการสื่อสารหลายช่องทาง เช่น ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) บันทึกข้อความ คำสั่ง ป้ายประกาศ โทรศัพท์ โทรสาร การประชุม การฝึกอบรม เป็นต้น

การสื่อสารในห้องสมุด มีบทบาทสำคัญ คือ เป็นเครื่องมือในการตรวจสอบ ติดตามการดำเนินงาน ประสานงานให้ภารกิจต่างๆ สำเร็จลุล่วง ส่งเสริมการทำงานให้มีประสิทธิภาพ สร้างขวัญและกำลังใจแก่บุคลากร ช่วยธำรงรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของห้องสมุด ทำให้ผู้บริการและ



ผู้ปฏิบัติงานรู้ความเคลื่อนไหวทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน สามารถนำมาปรับปรุงห้องสมุด
ให้มีความทันสมัยและทำให้เกิดความกระตือรือร้นในการพัฒนาตนเอง

วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร

จากการศึกษาเอกสารและผลงานทางวิชาการ พบว่า มีนักวิชาการกล่าวถึงวัตถุประสงค์
ของการสื่อสารไว้ดังนี้

เสนาะ ดิยาว (2541, 21-22) ได้แบ่งวัตถุประสงค์ของการสื่อสารออกเป็น 4 อย่าง คือ

1. เพื่อควบคุม มักจะนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการกำหนดพฤติกรรมบางอย่างของคนการ
ที่บุคคลจะพยายามชักนำบุคคลอื่นให้การทำอย่างใดอย่างหนึ่งก็เพราะอยากให้บุคคลนั้นมี
พฤติกรรมบางอย่าง ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารจะกระทำในรูปแบบใดๆ ก็ตามจะกระทำเพื่อที่จะควบคุม
พฤติกรรมของบุคคลให้เป็นไปในแนวทางที่ต้องการ

2. เพื่อรวบรวมข้อมูล การสื่อสารนั้นจะทำให้เราข้อมูลต่างๆ คือ ข้อมูลเกี่ยวกับตนเอง
ข้อมูลเกี่ยวกับบุคคลอื่นหรือข้อมูลความเป็นไปได้ที่รอบตัวเรา การสื่อสารนั้นเป็นเสมือนภาพ
สะท้อนที่ทำให้เราเข้าใจเรื่องต่างๆ ได้

3. เพื่อการสังคม ความต้องการที่จะสังคมกับคนอื่นทำให้เราต้องมีการติดต่อสัมพันธ์กับ
คนอื่นทั้งทางตรงและทางอ้อม การติดต่อสัมพันธ์ระหว่างบุคคลไม่ว่าจะเป็นเรื่องงาน หรือเรื่อง
ส่วนตัว จะทำให้คนมีความสุขและมีความเชื่อมั่นเพราะรู้ตัวว่าตนเองมีเป้าหมายและไม่ว่าหวั
คนจึงมักจะหาเรื่องที่จะติดต่อกับคนอื่น

4. เพื่อลดความตึงเครียด หากคนเราได้ระบายความคับแค้นใจออกมาบ้างก็จะทำให้
สถานการณ์ดีขึ้น ความตึงเครียดลดลงเมื่อได้มีการพูดกับคนอื่น ความรู้สึกที่ไม่ได้รับความเป็น
ธรรมหรือได้รับมอบหมายให้ทำงานที่ไม่เหมาะสมก็จะลดน้อยลง

นัยนา นพเนียม (2549, 12-13) กล่าวว่า ในการที่มนุษย์ทำการสื่อสารกันนั้นจำเป็นต้องมี
วัตถุประสงค์อย่างหนึ่งอย่างใดในการสื่อสารระหว่างกัน ซึ่งอาจจะเหมือนหรือแตกต่างกันก็ได้ ซึ่ง
สามารถสรุปวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารและผู้รับสารในการสื่อสารได้ดังต่อไปนี้

1. วัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์หลักๆ ของผู้ส่งสารในการทำการ
สื่อสารได้แก่

1.1 เพื่อแจ้งให้ทราบ โดยผู้ส่งสารมีความต้องการที่จะบอก แจ้งหรือชี้แจงข่าวสาร
เรื่องราว เหตุการณ์ ข้อมูล หรือสิ่งอื่นใดให้ผู้รับสารได้รับทราบหรือเกิดความเข้าใจ

1.2 เพื่อสอนหรือให้การศึกษา ผู้ส่งสารมีความต้องการที่จะสอนวิชาความรู้
เรื่องราวที่มีลักษณะเป็นวิชาการเพื่อให้ผู้รับสารได้รับความรู้เพิ่มขึ้นจากเดิม

สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ

ห้องสมุดงานวิจัย

วันที่ 15 ส.ค. 2555

244833

1.3 เพื่อสร้างความพอใจหรือให้ความบันเทิง ผู้ส่งสารมีความต้องการที่จะทำให้ผู้รับสารเกิดความบันเทิงใจจากสารที่ตนส่งออกไป ไม่ว่าจะในรูปของการพูด การเขียนหรือแสดงกิริยาท่าทาง

1.4 เพื่อเสนอหรือชักจูงใจ ผู้ส่งสารได้เสนอแนะสิ่งใดสิ่งหนึ่งต่อผู้รับสารและความต้องการชักจูงให้ผู้รับสารมีความคิดคล้อยตาม หรือยอมรับปฏิบัติตามการเสนอแนะของตน

2. วัตถุประสงค์ของผู้รับสาร ในส่วนของผู้รับสารได้เข้าร่วมในกิจกรรมทางการสื่อสาร กิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง ผู้รับสารก็มีวัตถุประสงค์หรือความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างจากการสื่อสารนั้นๆ กล่าวโดยสรุป วัตถุประสงค์หลักๆ ของผู้รับสารในการทำการสื่อสารได้แก่

2.1 เพื่อทราบในการเข้าร่วมกิจกรรมทางการสื่อสารนั้น ผู้รับสารมีความต้องการที่จะทราบเรื่องราวข่าวสาร เหตุการณ์ ข้อมูล หรือสิ่งใดที่มีผู้แจ้งหรือรายงานหรือชี้แจง หากข่าวสารที่ได้รับทราบนั้นเป็นของใหม่ ก็ทำให้ผู้รับสารได้ข่าวสารเพิ่มเติม หากข่าวสารที่ได้รับทราบนั้นเป็นสิ่งที่ตนได้เคยทราบมาก่อน ก็เป็นการยืนยันความถูกต้องของข่าวสารที่ตนมีอยู่ให้เกิดความมั่นใจยิ่งขึ้น ในทางตรงกันข้ามหากข่าวสารที่ได้มาใหม่ขัดแย้งกับข่าวสารที่ตนมีอยู่เดิมผู้รับสารก็จะได้ใคร่ครวญว่าข่าวสารใดมีความน่าเชื่อถือหรือมีความถูกต้องมากกว่ากัน

2.2 เพื่อเรียนรู้ การแสวงหาความรู้ของผู้รับสารจากการสื่อสารลักษณะของสารในกรณีนี้ มักจะเป็นสารที่มีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับวิชาความรู้และวิชาการเป็นการหาความรู้เพิ่มเติมและเป็นการทำความเข้าใจกับเนื้อหาสาระในการสอนของผู้ส่งสาร

2.3 เพื่อหาความพอใจ โดยปกติคนเรานั้นนอกจากต้องการจะทราบว่าข่าวคราว เหตุการณ์ และศึกษาหาความรู้แล้ว ยังต้องการความบันเทิง ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ

2.4 เพื่อการทำหรือตัดสินใจ ในการดำเนินชีวิตประจำวันนั้น สิ่งหนึ่งที่เราต้องการกระทำอยู่เสมออีกคือ การตัดสินใจการทำการอย่างใดอย่างหนึ่งในการตัดสินใจของเรานั้น มักจะได้รับการเสนอแนะหรือชักจูงใจให้กระทำอย่างนั้นอย่างนี้จากบุคคลอื่นอยู่เสมอ ทางเลือกในการตัดสินใจของเราขึ้นอยู่กับว่าเสนอแนะนั้นๆ มีความน่าเชื่อถือและเป็นไปได้เพียงใด รวมทั้งอาศัยจากข่าว ข้อมูลความรู้ และความเชื่อที่เราสั่งสมมาเป็นเครื่องมือในการตัดสินใจของเรา

จะเห็นได้ว่า ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างก็มีวัตถุประสงค์ของตนเอง มีความต้องการของตนเอง เมื่อใดก็ตามที่วัตถุประสงค์หรือความต้องการของทั้งสองฝ่ายสอดคล้องต้องการสื่อสารก็ประสบความสำเร็จ ทั้งสองฝ่ายได้สิ่งที่ตนต้องการ ในทางตรงข้ามเมื่อใดก็ตามที่วัตถุประสงค์หรือความต้องการของทั้งสองฝ่ายไม่สอดคล้องกันหรือขัดแย้งกัน การสื่อสารก็จะประสบกับความล้มเหลว

ผ่องพรรณ ลวนานนท์ (2545, 23-24) ได้กล่าวถึง วัตถุประสงค์ของการสื่อสารภายในองค์กรไว้ดังต่อไปนี้

1. เพื่อถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารและความเข้าใจ
2. เพื่อรวบรวมข้อมูลข่าวสารที่จะช่วยในการตัดสินใจและแก้ปัญหา
3. เพื่อจูงใจ เช่น การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคลากรบางคน
4. เพื่อโน้มน้าว ได้แก่ การขายความคิด ผลผลิต หรือบริการแก่ผู้อื่น
5. เพื่อสอน ฝึกอบรม คือ การช่วยให้บุคลากรคนอื่นๆ สามารถสอนและปฏิบัติตามได้สำเร็จ
6. เพื่อให้คำปรึกษา ช่วยฝึกฝน เป็นการช่วยให้คนอื่นได้เรียนรู้การทำงานเฉพาะอย่างหนึ่งอย่างใดให้ดีขึ้น ทำให้ทัศนคติหรือพฤติกรรมดีขึ้น
7. เพื่อเป็นที่ปรึกษา เช่น การช่วยบุคลากรบางคนเกี่ยวกับปัญหาส่วนตัว ที่มีผลกระทบต่อผลผลิตหรือขวัญและกำลังใจ
8. เพื่อช่วยให้คนอื่นประสบความสำเร็จ โดยช่วยให้เข้าใจนโยบายขององค์กรดีขึ้น
9. เพื่อพัฒนาบุคลากร โดยนำไปสู่ความก้าวหน้าและความเจริญเติบโตด้วยการประเมินผลการทำงานและจัดตั้งเป้าหมาย
10. สร้างทีมช่วยงานกลุ่ม จัดตั้งสายสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และพัฒนาความร่วมมือกัน

กระบวนการสื่อสาร

กระบวนการสื่อสาร (communication process) โดยทั่วไปเริ่มต้นจากผู้ส่งสารทำหน้าที่เก็บรวบรวมแนวความคิดหรือข้อมูล จากแหล่งข้อมูลต่างๆ เมื่อต้องการส่งข่าวไปยังผู้รับสาร ก็จะแปลงแนวความคิดหรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องออกมาเป็น ตัวอักษร น้ำเสียง สี การเคลื่อนไหว ฯลฯ ซึ่งเรียกว่าข่าวสาร (message) จะได้รับการใส่รหัส (encoding) แล้วส่งไปยังผู้รับข่าวสาร (receivers) ผ่านสื่อสารกลาง (media) ในช่องทางการสื่อสาร (communication channels) ประเภทต่างๆ หรืออาจจะถูกส่งจากผู้ส่งข่าวสารไปยังผู้รับสารโดยตรงก็ได้ผู้รับข่าวสาร เมื่อได้รับข่าวสารแล้วจะถอดรหัส (decoding) ตามความเข้าใจและประสบการณ์ในอดีต หรือสภาพแวดล้อมในขณะนั้น และมีปฏิกิริยาตอบสนองกลับไปยังผู้ส่งข่าวสารซึ่งอยู่ในรูปของความรู้ ความเข้าใจ การตอบรับ การปฏิเสธ หรือการนิ่งเงียบก็เป็นได้ ทั้งนี้ข่าวสารที่ถูกส่งจากผู้ส่งข่าวสารอาจจะไม่ถึงผู้รับข่าวสารทั้งหมดก็เป็นได้ หรือข่าวสารอาจถูกบิดเบือนไปเพราะในกระบวนการสื่อสาร ย่อมมีโอกาสเกิดสิ่งรบกวน หรือตัวแทรกแซง (noise or interferences) ได้ทุกขั้นตอนของการสื่อสาร

กิตติมา สุรสนธิ (2541, 41) ได้กล่าวถึง ลักษณะของกระบวนการสื่อสารได้ดังนี้

1. เป็นกระบวนการที่มีการเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา
2. เป็นการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกันของผู้ส่งสารและผู้รับสาร ไม่มีจุดเริ่มต้นและจุดสิ้นสุดที่แน่นอนตายตัว
3. เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องและขึ้นอยู่กับบุคคล ทั้งในแง่ของการกระทำและความหมายที่เกิดขึ้น
4. เป็นกระบวนการที่ไม่สามารถย้อนกลับมากระทำใหม่ได้
5. เป็นกระบวนการในการส่ง รับสัญลักษณ์ที่ต้องการให้เกิดการมีส่วนร่วมในรหัส หรือข้อความ หรือความหมายต่างๆ และเนื่องจากกระบวนการสื่อสารเป็นกระบวนการที่แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกันระหว่างบุคคลอื่นจะทำให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน เกิดความหมายร่วมกันได้อย่างต่อเนื่อง ดังนั้นการสื่อสารจึงอาจเกิดขึ้นในหลายลักษณะทั้งในลักษณะที่ตั้งใจหรือไม่ตั้งใจของฝ่ายผู้ส่งสารและผู้รับสาร

Devito (2000) ได้กล่าวถึง กระบวนการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารนั้นสามารถพิจารณาได้ 3 ลักษณะได้แก่

1. กระบวนการสื่อสารที่มีลักษณะเป็นเส้นตรงจะเป็นกระบวนการที่ผู้ส่งสาร (ผู้พูด) ส่งสารไปยังผู้รับสาร (ผู้ฟัง) หรือผู้พูด จะทำหน้าที่พูดและผู้ฟังจะทำหน้าที่ฟัง
2. กระบวนการสื่อสารในรูปของการมีปฏิสัมพันธ์ โดยผู้ส่งสาร (ผู้พูด) และผู้รับสาร (ผู้ฟัง) จะผลัดกันเป็นผู้ส่งสารและผู้รับสาร
3. กระบวนการสื่อสารในรูปแบบของการสื่อสารกันภายใต้สภาวะการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น เป็นกระบวนการสื่อสารที่เกิดขึ้นไม่ว่าจะเกิดเหตุการณ์ใดๆ ก็ตาม โดยทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารจะอยู่ในสภาพที่พร้อมจะส่งสารและรับสารในเวลาเดียวกัน คือ ผู้ส่งสารอาจได้รับการตอบกลับจากผู้รับสารซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้ส่งสารต้องการ และในขณะเดียวกันผู้ส่งสารจะเป็นฝ่ายรับสาร ซึ่งขณะนี้กลับเป็นผู้ส่งสาร

หลักสำคัญในการติดต่อสื่อสารที่ดี เพื่อให้การติดต่อสื่อสารเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ทำให้ผู้ส่งสารและผู้รับมีข่าวสารตรงกันและรวดเร็ว คือ มีความเชื่อถือได้ ความเหมาะสม มีเนื้อหาสาระ ความสม่ำเสมอและความต่อเนื่อง ช่องทางข่าวสาร ความสามารถของผู้รับสาร และความชัดเจนแจ่มแจ้งของข่าวสาร

Berlo (1960) ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านนิเทศศาสตร์ ได้ชี้ให้เห็นว่า ปฏิกริยาของผู้รับสารที่มีต่อสารของผู้รับสารนั้น แบ่งออกเป็น 2 ชนิด ตามลักษณะของผลที่เกิดจากการสื่อสารดังนี้

1. การสื่อสารกลับเชิงบวก (positive feedback) คือ การสื่อสารกลับทำให้ผู้ส่งสารพอใจในผลของการสื่อสาร เช่น เราให้บริการที่ดีกับผู้โดยสารบนเครื่องบิน และผู้โดยสารมีความพึงพอใจและใช้บริการสายการบินของเราตลอดมา

2. การสื่อสารกลับเชิงลบ (negative feedback) คือ การสื่อสารกลับที่ทำให้ผู้ส่งสารไม่พอใจผลการสื่อสาร เช่น ผู้โดยสารมีจดหมายมาต่อว่าบริการของเราได้รับการบริการที่ไม่ดีในการสำรองที่นั่งกับพนักงาน เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม Berlo กล่าวว่า จากองค์ประกอบของกระบวนการติดต่อสื่อสารข้างต้น กระบวนการสื่อสารมวลชน ยังสามารถนำมาใช้ในกรณีการสื่อสารระหว่างบุคคล 2 คน ได้ด้วย โดยในการสื่อสารระหว่างบุคคล 2 คนนั้นผู้ทำหน้าที่ส่งสารและผู้ทำหน้าที่เข้ารหัสสามารถเป็น คนๆ เดียวกันได้ รวมเรียกว่า ผู้ส่งสารในทำนองเดียวกัน ผู้ทำหน้าที่ในการถอดรหัส และผู้ทำหน้าที่ในการรับสารก็สามารถเป็นคนๆ เดียวกันได้เช่นกัน รวมเรียกว่า ผู้รับสาร ดังนั้นองค์ประกอบที่สำคัญในกระบวนการสื่อสารตามแนวความคิดของ Berlo จึงสามารถสรุปได้ 4 องค์ประกอบ คือ ผู้ส่งสาร (source) สาร (message) สื่อ (channel) และผู้รับสาร (receiver)

Larzasfeld and Menzel (1968) ได้ให้เหตุผลเกี่ยวกับความมีประสิทธิภาพของสื่อ ไว้ว่า การพูดกันเองเป็นส่วนตัวทำให้ผู้พูดและผู้ฟังเกิดความเป็นกันเองและทำให้ผู้ฟังยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้พูดได้ง่ายขึ้น

1. การสื่อสารแบบเผชิญหน้ากัน ทำให้ผู้พูดสามารถดัดแปลงเรื่องราวต่างๆ ให้ตรงกับความต้องการของผู้ฟังได้อย่างเหมาะสม

2. การสื่อสารแบบนี้ ทำให้ผู้ฟังรู้สึกว่าได้รับรางวัล ทั้งนี้มีส่วนร่วมในเรื่องที่สามารถแสดงความคิดเห็นกับผู้พูดได้

อิรนันท์ อนุวัชรวิวงศ์ (2542, 38-47) กล่าวถึง วิธีการสื่อสารระหว่างบุคคล ได้จากประสบการณ์ในการสื่อสารระหว่างบุคคลสามารถนำมาเป็นหลักในการปรับปรุงการสื่อสารกับบุคคลต่างๆ ได้ดียิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งประสบการณ์จะช่วยให้เรียนรู้ถึงเหตุผลของความสัมฤทธิ์ผลหรือความล้มเหลวในการสื่อสารได้

1. การปรับใช้วิธีการสื่อสาร การที่จะเป็นผู้มีประสิทธิภาพในการสื่อสารระหว่างบุคคลได้นั้น จะต้องมีทักษะของการสื่อสารที่หลากหลาย และรู้จักปรับใช้ คือ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การสื่อสารให้เหมาะสมกับกาลเทศะ โอกาส และสถานการณ์

2. การสร้างความน่าเชื่อถือของผู้สื่อสาร หมายถึง การที่บุคคลหนึ่งมีคุณค่าในด้านความเชื่อมั่นต่ออีกบุคคลหนึ่ง ความน่าเชื่อถือนั้น ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับความจริงใจ ความซื่อสัตย์ของบุคคล การที่จะได้รับความไว้วางใจจากผู้อื่น จึงจำเป็นต้องทำให้ผู้อื่นเห็นว่าเราเป็นคนน่าไว้วางใจ

มีความจริงใจสำหรับการตอบสนองต่อบุคคลที่เราต้องการวิจัย คุณวุฒิ กลุ่มสังคม และสถานภาพทางสังคมของบุคคลที่มีผลต่อการประเมินค่าของบุคคล

3. การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกันและกันในระดับย่อยๆจะนำไปสู่ความถูกต้องแม่นยำ ความเข้าใจในปัญหาต่างๆกระจ่างชัดยิ่งขึ้น การตั้งคำถามอาจเป็นส่วนสำคัญของการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันก็เป็นได้ คนส่วนมากภูมิใจในตัวเองเมื่อประสบความสำเร็จ และรู้สึกเต็มใจที่จะตอบคำถามต่างๆ

4. การฟังและปฏิกิริยาตอบสนอง ในการสื่อสารนั้น ผู้พูดต้องการรู้ว่าผู้ฟังตั้งใจฟังหรือไม่ ผู้พูดมักจะคาดหวังผลอย่างใดอย่างหนึ่ง ผู้ฟังจึงเป็นส่วนประกอบที่สำคัญอย่างยิ่งในการสื่อสารระหว่างบุคคล

McCroskey (1975, 169) เห็นว่า ความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร (source credibility) หมายถึง การรับรู้ของผู้รับสารเกี่ยวกับภาพลักษณ์ (Image) ของแหล่งสารนั้น

Ship (1979, 128-131) กล่าวถึง ความน่าเชื่อถือของแหล่งสารคือ ชุดของการยอมรับ (An entire set of perception) ซึ่งผู้รับสารมีต่อผู้ส่งสาร หรือแหล่งสาร ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 มิติ คือ

1. ความเชี่ยวชาญ (expertise) หมายถึง การที่ผู้รับสารประเมินว่าแหล่งสารมีความรู้ มีประสบการณ์ มีทักษะและมีความชำนาญ ความสามารถในการสื่อสารเรื่องใดเรื่องหนึ่ง มีคุณสมบัติเฉพาะ มีข้อมูล มีอำนาจหน้าที่ในส่วนนั้น มีความฉลาดและเป็นผู้รู้ ตลอดจนมีเชี่ยวชาญเฉพาะในหัวข้อที่พูดด้วย

2. ความน่าไว้วางใจ (trustworthiness) หมายถึง การที่ผู้รับสารประเมินว่าแหล่งสารมีความซื่อตรง อบอุ่นใจเมื่อได้ใกล้ชิดหรือสื่อสารด้วย มีความเป็นมิตร เป็นกันเอง เป็นที่ยอมรับ สุภาพนุ่มนวล ไม่เห็นแก่ตัว มีความยุติธรรม จริงใจ ให้อภัย มีเมตตาปราณี ใจกว้าง บริการดี มีคุณธรรม สงบ อ่อนน้อมและอดกลั้น

3. ความคล่องแคล่ว (dynamic) หมายถึง การที่ผู้รับสารประเมินว่าแหล่งสารมีลักษณะกระตือรือร้น มีการตื่นตัว รวดเร็ว มีความหนักแน่น เปิดเผย มีความกล้า ว่องไว มีความเข้มแข็งและกำลังกายแข็งแรง

4. ความมีศักยภาพ (potential) ในที่นี้หมายรวมถึงปัจจัยอื่นๆไม่ว่าจะเป็นในด้านรูปร่างที่สง่าผ่าเผย น้ำเสียง ตลอดจนการที่มีหน้าตาดี เป็นต้น

คุณสมบัติในการเป็นผู้ส่งสารที่ดี

กิตติมา สุรสนธิ (2548 , 11) กล่าวถึง ผู้ส่งสารอาจประสบผลสำเร็จ หรืออาจประสบผลล้มเหลวในการสื่อสารได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับคุณสมบัติของผู้ส่งสารที่สำคัญๆ คือ ความน่าเชื่อถือ ความน่าเลื่อมใสของผู้ส่งสารในสายตาของผู้รับสาร ซึ่ง Croskey (1987) ได้กล่าวถึงปัจจัย 5 ประการที่จะสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ ผู้ส่งสาร คือ

1. ความสามารถ ได้แก่ ความรู้ ความสามารถในการข้อมูลข่าวสารหรือเรื่องที่จะสื่อสารและการส่งสารของผู้ส่งสาร รวมทั้งความสามารถในการจัดการควบคุมสถานการณ์ในการสื่อสาร
2. คุณลักษณะหรือบุคลิกลักษณะผู้ส่งสารจำเป็นจะต้องมีบุคลิกลักษณะที่ดีทั้งภายนอกและภายใน ผู้ส่งสารจะต้องแสดงถึงความเฉลียวฉลาด การเป็นผู้ที่มีไหวพริบที่ดี สามารถตัดสินใจกระทำในสิ่งต่างๆ ได้อย่างถูกต้องเหมาะสม แสดงออกต่อผู้รับสารทั้งลักษณะการให้ความอบอุ่น เป็นที่น่าไว้วางใจ ซึ่งจะทำให้ผู้รับสารมีความรู้สึกดีมีความเลื่อมใสศรัทธาในตัวผู้ส่งสารแต่ถ้าผู้ส่งสารมีบุคลิกลักษณะที่ไม่ดี ไม่น่าไว้วางใจ ผู้รับสารก็จะพยายามหลีกเลี่ยงที่จะรับสารหรือสื่อสารจากผู้ส่งสารได้
3. ความสุขุม เยือกเย็น และความแคล่วคล่องในการสื่อสาร หมายถึง การควบคุมไม่ให้มีอาการที่แสดงความตื้นตัน หรือไม่แสดงถึงอาการที่ไม่สามารถควบคุมอารมณ์ ความรู้สึกในขณะที่ทำการสื่อสารของผู้ส่งสารได้
4. การเป็นคนที่ยอมรับหรือการเป็นที่รู้จักทางสังคม การเป็นคนที่มีชื่อเสียงหรือเป็นที่ยอมรับของสังคมโดยทั่วไปนั้น จะทำให้ได้รับความรู้สึกที่ดีจากผู้รับสาร ผู้รับสารจะให้ความนิยม เชื่อถือ ซึ่งส่วนใหญ่มักเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นก่อนที่จะมีการสื่อสารเกิดขึ้น เป็นความรู้สึกที่ผู้รับสนใจที่จะรับข่าวสารจากผู้ส่งสารที่เขาชอบอยู่ก่อนแล้ว อย่างไรก็ตามหากผู้ส่งสารที่รับชื่นชอบอยู่ก่อนทำการสื่อสารไม่ดีก็อาจทำให้เกิดผลในทางลบต่อความรู้สึกของผู้รับสารได้เช่นกัน
5. การเป็นคนเปิดเผย เป็นสิ่งหนึ่งที่จะสร้างความไว้วางใจในตัวผู้ส่งสารให้เกิดขึ้นกับผู้รับสารโดยการให้ข้อมูลที่เพียงพอและการไม่ปิดบังข้อมูลที่ไม่จำเป็นของผู้ส่งสารซึ่งจะทำให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกสนิทสนมเป็นกันเองและรู้สึกไว้วางใจผู้ส่งสารรวมทั้ง จะมีผลทำให้ผู้รับสารสามารถรับรู้และเข้าใจถึงวัตถุประสงค์ หรือความต้องการของผู้ส่งสารได้ชัดเจนยิ่งขึ้นและจะทำให้การสื่อสารมีแนวโน้มประสบผลสำเร็จได้ง่ายมากยิ่งขึ้น

ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารนั้น จะแบ่งออกได้เป็น 3 ลักษณะด้วยกัน คือ

1. ความน่าเชื่อถือที่เกิดขึ้นก่อนการสื่อสาร หรือความเชื่อเริ่มแรกเป็นความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารที่เกิดขึ้นจากความมีชื่อเสียง หรือเป็นที่นิยมของบุคคลทั่วไป โดยมีบทบาทดังนี้

การงานเป็นที่ยอมรับของผู้อื่น ทำให้เป็นที่รู้จักของผู้รับมาก่อนหน้าที่จะได้สื่อสาร เช่น การเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง หรือดารา

2. ความน่าเชื่อถือที่เกิดขึ้นระหว่างการสื่อสาร เป็นความเชื่อที่อาจมีเกิดขึ้นหรือเพิ่มขึ้นในขณะที่ผู้ส่งสารกำลังส่งสาร หากผู้ส่งสารแสดงความรอบรู้ ความเฉลียวฉลาด ความน่าเชื่อถือก็จะเกิดขึ้นหรือเพิ่มขึ้น แต่หากผู้ส่งสารในลักษณะที่ไม่ดีไม่เป็นที่พอใจของผู้รับสาร ความน่าเชื่อถือก็อาจลดลงได้

3. ความน่าเชื่อถือที่เกิดขึ้นภายหลังการสื่อสาร เป็นความน่าเชื่อถือที่เกิดขึ้นภายหลังจากการสื่อสารจบลง เป็นความประทับใจ ความนิยมหรือพอใจในการส่งสารของผู้ส่งสารในครั้งนั้นๆ ซึ่งในบางครั้งในระหว่างการสื่อสาร ผู้รับสารอาจรู้สึกเฉยๆ แต่เมื่อจบการสื่อสารผู้ส่งอาจกล่าวคำพูดที่น่าประทับใจ หรือแสดงความเฉลียวฉลาด ความน่าเชื่อถือก็อาจเกิดขึ้นได้

อย่างไรก็ตามในการสื่อสารผู้ส่งสารบางคนอาจมีความน่าเชื่อถือมาก่อนที่จะทำการสื่อสารก็จะทำให้การสื่อสารเป็นไปโดยง่ายขึ้น ส่วนผู้ส่งสารที่ยังไม่มีความน่าเชื่อถือก็อาจสร้างความน่าเชื่อถือให้เกิดขึ้น ในขณะที่ทำการสื่อสาร หรืออาจสร้างความประทับใจให้แก่ผู้รับสารในช่วงท้ายของการสื่อสารก็ได้ ทั้งนี้เพื่อให้ความรู้สึที่ดีเหล่านี้มีส่วนในการสร้างประสิทธิภาพของการสื่อสารในครั้งต่อไปในอนาคตได้

ประสิทธิภาพการสื่อสาร

เพื่อให้การสื่อสารบรรลุผลที่สมบูรณ์ ควรได้พิจารณาให้ละเอียดรอบคอบก่อนทำการสื่อสาร ข่าวสารที่เป็นการพูดก็ควรพูดด้วยอารมณ์แจ่มใส มีชีวิตชีวา วางสีหน้าท่าทางในลักษณะที่นิยมและสอดคล้องกับเรื่องที่พูด เสียงชัดเจน นุ่มนวล น่าเชื่อถือในภาษาง่ายๆที่เหมาะสมกับผู้รับสาร ให้ผู้ฟังหรือผู้รับสารให้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นบ้าง ยอมรับในข้อโต้แย้งที่มีเหตุผลใช้เวลาพอสมควร อย่าให้ข้อมูลมากเกินไปแต่ต้องเพียงพอและกระชับ

ถ้าหากเป็นข่าวสารที่เป็นลายลักษณ์อักษร ควรเขียนลำดับขั้นตอนให้ติดต่อเชื่อมโยง ไม่สับสน วกวน หลีกเลี่ยงการใช้ภาษาที่ยากต่อการเข้าใจความหมาย อ่านง่าย ไม่ควรใช้ประโยคยาวเกินความจำเป็น ดังนั้นพอจะสรุปประเด็นสำคัญที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของการสื่อสารได้ดังนี้

1. เรื่องที่จะสื่อสารจะต้องมีลักษณะข้อมูลที่ชัดเจน แปลความหมายเข้าใจได้ง่าย ไม่ใช่อ้อยคำคลุมเครือ หรือแปลความหมายได้หลายทาง
2. ในการสื่อสารแต่ละครั้ง ต้องมีวัตถุประสงค์ที่แน่นอนต้องเตรียมการให้ดีกว่าก่อนทำการสื่อสาร ต้องพิจารณาความเหมาะสมของสิ่งแวดล้อมด้วย

3. ในการวางแผนการติดต่อสื่อสาร ควรจะปรึกษากับผู้อื่นบ้างตามสมควร เพื่อจะได้ ประเด็นแง่คิดดี เป็นมุมมองของผู้ฟังบ้างอันจะได้นำมาเป็นแนวทางในการสื่อสาร และนอกจากนั้น เพื่อทำการสื่อสารก็พึงระมัดระวังเรื่องน้ำเสียง อากัปกริยา และคำพูด โดยเฉพาะคำพูดที่ กระทบกระเทือนต่ออารมณ์และความรู้สึกของผู้ฟัง ถ้าหากว่า ผู้ฟังซึ่งจำเป็นผู้รับสารมีความรู้สึกไม่ ดีต่อผู้สื่อสารแล้ว การสื่อสารคราวนั้นคงประสบความสำเร็จได้ยาก

4. ผู้สื่อสารที่ดีจะต้องใช้ลักษณะการสนใจ พิจารณาความต้องการเข้าใจความต้องการ และ ตอบสนองความต้องการของผู้รับสารส่วนใหญ่

5. ผู้ให้บริการต้องจัดให้การสื่อสารดำเนินไปได้สะดวกรวดเร็ว ให้ผู้รับบริการได้รับ ข้อมูลข่าวสารอย่างทั่วถึง

ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดประสิทธิผลในการสื่อสารของผู้ส่งสาร

ปรมะ สตะเวทิน (2546, 61-66) กล่าวถึง ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดประสิทธิผลในการสื่อสาร ของผู้ส่งสาร ในส่วนของผู้ส่งสารที่จะมีผลต่อการเพิ่มหรือลดประสิทธิผลของการสื่อสาร มีปัจจัย อยู่ 4 ประการ คือ

1. ทักษะในการสื่อสาร หมายถึง ความสามารถ ความชำนาญในการสื่อสาร ทักษะในการ สื่อสารเชิงวัจนะภาษาและทักษะในการสื่อสารเชิงอวัจนะภาษา

2. ทศนคติ คือ ความมีใจโน้มเอียงที่จะปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือ กล่าวอีกนัยหนึ่ง ทศนคติ คือ ท่าทีหรือความรู้สึกอย่างใดอย่างหนึ่งต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในการสื่อสาร ของมนุษย์นั้น ทศนคติของผู้ส่งสารเป็นปัจจัยหนึ่งที่สามารถเพิ่มหรือลดประสิทธิผลของการ สื่อสาร ทศนคติของผู้ส่งสาร แบ่งออกเป็น 3 ประการคือ

2.1 ทศนคติต่อตนเอง เป็นการประเมินตนเอง ก่อนทำการสื่อสารหากผู้ส่งสารมี ทศนคติที่ดีต่อตนเอง มีความมั่นใจในตนเอง เชื่อกันว่าตนเองมีความสามารถ โอกาสที่ผู้ส่งสารจะ ประสบความสำเร็จในการสื่อสารก็จะมามาก ในทางตรงกันข้ามหากผู้ส่งสาร มีทศนคติที่ไม่ดีต่อ ตนเอง ขาดความเชื่อมั่นในตนเอง ไม่คิดว่าตนเองจะมีความสามารถโอกาสที่จะประสบผลสำเร็จใน การสื่อสารก็มีน้อย

2.2 ทศนคติต่อเรื่องที่จะสื่อสาร ในการสื่อสารนั้นหากผู้ส่งสารไม่มีความเชื่อ ไม่ เสื่อมใส ไม่พอใจ หรือไม่มีทศนคติที่ดีต่อเรื่องที่จะสื่อสารแล้ว ผู้ส่งสารก็ขาดความมั่นใจ ไม่อยาก ที่จะทำการสื่อสาร และทำการสื่อสารได้ไม่ดี

2.3 ทศนคติต่อผู้รับสาร จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการสื่อสารของผู้ส่งสารและ ต่อปฏิบัติของของผู้ส่งสาร

3. ความรู้ ประสิทธิภาพของการสื่อสารขึ้นอยู่กับความรู้ 2 ประเภท คือ

3.1 ความรู้เรื่องที่จะสื่อสาร หมายถึง ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาสาระของเรื่องที่จะทำการสื่อสาร หากผู้ส่งสารมีความรู้เรื่องที่จะสื่อสารดี โอกาสที่การสื่อสารจะประสบผลสำเร็จก็มีมาก ในทางตรงกันข้ามหากผู้ส่งสารไม่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องนั้นๆ ดีพอ ประสิทธิภาพของการสื่อสารก็จะด้อยลงไป

3.2 ความรู้เรื่องกระบวนการสื่อสาร นอกจากมีความรู้เรื่องที่จะทำการสื่อสารแล้ว ผู้ส่งสารยังจะต้องมีความรู้เรื่องกระบวนการสื่อสารด้วย ทั้งนี้เพราะในกระบวนการสื่อสารนั้น มีองค์ประกอบหลายองค์ประกอบ แต่ละองค์ประกอบมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน แต่ละองค์ประกอบล้วนแล้วแต่มีความสำคัญต่อผลของการสื่อสารทั้งสิ้น

4. สถานภาพในสังคมและวัฒนธรรม คนเป็นสมาชิกของสังคม สถานภาพต่างๆ ของผู้ส่งสารจึงมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อพฤติกรรมการสื่อสารของผู้ส่งสาร ตำแหน่ง บทบาท หน้าที่ ศักดิ์ศรี ความเชื่อ และค่านิยมทางวัฒนธรรมพฤติกรรมที่เป็นที่ยอมรับหรือไม่ยอมรับในสังคม พฤติกรรมที่ต้องกระทำตามวัฒนธรรมล้วนแล้วแต่มีอิทธิพลต่อความคิด และพฤติกรรมในการสื่อสารของผู้ส่งสาร และเป็นสิ่งที่คนอื่นในสังคมคาดหวังว่า ผู้ส่งสารควรจะปฏิบัติอย่างไรในการสื่อสาร สถานภาพในสังคมและวัฒนธรรม จะมีอิทธิพลต่อการกำหนดวัตถุประสงค์ การเข้ารหัส และการสร้างสาร ความหมาย การเลือกใช้สื่อ และการเลือกผู้รับสารของผู้ส่งสาร คนที่อยู่ในสังคมเดียวกันแต่มีสถานภาพในสังคมต่างกันย่อมทำการสื่อสารต่างกัน

สำหรับแหล่งสาร หรือผู้ส่งสารในการสื่อสารในการวิจัยนี้ คือ ผู้ปฏิบัติงานบริการสารสนเทศ มีความรู้ในด้านบริการของห้องสมุด และรู้จักแหล่งสารสนเทศต่างๆ สำหรับให้บริการแก่ผู้ใช้บริการของห้องสมุด ดังนั้นปฏิบัติงานบริการสารสนเทศ จึงต้องเป็นบุคคลผู้ซึ่งผู้ใช้บริการให้ความเชื่อถือ เชื่อมั่นไม่ว่าจะในด้านความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงาน มีความรับผิดชอบ เป็นผู้ที่มีการจริยธรรมอันดี มีความน่าไว้วางใจ มีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการ มีบุคลิกลักษณะที่เป็นมิตร แสดงออกถึงความพร้อมในการให้บริการ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร

จากการศึกษาเอกสารและผลงานทางวิชาการ พบว่า มีนักวิชาการกล่าวถึงการสื่อสารไว้ดังนี้

แนวความคิดเกี่ยวกับการสื่อสารในลักษณะที่แตกต่างกันตามประสบการณ์และการรับรู้ของแต่ละคนที่อยู่ในสภาพแวดล้อมที่ไม่แตกต่างกันมากนัก คนที่มีประสบการณ์ของตัวเองเมื่อจะต้องติดต่อกับบุคคลอื่น ก็จะแสดงออกถึงลักษณะพิเศษของตัวเองด้วยเหมือนกันมนุษย์จะแปล

ความหมายของสิ่งต่างๆ ที่พบเห็นในแนวทางของตัวเอง ตามแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารจะรวมเอาสาระสำคัญ 3 ประการ คือ

ประการแรก การสื่อสารเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับการก่อให้เกิดความหมายให้กับผู้ฟัง หมายความว่าผู้รับข่าว หรือผู้ฟังจะเข้าใจความหมายของการสื่อสารนั้น ถึงแม้จะตรงหรือไม่ตรงกับ ความหมายของผู้ส่งข่าว เพราะว่าความหมายของสิ่งต่างๆ ไม่อาจส่งถึงกันได้โดยตรง แต่ผู้ส่งข่าว หรือผู้พูดจะพยายามใช้คำหรือสัญลักษณ์ใดๆ แทนความหมายที่ต้องการและส่งไปยังผู้รับโดยหวัง ว่าผู้รับข่าวจะเข้าใจความหมายของคำหรือสัญลักษณ์อย่างเดียวกันกับผู้ส่งข่าว

ประการที่สอง การสื่อสารเป็นเรื่องเกี่ยวกับการส่งข้อมูลจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง การส่ง ข้อมูลก็กระทำโดยอาศัยสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายใดๆ ที่กำหนดขึ้น เครื่องหมายที่ใช้อาจเป็นที่ เข้าใจกันระหว่างทั้งสองฝ่าย คือ ใช้ภาษาเดียวกัน หรือเป็นอย่างอื่นที่ทั้งสองฝ่ายจะเข้าใจกัน หรือไม่เข้าใจกันก็ได้

ประการที่สาม การสื่อสารเป็นเรื่องเกี่ยวกับการกระตุ้นเตือน หรือชักนำให้บุคคล คล้อยตามหรือเห็นด้วยกับข้อมูลนั้นๆ การทำให้อีกฝ่ายเห็นด้วยจะต้องอาศัยตัวข่าวสารที่ดี เหมาะสมและอาศัยกระบวนการที่รวดเร็วเชื่อถือและมีประสิทธิภาพ แนวคิดทางด้านการสื่อสาร นั้นจะเน้นในแง่ของกระบวนการสื่อสารเป็นสำคัญ เพราะโดยลักษณะการสื่อสารประกอบด้วยส่วน ต่างๆ หลายส่วน แต่ละส่วนแยกออกจากกันมีจุดเริ่มต้นและมีจุดสิ้นสุด อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณา การสื่อสารในแง่ของกระบวนการก็มีปัญหาที่ควรระวังสองประการ คือ ประการแรก กระบวนการ จะต้องมีการเคลื่อนไหวตลอดเวลา การที่จะหาข้อมูลจุดใดจุดหนึ่งไม่ได้ เพราะข้อมูลเพียงจุดเดียว จะได้ความหมายไม่สมบูรณ์ เหมือนกับเราจับภาพเคลื่อนไหวได้เพียงจุดเดียวก็จะเห็นเฉพาะจุด เท่านั้น ส่วนอื่นจะไม่เห็นซึ่งจะทำให้ได้ข้อมูลไม่สมบูรณ์ คือ จะต้องพิจารณาความสัมพันธ์ของ ส่วนประกอบทั้งหมดของกระบวนการสื่อสาร ประการที่สอง กระบวนการสื่อสารเกิดขึ้นจากการ ใช้ภาษาในการสื่อสาร ความหมายซึ่งจะมีผลทำให้ความหมายของภาษาที่ใช้เปลี่ยนแปลงไป ภาษา พูดกับภาษาเขียนย่อมจะแตกต่างกัน การสื่อคำในการสื่อสารก็ทำให้ความหมายแตกต่างกันหากใช้ คำต่างกัน และบางครั้งคำเดียวกันอาจมีความหมายไม่เหมือนกันในสถานการณ์ที่ไม่เหมือนกันซึ่ง ตามหลักการแล้วจะต้องเลือกใช้คำให้ถูกต้อง และความหมายของการสื่อสารอยู่ที่คำไม่ใช่อยู่ที่คน ใช้คำนั้น (เสนาะ ตีเยว้, 2541, 25-33)

การสื่อสาร เป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำให้คนเข้าใจกันและสามารถปฏิบัติงานร่วมกันได้ทุก คนจำเป็นจะต้องปรับปรุงความรู้ความสามารถในการสื่อสารไม่ว่าบุคคลนั้นจะอยู่ในอาชีพใดหรือ อยู่ในระดับไหนของสังคม การมีความเข้าใจในแนวคิดต่างๆ ของการสื่อสารทั้งการสื่อสารที่เป็น คำพูดหรือไม่เป็นคำพูดเป็นสิ่งช่วยให้บุคคลปรับปรุงประสิทธิภาพในการสื่อสารให้ดีขึ้นเพราะ

ระบบการสื่อสารต่างๆมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วที่ทำให้ต้องติดตามระบบเท่านั้นที่จะทำให้ นำมาใช้ได้อย่างเหมาะสมการเรียนรู้แนวคิดของการสื่อสารจะทำให้ได้ประโยชน์ที่จะทำให้เข้าใจ รูปแบบของการสื่อสารที่ใช้ในองค์กร การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจะเกิดขึ้นเมื่อคนที่สื่อสารกัน สามารถเข้าใจความคิดความต้องการและค่านิยมซึ่งกันและกัน เมื่อคนหนึ่งเข้าใจความคิดของอีกคน หนึ่งการสื่อสารก็เกิดขึ้น โดยไม่คำนึงว่าการสื่อสารนั้นจะกระทำโดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจ

กลยุทธ์การสื่อสาร (Communication Strategy)

กลยุทธ์การสื่อสาร หมายถึง วิธีการอันมีแผนงานมีขั้นตอนอย่างมีความรู้ความชำนาญและ เทคนิควิธี เพื่อถ่ายทอดสารจากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่ง ด้วยทักษะและความรู้ความ ขำนาญเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่ต้องการ (Miller, 2006, 20)

รูปแบบของการสื่อสาร

ลักษณะหรือประเภทของการติดต่อสื่อสารในองค์กรอาจจะจำแนกรูปแบบออกได้หลาย ลักษณะ ซึ่งสามารถจำแนกการสื่อสารในองค์กรเป็น 4 ลักษณะดังนี้

1. การจำแนกตามช่องทางการสื่อสาร
2. การจำแนกตามประเภทของการใช้
3. การจำแนกตามลักษณะของรหัสที่ใช้ในการสื่อสาร
4. การจำแนกตามทิศทางการสื่อสาร

1. การจำแนกตามช่องทางการสื่อสาร แบ่งได้ 2 แบบคือ

1.1 การสื่อสารทางเดียว (one way communication) หมายถึง การสื่อสารที่ผู้ส่งสาร ถ่ายทอดข่าวสาร หรือคำสั่งไปสู่ผู้รับสารมีลักษณะเป็นเส้นตรง ไม่มีการย้อนกลับหรือดูปฏิกิริยา ของผู้รับสาร โดยทั่วไปการติดต่อสื่อสารแบบนี้จะเป็นไปในรูปของนโยบายคำสั่งของผู้บริหาร ระดับสูงในองค์กรผู้ผู้ได้บังคับบัญชา และอาจจะผ่านทางสื่อมวลชนในการเสนอข่าวสาร หรือ รายงานขององค์กรต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น

1.2 การสื่อสารสองทาง (two way communication) หมายถึง การติดต่อ สื่อสารที่ผู้ ส่งสารและผู้รับสารสามารถตอบสนองต่อกัน มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน เพื่อ สร้างความเข้าใจให้แจ่มแจ้งทั่วถึงและลึกซึ้ง การสื่อสารสองทางผู้ส่งสารจะให้ความสนใจกับ ปฏิกิริยาโต้กลับของผู้รับสารซึ่งนับเป็นสิ่งที่จำเป็นและสำคัญมากในการบริหาร เปรียบเสมือน หัวหน้าที่ทำหน้าที่ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารจากลูกน้อง ในขณะเดียวกัน การบริหารจะเป็นการเปิด

โอกาสให้ผู้ได้บังคับบัญชาได้แสดงความคิดเห็นในเรื่องต่างๆ ซึ่งจะเป็นการลดช่องว่างของการสื่อสารที่ดีตีความหมายไปคนละทิศละทางได้ ประการสำคัญของการสื่อสารทางสามารสร้างขวัญกำลังใจ และการมีส่วนร่วมในงาน ซึ่งรูปแบบการสื่อสารสองทางนี้ จะออกมาในลักษณะการประชุม หรือปรึกษาหารือกัน

Harold (1964, 143) ได้กล่าวถึง การทดลองเปรียบเทียบระหว่างการสื่อสารทางเดียวกับสองทาง ปรากฏผลการทดลองดังนี้

1. การสื่อสารทางเดียวรวดเร็วว่าการสื่อสารสองทาง
2. การสื่อสารสองทางสามารถสร้างความมั่นใจแก่ผู้รับสารมากกว่า การสื่อสารทางเดียว
3. การสื่อสารสองทางมีความถูกต้อง แม่นยำกว่าการสื่อสารทางเดียว
4. การสื่อสารทางเดียวมีความถูกต้องน้อยกว่า แต่ก็มีความเป็นระเบียบมากกว่าการสื่อสารสองทางที่มักมีการรบกวนและยุ่งเหยิงมากกว่า

นอกจากนี้ Harold ได้ให้ข้อเสนอแนะว่า หากองค์การมีความต้องการรวดเร็วและความถูกต้องอย่างง่าย ๆ ในการติดต่อสื่อสารแล้ว การสื่อสารทางเดียวจะมีความเหมาะสมมากกว่า

การสื่อสารในองค์การอาจจะใช้การสื่อสารทางเดียวควบคู่กับการสื่อสารสองทาง ทั้งนี้หน่วยราชการ และรัฐวิสาหกิจมีแนวโน้มใช้การสื่อสารทางเดียวมากกว่าหน่วยงานเอกชน อาจจะเพราะกฎระเบียบขั้นตอนต่างๆของระบบเป็นตัวบังคับ จึงพอสรุปได้ว่า ภายในสถานการณ์ต่างๆในการบริหารงานย่อมต้องใช้การสื่อสารสองแบบควบคู่กันไป

2. การจำแนกประเภทของการใช้ แบ่งออกได้เป็น 2 แบบ

2.1 การสื่อสารแบบเป็นทางการ (formal communication) หมายถึง การที่สารถูกส่งต่อไปในองค์การตามลำดับชั้นหรือตามลักษณะหน้าที่ของภารกิจ สารนั้นก็จะไหลผ่านไปตามสายใย ความสัมพันธ์อย่างเป็นทางการ อาจถูกส่งขึ้นบน หรือลงล่าง ที่เป็นไปตามการมอบหมายอำนาจ หน้าที่และการตัดสินใจ สารจะถูกส่งข้ามหน่วยงานก็ต่อเมื่อกำหนดไว้โดยหน้าที่การปฏิบัติจะสังเกตได้ว่า ความสัมพันธ์อย่างเป็นทางการภายในองค์การจะเป็นตัวกำหนดทิศทางการไหลของสาร นอกจากนี้การติดต่อสื่อสารอย่างเป็นทางการมักเน้นการสื่อสารที่เป็นลายลักษณ์อักษรมากกว่าคำพูด เช่น ประกาศแจ้งนโยบาย หรือผลความก้าวหน้าขององค์การ หรือการอาศัย การพุดจา เช่น การสั่งงานโดยตรง เป็นต้น

2.2 การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (informal communication) หมายถึง การสื่อสารที่เกิดขึ้นโดยไม่เป็นไปตามแบบแผนขององค์การเป็นลักษณะการสื่อสารที่เป็นส่วนตัวมากกว่าตำแหน่งหน้าที่ ส่วนใหญ่จะใช้คำพูด เช่น การสนทนา ลักษณะที่สำคัญของการสื่อสารแบบนี้ คือ

ความรวดเร็วในการสื่อสารจะมีมากรวมถึงข่าวลือต่างๆ แต่มีข้อเสียตรงที่ข่าวสารข้อมูลต่างๆ อาจผิดไปจากความเป็นจริงได้ง่ายอย่างไรก็ตาม การสื่อสารที่ไม่เป็นทางการ หรือปากต่อปาก ได้มีส่วนช่วยสนับสนุนลดความตึงเครียดของสมาชิกภายในองค์กร พร้อมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานด้วย เพราะได้มีการแลกเปลี่ยนข่าวสารซึ่งกันและกัน สมยศ นาวิกาน (2546, 27) กล่าวว่า เมื่อพนักงานติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น โดยไม่พิจารณาถึงตำแหน่งในองค์กร เราเรียกว่า การติดต่อสื่อสารที่ไม่เป็นทางการ การติดต่อสื่อสารที่ไม่เป็นทางการมีทั้งจากระดับบนสู่ล่าง ระดับล่างสู่ระดับบน และตามแนวนอน หรือข้ามสายงาน โดยพิจารณาถึงความสัมพันธ์ของบุคคล ทิศทางของข่าวสารจึงไม่อาจคาดคะเนได้

นอกจากนั้น ยังไม่ระบุลักษณะการติดต่อสื่อสารแบบไม่เป็นทางการไว้ มีดังนี้ คือ ส่วนใหญ่ผ่านเกี่ยวพันกัน ทางวาจา เป็นอิสระจากข้อจำกัดขององค์กร แต่ละตำแหน่ง ส่งข่าวสารได้รวดเร็ว มีลักษณะสายใยการสื่อสารเป็นลูกโซ่ มีการถ่ายทอดสารแก่บุคคลมากกว่า 1 คน มีความถูกต้องของข่าวสารน้อย มีอิทธิพลทั้งทางบวก และทางลบต่อองค์กร

3. การจำแนกตามลักษณะของรหัสที่ใช้ในการสื่อสาร แบ่งออกได้เป็น 2 แบบ คือ

3.1 การสื่อสารโดยใช้ถ้อยคำและการเขียนหรือวัจนะ หมายถึง การสื่อสารทางภาษา คือ การใช้ถ้อยคำเป็นลายลักษณ์อักษรหรือวาจา เพื่อที่สื่อสารทางลายลักษณ์อักษรจะเกิดผ่านวิธีการ เช่น จดหมาย บันทึกรายงาน แบบฟอร์มและคู่มือนโยบาย ข้อดีของการสื่อสาร ลักษณะนี้คือ จะให้การบันทึกของข่าวสาร การเผยแพร่ได้อย่างกว้างขวาง และผู้ส่งสามารถใช้ข่าวสารได้อย่างรอบคอบ แต่มีข้อเสีย คือ ค่าใช้จ่ายของการจัดทำ ความไม่เป็นส่วนบุคคล ความเข้าใจผิดจากผู้รับ และความล่าช้าของการป้อนกลับ ส่วนการสื่อสารทางวาจา จะเกิดขึ้นภายในการสนทนาต่อหน้า การอภิปรายของกลุ่ม การใช้โทรศัพท์ มีข้อดี ส่งเสริมการป้อนกลับทันที การแสดงออกทางสีหน้าและท่าทางจะง่าย การเตรียมพร้อมน้อย มีข้อเสียคือ การสื่อสารอาจไม่ถูกต้อง ถ้าบุคคลได้เลือกคำพูดที่ผิดจะถ่ายทอดความหมาย หรือรายละเอียดที่ตรงกับเรื่องหรือถ้าผู้รับลืมบางส่วน หรือทั้งหมดของข่าวสาร บุคคลยากจะมีเวลาเพื่อความคิดได้ และการขาดการบันทึกที่ถาวรของสิ่งที่ได้ถูกพูด เป็นต้น ผู้บริหารสามารถรวมสื่อเข้าด้วยกันเพื่อที่จะใช้ข้อดีของรูปแบบการสื่อสารแต่ละอย่างได้ (สมยศ นาวิกาน, 2549, 427-438)

3.2 การสื่อสารโดยไม่ใช้คำพูด หมายถึง การสื่อสารโดยใช้ท่าทาง และการเคลื่อนไหว ซึ่งแต่ละคนจะมีความหมายเฉพาะของตนเอง เมื่อเวลาแสดงพฤติกรรมต่างๆ เช่น การแสดงออกทางสีหน้าแวตาท่าทาง กิริยาอาการ เป็นต้น ซึ่งหากพิจารณาให้ดีแล้วจะมีความสำคัญและประโยชน์ไม่น้อยเนื่องจาก(เสริมศักดิ์ วิชาลาภรณ์, 2521, 198) อารมณ์ และความรู้สึกส่วนใหญ่

แสดงออกโดยไม่ใช้ถ้อยคำได้ถูกต้องแน่นอนกว่าใช้ถ้อยคำ ลักษณะท่าทางบางประการเป็นเครื่องมือเพื่อการเสนอแนะและให้คำแนะนำได้เป็นอย่างดี คำพูดอาจบิดเบือนได้ง่ายกว่าการไม่ใช้คำพูด หรือเป็นการใช้อวัจนภาษาควบคุมปฏิสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสาร

4. การจำแนกตามทิศทางของการติดต่อสื่อสาร แบ่งออกได้เป็น 3 แบบ คือ

4.1 การสื่อสารจากบนลงล่าง (downward communication) หมายถึง ลักษณะการเดินทางของข่าวสารจากผู้ที่อยู่ในตำแหน่งสูงลงมาตามสายการบังคับบัญชา การสื่อสารแบบนี้มักออกมาในรูปของ คำสั่ง แจ้งนโยบายบอกวิธีปฏิบัติงาน อำนาจงาน คำเตือน คำยืนยัน และชักชวนความเข้าใจ การสื่อสารแบบนี้อาจมีปัญหาเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสาร และการตีความหมายของข่าวสาร โดยสรุปทิศทางการไหลของข่าวสารแบบนี้ จะต้องอาศัยโครงสร้างขององค์การเป็นหลักที่แสดงความสัมพันธ์ในการกระจายข่าวสาร ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นลายลักษณ์อักษรมากกว่า ทางวาจารวมทั้งมีการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการแทรกอยู่ด้วย การสื่อสารจากบนลงล่าง จะเน้นการทำงานเป็นหลักโดยมุ่งที่ประสิทธิผลของงาน อย่างไรก็ตาม การสื่อสารแบบนี้ใช้ว่าจะราบรื่นเสมอไป อาจมีปัญหาเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสาร และการตีความหมายของข่าวสารได้ การสื่อสารอย่างเป็นทางการที่อยู่ในรูปแบบการเขียนได้แก่ นโยบายองค์กร แผนความร่วมมือ แบบฟอร์มการประเมินผล จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ป้ายบันทึกความจำ คู่มือการปฏิบัติงาน ตัวอย่างดังกล่าวนี้อยู่ในรูปแบบการเขียน การสื่อสารอย่างเป็นทางการอาจอยู่ในรูปคำพูดก็ได้ เช่น การประชุม การกล่าวสุนทรพจน์ การอภิปรายอย่างเป็นทางการ การประเมินผลการสัมมนา การสื่อสารอย่างเป็นทางการควรเป็นแบบเปิดและทันเวลาเพื่อให้เกิดความไว้วางใจ (Bryson, 1977)

4.2 การสื่อสารจากล่างขึ้นบน (upward communication) หมายถึง การส่งข่าวสารจากผู้ใต้บังคับบัญชาไปยังผู้บริหาร ทำให้ผู้บริหารได้รับทราบข้อมูลย้อนกลับเพื่อใช้ในการตัดสินใจ ได้รับทราบถึงความเป็นไปและเหตุการณ์ต่างๆ ในองค์การ รูปแบบการสื่อสารแบบนี้ได้แก่ รายงานการปฏิบัติงาน การเข้าพบผู้บริหารอย่างเป็นทางการ การสำรวจความคิดเห็นของพนักงาน ผู้บริหารควรสนับสนุนให้ปัจเจกบุคคลส่งข้อมูลย้อนกลับแบบเป็นทางการ ซึ่งอาจจะเป็นการแสดงความคิดเห็นเพื่อการพัฒนา ข้อมูลย้อนกลับสามารถใช้เป็นเครื่องมือว่าผู้ใต้บังคับบัญชากำลังคิดอะไร และกำลังปฏิบัติตนอย่างไรในองค์การ ปัจเจกบุคคลควรได้รับการกระตุ้นให้ส่งข้อมูลย้อนกลับเมื่อใดก็ได้ไม่ใช่เพียงแค่เฉพาะเวลาที่ผู้บริหารต้องการทราบเท่านั้น อย่างไรก็ตาม ผู้บริหารควรระมัดระวังเกี่ยวกับข้อมูลย้อนกลับ เพราะในบางครั้งอาจถูกบิดเบือน ตัวอย่างเช่นผู้ใต้บังคับบางคนจะเลือกข้อมูลที่ผู้บริหารไม่ชอบหรือข้อมูลที่ให้ผลในทางลบออกไปเพื่อให้ผู้บริหารประทับใจ ในอีกด้านหนึ่งผู้ใต้บังคับบัญชาอาจจะพยายามที่จะทำให้ภาพลักษณ์ของตนเอง

ดีขึ้น ในบางโอกาสข้อมูลดั้งเดิมอาจจะถูกแต่งเติมให้ผิดเพี้ยนไปได้เพียงเพราะความต้องการของปัจเจกบุคคลบางคน (Bryson, 1977)

4.3 การสื่อสารตามแนวนอน(horizontal communication) หมายถึง ลักษณะการเดินทางของข่าวสารระหว่างผู้มีตำแหน่งเสมอกัน หรือใกล้เคียงกันทั้งในสายงานเดียวกัน และข้ามสายงาน โดยอาศัยความสัมพันธ์ส่วนตัวมักเป็นการขอคำแนะนำและข้อมูลเป็นการประสานงานอย่างไม่เป็นทางการ ซึ่ง Lazarsfeld and Menzel (1968, 116) ได้แสดงความเห็นว่า การสื่อสารตามแนวนอน มีรูปแบบการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการที่เน้นวิธีการที่ใช้ในการสื่อสารทางวาจา เป็นหลักและเอื้ออำนวยต่อการปฏิบัติงานบุคลากรในองค์การเป็นอย่างมาก ซึ่งขึ้นอยู่กับระดับความสัมพันธ์ของบุคลากรเป็นสำคัญ

การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจะต้องเป็นการสื่อสารแบบ 2 ทาง และมีปฏิกิริยาตอบสนองต่อกัน ดังนั้นการสื่อสารในห้องสมุด จึงต้องมีข้อมูลย้อนกลับในทุกช่องทาง บุคลากรในห้องสมุดทุกคนจะต้องมีความรับผิดชอบร่วมกันในการทำให้การสื่อสารดำเนินไป แต่ผู้ที่ต้องรับผิดชอบสูงสุดที่จะต้องทำให้สารภายในห้องสมุด ไปถึงบุคคลที่เหมาะสมในเวลาที่ถูกต้อง คือ ผู้อำนวยการห้องสมุด ถึงแม้ว่าการสื่อสารภายในองค์การจะได้รับการจัดการและทำให้เป็นมาตรฐาน และได้รับการวางแผนในการแจกจ่ายข้อมูลข่าวสารแทนการให้ข่าวสารด้วยความบังเอิญ ในบางครั้งก็ยังมีกรณีละเมิดแผนที่วางไว้โดยการให้ข้อมูลข่าวสารตามอำเภอใจของผู้มีหน้าที่ให้ข้อมูลข่าวสาร (Conroy and Jones, 1986) ตัวอย่าง การจัดการไหลเวียนของข่าวสาร คือ การเลือกสรรสารนิเทศเพื่อเผยแพร่เฉพาะบุคคล ซึ่งทำโดยการส่งข้อมูลข่าวสารเฉพาะที่เป็นที่ต้องการของผู้ใช้ในสาขาที่เขาสนใจเท่านั้น เป็นการเปลี่ยนแปลงการให้ข่าวสารจากแบบดั้งเดิมคือ ให้บุคลากรได้ทราบข่าวสารทุกชิ้น การนำวิธีการใหม่มาใช้มีทั้งข้อดีและข้อเสีย ข้อดีก็คือ ข่าวสารที่บุคลากรได้รับทราบนั้นเป็นสิ่งที่คัดเลือกแล้ว ทำให้ผู้รับข่าวสารประหยัดเวลาได้มาก แต่ข้อเสียก็คือ ผู้รับข่าวสารอาจจะสูญเสียข่าวสารที่เป็นประโยชน์กับที่เขาอาจจะได้รับทราบโดยบังเอิญ

นัยนา นพน้อม (2549, 4) ได้กล่าวถึง หลักสำคัญของกลยุทธ์การสื่อสารที่องค์กรจะต้องคำนึงถึงควรประกอบไปด้วย 2 ส่วนคือ

1. การวางวิธีการสื่อสาร โดยต้องมีการวางวิธีการที่เหมาะสมทั้งด้านประสิทธิภาพและประสิทธิผล เช่น บางครั้งต้องการสื่อสารข้อความที่สำคัญมาก ๆ ที่ต้องการให้ผู้รับเกิดความรู้สึกร่วมว่าเป็นเรื่องสำคัญเร่งด่วนจะใช้วิธีส่งจดหมายประทับตราด่วนมาก ถ้าจะให้มีความลับที่สุดก็ไปบ้านของผู้ปฏิบัติงาน หรืออาจจะใช้วิธีส่งข้อความด่วน โดยแทรกขึ้นหน้าจอคอมพิวเตอร์ของผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องให้ทราบ กรณีที่ข้อความที่ต้องการสื่อสารให้ผู้ปฏิบัติงานทราบเป็นข้อความ

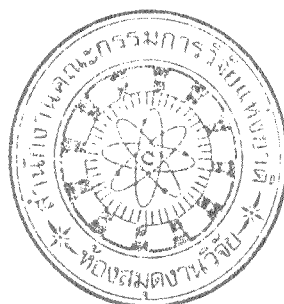
ในลักษณะเตือนความจำก็สามารถใช้วิธีการส่งข้อความผ่านอีเมลล์ หรือมือถือ โดยพิจารณาตามความเหมาะสม

2. การออกแบบลักษณะข้อความที่เกี่ยวข้องเรื่องที่ต้องการสื่อสารให้เหมาะสมกับปฏิบัติงาน เช่น สำหรับองค์กรที่ต้องการพัฒนาตนเองในเรื่องของการไปสู่การเป็นองค์กรที่มุ่งเน้นในตัวของลูกค้าเป็นหลัก จะต้องมีการสื่อสารไปให้พนักงานทุกคนรับทราบในจุดประสงค์หลักขององค์กร จะต้องมีการสื่อสารให้พนักงานทราบให้เข้าใจตรงกันเพื่อเป็นการสนับสนุนให้องค์กรบรรลุในเป้าหมายที่ตั้งไว้

ความสำคัญการสื่อสารในองค์กร

กริช สืบสนธิ์ (2538, 64) กล่าวว่า การสื่อสารในองค์กรมีความสำคัญสำหรับผู้บริหารและปฏิบัติงาน คือ

1. เป็นเครื่องมือสำคัญของฝ่ายบริหารในการบริหารงาน เพราะการสื่อสารจะช่วยให้การทำงานลุล่วงไปได้โดยตลอด เป็นเครื่องช่วยตรวจสอบความเข้าใจผลงาน เป็นต้น
2. เป็นเครื่องช่วยสร้างความสัมพันธ์อันดีแก่ทั้งสองฝ่าย การสื่อสารช่วยให้เกิดความเข้าใจตรงกัน นำมาซึ่งความสนิทสนม ความไว้วางใจซึ่งเหล่านี้นำไปสู่สัมพันธภาพที่ดีระหว่างผู้บริหารในระดับต่างๆ และกับพนักงานโดยส่วนร่วม
3. ช่วยให้เกิดความเข้าใจระหว่างกันดีขึ้น การสื่อสารนำมาซึ่งความไว้วางใจหากมีปริมาณที่เหมาะสมแล้วจะช่วยให้เกิดความกล้าที่จะสื่อสาร กล้าที่จะถาม กล้าที่จะออกความคิดเห็น ท้วงติง และช่วยให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกันมากยิ่งขึ้น
4. ช่วยให้การปฏิบัติการกิจของทุกหน่วยงาน ทุกส่วนไปได้ และประสานกันจนบรรลุวัตถุประสงค์ การสื่อสารมีส่วนอย่างมากในการประสานงานทำให้ทุกๆ หน่วยงานทำงานในหน้าที่ของตนไปอย่างสอดคล้องกับการทำงานหน่วยงานอื่นๆ สะดวกมากขึ้นสำหรับผู้จัดการในการบริหารงานองค์กรและความรู้เกี่ยวกับการเคลื่อนไหว ความต้องการของหน่วยงานอื่นๆ จะทำให้เป้าหมายของการทำงานบรรลุวัตถุประสงค์ที่องค์กรกำหนดไว้
5. ช่วยให้เกิดการพัฒนาและการทำงานที่มีประสิทธิภาพ การที่บุคลากรขององค์กรทุกระดับสามารถสื่อสารได้อย่างเสรี มีความไว้วางใจซึ่งกันและกัน ความกล้าที่จะสื่อสาร ย่อมนำไปสู่การเสนอความคิดสร้างสรรค์ คิดที่จะทำให้เกิดผลงานที่ดีที่สุด นำองค์กรไปสู่ความเจริญ การยอมรับในความคิดของผู้อื่น ไม่ว่าผู้นั้นจะอยู่ในระดับใดขององค์กร ย่อมทำให้ผู้ได้รับการยอมรับเกิดความภาคภูมิใจ



วิธีการสื่อสารในองค์กร

จากการศึกษาเอกสารและผลงานทางวิชาการ พบว่า มีนักวิชาการกล่าวถึงวิธีการสื่อสารในองค์กรไว้ดังนี้

ผุสดี นวลเดช (2548, 4) กล่าวว่า วิธีการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรเป็นวิธีการแลกเปลี่ยนความคิด ข้อมูลข่าวสาร ซึ่งประกอบด้วย 3 วิธี คือ

1. วิธีการติดต่อสื่อสารด้วยลายลักษณ์อักษร หมายถึง วิธีการติดต่อสื่อสารที่แสดงออกโดยการเขียน ซึ่งประกอบด้วย 3 วิธี คือ บันทึกโต้ตอบ การเขียนรายงาน และการส่งข่าวสารจากบอร์ดประกาศ

2. วิธีการติดต่อสื่อสารด้วยวาจา หมายถึง วิธีการติดต่อสื่อสารที่แสดงออกโดยการพูด ซึ่งประกอบด้วย 6 วิธี คือ การประกาศเสียงตามสาย การประชุม การที่หัวหน้าสั่งงานผ่านเพื่อนร่วมงาน การที่หัวหน้าสั่งงานด้วยตนเอง การพูดคุยตัวต่อตัวกับหัวหน้า และการชี้แจงโดยตรงของผู้บริหาร

3. วิธีการติดต่อสื่อสารด้วยเทคโนโลยี หมายถึง วิธีการติดต่อสื่อสารที่แสดงออกโดยผ่านเทคโนโลยี ซึ่ง ประกอบด้วย 3 วิธี คือ การใช้โทรศัพท์ การใช้โทรสาร และการใช้คอมพิวเตอร์

วิธีการติดต่อสื่อสารดังกล่าว จะใช้วิธีใดวิธีหนึ่งหรือใช้ผสมกันก็ได้ แล้วแต่ความเหมาะสมที่ให้ผู้รับข่าวสารเข้าใจให้ถูกต้องซึ่งหลักเกณฑ์ในการเลือกเครื่องมือสื่อสาร มีดังนี้ 1) เลือกใช้สื่อให้เหมาะสม 2) ควรใช้เหมาะสมกับจำนวนผู้รับข่าว 3) ผู้ส่งข่าวต้องมีทักษะในวิธีที่จะใช้

กลยุทธ์การสื่อสารประสิทธิภาพ

วาสนา จันทรสว่างและดวงพร คำณูวัฒน์ (2541, 21-28) กล่าวว่า หลักของกลยุทธ์การสื่อสารประสิทธิภาพ ต้องคำนึงถึงองค์ประกอบ ต่อไปนี้ วัตถุประสงค์ในการสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็นทางการหรือไม่เป็นทางการ ตั้งใจหรือไม่ตั้งใจจะต้องมีวัตถุประสงค์ในการสื่อสารเพื่อให้ทราบข่าวสารไปทำไม

เนื้อหาสาระที่ต้องการส่ง ผู้ส่งสารต้องรู้ว่าจะส่งเรื่องใด โดยตนเองต้องมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องนั้นเป็นอย่างดี ต้องมีความถูกต้อง ชัดเจน ไม่ก่อให้เกิดความสับสนและเคลือบสงสัย

ประเภทและคุณสมบัติของสื่อ ผู้ที่จะสื่อสารได้ดีต้องมีความรู้และเข้าใจสื่อที่จะใช้ในแต่ละเวลา สถานที่ สถานการณ์และผู้รับสาร ภาษาเป็นสื่อที่สำคัญ ไม่ว่าจะเป็นภาษาพูด ภาษาเขียน ภาษาท่าทาง รวมไปถึงพาหนะนำสาร เช่น รูปภาพ วัตถุ แผนงาน และเทคโนโลยีการสื่อสาร

รายละเอียดเกี่ยวกับผู้รับสาร การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ จำเป็นต้องรู้จักผู้รับสารยังรู้จักมากเท่าไรผู้ส่งสารก็ยังสามารถสื่อสารที่เหมาะสมมากเท่านั้น รายละเอียดต่างๆ ได้แก่ ทักษะในการสื่อสาร ทักษะคิด ที่มีต่อคู่สื่อสารต่อตนเองและต่อเนื้อหาที่กำลังสื่อสารอยู่ความรู้ ที่มีต่อเรื่องที่ กำลังสื่อสารระบบสังคม ของคู่สื่อสารมีผลต่อการสื่อสาร เช่น ผู้ส่งสารมีสถานภาพทางสังคมดี ก็ จะส่งผลต่อผู้รับสาร ให้เกรงใจและรับฟัง สุดท้ายคือ พื้นฐานทางวัฒนธรรม ผู้ส่งสารต้องมีความ เข้าใจวัฒนธรรมของผู้รับสาร การสื่อสารจึงจะดำเนินไปอย่างเป็นผล

สุธา พงศ์ถาวรภิญโญ, นันทิดา โอฐกรรมและดุขฎี นิลคำ (2548,38) กล่าวว่า องค์ประกอบที่มีส่วนทำให้การสื่อสารประสบความสำเร็จ กระบวนการสื่อสารแต่ละครั้งนั้นจะมี หลายสิ่งที่มีผลต่อความสำเร็จของการสื่อสาร ได้แก่

1. วัตถุประสงค์ หากผู้ส่งสารและผู้รับสารมีวัตถุประสงค์ที่สอดคล้องกัน จะช่วยให้การ สื่อสารครั้งนั้นๆประสบความสำเร็จได้อย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น ผู้ส่งสารจะต้องมีวิธีการที่จะให้ วัตถุประสงค์ของตนบรรลุตามเป้าหมาย
2. แรงจูงใจ เป็นตัวกระตุ้นสิ่งอื่นที่ช่วยสนับสนุนความน่าสนใจ นอกจากส่วนที่เป็น เนื้อหาหรือสารที่ต้องการนำเสนอ เช่น ของรางวัล
3. ทักษะคิด เป็นความคิดเห็นหรือความรู้สึกที่ผู้ส่งสารหรือผู้รับสารที่มีต่ออีกฝ่ายหนึ่งหรือ อาจเป็นความคิดเห็นที่มีต่อเรื่องที่ ได้รับ
4. ประสบการณ์ เป็นสิ่งที่ผู้ส่งสารหรือผู้รับสารเคยได้รับมา ทำให้มีความรู้เข้าใจในเรื่องที่ นำเสนอได้ชัดเจนยิ่งขึ้น เพราะเป็นเรื่องที่เคยได้สัมผัสมาก่อน

ปัญหาและอุปสรรคของการสื่อสาร

จากการศึกษาเอกสารและผลงานทางวิชาการ พบว่า มีนักวิชาการกล่าวถึงปัญหาอุปสรรค และปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จของการสื่อสารไว้ดังนี้

เสนาะ ดิยาว (2541) ได้กล่าวถึง ปัญหาและอุปสรรคของการสื่อสารในแนวดิ่ง แนวนอน และแนวไขว้ไว้ดังต่อไปนี้

ปัญหาและอุปสรรคของการสื่อสารในแนวนอน

1. การขาดความไว้วางใจซึ่งกันและกัน หากผู้ร่วมงานขาดความไว้วางใจซึ่งกันและกัน แล้วก็ยากที่จะทำให้การสื่อสารในแนวนอนบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้
2. การตั้งใจฟังเนื่องจากการสื่อสารส่วนใหญ่ใช้การพูดในการสื่อสารดังนั้นนอกจาก ความสามารถในการพูด การใช้ภาษาของผู้สื่อสารแล้ว ผู้ฟังมีส่วนสำคัญต่อความถ้ เร็จของการ สื่อสารด้วย การฟังอย่างตั้งใจ หรือมีเจตนาที่จะรับฟังด้วยความหวังว่าจะได้ประโยชน์อย่างใดอย่าง

หนึ่งจากผู้พูดย่อมจะช่วยให้การสื่อสาร ได้ผลยิ่งขึ้นอย่างไรก็ตามแม้ว่าการฟังจะมีประโยชน์ต่อการสื่อสารอย่างมาก แต่ก็มีอุปสรรคที่ทำให้ฟังไม่ได้ผลเท่าที่ควรเช่น

2.1 การคิดล่วงหน้าว่าสิ่งที่จะได้รับฟังไม่น่าสนใจ มีอคติต่อเรื่องหรือต่อบุคคลที่พูด ทำให้รู้สึกเบื่อหน่าย ฟังอย่างไม่ตั้งใจ บางครั้งอาจเสียโอกาสของการฟังที่ดีๆ และก็ได้ ดังนั้น การฟังเพื่อให้ได้สาระจึงไม่ควรคาดการณ์ในแง่ลบไว้ล่วงหน้า

2.2 การวิจารณ์ผู้พูดในทางลบ ในสิ่งที่ไม่ใช่สาระของการสื่อสาร เช่น ให้ความสนใจกับการแต่งตัว หรือไม่พอใจคำพูดเพียงบางคำในขณะที่ฟังก็พูดวิจารณ์ไปด้วยนอกจากจะทำให้ไม่ได้ประโยชน์จากการฟังแล้ว ยังเป็นการเสียมารยาทก่อความรำคาญแก่คนข้างเคียงด้วย

2.3 การสรุปล่วงหน้า เช่น ฟังเรื่องราวไปได้เพียงเล็กน้อย ก็สรุปความเองว่าจะต้องเป็นอย่างนั้น เป็นอย่างนี้ซึ่งอาจไม่เป็นความจริงตามนั้น

2.4 การเลือกฟังเฉพาะบางส่วน เลือกฟังเฉพาะตอนที่ตนเองสนใจ โดยที่ไม่ทราบชัดว่า ตอนอื่นมีสาระเป็นอย่างไร

2.5 สภาพร่างกายและสิ่งแวดล้อมไม่อำนวย

สุธา พงศ์ถาวรภิญโญ, นันทิดา โอฐกรรม และคุณฤ นิธคำ (2548,39) กล่าวว่า การสื่อสารแต่ละครั้งไม่ได้ประสบความสำเร็จเสมอไป มักจะมีปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสาร ปัญหาที่เกิดขึ้นมาจากหลายสาเหตุ เช่น

1. ปัญหาจากผู้ส่งสาร อาจเนื่องมาจาก

- 1.1 ไม่มีความรู้ ความเข้าใจเพียงพอในสิ่งที่ต้องการนำเสนอ
- 1.2 เลือกวิธีการนำเสนอไม่เหมาะสม
- 1.3 บุคลิกภาพยังไม่ดีพอ

2. ปัญหาจากสาร อาจเนื่องมาจาก

- 2.1 เนื้อหาเข้าใจยาก
- 2.2 เนื้อหาของสารขัดต่อความเชื่อ ค่านิยม

3. ปัญหาจากสื่อ อาจเนื่องมาจาก

- 3.1 เลือกสื่อไม่สอดคล้องกับเนื้อหา
- 3.2 ใช้สื่อไม่เหมาะสมกับสถานการณ์

4. ปัญหาจากผู้รับสาร อาจเนื่องมาจาก

- 4.1 ขาดความพร้อมในเรื่องที่จะรับสาร
- 4.2 มีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งที่รับสารหรือผู้ส่งสาร

อุปสรรคของการสื่อสารในห้องสมุด

อุปสรรคที่เกี่ยวกับการสื่อสารในห้องสมุด จะเกิดขึ้นได้จากสาเหตุหลายประการ คือ (Conroy and Jones, 1986; วรรณถ แสงมณี)

1. อุปสรรคที่เกิดจากโครงสร้างของห้องสมุด เป็นโครงสร้างเป็นแบบระบบราชการจะทำให้การไหลเวียนของข่าวสารชักช้า เพราะการส่งข่าวจะเป็นไปตามสายการบังคับบัญชา คือเป็นไปตามลำดับชั้น ซึ่งเป็นสาเหตุให้บุคลากรที่อยู่ในระดับล่างได้รับข้อมูลล่าช้าเกินไป
2. ข้อมูลข่าวสารมากเกินไป ข้อมูลไม่ได้รับการคัดเลือกหรือกลั่นกรองก่อนที่จะเวียนให้บุคลากรรับทราบ เป็นสาเหตุให้ผู้รับข้อมูลไม่สนใจเท่าที่ควร
3. การตีความข้อมูลคลาดเคลื่อน อาจเป็นเพราะผู้รับข่าวสารไม่มีความรู้พื้นฐานด้านคำศัพท์หรือภาษาดีพอ หรืออาจจะขาดความรู้เฉพาะด้านเกี่ยวกับเรื่องที่ส่งมา
4. บรรยากาศของความสัมพันธ์ในห้องสมุด ระหว่างผู้บริหารกับผู้ใต้บังคับบัญชาไม่สนับสนุนในการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรในห้องสมุด
5. แหล่งข้อมูลหรือช่องทางของข่าวสารมีน้อยเกินไป ในกรณีที่มีเรื่องเร่งด่วนอาจจะทำให้ข้อมูลข่าวสารไปถึงผู้รับล่าช้าเกินไป
6. ผู้บริหารไม่สนใจปฏิกิริยาของผู้ใต้บังคับบัญชา เช่น การแสดงความไม่พึงพอใจหรือไม่เข้าใจด้วยสีหน้า กิริยา ท่าทางของผู้ใต้บังคับบัญชา ทำให้ผู้บริหารไม่ทราบถึงความรู้สึกที่แท้จริงของบุคลากรในห้องสมุด
7. ผู้ปฏิบัติงานมีความรู้สึกว่าได้รับข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับงานของตนไม่เท่าเทียมกัน ทำให้เกิดความไม่พอใจในงานที่ปฏิบัติอยู่

แนวคิดเกี่ยวกับงานบริการ

การบริการ มีความหมายตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 หมายถึง การรับใช้ให้ความสะดวกต่างๆ ในบริการนั้นๆ

Lovelock and Wright (อ้างใน อุดลย์ จาตุรงคกุล, 2546, 4) ให้นิยามบริการไว้ 2 แบบ ได้แก่

บริการ (service) เป็นการปฏิบัติงานที่ฝ่ายหนึ่งเสนอให้กับฝ่ายอื่น แม้ว่ากระบวนการ (process) อาจผูกพันกับตัวสินค้า แต่การปฏิบัติงานนั้นเป็นสิ่งที่มองไม่เห็น จับต้องไม่ได้ และไม่สามารถครอบครองได้ และบริการเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สร้างคุณค่าและจัดหาคุณประโยชน์ (benefits) ให้แก่ ลูกค้าในเวลาและสถานที่เฉพาะแห่ง อันเป็นผลมาจากการที่ผู้รับบริการหรือผู้แทนนำเอาความเปลี่ยนแปลงมาให้

การบริการ คือ กิจกรรม หรือชุดของกิจกรรมที่โดยทั่วไปมีอาจจับต้องได้ ซึ่งตามปกติมักจะเกิดขึ้นเมื่อมีการติดต่อระหว่างลูกค้ากับพนักงานผู้ให้บริการ และ/หรือทรัพยากรที่มีตัวตนหรือสินค้า และ/หรือระบบของผู้ให้บริการนั้น ซึ่งเป็นการแก้ปัญหาให้กับลูกค้า (Gronroos 1990, อ้างในธีรกิติ 2547, 6)

ฉัตรพร เสมอใจ (2548, 14) ได้ให้ความหมาย การบริการ เป็น กิจกรรม ประโยชน์ หรือ ความพึงพอใจที่จัดทำขึ้นเพื่อเสนอขาย หรือกิจกรรมที่จัดขึ้นรวมกับการขายสินค้า

Kotler (2003, 444) ได้ให้นิยามของการบริการว่า การกระทำ หรือกระบวนการผลิตใดๆ ที่ฝ่ายหนึ่งนำเสนอต่ออีกฝ่ายหนึ่งซึ่งเป็นที่ไม่สามารถจับต้องได้และไม่เกิดผลในความเป็นเจ้าของ โดยกระบวนการนั้นอาจจะเกี่ยวข้องกับสินค้าทางกายภาพหรือไม่ก็ได้

Weber (1966, 340) ได้ชี้ให้เห็นว่า การบริการที่มีประสิทธิภาพ และเป็นประโยชน์มากที่สุดคือ การให้บริการโดยไม่คำนึงถึงตัวบุคคล หรือที่เรียกว่า *Fine Ira studio* กล่าวคือ เป็นการบริการที่ไม่ใช้อารมณ์ และไม่มีการชอบพอใครเป็นพิเศษ แต่ทุกคนจะต้องได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันตามหลักเกณฑ์ที่มีอยู่ในสภาพที่เหมือนกัน

การบริการตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า “service” ซึ่งเป็นคำที่เราคุ้นเคยและคนส่วนมากจะเรียกร่องขอรับบริการ เพื่อความพึงพอใจ ของตน การบริการเป็นการปฏิบัติงานที่กระทำหรือติดต่อ และเกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการ การให้บุคคลต่างๆ ได้ใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่งทั้งด้วยความพยายามใดๆก็ตามด้วยวิธีการหลากหลายในการทำให้คนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้รับความช่วยเหลือ จัดได้ว่าเป็นการให้บริการ ทั้งสิ้น การจัดการอำนวยความสะดวกก็เป็นการให้บริการ การสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ก็เป็นการให้บริการ การสนองความต้องการของผู้ใช้บริการก็เป็นการให้บริการ จึงสามารถดำเนินการได้หลากหลายวิธี จุดสำคัญ คือ เป็นการช่วยเหลือและอำนวยความสะดวก ให้แก่ผู้ใช้บริการ บริการที่ดีจะส่งผลให้ผู้ใช้บริการมีทัศนคติอันดีแก่ ความคิดและความรู้สึก ทั้งต่อตัวผู้ให้บริการ และหน่วยงานที่ให้บริการเป็นไปในทางบวก คือ ความชอบ ความพึงพอใจ บริการที่ไม่ดีจะส่งผลให้ผู้ใช้บริการมีทัศนคติทั้งต่อตัวผู้ให้บริการ และหน่วยงานที่ให้บริการเป็นไปในทางลบ มีความไม่ชอบและความไม่พึงพอใจ

การบริการ เป็นกระบวนการหรือกระบวนการกิจกรรมในการส่งมอบบริการจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการ การบริการ จึงเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ผลิตออกในรูปแบบของเวลา สถานที่ รูปแบบ หรือสิ่งประเทืองหรือเอื้ออำนวยทางจิตวิทยา

อดุลย์ จาตุรงคกุล (2543, 3) กล่าวถึง การบริการในเศรษฐกิจสมัยใหม่ (services in the modern economy) ว่า สถาบันการศึกษาถือได้ว่าเป็นองค์กรขายบริการที่มีความสลับซับซ้อน นอกเหนือจากการบริการด้านการศึกษาแล้ว ยังมีเครื่องมือที่ให้บริการเพื่ออำนวยความสะดวกอีก

มากมาย เช่น ห้องสมุด มุมกาแฟ การรับปรึกษา ร้านจำหน่ายหนังสือ สำนักงานจัดหางาน บริการเอกสาร ฯลฯ ในกรณีที่นักศึกษาลงทะเบียนและเข้าพักในหอพักภายในมหาวิทยาลัย ขอบเขตของการให้บริการก็อาจจะรวมถึงความคุ้มครอง สุขภาพ เครื่องกีฬา สำนักงานไปรษณีย์ เป็นต้น

เพทาย แก้วประสิทธิ์ (2539, 5-10) ได้กล่าวถึง แนวคิดเกี่ยวกับงานบริการไว้ดังนี้

1. งานบริการ เป็นงานที่มีการผลิตและการบริโภคเกิดขึ้นพร้อมกัน คือ ไม่อาจกำหนดความต้องการที่แน่นอนได้ขึ้นอยู่กับผู้ใช้บริการว่า ต้องการเมื่อใดและต้องการอะไร

2. งานบริการ เป็นงานที่ไม่อาจกำหนดปริมาณงานล่วงหน้าได้ การมาใช้บริการหรือไม่ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขในการใช้บริการ การกำหนดปริมาณงานล่วงหน้าจึงไม่อาจทำได้ นอกจากการคาดคะเนความน่าจะเป็นเท่านั้น

3. งานบริการ เป็นงานที่ไม่ใช่ตัวสินค้า ไม่มีผลผลิต สิ่งที่ใช้บริการจะได้ คือ ความพึงพอใจ ความรู้สึกคุณค่า ที่ได้มาใช้บริการ ดังนั้นคุณภาพของงานจึงเป็นสิ่งที่สำคัญมาก

4. งานบริการ เป็นงานที่ต้องการตอบสนองในทันที ผู้ใช้บริการต้องการให้ลงมือปฏิบัติในทันที ดังนั้น ผู้ให้บริการจะต้องพร้อมที่จะตอบสนองตลอดเวลา

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2543, 145) ได้กล่าวถึง การบริการมีลักษณะที่สำคัญ 4 ลักษณะไว้ดังนี้

1. ไม่สามารถจับต้องได้ (intangibility) การบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ ลูกค้าน่าจะมองเห็น รู้สึก ได้ยิน หรือดม การบริการได้ก่อนซื้อไม่ต้องคำนึงการแจกจ่ายตัวสินค้า อีกทั้งไม่ต้องควบคุมสินค้าคงคลัง ไม่เคยเจอปัญหาการสูญเสียด้านสินค้าคงคลัง ดังนั้นปัญหาต่างๆ ของการให้บริการก็อยู่ที่กิจกรรมส่งเสริมการตลาด เช่น สื่อโฆษณา พนักงาน ให้บริการ ณ จุดสัมผัสบริการ จุดต้องพยายามชี้ให้เห็นประโยชน์ที่ได้รับจากการบริการมากกว่า ตัวการบริการ รวมถึงการบอกต่อในคุณภาพของการบริการที่ผู้ใช้แล้วเกิดความพึงพอใจ จนสามารถบอกต่อไปยังบุคคลใกล้ชิด

2. ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการ (inseparability) การให้บริการ เป็นการผลิตและการบริโภคในขณะเดียวกัน ดังนั้น จึงไม่สามารถแยกได้ เกิดข้อจำกัดด้านเวลา โดยกลยุทธ์การให้บริการ คือ การกำหนดมาตรฐานด้านเวลาการให้บริการที่รวดเร็ว

3. ไม่แน่นอน (variability) ลักษณะของการบริการไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับว่า ผู้ขายบริการเป็นใคร จะให้บริการเมื่อไร ที่ไหน อย่างไร ทำให้เกิดการพยากรณ์คุณภาพ ของการบริการก่อนซื้อ

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (perishability) บริการไม่สามารถผลิตเก็บไว้ได้เหมือนสินค้าอื่น ถ้าความต้องการมีสม่ำเสมอ การให้บริการก็จะไม่มีปัญหา แต่ถ้าลักษณะ ความต้องการไม่แน่นอน จะทำให้เกิดปัญหา คือ การบริการไม่ทันหรือไม่มีลูกค้า จึงทำให้ผู้บริหารหาทางใช้ส่วที่ว่าง (idle capacity) ที่ไม่ตรงตามช่วงการใช้นั้นให้เป็นประโยชน์

องค์ประกอบของงานบริการตามแนวคิดและทฤษฎีของ Gothberg ต้องประกอบด้วย
คุณลักษณะ 3 ประการ ได้แก่

1. คุณภาพของทรัพยากรต้องเลือกสรรแล้วว่าสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้และมี
คุณภาพ
2. คุณภาพของบุคลากรผู้ให้บริการ ผู้ให้บริการต้องมีความรอบรู้ ในงานบริการนั้นเป็น
อย่างดี
3. การสื่อสาร เช่น การสื่อสารระหว่างผู้ใช้บริการ การใช้ภาษา สัญลักษณ์ต้องสามารถสื่อ
ความหมายให้เข้าใจกันได้เป็นอย่างดี

สมิต สัทนกร (2545, 23) กล่าวถึง คุณสมบัติของผู้ที่จะทำงานบริการได้ดีไว้ดังนี้

1. มีจิตใกรักงานบริการ
2. มีความรู้ในงานที่จะบริการ งานบริการต้องการความถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์เป็นสิ่ง
สำคัญ ดังนั้น ผู้ซึ่งทำงานบริการในเรื่องใดจำเป็นจะต้องมีความรู้ ความเข้าใจในงานที่ตนจะต้อง
ให้บริการอย่างถูกต้องแท้จริง มิฉะนั้นจะก่อให้เกิดความผิดพลาด ตกหล่น เสียหายแก่งานบริการ
นั้นๆ ได้ ผู้ที่จะทำงานบริการในแต่ละงานจึงต้องขวนขวายหาความรู้ในงานเฉพาะนั้นให้รู้แจ้งรู้จริง
อย่างถ่องแท้ เพื่อให้มีคุณลักษณะเพียงพอแก่การเป็นผู้ให้บริการในงานที่ตนรับผิดชอบ
3. มีความรู้ในตัวสินค้าหรือบริการ การให้ความรู้และสารสนเทศ เกี่ยวกับตัวสินค้าหรือ
บริการเป็นส่วนสำคัญของงานบริการและเป็นงานบริการขั้นพื้นฐานที่ทุกคนจะต้องทำในแต่ละ
หน้าที่
4. มีความรับผิดชอบต่อการปฏิบัติงาน การปฏิบัติงานเป็นเรื่องที่ต้องระมัดระวังทั้งด้านกาย
และวาจา เนื่องจากเป็นสิ่งปรากฏให้เห็นได้ง่าย ทั้งจากการแต่งกาย การแสดงกิริยามารยาท การพูด
การสื่อสารทั้งที่ใช้ถ้อยคำและไม่ใช้ถ้อยคำ แต่เป็นภาษาที่ทำให้เกิดความเข้าใจได้ต่างๆ กัน
5. มีความรับผิดชอบต่องานในหน้าที่ ผู้ใดที่ขาดความรับผิดชอบย่อมไม่อาจทำงานใดให้
สำเร็จได้ เพราะความรับผิดชอบเป็นเงื่อนไขสำคัญที่จะทำให้งานบรรลุผล
6. มีความรับผิดชอบต่อลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ ผู้ให้บริการมีภาระผูกพันตนต่อผลของการ
กระทำ หรือพันธกิจที่ดีต่อลูกค้า หรือผู้ให้บริการย่อมเป็นหลักประกันได้ว่าจะมีการให้บริการอย่าง
มีคุณภาพ เพราะจะระมัดระวังที่จะสร้างความพอใจและสนองตอบความต้องการของลูกค้าอย่าง
สอดคล้อง ถูกต้อง และครบถ้วน
7. มีทัศนคติต่องานบริการดี ทัศนคติดีมีอิทธิพลต่อกระบวนการคิดของผู้ทำงานบริการเป็น
อันมาก ถ้าบุคคลใดมีทัศนคติต่องานบริการดีก็จะให้ความสำคัญต่องานบริการและปฏิบัติงานอย่าง
เต็มที่ เป็นผลให้งานบริการมีคุณค่าและนำไปสู่ความเป็นเลิศ

8. จิตใจมั่นคงไม่โลเล ในการบริหารงานบริการจะมีนโยบายควบคุมการทำงานให้เป็นไปตามแผนการให้บริการ ผู้ทำงานบริการจะต้องปฏิบัติตามนโยบายอย่างเคร่งครัดแม้ว่าจะมีเปลี่ยนแปลงนโยบายให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป ผู้ทำงานบริการก็ต้องปรับวิธีการให้บริการโดย ไม่โลเลยึดถืออยู่ในนโยบายเดิม

9. ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ผู้ทำงานบริการเป็นผู้ที่อยู่กับพนักงานได้พบเห็นเหตุการณ์ต่างๆ เป็น ประสบการณ์ตรง จึงควรมีความคิดใหม่ๆ ในการปฏิบัติงานบริการได้ดี มีการคิดค้นแปลง การให้บริการให้เหนือกว่าเดิม ผู้มีความคิดสร้างสรรค์จะมีการรับรู้และสร้างจินตนาการจากประสบการณ์นำมาใช้ในการสร้างสรรค์งานบริการให้ดีขึ้น

10. มีความช่างสังเกต ผู้ทำงานบริการจะต้องมีลักษณะเฉพาะตัวเป็นคนมีความช่างสังเกต เพราะหากมีการรับรู้ว่าการบริการอย่างไรจึงจะเป็นที่พอใจของผู้ใช้บริการก็จะพยายามนำมาคิดสร้างสรรค์ให้เกิดบริการที่ดียิ่งขึ้น เกิดความพอใจ และตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการได้มากยิ่งขึ้น

11. มีวิจรรย์ญาณไตร่ตรองรอบคอบ ในการบริการอาจมีเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเฉพาะหน้าซึ่งผู้ทำงานบริการ จะต้องพิจารณา คิดทบทวน ตรិตรอง ใคร่ครวญอย่างรอบคอบว่าจะทำประการใด มิใช่้นำเรื่องที่เป็นปัญหามาให้ผู้บังคับบัญชาต้องพิจารณาวินิจฉัยสั่งการในทุกเรื่อง

12. มีความสามารถในการวิเคราะห์ปัญหา ผู้ให้บริการจะต้องสามารถวิเคราะห์สาเหตุของปัญหา หาสาเหตุที่แท้จริงให้พบและคิดหาวิธีแก้ปัญหาเป็นทางเลือกหลายๆ ทาง และเลือกทางแก้ปัญหาที่ดีที่สุด

คุณภาพของการบริการ

ดลฤดี ศรีม่วง (2541, 8) ได้กล่าวถึง คุณภาพของการให้บริการที่ดี อธิบายตามตัวอักษร 7 ตัวของคำว่า SERVICE 7 มีดังต่อไปนี้

1. S คือ แนวความคิดรวบยอดในการบริการ (service concept) และสร้างความพึงพอใจ (satisfaction) ให้กับผู้มาติดต่อหรือมาขอใช้บริการและรับบริการก่อนอื่นเราต้องมี concept คือ แนวความคิดรวบยอดการให้บริการที่ดีต่อลูกค้า นั้นเป็นหน้าที่โดยตรงและต้องพยายามทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากที่สุดเท่าที่จะทำได้ เพราะลูกค้า นั้นต้องการมารับบริการและได้รับความพึงพอใจมากที่สุดจะเห็นได้ว่าภัตตาคารหรือสวนอาหารที่มีบริการที่ดีนั้นต่อให้อยู่ไกล แต่ไหนลูกค้าก็พากันมาอุดหนุน

2. E คือ ความกระตือรือร้น (enthusiasm) หมายความว่า พนักงานทุกคนจะต้องมีความกระตือรือร้น ไม่ว่าจะเป็นพนักงานระดับต้อนรับ พนักงานขนของ ยามรักษาการณ์ ฯลฯ ซึ่งเห็นลูกค้า

เข้ามาก็ต้องทำการต้อนรับ และกล่าวทักทาย ด้วยใบหน้ายิ้มแย้ม และต้องมีความพร้อมที่จะสนองความต้องการของลูกค้าและคอยสังเกตว่าลูกค้าต้องการอะไรบ้างหรือต้องการให้ช่วยเหลืออะไรบ้าง ต้องรีบไปบริการทันที รวดเร็ว และรู้ใจมีต้องให้ลูกค้าร้องขอ

3. R คือ ความพร้อม (readiness) และความรวดเร็ว (rapidness) หมายถึง มีความพร้อมอยู่ตลอดเวลา และความรวดเร็ว ฉับพลัน ทันใจ และทันใจ ตัวอย่างเช่น ในธนาคารเมื่อมีลูกค้าเข้ามาติดต่อเพื่อที่จะฝากหรือถอนเงินก็ตามเขาต้องการเห็นว่าเจ้าหน้าที่มีความพร้อมและให้บริการเขาด้วยความรวดเร็ว หรืออยู่ซ่อมรถยนต์เราต้องมั่นใจว่าเมื่อลูกค้าเอารถมาซ่อมเราต้องมีอะไหล่พร้อมและต้องบริหารจัดการซ่อมรถยนต์ให้ลูกค้าเสร็จโดยเร็วก็จะทำให้ลูกค้ามีความพอใจ และประทับใจอย่างแน่นอน และข้อสำคัญทำให้เราซ่อมรถได้เร็ว และได้จำนวนมากขึ้น ก็คือ ได้เงินเร็วขึ้น และมากขึ้นนั่นเอง

4. V คือ ความมีคุณค่า (values) หมายความว่า ไม่ว่าจะให้บริการประเภทใดท่านต้องทำทุกวิถีทางที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกเสมอว่าเมื่อเขามารับบริการจากท่านเขารู้สึกไม่ผิดหวัง และเห็นว่าการบริการของท่านนั้นมีคุณค่าสำหรับเขา ผู้ขายบริการนั้นสามารถสร้างคุณค่าได้ทั้งนั้น

5. I คือ ความสนใจ (interesting) และความประทับใจ (impressive) ซึ่งหมายถึง การให้ความสนใจอย่างจริงใจต่อลูกค้าและสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าทุกระดับและ ทุกคนโดยไม่เลือกที่รักมักที่ชัง หรือแบ่งชั้นวรรณะ เพราะไม่ว่าลูกค้าจะเป็นใครก็ตาม เขาต้องได้รับการบริการที่ดีด้วยกัน

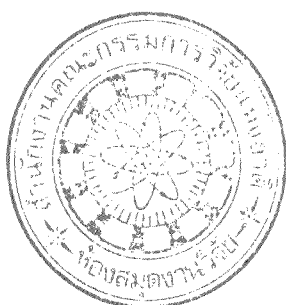
6. C คือ ความสะอาด (cleanliness) ความถูกต้อง (conectiveness) และไมตรีจิต (courtesy) สิ่งเหล่านี้เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการขายบริการ คือไม่ว่าท่านจะทำธุรกิจในด้านใดสถานที่ของท่านจะต้องสะอาดและมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย คือมีการดูแลบ้าน (house keeping) ที่ดี เพราะใครๆ ก็ชื่นชมความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยในเรื่องของความถูกต้อง ตัวอย่างเช่น ลูกค้าสั่งอาหารก็ต้องนำอาหารที่สั่งมาให้ถูกต้อง ส่วนเรื่องความมีไมตรีจิต คือ การให้การต้อนรับด้วยความอบอุ่น แสดงความเป็นมิตรให้การต้อนรับด้วยความอบอุ่น พูดคุยกับลูกค้าด้วยความสุภาพนอบน้อมพร้อมที่จะรับฟังลูกค้าอย่างตั้งใจ และพร้อมที่จะช่วยแก้ปัญหาให้ลูกค้าด้วยความยินดีและเต็มใจ

7. E คือ ความอดกลั้น (endurance) และการรู้จักควบคุมอารมณ์ (emotional control) ผู้ให้บริการหรือผู้ขายบริการที่ดีนั้น ต้องมีคุณสมบัติที่พิเศษอย่างหนึ่ง คือความอดทน ความอดกลั้น และการรู้จักควบคุมอารมณ์ เพราะลูกค้าที่เข้ามาต่างคนก็ต่างจิต ต่างใจ ดังนั้นจึงเป็นเรื่องยากที่จะให้บริการให้ถูกใจแก่ทุกคน

วีรพงษ์ เณลิมจิระรัตน์ (2539, 14) กล่าวว่า คุณภาพของบริการ คือ ความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ระดับความสามารถของบริการในการบำบัดความต้องการของลูกค้า หรือยกระดับความพึงพอใจของลูกค้าหลังจากได้รับบริการไปแล้ว

Parasuraman(1988, 12-40) กล่าวว่า คุณภาพบริการตามแนวคิดของ Parasuraman เชื่อว่า คุณภาพบริการขึ้นอยู่กับช่องว่างระหว่างความคาดหวัง และการรับรู้ของผู้รับบริการเกี่ยวกับบริการที่ได้รับจริง ซึ่งความคาดหวังของผู้รับบริการเป็นผลจากคำบอกเล่าที่บอกต่อกันมา ความต้องการของผู้รับบริการเองและประสบการณ์ในการรับบริการที่ผ่านมา รวมถึงข่าวสารที่ผู้ให้บริการทั้งโดยตรง และโดยอ้อม ส่วนการรับรู้ของผู้รับบริการเป็นผลมาจากการได้รับบริการและการสื่อสารจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการ ถ้าบริการที่ได้รับจริงดีกว่าหรือเท่ากับความคาดหวังหรือหวังว่าบริการนั้นมีคุณภาพ (perceived service)

ธีรกิตติ นวรัตน์ ณ อยุธยา (2547, 182) กล่าวว่าปัจจัยกำหนดคุณภาพของการบริการผล การศึกษาของ Parasuraman, Zeithaml และBerry พบว่า ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการที่ลูกค้าประเมิน คุณภาพของการบริการที่เรียกว่า คุณภาพของการบริการที่ลูกค้ารับรู้ (perceived service) ซึ่งจะเกิดขึ้นจากการที่ ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ ทำการเปรียบเทียบการบริการที่คาดหวัง (expected service) กับบริการที่ได้รับ (perceived service) ซึ่งก็คือ ประสบการณ์ที่เกิดขึ้น หลังจากเขาได้รับบริการแล้ว ในการประเมิน คุณภาพการบริการดังกล่าว นั้น ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการจะพิจารณาจากเกณฑ์ที่เขาคิดมีความสำคัญ 10 ปัจจัย ได้แก่ 1) ความสะดวก (access) ในการเข้าพบหรือติดต่อกับผู้ให้บริการซึ่งครอบคลุมทั้งเวลา ที่เปิดดำเนินการ สถานที่ตั้ง และวิธีการที่จะสามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ ผู้ใช้บริการในการ เข้าพบหรือติดต่อ กับผู้ให้บริการ 2) การติดต่อสื่อสาร (communication) และให้ข้อมูลแก่ ผู้ใช้บริการด้วยภาษาที่ง่ายต่อการเข้าใจและการรับฟังความคิดเห็น ตลอดจนข้อเสนอแนะ หรือคำติ ชมของผู้ใช้บริการในเรื่องต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการขององค์กร 3) ความสามารถ (competence) การที่ผู้ให้บริการมีความรู้ความสามารถและทักษะที่จะปฏิบัติงานบริการได้เป็นอย่างดี 4) ความสุภาพ(courtesy) การที่ผู้ให้บริการมีความสุภาพเรียบร้อย มีความนับถือในผู้ให้บริการ รอบคอบ และเป็นมิตรต่อผู้ใช้บริการ 5) ความน่าเชื่อถือ (credibility) ความเชื่อถือได้ และความ ซื่อสัตย์ขององค์กรที่ให้บริการและตัวผู้ให้บริการ 6) ความคงเส้น(reliability) ความสามารถในการ ปฏิบัติงานที่ได้สัญญา ไว้อย่างแน่นอนและแม่นยำ 7) การตอบสนองอย่างรวดเร็ว (responsiveness) ความเต็มใจของผู้ให้บริการที่จะให้บริการอย่างรวดเร็ว 8) ความปลอดภัย (security) การให้บริการ ที่ปราศจากอันตราย ไม่มีความเสี่ยง หรือความเคลือบแคลงใดๆ 9) ลักษณะภายนอก (tangibles) ที่ สามารถมองเห็นได้ของอุปกรณ์ บุคลากรที่ให้บริการ ตลอดจนสื่อต่างๆว่ามีความเหมาะสม สวยงาม และทันสมัยหรือไม่ 10) ความเข้าใจผู้ใช้บริการหรือลูกค้า (understandingcus customers) การพยายามรู้จักและเข้าใจผู้ใช้บริการ ตลอดจนความต้องการต่างๆของผู้ใช้บริการ



งานบริการของห้องสมุดมหาวิทยาลัย

ความหมายของงานบริการห้องสมุด

งานบริการห้องสมุด คืองานที่ห้องสมุดจัดทำขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้ในด้าน การอ่าน การค้นคว้าหาความรู้และส่งเสริมการอ่านให้กว้างขวางและทั่วถึง เพื่อให้ผู้ใช้ได้รับ สารสนเทศอย่างรวดเร็ว และตรงตามความต้องการมากที่สุด รวมถึงการจัดบรรยากาศที่ดี เป็น ระเบียบ ทำให้ผู้ใช้เกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจเมื่อเข้าใช้บริการ

ความสำคัญของงานบริการห้องสมุด

งานบริการเป็นหัวใจสำคัญของห้องสมุด เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับผู้ใช้ทุกระดับ สำหรับงาน บริการของห้องสมุดโรงเรียน มีส่วนสำคัญที่ทำให้นักเรียน ผู้ปกครองและชุมชน มาใช้ห้องสมุด มากขึ้น งานบริการเป็นงานที่ห้องสมุดทำขึ้น เพื่อส่งเสริมสนับสนุนการเรียนการสอน ให้นักเรียน เกิดการเรียนรู้ รู้จักศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ใช้ประโยชน์จากการอ่านเพื่อเพิ่มพูนความรู้ ตลอดจน นำความรู้ไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้เป็นอย่างดี

วัตถุประสงค์ของการให้บริการห้องสมุด

เพื่อส่งเสริมการอ่าน อำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้ห้องสมุดสนับสนุนการเรียนการสอนให้ เกิดประโยชน์อย่างเต็มที่และคุ้มค่า เพื่อให้เกิดความรู้ ความเพลิดเพลิน พัฒนาสมองให้มีสติปัญญา เฉียบฉลาด สามารถนำสิ่งที่ได้จากการอ่านไปปฏิบัติเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตนต้องการ งานบริการ ของห้องสมุด เป็นงานอำนวยความสะดวก และช่วยเหลือให้ผู้ใช้ห้องสมุดได้ใช้ประโยชน์จาก ทรัพยากรสารสนเทศมากที่สุดด้วยวิธีการต่างๆ โดยยึดหลักสำคัญ 2 ประการ คือ 1) การบริการที่มี ประสิทธิภาพ โดยให้ความสะดวก รวดเร็ว จัดบริการและกิจกรรมที่ทันต่อเหตุการณ์ 2) การบริการ ให้คุ้มค่าที่ลงทุนวัสดุห้องสมุดที่จัดหามาแล้ว จะต้องนำเสนอต่อผู้ใช้ให้ทราบอย่างแพร่หลายด้วย วิธีการต่างๆประการ (วัลลภ สวัสดิวัตลก และคนอื่นๆ, 2534, 17)

บานชื่น ทองพันชั่ง (2537, 65) กล่าวถึง งานบริการห้องสมุดมีองค์ประกอบสำคัญดังนี้

1. ทรัพยากรสารสนเทศ ได้แก่ ทรัพยากรสารสนเทศทุกประเภทที่ห้องสมุดเลือกจัด ให้บริการทั้งวัสดุตีพิมพ์ สื่อโสตทัศน์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์โดยพิจารณาตามความเหมาะสมของ ผู้ใช้ ทั้งคุณภาพและจำนวนที่เพียงพอ สอดคล้องความต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ผู้ใช้บริการ งานบริการสามารถดำเนินไปได้อย่างดี ห้องสมุดจะต้องพิจารณาประเภท ของผู้ใช้ทั้งวัยวุฒิ และความรู้ ผู้ใช้บริการห้องสมุดจะเป็นผู้กำหนดวิธีการให้ได้อย่างเหมาะสม

3. บุคลากรห้องสมุด ทำหน้าที่จัดบริการให้บรรลุลวัตถุประสงค์ และนโยบายของห้องสมุดต้องมีคุณสมบัติและบุคลิกที่เหมาะสมประกอบด้วยพัฒนาความรู้ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงตามสภาวะการณ์โลก

4. วิธีบริการเป็นการจัดการบริการให้ได้ประสิทธิภาพตามประเภทของทรัพยากรสารสนเทศ

ตามมาตรฐานห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา พ.ศ. 2544 มีข้อกำหนดเกี่ยวกับการบริการไว้ในตอนที่ 6 ว่า (ทบวงมหาวิทยาลัย, 2544, 9-10) บริการของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาต้องมุ่งส่งเสริมให้ความสะดวกแก่ผู้ใช้ทุกประเภท และส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเอง ต้องหาวิธีการเครื่องมือ เทคโนโลยีที่ทันสมัย และโทรคมนาคมที่จำเป็น เพื่อช่วยให้ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงทรัพยากรสารสนเทศ อย่างรวดเร็วและครบถ้วนตามความต้องการ ทั้งบริการให้เปล่าและบริการที่ต้องเสียค่าธรรมเนียม ดังนี้

1. ต้องจัดให้มีการปฐมนิเทศนักศึกษา การสอน หรือร่วมสอนการค้นคว้าทรัพยากรสารสนเทศ ตลอดจนช่วยค้นคว้า และให้คำปรึกษาทางวิชาการ
2. จัดให้มีบริการยืมคืนโดยกำหนดระเบียบเพื่อให้ผู้ใช้บริการอย่าง เสมอภาคตามสิทธิที่ควร
3. ต้องมีบริการสืบค้นผ่านเครือข่ายภายในประเทศ เครือข่ายอินเทอร์เน็ต และสอนการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์
4. ต้องมีชั่วโมงบริการอย่างสม่ำเสมอและเหมาะสม
5. หากมีการเรียนการสอนนอกสถาบันอุดมศึกษาควรจัดให้มีการบริการ เพื่อให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงทรัพยากรสารสนเทศได้ตามความต้องการ
6. ต้องมีการพัฒนาคุณภาพการบริการด้านต่างๆ อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ
7. ส่งเสริมให้มีการใช้ทรัพยากรสารสนเทศร่วมกัน เพื่อให้มีการใช้ทรัพยากรสารสนเทศอย่างกว้างขวางและประหยัด

ผู้ใช้บริการในห้องสมุดมหาวิทยาลัย

ผู้ใช้บริการในห้องสมุดมหาวิทยาลัยมีหลากหลายประเภท ดังนี้

1. ผู้บริหารของมหาวิทยาลัย ผู้บริหารมีความต้องการอยากจะให้ห้องสมุดจัดหาทรัพยากรสารสนเทศ มาสนับสนุนการเรียนการสอนให้มากที่สุด ในรูปแบบต่างๆ ที่จะอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ ต้องการให้ห้องสมุดเปิดบริการเป็นเวลายาวนานที่สุด แต่การสนับสนุนมักจะไม่ได้สอดคล้องกับนโยบายเท่าใดนั้น

2. อาจารย์หรือผู้สอน ต้องการทรัพยากรสารสนเทศ ที่สนับสนุนการเรียนการสอนและการวิจัยของอาจารย์ ทั้งที่เป็นสิ่งตีพิมพ์ สิ่งไม่ตีพิมพ์ และในรูปของ Electronics ทั้งหลาย
3. นักวิจัย นักวิชาการต่างๆ ในสถาบันอุดมศึกษา ต้องการรายงานการวิจัย Proceeding ฐานข้อมูลในสาขาวิชาต่างๆ และ Electronics journals
4. นักศึกษา ซึ่งมีอยู่หลายระดับ ถ้าเป็นนักศึกษาในระดับบัณฑิตวิทยาลัยแล้ว นอกจากต้องการตำราทางวิชาการแล้ว จะมีความต้องการเหมือนนักวิจัย นักวิชาการ ในข้อ 3 ส่วนนักศึกษา ระดับปริญญาตรีมักจะต้องการตำราเรียน และวารสารทางวิชาการที่เกี่ยวข้องในสาขาของตน
5. บุคลากรทั่วไป ต้องการหนังสือตำราทางวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานและการพัฒนาตนเองเพื่อเลื่อนระดับ

ความคาดหวังของผู้ใช้บริการ

ความคาดหวังของผู้ใช้บริการของห้องสมุดมหาวิทยาลัยสามารถสรุปได้ๆ ดังนี้

1. การจัดหาทรัพยากรสารสนเทศหลากหลายรูปแบบที่ตรงกับหลักสูตรการเรียนการสอนด้วยความรวดเร็ว มีการประสานงานที่ดีระหว่างผู้สั่งซื้อกับผู้ปฏิบัติ
2. ระบบการจัดเก็บที่สามารถหาสารสนเทศที่ต้องการได้อย่างสะดวกรวดเร็ว โดยมีการจัดทำเครื่องมือช่วยค้นที่ทันสมัย สามารถค้นหาที่อยู่ของหนังสือ (location) และสถานภาพของหนังสือ (status) ตลอดจนการค้นหาหนังสือบนชั้นพบตามที่ต้องการ
3. ห้องสมุดมหาวิทยาลัย มีเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย สามารถสืบค้นข้อมูลข่าวสารต่างๆ ผ่านเครือข่าย Internet ได้ทั่วโลก
4. ห้องสมุดมหาวิทยาลัย มีระยะเวลาการให้บริการที่ยาวนาน สะดวกรวดเร็ว
5. ห้องสมุดมหาวิทยาลัย มีผู้ให้บริการที่เต็มด้วยการยิ้มแย้ม มีอัธยาศัยไมตรี และมีจิตสำนึกในการให้บริการ
6. ห้องสมุดมหาวิทยาลัยมีอาคาร สถานที่ และบรรยากาศที่เอื้ออำนวยต่อการศึกษาค้นคว้า มีชีวิตชีวา ไม่เหมือนกับภาพพจน์ของห้องสมุดในอดีตที่ผ่านมา

งานบริการสารสนเทศของห้องสมุดมหาวิทยาลัย

ห้องสมุดมหาวิทยาลัยจัดให้มีบริการในรูปแบบต่างๆ เพื่อบริการแก่นักศึกษา คณาจารย์ และเจ้าหน้าที่ โดยให้สอดคล้องกับความต้องการผู้ใช้อย่างรวมทั้งนโยบายและวัตถุประสงค์ของมหาวิทยาลัย บริการต่างๆ ที่จัดไว้มี ดังนี้

1. บริการยืม-คืน เป็นบริการให้ยืมทรัพยากรสารสนเทศของห้องสมุดในประเภทที่กำหนดให้ยืมได้ เช่นหนังสือตำราทั่วไป งานวิจัย รายงานประจำปี วิทยานิพนธ์ โครงการงาน นวนิยาย เรื่องสั้น โสตทัศนวัสดุ เป็นต้น บริการนี้เป็นบริการพื้นฐานที่ห้องสมุดจัดขึ้นเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการที่ต้องการนำหนังสือไปใช้นอกห้องสมุดตามเวลาที่กำหนดให้ยืมโดยจะกำหนดระเบียบการยืม-คืน และทำหลักฐานการยืมไว้

2. บริการวารสารและหนังสือพิมพ์ เป็นบริการที่จัดขึ้นเพื่อให้ผู้ใช้ทราบถึงข้อเท็จจริงข่าวสารใหม่ๆ ทางวิชาการและได้ติดตามข่าวสารประจำวันซึ่งให้ทั้งความรู้และความบันเทิงแก่ผู้ใช้ได้ ที่ให้บริการทั้งฉบับใหม่และฉบับล่วงเวลาโดยที่ผู้ใช้สามารถยืมวารสารและหนังสือพิมพ์ฉบับล่วงเวลาออกนอกห้องสมุดได้ยกเว้นวารสารและหนังสือพิมพ์ฉบับใหม่ที่อนุญาตให้ยืมไปถ่ายเอกสารได้เท่านั้นนอกจากนั้นผู้ใช้สามารถสืบค้นข่าวย้อนหลังได้โดยสืบค้นจากฐานข้อมูลหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่ทางห้องสมุดมีไว้บริการ

3. บริการโสตทัศนศึกษา แบ่งเป็น

3.1 การให้บริการโสตทัศนอุปกรณ์ ที่ให้บริการภายในห้องสมุด ได้แก่ เครื่องรับโทรทัศน์ เครื่องเล่นซีดีรอม เครื่องเล่นวีซีดี และเครื่องเล่นดีวีดี พร้อมหูฟัง

3.2 การให้บริการโสตทัศนวัสดุที่ให้บริการภายในห้องสมุด และให้ยืมไปใช้ภายนอกห้องสมุดโดยจัดเก็บแบบชั้นปิด และมีบุคลากรคอยให้บริการยืม-คืน ได้แก่ ซีดีรอม วีซีดี ดีวีดี วิทยุทัศน์ เทปบันทึกเสียง และแผ่นดิสเก็ตต์ กำหนดให้ยืมได้ครั้งละ 3 รายการ เป็นระยะเวลา 3 วัน

4. บริการหนังสือจอง เป็นบริการที่จัดหนังสือหรือวัสดุการอ่านอื่นๆ ที่มีจำนวนน้อยแต่มีผู้ต้องการใช้มากแยกไว้ต่างหากจากหนังสือทั่วไป กำหนดระเบียบการใช้และจำกัดจำนวนเล่มที่ให้อ่าน ระยะเวลาการยืมตามลำดับก่อนหลังเพื่อให้หนังสือในห้องสมุดมีการหมุนเวียนใช้กันได้อย่างทั่วถึงและยุติธรรม

5. บริการตอบคำถามและช่วยค้นคว้า เป็นการบริการในกรณีที่ผู้ใช้มีปัญหาให้ช่วยค้นคว้าข้อมูลต่างๆ ไปหรือปัญหาเฉพาะเรื่องโดยใช้เอกสารประกอบการค้นหาคำตอบซึ่งการถามคำถามผู้ใช้บริการสามารถใช้บริการทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ โทรศัพท์ โทรสารหรืออื่นๆ โดยมีบุคลากรประจำไว้บริการตลอดเวลาเปิดทำการเพื่อให้ความช่วยเหลือในด้านการค้นหาสารสนเทศและอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้จนจะทำให้ใช้ข้อมูลที่เคยแพร่ได้ในเวลาที่ต้องการทำให้มีความสัมพันธ์อันดีกับผู้ใช้และผู้ใช้เห็นความสำคัญของทรัพยากรสารสนเทศที่เก็บรวบรวมและเผยแพร่

6. บริการสอนและแนะนำการใช้ห้องสมุด เป็นบริการที่จัดขึ้นเพื่อให้ความรู้และมุ่งให้ผู้ใช้สามารถใช้ห้องสมุดได้อย่างมีประสิทธิภาพ รู้จักการใช้ห้องสมุดได้อย่างกว้างขวาง ใช้ทรัพยากรสารสนเทศของห้องสมุดได้อย่างเต็มที่และคุ้มค่า และวิธีการค้นคว้าหาข้อมูลที่ต้องการได้ด้วยตนเองมีทั้งการสอนอย่างเป็นทางการคือ เป็นรายวิชาหนึ่งในหลักสูตรของสถาบันและการสอนอย่างไม่เป็นทางการคือ เป็นการปฐมนิเทศการใช้ห้องสมุดในช่วงต้นปีการศึกษาสำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่1 หรือจัดเป็นกลุ่มย่อยตามความต้องการของผู้ใช้

7. บริการข่าวสารทันสมัย เป็นบริการเผยแพร่ข่าวสาร ข่าวเด่นประจำวัน และบทความที่น่าสนใจ เพื่อให้ผู้ใช้ได้ทราบข้อเท็จจริงและทราบความก้าวหน้าใหม่ๆ ในวิชาที่เกี่ยวข้องซึ่งทางห้องสมุดจัดบริการไว้หลายวิธี เช่น การแจ้งรายชื้อสิ่งพิมพ์ใหม่ๆ ที่เข้ามาในห้องสมุด การถ่ายสำเนาสารบัญวารสารฉบับใหม่ล่าสุดเวียนให้แก่ผู้สนใจ การจัดส่งข่าวสารผ่านทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ไปยังสมาชิกที่แจ้งความต้องการ การนำภาพหน้าสารบัญฉบับใหม่ใส่ไว้ในบนเว็บไซต์ของห้องสมุดเพื่อให้เกิดความรวดเร็ว เพิ่มความสะดวกแก่ผู้ใช้และช่วยป้องกันการสูญหายของวารสารฉบับจริงได้ และการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร กิจกรรม เป็นบริการของห้องสมุด ให้เป็นที่รับรู้ของบุคคลที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกห้องสมุด เพื่อให้บุคคลที่เกี่ยวข้องเหล่านั้นเกิดความเข้าใจ มีทัศนคติที่ดีและให้ความร่วมมือกับห้องสมุดในการดำเนินงานห้องสมุดบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ (สุนัสนิ หวังสุนทรชัย, 2536, 35)

8. บริการแนะนำทรัพยากรสารสนเทศใหม่ เป็นบริการที่จัดขึ้นเพื่อเผยแพร่และแนะนำทรัพยากรใหม่ประจำเดือน เช่น หนังสือ วารสาร ซีดีรอม เป็นต้น ที่ห้องสมุดได้จัดหาเข้ามาให้บริการไม่ว่าจะเป็นวิธีการจัดซื้อการขอรับบริจาคหรือการได้รับบริจาคโดยจะจัดไว้ที่ชั้นแสดงหนังสือใหม่เป็นระยะเวลาประมาณ 2 สัปดาห์ ซึ่งในช่วงเวลานี้ผู้ใช้สามารถยืมออกนอกห้องสมุดได้เมื่อครบกำหนดระยะเวลาจัดแสดงที่ชั้นหนังสือใหม่แล้วก็จะนำขึ้นชั้นให้บริการต่อไป

9. บริการยืมระหว่างห้องสมุด เป็นบริการที่ห้องสมุดขอยืมหนังสือเอกสารสิ่งพิมพ์และทรัพยากรสารสนเทศมาจากห้องสมุดที่มีข้อตกลงร่วมกันเพื่อนำมาให้บริการแก่ผู้ใช้ที่ต้องการเป็นบริการที่อำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้ให้มีโอกาสใช้สารสนเทศที่กว้างขวางขึ้น

10. การบริการคัดเลือกและเผยแพร่ข้อเสนอแนะเฉพาะบุคคล เป็นบริการเลือกสรรสารสนเทศเฉพาะบุคคลตามความสนใจของผู้ใช้และห้องสมุดจะแจ้งหรือจัดส่งสารสนเทศที่ตรงกับความต้องการถึงผู้ใช้ทันทีเป็นรายบุคคล

11. บริการสืบค้นสารสนเทศผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นบริการที่จัดขึ้นเพื่อให้ผู้ใช้สามารถสืบค้นสารสนเทศภายนอกเครือข่ายของสถาบันได้ โดยมีโปรแกรมควบคุมการดำเนินงาน

ในการให้บริการอย่างเป็นระบบ และมีบุคลากรอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้ที่ต้องการความช่วยเหลือและคำแนะนำในการสืบค้น รวมทั้งบริการพิมพ์เอกสาร

12. บริการสืบค้นฐานข้อมูลรายการบรรณานุกรมออนไลน์ (OPAC) เป็นบริการสืบค้นรายการบรรณานุกรมทรัพยากรสารสนเทศของห้องสมุดเพื่ออำนวยความสะดวกในค้นหาทรัพยากรสารสนเทศของห้องสมุด

13. บริการอื่นๆ เช่น การบริการจัดทำคู่มือการใช้ห้องสมุดอาจะอยู่ในรูปของสิ่งพิมพ์หรือสื่อทัศนวัสดุ รวมถึงการให้บริการสมัครสมาชิกต่ออายุบัตรสมาชิก บริการถ่ายเอกสารและบริการล็อกเกอร์

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยในประเทศ

เมื่อสำรวจงานวิจัยที่เกี่ยวกับการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การสื่อสารของผู้ให้บริการยืม-คืนทรัพยากรสารสนเทศ ของห้องสมุดมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ปรากฏว่ายังไม่มีผลงานวิจัยที่ศึกษาแต่มีผลงานที่พอใกล้เคียงดังนี้

กุศลวัฒน์ คงประเสริฐ (2536) ทำวิจัยเรื่อง รูปแบบ ทิศทาง และปัญหาของการสื่อสารในการปฏิบัติงานของบุคลากรในสำนักหอสมุดกลาง และสำนักหอสมุดวิทยาเขต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และรวมถึงเพื่อศึกษาระดับขวัญในการปฏิบัติงานของบุคลากร อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากประเภทและทิศทางการสื่อสารที่ใช้ในห้องสมุด วิธีดำเนินการวิจัยได้ใช้แบบสอบถามเพื่อทราบประเภท ทิศทาง และปัญหาที่เกิดจากการสื่อสารในการปฏิบัติงาน และแบบวัดระดับขวัญที่เกิดจากประเภทและทิศทางของการสื่อสาร ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มประชากรทุกกลุ่มสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการมากกว่าสื่อสารอย่างเป็นทางการ ส่วนกลุ่มผู้บริหารสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการมากกว่าสื่อสารอย่างเป็นทางการ ขณะที่กลุ่มผู้ปฏิบัติงานสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการมากกว่าสื่อสารอย่างเป็นทางการ ส่วนทิศทางการสื่อสารทุกห้องสมุดจะสื่อสารแบบสองทางมากกว่าสื่อสารแบบทางเดียว

ชนินาถ เจริญผล (2538) ทำวิจัยเรื่อง การศึกษารูปแบบการสื่อสารการรับรู้สภาพแวดล้อมในองค์กร และความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานการทำเรือแห่งประเทศไทย : รัฐวิสาหกิจกำลังจะแปรรูป พบว่า พนักงานรับทราบนโยบายของหน่วยงานจากผู้บริหาร และรับทราบนโยบายการดำเนินงานจากในประเทศ วารสารของหน่วยงาน หรือผู้บริหารซึ่งมีรูปแบบการสื่อสารในองค์กรเป็นลักษณะการสื่อสารสองทางมากกว่าทางเดียว ส่วนการรับข่าวสารข้อมูลด้านการทำงาน พบว่า ส่วนใหญ่รับทราบข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการทำงานจากผู้บังคับบัญชา และ

ข้อมูลกิจกรรมต่างๆ จากฝ่ายประชาสัมพันธ์ ซึ่งรูปแบบการรับข่าวสารข้อมูลจากการทำงานจะเป็นลักษณะสองทาง ส่วนรูปแบบการสื่อสารในองค์กรจะเป็นลักษณะการใช้ด้วยคำ เช่น การพูดจากการประชุมมากกว่า รองลงไปเป็นการรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ที่เป็นลายลักษณ์อักษรจากการบันทึก สำหรับทิศทางในการสื่อสารจากผู้บังคับบัญชา ไปยังผู้ใต้บังคับบัญชามีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี

รัชฎา ปรีชาวุฒิ (2539) ทำการวิจัยหัวข้อเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารที่ใช้ในโครงการการปรับเปลี่ยนระบบการทำงานของโครงการว่า มีกลยุทธ์รูปแบบในการสื่อสารอันจะส่งผลต่อความรู้ทัศนคติ และการยอมรับของพนักงานในองค์กรเป็นอย่างไร โดยอาศัยแนวคิดทางด้านการสื่อสารมาเป็นกรอบ ในการศึกษาครั้งนี้ใช้กลุ่มประชากรซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 3,834 คน โดยศึกษาเฉพาะพนักงานที่ปฏิบัติงานอยู่ในกรุงเทพฯ เท่านั้น ผลการวิจัยพบว่า โครงการปรับเปลี่ยนระบบการทำงานเป็นการดำเนินงานระดับองค์กร โดยปรับเปลี่ยน หรือปรับปรุงระบบ วิธีการดำเนินงานจากวิธีการเดิมๆ ซึ่งการปรับเปลี่ยน หรือการปรับปรุงนั้น ย่อมส่งผลกระทบต่อสมาชิกภายในองค์กรบ้างไม่มากก็น้อย ด้วยเหตุผลนี้การให้ความรู้ สร้างทัศนคติที่ดีและทำให้เกิดการยอมรับมากที่สุด ซึ่งเครื่องมือสำคัญที่จะช่วยให้โครงการนี้ได้รับการยอมรับจากสมาชิกภายในองค์กร คือ การใช้การสื่อสารจากการสื่อสารที่ถ่ายทอด สรุปได้ว่า มีการสื่อสารทุกทาง คือ จากบนลงล่าง จากล่างขึ้นบน และการสื่อสารระหว่างกัน โดยใช้ลักษณะการสื่อสารโดยวาจา ลายลักษณ์อักษร การสื่อสารโดยผ่านตัวกลาง เช่น สิ่งพิมพ์ และสื่อกลางแข็ง

ธनिया โปชนันท์ (2539) ทำการวิจัยเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของพนักงาน บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด(มหาชน) จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ผลการวิจัยพบว่า พนักงานมีเปิดรับสื่อประกาศมากที่สุด และมีความสนใจข่าวสารเกี่ยวกับสวัสดิการมากที่สุด พนักงานมีการใช้ประโยชน์จากความทันต่อเหตุการณ์ทำให้ทราบความเคลื่อนไหวในบริษัทมากที่สุด พนักงานมีความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ และเนื้อหาสาระที่เป็นประโยชน์ ทำให้ได้รับความรู้มากที่สุด พนักงานที่มีเพศ อายุการทำงานต่างกัน มีการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในสื่อต่างๆ แตกต่างกัน การเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายในมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในสื่อดังกล่าว

อรนุช เมฆาวิบูลย์ (2539) ได้ศึกษาเรื่อง การสื่อสารของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานในห้องสมุดกลางสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ได้ศึกษาถึงทิศทาง รูปแบบ และชนิดของข่าวสารของการสื่อสารของผู้บริหาร ผู้ปฏิบัติงานสารนิเทศ และเจ้าหน้าที่ของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษา จำนวน 17 แห่ง โดยแบ่งกลุ่มประชากรเป็นผู้บริหาร ผู้ปฏิบัติงานสารนิเทศ และเจ้าหน้าที่ห้องสมุด ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มประชากร ทุกกลุ่มมีรูปแบบการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการด้วยวาจาจากบน

ลงสู่ระหว่างผู้บังคับบัญชา และผู้ปฏิบัติงานสารนิเทศกับผู้ใต้บังคับบัญชา สำหรับทิศทางการสื่อสารในแนวนอนระหว่างผู้บริหาร ผู้ปฏิบัติงานสารนิเทศและเจ้าหน้าที่ห้องสมุดกับเพื่อนร่วมงาน เป็นรูปแบบไม่เป็นทางการโดยการใช้วามากกว่า เนื่องจากเป็นรูปแบบที่สะดวกรวดเร็ว และสามารถสื่อสารได้ตลอดเวลาทุกโอกาส

พนม แสงอินทร์ (2542) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการติดต่อสื่อสารกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของบุคลากร สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ พบว่า พฤติกรรมการติดต่อสื่อสารของบุคลากรไม่แตกต่างกัน เมื่อจำแนกตามตำแหน่ง แต่แตกต่างกันเมื่อจำแนกตามส่วนราชการ พฤติกรรมการติดต่อสื่อสารแต่ละรูปแบบมีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลโดยภาพรวมของบุคลากร สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ

เรวัต สมบัติทิพย์ (2543) ได้ศึกษาเรื่อง การติดต่อสื่อสารในองค์กร กรณีศึกษาบริษัท ซีเกทเทคโนโลยี (ประเทศไทย) จำกัด พบว่า พนักงานมีความคิดเห็นต่อการติดต่อสื่อสารในองค์กรอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความคิดเห็นต่อการติดต่อสื่อสารด้านคุณภาพของสื่อที่ใช้ในองค์กรมากที่สุด รองลงมาคือ ในด้านบรรยากาศของการติดต่อสื่อสารในองค์กร ส่วนวิธีการสื่อสารด้วยลายลักษณ์อักษร วิธีการสื่อสารทางวาจา และวิธีการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีต่างกัน

พิเชษฐ์ บุญมี (2544) ได้ศึกษาเรื่อง การสื่อสารภายในองค์กร ศึกษากรณีธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน)สำนักงานใหญ่ พบว่า พนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ มีความคิดเห็น การสื่อสารภายในองค์กรของธนาคาร สามารถทำให้เกิดสัมพันธภาพ เกิดความเข้าใจ เกิดการประสานงาน เกิดประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผลในการทำงานสูง ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการสื่อสารภายในองค์กร ได้แก่ตำแหน่ง อายุในตำแหน่ง รูปแบบและช่องทางการสื่อสารภายในธนาคาร

เยาวพร ศานติวิวัฒน์, สิริพร ทิวะสิงห์, ยุวดี นโมอิทธิกาญจน์, วิลาวัลย์ ใต้เยี่ยมและสุทธิลักษณ์ พักเพ็ง (2548) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่นต่อการประชาสัมพันธ์ห้องสมุดของหอกลาง มหาวิทยาลัยขอนแก่น สรุปได้ว่า นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูล การประชาสัมพันธ์ของห้องสมุดจากเว็บไซต์ของห้องสมุด เอกสาร/แผ่นพับของห้องสมุด และป้ายประชาสัมพันธ์ภายในของห้องสมุด ส่วนผู้ที่ไม่ได้รับข้อมูลการประชาสัมพันธ์ของห้องสมุดให้เหตุผลว่า การประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึงไม่สะดวก และไม่ทราบว่ามีการประชาสัมพันธ์ห้องสมุด ด้านความพึงพอใจส่วนใหญ่พึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์ และเอกสาร/แผ่นพับ

ทองทิพภา วิริยะพันธุ์ (2550) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัย ที่มีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารขององค์การธุรกิจที่เป็นสมาชิกของหอการค้าไทย โดยมีขอบเขตการศึกษาเฉพาะสมาชิก

ของหอการค้าไทยซึ่งมีสถานที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารขององค์การธุรกิจ ใน 7 ด้านคือ 1) ด้านปริมาณข้อมูลข่าวสาร ได้แก่ ปริมาณข้อมูลข่าวสารที่สื่อสารถึงกันหรือที่ได้รับสามารถใช้เป็นประโยชน์ต่อการทำงานได้ 2) ด้านคุณภาพของข้อมูล ได้แก่ ข้อมูลที่ส่งไปถึงผู้รับรวดเร็วทันความต้องการ 3) ด้านประสิทธิภาพของสื่อ ช่องทางการสื่อสาร ได้แก่ โทรศัพท์ภายใน อีเมล การติดประกาศของบริษัท และการแจ้งในที่ประชุม 4) ด้านประโยชน์และคุณค่าของข้อมูลข่าวสาร ได้แก่ ข้อมูลข่าวสารสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการทำงานได้ 5) ด้านข้อมูลข่าวสาร สาร ไม่ถูกดัดแปลง ได้แก่ ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับความเชื่อถือได้โดยไม่ถูกดัดแปลง 6) ด้านระดับความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร ได้แก่ ผู้ส่งข่าวสารเป็นบุคคลที่น่าเชื่อถือ 7) ด้านศักยภาพ เทคโนโลยีที่ใช้ในการสื่อสาร ได้แก่ เทคโนโลยีที่ใช้ในการสื่อสารมีความทันสมัย ศักยภาพดี สำหรับปัญหาและอุปสรรคที่พบ ได้แก่ ปัญหาผู้สื่อสารไม่มีทักษะในการสื่อสารเพียงพอทำให้เกิดความขัดแย้งต่อกัน ปัญหาความล่าช้าของข้อมูลข่าวสารทำให้ทราบข้อมูลข่าวสารกระชั้นชิดจนเป็นปัญหาในการทำงาน ปัญหาผู้บริหารมีการเปลี่ยนแปลงคำสั่งอยู่เสมอทำให้ยากต่อการปฏิบัติงาน ปัญหาความล่าช้าในการตอบกลับจากผู้รับข่าวสาร ปัญหาการบิดเบือนข้อมูลข่าวสาร หรือไม่ได้รับข้อมูลที่ชัดเจนและถูกต้อง และผู้บริหารทุกท่านให้ความสำคัญกับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

งานวิจัยต่างประเทศ

Whitemann, Dirbidge and Medows (1989) ได้ศึกษาด้านรูปแบบและช่องทาง ในการสื่อสารระหว่างกันของบรรณารักษ์ โดยการวิจัยพบว่า การสื่อสารเป็นแนวคิดระหว่างบรรณารักษ์ที่มีอาวุโส ส่วนการสื่อสารในแนวนอนจะเป็นการสื่อสารเพื่อเผชิญหน้าระหว่างกันของบรรณารักษ์ และมีการใช้อุปกรณ์สื่อสาร เช่น โทรศัพท์ โทรสาร ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น ช่วยในการสื่อสารด้วย

Rice (1993) ได้ศึกษาด้านรูปแบบและวิธีการที่ใช้ในการสื่อสารในหน่วยงานระหว่างบุคลากร พบว่า การสื่อสารในแนวนอนใช้มากที่สุด โดยมีทั้งการพูดจากันและการสื่อสารกันโดยลายลักษณ์อักษร

Nuchanida (2007) ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะคติของลูกจ้างที่มีต่อการสื่อสารในองค์กรของบริษัท Thai Union Manufacturing Company limited สำนักงานใหญ่ ผลการวิจัยพบว่า ทักษะคติของลูกจ้าง คิดว่าการสื่อสารภายในองค์กรมีความสำคัญเป็นอย่างมาก แต่ละระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ที่ระดับกลางเท่านั้น และให้ข้อเสนอแนะดังนี้ การติดต่อสื่อสารแบบเป็นทางการซึ่งข้อมูลมาจากผู้บังคับบัญชาโดยตรงจะมีความน่าเชื่อถือ และการที่ปรับปรุง

คุณภาพของการสื่อสารนั้นต้องเป็นการปรับปรุงของทั้งสองฝ่าย คือ ฝ่ายส่งข้อมูล คือ ต้องใช้ถ้อยคำที่ง่ายและชัดเจน อาจใช้สื่อในการส่งสารมากกว่า 1 ช่องทาง ได้หากจำเป็น และฝ่ายรับข้อมูลควรตั้งใจรับข้อมูลและสอบถามเพื่อให้เกิดความชัดเจน

จากการศึกษาแนวคิดและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนั้นสามารถสรุปได้ว่า การสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญต่อองค์กร การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจะช่วยสร้างทีมงานที่มีประสิทธิภาพให้เกิดขึ้นและสร้างความเข้าใจตลอดจนความสัมพันธ์อันดีระหว่างฝ่ายบริหารกับฝ่ายผู้ปฏิบัติงานบริการและผู้ใช้บริการ ดังนั้นการวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารของผู้ปฏิบัติงานบริการสารสนเทศของห้องสมุดมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล นี้จึงศึกษาถึงความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารแนวคิดเกี่ยวกับงานบริการและงานบริการของห้องสมุดมหาวิทยาลัย เพื่อให้มีความรู้และพัฒนา กลยุทธ์การสื่อสารให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น