

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมในการรับ การใช้ ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อข่าวสารภายในองค์กร ตลอดจนความพึงพอใจ ในการสื่อสารขององค์กร จึงได้นำแนวคิดและทฤษฎีรวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีผู้ที่ได้ทำการศึกษา วิจัยไว้แล้วมาเป็นแนวทางในการทำวิจัยในครั้งนี้ ดังต่อไปนี้

#### ความหมายและความสำคัญของการสื่อสาร

บุญเลิศ สุกคิลล (2523) ได้กล่าวถึงการสื่อสารว่า เป็นความพยายามของ มนุษย์ที่ต้องการแลกเปลี่ยนข่าวสารหรือความคิดระหว่างกันเอง

ประมะ สตะเวทิน (2523) ก็ได้ให้คำจำกัดความของการสื่อสารว่า คือ กระบวนการของการถ่ายทอดสาร (message) จากบุคคลซึ่งเรียกว่าผู้ส่งสาร (source) ไปยังอีก บุคคลหนึ่งซึ่งเรียกว่าผู้รับสาร (receiver) โดยผ่านสื่อ (channel)

โดยแท้จริงแล้ว การสื่อสารเป็นเสมือนเส้นเลือดที่หล่อเลี้ยงองค์การ การ สื่อสารที่มีประสิทธิภาพจึงเป็นสิ่งที่สำคัญ เรามักจะกล่าวกันเสมอๆ ว่า การสื่อสารที่ดีเป็น เหตุผลสำคัญและเป็นสาเหตุหลักที่นำมาซึ่งความสำเร็จขององค์กร ขณะที่ถ้าการสื่อสารใน องค์กรล้มเหลวก็จะนำองค์กรไปสู่ความหายนะในที่สุด ดังนั้นการสื่อสารจึงไม่ได้เป็นเพียง

การส่งข่าวสารที่ถูกต้องเท่านั้น แต่หมายถึงการสื่อสารที่สามารถเข้าถึงผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจ ก่อให้เกิดความเข้าใจในสารอย่างถูกต้องและมีความน่าเชื่อถือ

Bass และ Ryterland (1979) เองก็ได้กล่าวถึงการสื่อสารในองค์กรว่าเป็นกระบวนการของสมาชิกในองค์กรที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันเพื่อให้งานดำเนินไปได้ และสามารถช่วยแก้ปัญหาต่างๆ โดยสมาชิกในองค์กรจะอาศัยการสื่อสารในการสร้างความสัมพันธ์ทั้งในด้านความคิด ความรู้สึก และทัศนคติ

ในด้านความสำคัญของการสื่อสารในองค์กร Myers , Telela และ Gail E. Myers (1982) ได้มองความสำคัญของการสื่อสารในองค์กรว่าอาจพิจารณาได้ 3 ลักษณะด้วยกัน คือ

1. การสื่อสารทำให้เกิดความหมาย การที่บุคคลจะเข้าใจความหมายของการสื่อสารก็เพราะมีการใช้สัญลักษณ์ในการสื่อสารได้อย่างเหมาะสม
2. การสื่อสารทำให้คาดคะเนความคิดกันได้ การที่บุคคลติดต่อสื่อสารกัน โดยการใช้สัญลักษณ์หรือเครื่องหมายใดๆ เป็นเวลานาน จะทำให้เข้าใจความหมายระหว่างกันและสามารถคาดคะเนการกระทำหรือความคิดซึ่งกันและกันได้
3. การสื่อสารทำให้เกิดมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลกัน รูปแบบการสื่อสารที่ทำให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลกันนี้ มี 2 ลักษณะ คือ โดยการพูด หรือเขียน และโดยการแสดงออกทางสีหน้า และกริยาท่าทาง

การสื่อสารในองค์กรมีความสำคัญต่อผู้บริหารหลายประการด้วยกัน คือ

1. เป็นเครื่องมือสำคัญของฝ่ายบริหารในการบริหารงาน เพราะจะช่วยให้การทำงานลุล่วงไปได้ด้วยดี และยังเป็นเครื่องมือในการตรวจสอบความเข้าใจ ผลงาน ฯลฯ ดังนั้นผู้บริหารจึงจำเป็นต้องมีทักษะในการสื่อสาร
2. เป็นเครื่องช่วยสร้างความสัมพันธ์อันดีแก่ทั้งฝ่ายผู้บริหาร และผู้ปฏิบัติงาน
3. ช่วยให้เกิดความเข้าใจระหว่างกันดีขึ้น เพราะการสื่อสารในระดับที่เหมาะสมจะช่วยให้เกิดการสื่อสารสองทาง
4. ช่วยให้การปฏิบัติภารกิจของทุกหน่วยงาน ทุกส่วนเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประสานกันจนบรรลุวัตถุประสงค์
5. ช่วยให้เกิดการพัฒนาและการทำงานที่มีประสิทธิภาพ การที่บุคลากรทุกระดับสามารถสื่อสารได้อย่างเสรี มีความไว้วางใจซึ่งกันและกัน มีความกล้าที่จะสื่อสาร ย่อมนำไปสู่การเสนอความคิดสร้างสรรค์ที่จะทำให้เกิดผลงานที่ดีที่สุดและสามารถนำองค์กรไปสู่ความเจริญได้

รุ่งนภา พิศรปริษา (2530) ได้กล่าวว่าการสื่อสารมีบทบาทสำคัญภายในองค์กร 3 ประการด้วยกัน

1. การสื่อสารเป็นช่องทางสำคัญที่บุคคลในองค์กรจะได้รับทราบข่าวสาร และสร้างมาตรฐานในการทำงานที่ตนเองเห็นว่าเหมาะสม
2. การสื่อสารเป็นช่องทางในอันที่จะทำให้บุคคลในองค์กรทำความเข้าใจ ประสานความร่วมมือซึ่งกันและกัน ในการดำเนินงานขององค์กรที่มีความสลับซับซ้อน
3. การสื่อสารเป็นช่องทางที่บุคคลจะแสดงความคิดเห็นในเรื่องการปฏิบัติงานของตนและองค์กรต่อบุคคลอื่น

นั่นคือ โดยผ่านช่องทางการสื่อสาร สมาชิกในองค์กรจะได้เรียนรู้สิ่งที่เกิดขึ้นก่อน หรือสิ่งที่มีอยู่แล้ว เช่น กฎระเบียบ วิธีการปฏิบัติงาน วิธีการตัดสินใจในการดำเนินงาน หรือสถานการณ์ต่างๆ เป็นต้น ซึ่งบางครั้งสิ่งเหล่านี้ก็อาจขัดกับความคิดและความต้องการของสมาชิกแต่ละคน และโดยผ่านทาง การสื่อสารกับบุคคลอื่นนี้เอง ที่สมาชิกแต่ละคนจะได้สร้างมาตรฐานในการทำงานของตนเอง และแสดงจุดมุ่งหมายในการทำงานของตนให้ผู้อื่นทราบ นอกจากนี้ โดยการสื่อสารจะทำให้สมาชิกในองค์กรสามารถร่วมมือประสานงานกันในการทำงาน ซึ่งมีความสลับซับซ้อน ยุ่งยาก และไม่อาจปฏิบัติงานคนเดียวได้

การสื่อสารที่จะประสบความสำเร็จได้ จะต้องอาศัยองค์ประกอบหลายประการ วิจิตร อาวะกุล ได้ให้ความเห็นว่าการสื่อสารจะมีประสิทธิผลได้ต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญ 7 ประการ ด้วยกัน คือ

1. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ของข่าวสารและวิธีการส่งข่าวสารรวมทั้งผู้ส่งข่าวสาร
2. ความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม (Context) นอกเหนือไปจากสังคม วัฒนธรรม และสภาพแวดล้อมอื่น ๆ แล้ว เรื่องของภาษา ท่าทาง คำพูดที่เหมาะสมก็มีส่วนในความมีประสิทธิผลของการสื่อสารด้วย
3. เนื้อหาสาระ (Content) ข่าวสารที่ดีจะต้องมีลักษณะน่าสนใจ มีความหมายต่อผู้รับข่าวสาร และเป็นเรื่องราวที่อาจจะสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับสารด้วย
4. มีความต่อเนื่องสม่ำเสมอ (Continuity and Consistency) การสื่อสารจะได้ผลดีต้องมีการให้ข่าวสารอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ โดยเฉพาะในการปรับเปลี่ยนทัศนคติจะต้องมีการตอกย้ำอยู่เสมอ

5. ช่องทางของข่าวสาร (Channel) ข่าวสารจะถึงผู้รับได้อย่างมีประสิทธิภาพ ต้องมีการส่งอย่างถูกต้องช่องทาง โดยผู้ส่งสารต้องทราบว่าช่องทางใดจึงจะถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีที่สุด

6. ความสามารถของผู้รับสาร (Capability of Audience) การสื่อสารที่ดีถือว่าได้ผลดีนั้นต้องเป็นการสื่อสารที่ใช้ความพยายามหรือแรงงาน

7. ความชัดเจนของสาร (Clarity) ข่าวสารต้องเข้าใจง่าย ใช้ภาษาที่ผู้รับเข้าใจ มีจุดมุ่งหมายชัดเจน

โดยทั่วไปผู้รับข่าวสารจะมีพฤติกรรมทางเลือกหรือการรับข่าวสารที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการด้วยกัน ได้แก่ ความต้องการของแต่ละบุคคล สภาพแวดล้อม เหตุผล และความจำเป็นของตนเองเกี่ยวกับการเลือกรับสื่อต่าง ๆ โดยเฉพาะบุคคลจะเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุดแต่ได้ประโยชน์หรือผลตอบแทนดีที่สุด ซึ่งตรงกับที่ Schramm กล่าวว่าผู้รับสารโดยทั่วไปจะให้ความสำคัญกับการเลือกรับข่าวสารซึ่งมีการใช้ความพยายามน้อยที่สุด

นอกจากนี้ผู้รับข่าวสารมักจะเลือกแสวงหาข่าวสารที่มาสสนับสนุนทัศนคติความเชื่อที่ตนมีอยู่ก่อนแล้ว ข่าวสารที่แสวงหาจึงต้องไม่ใช่ข่าวสารที่ขัดแย้งกับทัศนคติและความเชื่อของตน และมักจะปฏิเสธข่าวสารที่ขัดแย้งกับทัศนคติหรือความเชื่อเดิมที่มีอยู่อีกด้วย

Schram (1962) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการที่บุคคลมีลักษณะนิสัยและพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อแตกต่างกันออกไปว่า มีสาเหตุพื้นฐานที่สำคัญคือ บุคคลมีความแตกต่างกันทั้งทางด้านสรีระ ภูมิหลัง และสภาพแวดล้อม ดังนี้

1. วัย วัยมีส่วนทำให้การรับข่าวสารแตกต่างกันไป ผู้ที่มีอายุมากมักจะชอบรับสารที่เป็นทางการมากกว่ารายการบันเทิง ในขณะที่วัยรุ่นจะชอบรายการประเภทนี้
2. เพศ หญิงและชาย จะมีความสนใจที่แตกต่างกัน จะเห็นได้จากหญิงมักจะให้ความสนใจหรือเปิดรับสื่อที่เกี่ยวกับรายการแม่บ้าน ความงาม ขณะที่ชายจะนิยมข่าวสารการเมือง หรือกีฬา
3. การศึกษา จากการศึกษาวิจัยพบว่า ผู้ที่มีการศึกษามากจะมีการใช้ประโยชน์จากสื่อต่าง ๆ ในการเพิ่มพูนความรู้ของตนให้มากขึ้น
4. ศาสนา ผู้ที่นับถือศาสนาแตกต่างกัน จะมีความสนใจในบางสิ่งบางอย่างแตกต่างกันไป ดังนั้นในการสื่อสารจึงต้องใช้ความระมัดระวังในเรื่องนี้
5. ที่อยู่อาศัย บุคคลที่อยู่ในท้องถิ่นที่แตกต่างกัน เช่น อยู่ในแต่ละภาค แต่ละประเทศ ย่อมมีความสนใจ ความเชื่อ และทัศนคติที่แตกต่างกันไป
6. เศรษฐกิจ ผู้ที่มีฐานะทางเศรษฐกิจดี มักจะให้ความสนใจกับการอ่านหนังสือ นิตยสาร หรือรับสื่อต่าง ๆ โดยเฉพาะที่เกี่ยวกับเรื่องราวของการบ้านการเมือง สังคม เศรษฐกิจ และวิชาการ หรือสนใจที่จะรับสื่อที่มีความทันสมัย
7. ทัศนคติหรือประสบการณ์เดิม บุคคลอาจมีความเชื่อและแนวคิดต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดแตกต่างกันไปตามพื้นฐานที่ตนเองมีอยู่ Robinson (1972) พบว่าระดับการศึกษาของผู้รับสารมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อและระดับความรู้ทางด้านข้อมูลข่าวสารของบุคคล โดยกลุ่มคนที่ระดับการศึกษาต่างกันจะใช้สื่อและมีระดับความรู้ในเรื่องข้อมูลข่าวสารต่างกันไปด้วย

นอกจากนี้ก็ยังมีความรู้เกี่ยวกับการเลือกรับสารของบุคคลโดย Sears และ Freedman (1967) พบว่าตัวแปรด้านระดับการศึกษาและระดับชั้นทางสังคมสามารถเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อได้ดีที่สุด

Atkin (อ้างถึงใน นันทวัน สุชาติ, 2536) กล่าวว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสาร มากยังมีภูมิตากกว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมและเป็นคนที่ทันสมัย ทันเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย

ยิ่งกว่านั้น Atkin ยังได้กล่าวอีกว่า บุคคลจะเลือกรับข่าวสารใดจากสื่อมวลชนนั้น ขึ้นอยู่กับการคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่างผลรางวัลตอบแทนกับการลงทุนลงแรง และพันธะผูกพันที่ตามมา ถ้าผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับสูงกว่าการลงทุนลงแรงหรือการต้องใช้ความพยายามที่จะรับรู้หรือทำความเข้าใจแล้ว บุคคลย่อมแสวงหาข่าวสารนั้น แต่ถ้าผลประโยชน์ที่ได้รับน้อยกว่าการลงทุนลงแรง บุคคลก็อาจจะเฉยเมยต่อข่าวสารนั้น และหากการเปิดรับข่าวสารนั้นจะทำให้เกิดพันธะผูกพันตามมา เช่น ทำให้เกิดความไม่พอใจ หรือไม่แน่ใจ บุคคลก็อาจจะใช้วิธีหลีกเลี่ยงข่าวสารนั้น หรือในบางครั้งก็จำเป็นต้องรับข่าวสารนั้น ๆ ทั้งที่ไม่เต็มใจ

Atkin ชี้ให้เห็นว่า การแสวงหาข่าวสาร หรือความต้องการการสื่อสารมวลชนของปัจเจกบุคคลนั้น คือ ความต้องการได้รับข่าวสารและความบันเทิงที่อาจเกิดจาก ความไม่รู้ หรือไม่แน่ใจในเหตุการณ์ สถานการณ์เรื่องใดเรื่องหนึ่งของปัจเจกบุคคลสืบเนื่องมาจากเหตุผลดังต่อไปนี้

1. การมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องกัน ระหว่างระดับความรู้ของปัจเจกบุคคลขณะนั้น กับระดับความต้องการที่อยากจะรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายนอก ยังเป็นเรื่องที่สำคัญก็ยิ่งอยากมีความรู้ความเข้าใจสูง
2. การมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องกันระหว่างความรู้ที่มีอยู่ของปัจเจกบุคคลขณะนั้นกับความรู้ตามเป้าหมายที่ต้องการ ซึ่งกำหนดโดยระดับความสนใจส่วนตัวของปัจเจกบุคคลนั้นต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด

โดยสรุปแล้วสามารถกล่าวได้ว่า การแสวงหาข่าวสารหรือการเลือกรับข่าวสารนั้นนอกจากเพื่อสนับสนุนทัศนคติ หรือความคิดและความเข้าใจที่มีอยู่เดิมแล้ว ยังเป็นการแสวงหาเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในทางอื่น ๆ นอกจากนี้การที่บุคคลใดจะตัดสินใจแสวงหาข่าวสาร เฉยเมยต่อข่าวสาร หรือหลีกเลี่ยงการเปิดรับข่าวสารนั้น ก็ขึ้น อยู่กับการประเมินเปรียบเทียบถึงความพยายามที่จะใช้ และผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับในการที่จะรับรู้ข่าวสารใด ๆ ด้วย

นอกจากแนวคิดดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ก็ยังมีแนวคิดว่าด้วยการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications) ซึ่ง Redding ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารว่า หมายถึงระดับของความพึงพอใจที่บุคคลากรภายในองค์กรนั้น ๆ มีต่อข่าวสารต่าง ๆ ที่มีอยู่ในสภาพแวดล้อมของการติดต่อสื่อสารโดยส่วนรวมของพวกเขา โดยพิจารณาจากข่าวสารที่มีอยู่ว่าสามารถตอบสนองต่อความต้องการข่าวสารของบุคคลากรภายในองค์กรนั้นหรือไม่อย่างไร และข่าวสารนั้นมาจากใคร มีวิธีการรับและเผยแพร่อย่างไร

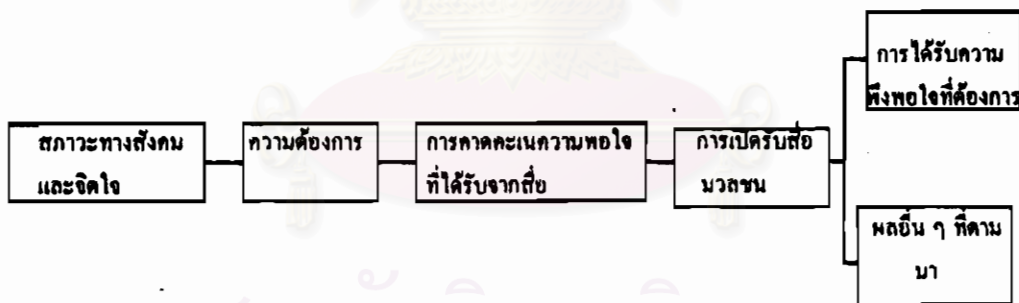
จากแนวความคิดเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจได้ให้ความสำคัญต่อกลุ่มผู้รับสาร ในฐานะที่ผู้รับสารเป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่างๆ และเลือกรับเนื้อหาของข่าวสารเพื่อสนองความต้องการของตนเอง และการสื่อสารจะสัมฤทธิ์ผลได้เพียงใดก็ขึ้นอยู่กับการที่ผู้รับสารสามารถรับสารและเข้าใจในสารนั้น ได้มากน้อยเพียงใด

แนวคิดดังกล่าวชี้ให้เห็นความต้องการต่าง ๆ ของผู้รับสารที่มีผลก่อให้เกิดพฤติกรรมด้านการสื่อสารขึ้น ทั้งนี้เพื่ออธิบายให้เห็นว่าความต้องการ บุคลิกภาพ และองค์ประกอบทางด้านสังคมอื่นๆ ต่างมีส่วนช่วยอธิบายการที่มนุษย์เราแสวงหาหรือหลีกเลี่ยงการใช้ข่าวสารที่มีอยู่ในการสื่อสารมวลชน เป็นการศึกษาที่มองว่ามนุษย์รู้จักที่จะนำเอาข่าวสารที่ได้จากสื่อสารมวลชนไปใช้ให้เป็นประโยชน์



ทฤษฎีนี้ได้เปลี่ยนความสนใจการศึกษาวิจัยจากความตั้งใจของผู้สร้างสารมาเป็นความต้องการของผู้ใช้สาร อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากกระบวนการทางสังคมและจิตวิทยาของผู้ใช้ ทฤษฎีนี้ได้อธิบายว่านอกจากความต้องการพื้นฐานของมาสโลว์ ๕ ประการ คือ ความต้องการทางร่างกาย ความต้องการความปลอดภัย ความต้องการความรัก ความต้องการความนับถือ และความต้องการความสำเร็จแล้ว มนุษย์ยังมีความต้องการอีกอย่างหนึ่งคือ ความต้องการมีความรู้ความเข้าใจ (Need for Cognition) ความต้องการที่จะรู้นี้เป็นแรงผลักดันให้มนุษย์แสวงหาข่าวสารต่าง ๆ

Katz และคณะ (1974) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับสาร โดยได้สร้างแบบจำลองขึ้นดังนี้



ทฤษฎีและแบบจำลอง ของ Katz และคณะ ได้อธิบายถึงพฤติกรรมของการใช้สื่อว่ามีความสัมพันธ์กับความต้องการของมนุษย์ และการตอบสนองความพึงพอใจของมนุษย์ โดยสภาวะของสังคมและจิตใจที่แตกต่างกันทำให้มนุษย์มีความต้องการที่แตกต่างกันไป ซึ่งทำให้นุคคลคาดคะเนว่าการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกันจะแตกต่างกันไปด้วย ซึ่งสุดท้ายก็คือความพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อจะต่างกันไปด้วย ดังนั้น

การที่บุคคลมีความต้องการในการเลือกรับสื่อหรือข่าวสารก็เนื่องมาจากความคาดหวังเพื่อแสวงหาความพึงพอใจ ซึ่งเป็นเหตุผลทางจิตวิทยานั้นเอง

ปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารมีอยู่หลายอย่างด้วยกัน จาก การวิจัยของ Wiio , Hazen และ Beckstorm ซึ่งวัดปัจจัยของความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารขององค์กรพบว่า ปัจจัยที่ทำให้บรรลุความพึงพอใจในการสื่อสารขององค์กรมีดังต่อไปนี้ (สมยศ นาวิการ : 2527)

1. ความพึงพอใจในงานของบุคคล ซึ่งประกอบด้วยเงินเดือน สวัสดิการ การเลื่อนตำแหน่ง เนื้อหาของงาน ความพึงพอใจในด้านต่างๆ ของงานจะมีส่วนช่วยสร้างความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร
2. ความพึงพอใจต่อความเพียงพอของข่าวสาร ประกอบด้วยระดับของความพึงพอใจข่าวสารที่เกี่ยวกับนโยบาย เทคนิคใหม่ ๆ การเปลี่ยนแปลงทางการบริหาร แผนงานในอนาคต และผลการปฏิบัติงานส่วนบุคคล ความพึงพอใจข่าวสารเกี่ยวกับองค์กรที่ได้รับมีความสำคัญต่อแนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการติดต่อสื่อสารขององค์กร
3. ความพึงพอใจในความสามารถที่จะเสนอแนะปรับปรุงให้ดีขึ้นของบุคคล ประกอบด้วย การบอกกล่าวการเปลี่ยนแปลงเพื่อความมุ่งหมายของการปรับปรุงให้ดีขึ้น กลยุทธ์ที่ใช้ในการเปลี่ยนแปลง ความพึงพอใจในประเภทของการเปลี่ยนแปลง การได้รับการบอกกล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงมีความเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารขององค์กร
4. ความพึงพอใจความมีประสิทธิภาพของช่องทางการติดต่อสื่อสารต่าง ๆ ประกอบด้วย วิธีการเผยแพร่ข่าวสารภายในองค์กร เช่น วารสาร บันทึกรายงาน เอกสารลายลักษณ์อักษรอื่น ๆ ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับการที่บุคคลมองว่าสื่อกลางขององค์กรถูกใช้ในการเผยแพร่ข่าวสารอย่างมีประสิทธิภาพเพียงใด

5. ความพึงพอใจในคุณภาพของสื่อกลาง ปัจจัยนี้ได้แก่ การใช้ถ้อยคำในเอกสารที่เป็นลายลักษณ์อักษรต่าง ๆ ว่าใช้ถ้อยคำดีแค่ไหน คุณค่าของข่าวสารที่ได้รับ และการมาถึงของข่าวสารอย่างทันที่ ปัจจัยเหล่านี้มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของบุคคลต่อการติดต่อสื่อสารในองค์กร

6. ความพึงพอใจต่อวิธีการติดต่อสื่อสารของเพื่อนร่วมงาน ประกอบด้วย การติดต่อสื่อสารตามแนวนอน และการสื่อสารที่ไม่เป็นทางการ และระดับความพึงพอใจที่ได้รับ จากการอภิปรายปัญหาและการได้รับข่าวสารจากเพื่อนร่วมงาน ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลถึงความพึงพอใจต่อการติดต่อสื่อสารในองค์กร

จากการศึกษาของ Davis (1974) พบว่า ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารเป็นความพึงพอใจในข่าวสารต่าง ๆ ที่ได้รับ เพราะข่าวสารต่าง ๆ ที่ได้รับนั้น ผู้ปฏิบัติงานสามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจและวางแผนปฏิบัติงานต่าง ๆ ให้ลุล่วงไปได้ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดความพึงพอใจในการทำงาน ดังนั้นความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารจึงมักเป็นปรากฏการณ์ของความพึงพอใจในการทำงานด้วย

นอกจากนี้ McCombs และ Becker (1979) ก็ได้กล่าวถึงการใช้อีสื่อตามความพอใจว่าคนมีความต้องการทางจิตวิทยา 6 ประการในการเลือกรับข่าวสาร คือ

1. ต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการสังเกต เฝ้าติดตามเหตุการณ์ ต้องการรู้ความเคลื่อนไหว เพื่อให้ทันต่อเหตุการณ์ และรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งที่สำคัญที่ควรรู้ในขณะนั้น

2. ต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision Making) ทำให้บุคคลสามารถแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องนั้น ๆ ได้

3. ต้องการข้อมูลเพื่อการพูดคุย สนทนา (Discussion) สามารถนำมาเป็นหัวข้อถกเถียงหรือพูดคุยกับคนอื่น
4. ต้องการมีส่วนร่วม (Participation) คือความรู้สึกเข้าไปมีส่วนร่วมในเหตุการณ์และความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรอบ ๆ ตัว
5. ต้องการการสนับสนุนหรือแรงเสริม (Reinforcement) เป็นการเสริมแรงนำข้อมูลที่ได้อามาเสริมความคิดเห็นให้มีมากขึ้น หรือตอกย้ำค่านิยมเดิม
6. ต้องการความบันเทิง (Relaxing and Entertainment) เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หลบหนีจากภาวะกดดัน หรือแก้เหงา

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ลีนา ลิมอภิชาติ (2537) ได้ศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยรามคำแหงของนักศึกษาและบุคลากร รวมทั้งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจจากสื่อประชาสัมพันธ์ของนักศึกษาและบุคลากรจากมหาวิทยาลัยรามคำแหง พบว่า มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในแตกต่างกัน ทั้งนี้เป็นเพราะความแตกต่างกันในเรื่องของความต้องการของแต่ละบุคคล สภาพแวดล้อม การศึกษา รายได้ อาชีพ และประสบการณ์ชีวิต ส่วนเหตุผลที่เปิดรับข่าวสารก็เนื่องมาจากเพื่อรับทราบข่าวสารต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในมหาวิทยาลัย เพื่อรับรู้สิ่งที่เป็นประโยชน์กับตนเอง และจากการทดสอบพบว่า ความคาดหวังในการเปิดรับข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร แต่ความคาดหวังในการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจ

อศวฤทธิ อุทัยรัตน์ (2536) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารในองค์การกับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานองค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ พบว่าในด้านความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารในองค์การ พนักงานส่วนใหญ่พอใจด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชามากที่สุด นอกจากนี้พนักงานส่วนใหญ่ยังมีความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารในองค์การและความพึงพอใจในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับองค์ประกอบทางสังคมด้านอายุ ระดับการศึกษา และระยะเวลาของการทำงานมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารในองค์การ องค์ประกอบทางสังคมด้านระดับการศึกษามีความสัมพันธ์ทางลบกับความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารในองค์การมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน และความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารในองค์การเป็นตัวแปรที่สามารถอธิบายความพึงพอใจในการปฏิบัติงานได้มากที่สุด

สิริพร จิตรภักษ์ธรรม (2536) ได้ศึกษาการเปิดรับและการใช้ประโยชน์จากข่าวสารจากหนังสือพิมพ์และนิตยสารด้านธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออก พบว่าผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์มากที่สุด รองลงมาได้แก่วิทยุ นิตยสาร วารสารและเคเบิลทีวี โดยมีแรงจูงใจด้านการรับทราบความคิดเห็น การใช้ประโยชน์ด้านวิเคราะห์ข้อมูล และความพึงพอใจด้านความบันเทิงจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด

วิยดา เกียวกุล (2538) ได้ทำการศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับรายการข่าวทางโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามลักษณะทางประชากร คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ราย ได้ รวมทั้งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับรายการข่าวโทรทัศน์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ พบว่า ประชาชนที่มีเพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่างกัน จะมีการเปิดรับรายการข่าวโทรทัศน์ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจแตกต่างกัน ส่วนอายุต่างกันไม่ได้มีผลต่อความแตกต่าง

ต่อการเปิดรับรายการข่าวโทรทัศน์ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ นอกจากนี้การเปิดรับรายการข่าวโทรทัศน์ยังมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจอีกด้วย

พรเพ็ญ พัทธนากรณ์ (2538) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชนของผู้สูงอายุไทยพบว่า ผู้สูงอายุทั้งหญิงและชายส่วนใหญ่เปิดรับสื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์ทุกวัน ส่วนวิทยุจะเปิดรับเฉลี่ยวันละ 1 ชั่วโมง สำหรับสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ส่วนใหญ่จะเปิดรับเฉลี่ยวันละ 2 ชั่วโมง และการเปิดรับสื่อประเภทภาพยนตร์ส่วนใหญ่จะดูเดือนละครึ่ง ในด้านเพศ ระดับการศึกษา รายได้ที่ต่างกันจะเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์และสื่อโทรทัศน์แตกต่างกัน ผู้สูงอายุจะมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชนอยู่ในระดับปานกลาง โดยเพศที่ต่างกันจะมีการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนต่างกัน นอกจากนี้ยังพบว่า การเปิดรับสื่อวิทยุมีความสัมพันธ์ทางลบกับการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชน และการเปิดรับสื่อโทรทัศน์มีความสัมพันธ์ทางลบกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชนจากทฤษฎีและผลการศึกษาวิจัย เกี่ยวกับการสื่อสาร การเปิดรับสาร ตลอดจนความคาดหวังและความพึงพอใจ จะเห็นได้ว่า การสื่อสารที่มีประสิทธิผลจะต้องประกอบด้วย การสื่อสารสองทาง โดยการใช้สื่อแบบผสมผสาน และการที่บุคคลมีความคาดหวังว่าจะได้รับประโยชน์ในด้านต่าง ๆ จากสื่อ เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการเปิดรับข่าวสารจากสื่อ นั้น ๆ และยังพบว่า ความคาดหวังจากการเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเปิดรับสื่ออีกด้วย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย