

## บทที่ 2

### ทฤษฎีแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัย เรื่อง “เทคนิควิธีการสื่อสารระหว่างบุคคล ของผู้แทนจำหน่าย ในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น ” ในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ศึกษานี้มากมาย อันเป็นแนวทางที่ดีในการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งกรอบแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ไว้ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการติดต่อสื่อสาร
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างบุคคล
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างบุคคลในกลุ่ม
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผลกระทบของการสื่อสารระหว่างบุคคลในกลุ่ม
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ
6. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสื่อบุคคล
7. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผู้รับสาร
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารระหว่างบุคคล

#### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการติดต่อสื่อสาร

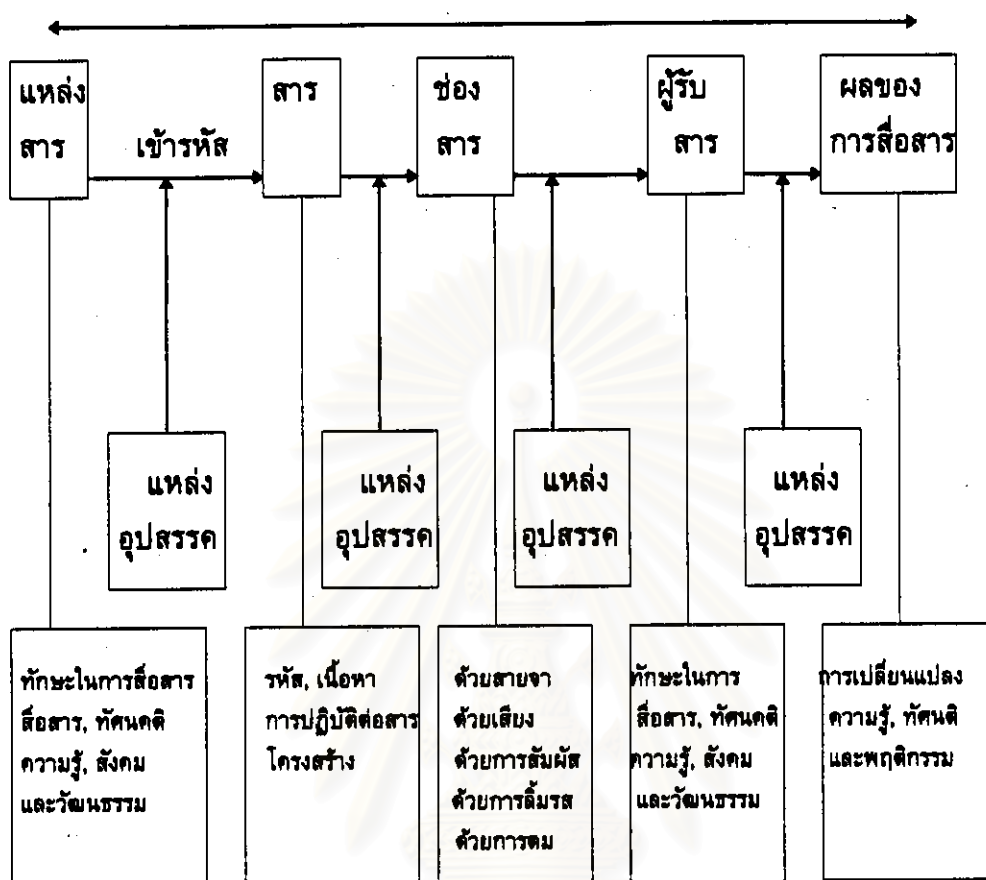
##### กระบวนการติดต่อสื่อสาร (Communication Process)

Rogers (1973) ให้ความหมายของการสื่อสารว่า “การสื่อสาร คือ กระบวนการที่ความคิดหรือข่าวสารถูกส่งจากแหล่งสารไปยังผู้รับสาร ด้วยเจตนาที่จะเปลี่ยนความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมบางประการของผู้รับสาร”

Berlo (1960) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสารดังนี้

ผู้ส่งสาร ประกอบด้วย	สาร ประกอบด้วย	ช่องทางการสื่อสาร ประกอบด้วย	ผู้รับสาร ประกอบด้วย
ทักษะในการสื่อสาร สาร (Comm. Skills)	รหัส (Code)	การเห็น (Seeing)	ทักษะในการสื่อ สาร (Comm. Skills)
ทัศนคติ (Attitudes)	สัญลักษณ์ (Symbol)	การได้ยิน (Hearing)	ทัศนคติ (Attitudes)
ความรู้ (Knowledge)	สัญญาณ (Signal)	การสัมผัส (Touching)	ความรู้ (Knowledge)
ระบบสังคมและ วัฒนธรรม (Social & Cultural System)	เนื้อหาของสาร (Content) การนำเสนอสาร (Treatment)	การลิ้มรส (Tasting) การดม (Smelling)	ระบบสังคมและ วัฒนธรรม (Social & Cultural System)

เสถียร เขยประทับ (2522) ได้แสดงแบบจำลองของกระบวนการติดต่อสื่อสาร ไว้ดังนี้



เสถียร เขยประทับ ยังได้อธิบายแบบจำลองกระบวนการติดต่อสื่อสาร ประกอบด้วย

1. แหล่งสาร (Source) หรือผู้ส่งสาร แหล่งสารอาจจะเป็นคน ๆ หนึ่ง หรือหลายคน ที่ทำงานร่วมกันเป็นองค์การ ที่พูด เขียน หรือแสดงกิริยาท่าทางให้บุคคลอื่น หรือองค์การอื่น ทราบ มีปัจจัยที่สำคัญอย่างน้อย 4 ประการด้วยกันในตัวของแหล่งสาร ที่กำหนดความสามารถของแหล่งสารในการสื่อสาร ปัจจัยที่สำคัญเหล่านี้ได้แก่ ทักษะในการสื่อสาร ทักษะคิด ความรู้ และระดับของสังคมและวัฒนธรรม การสื่อสารจะมีประสิทธิภาพ ถ้าหากว่าผู้ส่งสาร หรือแหล่งสารและผู้รับสารมีคุณลักษณะทั้ง 4 ประการนี้คล้าย ๆ กัน

2. สาร (Message) หมายถึงสิ่งเร้าที่แหล่งสารส่งออกไปยังผู้รับสาร อาจนึกถึงสาร โดยกล่าวถึงธรรมชาติของสาร เช่น หมึกที่พิมพ์ลงบนแผ่นกระดาษ คลื่นเสียงในอากาศ หรือ อาจกล่าวถึงสารในลักษณะของสัญญาณ (Signal) ที่ผู้รับสารสามารถแปลหรือเข้าใจได้ องค์ประกอบของสารได้แก่ สัญลักษณ์หรือรหัส (Symbol or Code) เนื้อหาของสาร (Structure) สารทุกสารไม่ว่าจะมีรหัสหรือสัญลักษณ์อย่างไร จะต้องมึเนื้อหาให้เหมาะสมกับผู้รับ และ

รหัสหรือสัญลักษณ์ที่เลือกให้ผู้รับเข้าใจได้จะต้องมีโครงสร้าง (Structure) หรือการจัดระเบียบเข้าไว้ด้วย โครงสร้างในที่นี้ เช่น หลักของไวยากรณ์ ซึ่งรวมสระ และพยัญชนะเข้าไว้เป็นวลี หรือ ประโยค

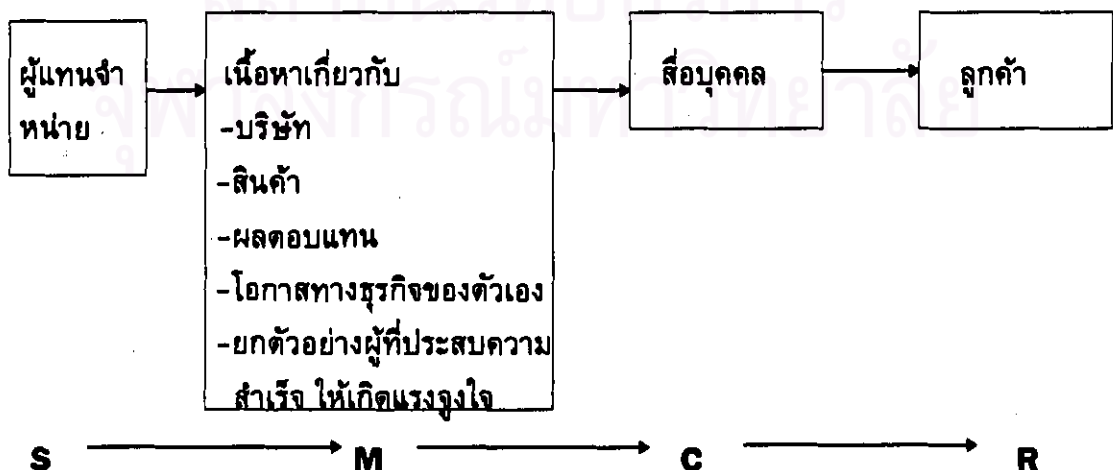
3. ช่องสาร (Channel) อาจคิดถึงช่องสารในแง่ของคลื่นแสง คลื่นเสียง หรือสื่อในการสื่อสาร เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ฯลฯ แบบจำลองนี้ให้ข้อคิดเกี่ยวกับช่องสารในลักษณะของประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือการเห็น การได้ยิน การสัมผัส การลิ้มรสหรือการดมกลิ่นสารได้

4. ผู้รับสาร (Receiver) อาจเป็นคน ๆ หนึ่ง คนกลุ่มหนึ่ง หรือเป็นองค์การก็ได้ การที่ผู้รับสารจะรับสารได้ดีแค่ไหนขึ้นอยู่กับปัจจัยในตัวของผู้รับสาร อันได้แก่ ทักษะในการสื่อสาร ทักษะคติ ความรู้ และระดับของสังคมและวัฒนธรรม

5. ผลของการสื่อสาร (Effects) การสื่อสารอาจมีผลก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในความรู้ ทักษะคติ หรือพฤติกรรมในตัวผู้รับสารได้

6. กระบวนการในการส่งสาร (Action) การโต้ตอบสารที่ส่งมา (Reaction) และการโต้ตอบซึ่งกันและกัน (Interaction) ก็คือการตอบกลับ หรือปฏิกริยาตอบสนอง

ในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น (Multi level Marketing) นั้น มีกระบวนการสื่อสารในการดำเนินธุรกิจ เป็นลักษณะ SMCR เช่นกัน กล่าวคือ ผู้แทนจำหน่ายทำการสื่อสารกับลูกค้า เพื่อขายสินค้า หรือโน้มน้าวใจให้สมัครเป็นสมาชิก ผู้แทนจำหน่ายอยู่ในฐานะผู้ส่งสาร (Sender) สาร (Message) ก็คือ คุณภาพสินค้า คุณสมบัติสินค้า ผ่านสื่อบุคคล (Channel) ก็คือผู้แทนจำหน่ายเอง ไปยังลูกค้าขายปลีก ซึ่งเป็นผู้รับสาร (Receiver)



## แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication)

ปรมะ สตะเวทิน (2531) ได้กล่าวไว้ว่า การสื่อสารระหว่างบุคคล คือ การสื่อสารที่ประกอบด้วยบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป มาทำการสื่อสารกันในลักษณะตัวต่อตัว (person-to-person) กล่าวคือ ทั้งฝ่ายผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถที่จะติดต่อแลกเปลี่ยนสารกันได้โดยตรง (direct) ในขณะที่หนึ่ง คนหนึ่งจะทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร คนอื่น ๆ จะทำหน้าที่เป็นผู้รับสาร ดังนั้น การสื่อสารระหว่างบุคคลจึงเกิดขึ้นได้ทั้งในกรณีคน 2 คน เช่น การพูดคุยกันระหว่าง 2 คน การเขียนจดหมายถึงกัน และการใช้โทรศัพท์ เป็นต้น ในทำนองเดียวกัน การสื่อสารระหว่างบุคคล ก็เกิดขึ้นได้ในกรณีของกลุ่มย่อย (small group) ซึ่งมีคนมากกว่า 2 คน ขึ้นไป มารวมตัวกันในลักษณะที่สามารถติดต่อแลกเปลี่ยนสารกันได้โดยตรง เช่น การประชุมกลุ่มย่อย, การเรียนในชั้นเรียน เป็นต้น

### แบบจำลองการสื่อสารระหว่างบุคคลของ นิวคอมบ์ (Newcomb)



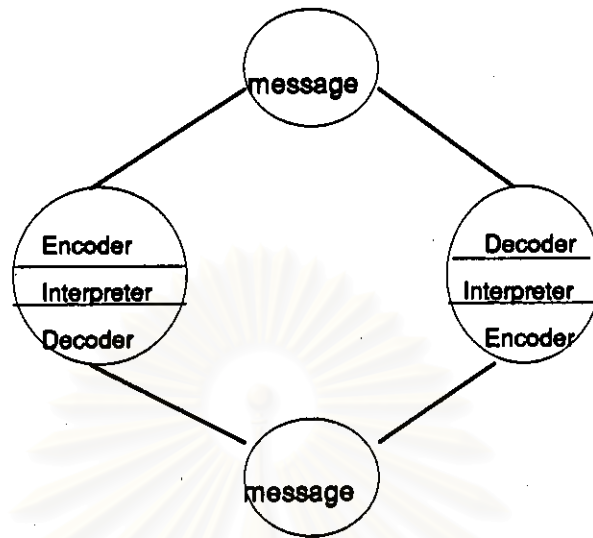
A= บุคคล

B= แหล่งสาร

X= ปัญหา

Newcomb เรียกแบบจำลองนี้ว่า Co-orientation นั่นคือ ทั้งบุคคลและแหล่งสารต่างก็มีทัศนคติหรือความคิดต่อปัญหา ขณะเดียวกัน ทั้งบุคคลและแหล่งสารก็จะมีการติดต่อสื่อสารกันมากขึ้น และมีแนวโน้มว่าบุคคลและแหล่งสาร จะมีทัศนคติต่อปัญหานั้นคล้ายคลึงกัน บุคคลจะพยายามสร้างความสมดุลให้เกิดขึ้น โดยอาจพยายามเปลี่ยนความคิดให้คล้อยตามกัน หรือเลิกติดต่อสื่อสารกัน หรือหาข้อมูลสนับสนุนจากบุคคลอื่น หรือ พยายามบิดเบือนความคิดของเขาเองเกี่ยวกับสถานการณ์ที่แท้จริง เป็นต้น (อรนุช เลิศจรยรักษ์, 2516)

Schramm (1960) ได้แสดงให้เห็นแบบจำลองของกระบวนการสื่อสาร ดังนี้



Schramm ได้ยกตัวอย่างอธิบายถึงการสื่อสารระหว่างบุคคล 2 คน โดยกล่าวว่าในการสื่อสารระหว่าง 2 คนนั้น มีการสื่อสารโต้ตอบกันกลับไปกลับมา กระบวนการตอบกลับ (return process) นี้เรียกว่า การสื่อสารกลับ (Feedback)

ในการสื่อสารนั้นจะต้องอาศัยสื่อ (channel) ในการส่งสารเราสามารถใช้อุปกรณ์ในการสื่อสารได้พร้อม ๆ กันหลายสื่อในเวลาเดียวกัน สารแต่ละสารที่ถูกถ่ายทอดผ่านสื่อแต่ละสื่อในเวลาเดียวกัน สามารถให้ความหมายแก่ผู้รับสารได้ทั้งนั้น เช่น ในขณะที่เราพูด (คลื่นเสียงและอากาศเป็น สื่อ) เราแสดงกิริยาอาการ (แสงเป็นสื่อ) ประกอบการพูด สารที่ส่งผ่านสื่อทั้ง 2 ชนิด นี้ มีความหมายสำหรับผู้ฟังทั้งสิ้น (ปรมะ สตะเวทิน, 2531)

โดยปกติแล้ว การสื่อสารของมนุษย์นั้น มักจะมีลักษณะเป็นการโต้ตอบกัน กล่าวคือเมื่อมีผู้พูดก็มีผู้ฟัง ผู้ฟังรู้สึกอย่างไร ก็มีปฏิกิริยาตอบกลับมา ปรมะ สตะเวทิน ได้ให้คำนิยามของ “การสื่อสารกลับ” คือ ปฏิกิริยา (reaction) ของผู้รับสารที่แสดงตอบสนองสารของผู้ส่งสาร ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์ 2 ประการ ดังนี้

1. ทำให้ผู้ส่งสารทราบผลของการสื่อสารว่า บรรลุวัตถุประสงค์ของคนตรีหรือไม่เพียงใด ผู้รับสารตีความหมายตรงกับความหมายที่ผู้ส่งสารตั้งใจหรือไม่
2. ความคุมพฤติกรรมการสื่อสารในเวลาต่อมาของผู้ส่งสาร กล่าวคือ ผู้ส่งสารสามารถใช้การสื่อสารกลับ เพื่อปรับปรุง ดัดแปลง แก้ไข หรือคงไว้ซึ่งเนื้อหาสาระ และวิธีการในการสื่อสารของตน

Berlo (1960) ผู้เชี่ยวชาญทางด้านนิเทศศาสตร์ ได้ชี้ให้เห็นว่าปฏิกริยาของผู้รับสารที่มีต่อสารของผู้ส่งสารนั้น แบ่งออกเป็น 2 ชนิด ตามลักษณะของผลที่เกิดจากการสื่อสาร

1. การสื่อสารกลับเชิงบวก (Positive Feedback) คือการสื่อสารกลับที่ทำให้ผู้ส่งสารพอใจในผลของการสื่อสาร เช่น เราทำการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อมวลชนไปแล้ว ปรากฏว่ามีผู้ซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น เป็นต้น

2. การสื่อสารกลับเชิงลบ (Negative feedback) คือการสื่อสารกลับที่ทำให้ผู้ส่งสารไม่พอใจในผลของการสื่อสาร เช่น เราชวนคนบางคนคุยด้วย แต่เขาไม่ยอมที่จะคุยกับเรา เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม Berlo กล่าวว่า จากองค์ประกอบของกระบวนการติดต่อสื่อสารข้างต้น นอกจากเป็นการอธิบายกระบวนการสื่อสารมวลชนแล้ว ยังสามารถนำมาใช้ในกรณีของการสื่อสารระหว่างบุคคล 2 คนได้ด้วย โดยในการสื่อสารระหว่างบุคคล 2 คนนั้น ผู้ทำหน้าที่ส่งสารและผู้ทำหน้าที่เข้ารหัสสามารถเป็นคน ๆ เดียวกันได้ รวมเรียกว่า ผู้ส่งสารในทำนองเดียวกัน ผู้ทำหน้าที่ในการถอดรหัสและผู้ทำหน้าที่ในการรับสารก็สามารถเป็นคน ๆ เดียวกันได้ เช่นกัน รวมเรียกว่า ผู้รับสาร ดังนั้นเอง ๕ ประอบที่สำคัญในกระบวนการสื่อสารตามแนวความคิดของเบอร์โล จึงสามารถสรุปได้เหลือ 4 องค์ประกอบ คือ ผู้ส่งสาร (Source) สาร (Message) สื่อ (Channel) และผู้รับสาร (Receiver) ซึ่งแบบจำลองกระบวนการสื่อสารดังกล่าวเป็นที่รู้จักกันว่า SMCR Model นั้นเอง

การสื่อสารระหว่างบุคคลคือ การสื่อสารที่ประกอบด้วยบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไป มาทำการสื่อสารกันในลักษณะตัวต่อตัว (Person-to-Person) กล่าวคือทั้งสองฝ่ายผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถติดต่อแลกเปลี่ยนสารได้โดยตรง (Direct) ในขณะที่คนหนึ่งจะทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร คนอื่น ๆ จะทำหน้าที่เป็นผู้รับสาร การสื่อสารระหว่างบุคคลอาจเกิดขึ้นได้ในกรณีของกลุ่มย่อย (Small Group) ซึ่งมีคนมากกว่าสองคนขึ้นไปมารวมตัวกันในลักษณะที่สามารถติดต่อแลกเปลี่ยนสารกันได้โดยตรง (ปรมา สตะเวทิน, 2538 : 35)

การสื่อสารระหว่างบุคคลนั้นมืองค์ประกอบของการสื่อสารอยู่อย่างครบถ้วนคือผู้ส่งสาร (Source) สาร (Message) ช่องทาง (Channel)ผู้รับข่าวสาร (Receiver) ผล (Effect) และปฏิกริยาสนองกลับ (Feedback)

อรวรรณ ปิรันชนโอวาท (2537) ได้กล่าวถึงการสื่อสารระหว่างบุคคลว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลบ่งเป็นนัยว่า ผู้ที่ทำการสื่อสารเป็นบุคคล (Human) และมีปฏิกริยาโต้ตอบกัน อย่างฉับพลันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร

เสถียร เขยประทับ (การสื่อสารและการพัฒนา, ม.ป.ป.) ได้กล่าวถึงช่องสารที่เป็น สื่อระหว่างบุคคลไว้ว่าคือ ช่องสารเกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบตัวต่อตัวระหว่างบุคคลสองคนหรือมากกว่าสองคนขึ้นไป ช่องสารแบบนี้มีประสิทธิภาพมากกว่าช่องสารที่เป็นสื่อมวลชนในการจูงใจผู้รับสารที่มีความเฉยเมย หรือมีปฏิกริยาต่อต้านสารของผู้ส่งสาร

### **แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างบุคคลในกลุ่ม**

Feldman and Anshel (1933) ได้ให้คำนิยามของคำว่า กลุ่ม ไว้ว่า หมายถึง คนตั้งแต่สองคนขึ้นไป มารวมตัวกันโดยมีลักษณะสำคัญ คือ

1. มีปฏิสัมพันธ์กัน (Interact)
2. รับรู้ว่าคุณเองมีความสนใจและเป้าหมายร่วมกัน
3. มารวมตัวกันเพื่อความสำเร็จของกิจกรรมในการทำงาน

Marvin Shaw (1983) ได้นิยามเชิงปฏิสัมพันธ์ว่า กลุ่ม คือบุคคลสองคนหรือมากกว่า ซึ่งมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ในลักษณะที่แต่ละคนมีอิทธิพลและได้รับอิทธิพลซึ่งกันและกัน

Cartwright and Zander ( Little John :1983) กล่าวว่า เมื่อคนจำนวนหนึ่งได้รวมกันเป็นกลุ่ม เขาจะมีลักษณะ คือ

1. เขาจะกระตือรือร้นในการมีปฏิสัมพันธ์กันบ่อยครั้ง
2. พวกเขาจะนิยามตนเองว่าเป็นสมาชิกกลุ่ม
3. พวกเขาจะถูกคนอื่นมองว่าเป็นสมาชิกกลุ่ม
4. พวกเขาจะมีบรรทัดฐานในความสนใจร่วมกัน
5. พวกเขาจะมีส่วนร่วมในบทบาทที่เกี่ยวข้องกัน
6. เขาจะร่วมกันตั้งแบบจำลองขึ้นเหมือนกัน
7. เขาจะพบว่า กลุ่มนั้นให้รางวัลตอบแทนแก่เขา
8. เขาจะส่วนเสริมวัตถุประสงค์ซึ่งขึ้นอยู่ซึ่งกันและกัน
9. พวกเขาจะแสดงออกเพื่อตอบโต้กับสิ่งแวดล้อมในลักษณะเป็นหนึ่งเดียว



การสื่อสารระหว่างบุคคลเกิดขึ้นได้ กรณีกลุ่มย่อย (Small group) ซึ่งมีคนมากกว่าสองคนขึ้นไป รวมตัวกันในลักษณะที่สามารถติดต่อแลกเปลี่ยนกันได้โดยตรง เช่นการประชุมกลุ่มย่อย การเรียนในชั้นเรียน และการสื่อสารในกลุ่มใหญ่ (Large Group Communication) เป็นการสื่อสารของคนจำนวนมากซึ่งอยู่ที่เดียวกันหรือใกล้เคียงกัน เช่น การอภิปรายในหอประชุม การหาเสียงเลือกตั้ง ( ปรมะ สตะเวทิน , 2531)

การสื่อสาร นับเป็นพื้นฐานสากล ของปฏิสัมพันธ์ของบุคคลในกลุ่ม ที่จะช่วยให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างสมาชิก และเป็นพาหนะที่ทำให้เกิดการมีอิทธิพลต่อกัน การศึกษาการสื่อสารในกลุ่มจึงอาจพิจารณาได้จาก ทิศทางการสื่อสารและ เครือข่ายการสื่อสาร (ยุบล เบญจรงค์กิจ และคณะ ,2534)

#### ทิศทางการสื่อสารของกลุ่ม ( Direction)

ทิศทางของการสื่อสารในกลุ่ม อาจจะมีลักษณะเป็นการสื่อสารทางเดียว (One-way Communication) และการสื่อสารแบบสองทาง ( Two-way Communication) ซึ่งลักษณะการสื่อสารทั้งสองแบบมีผลกระทบที่แตกต่างกัน Leavitt ได้วิจัยเชิงทดลองในเรื่องทิศทางของการสื่อสาร พบว่า การสื่อสารแบบสองทาง อาจจะช้ากว่าการสื่อสารทางเดียว แต่มีความถูกต้องมากกว่า ผู้ส่งสารในกระบวนการสื่อสารสองทาง อาจจะตื่นเต้นหรือรู้สึกกลัวการโจมตีจากการที่ผู้รับสาร สามารถส่งปฏิกริยายาย้อนกลับได้ (Feedback) แต่ผู้รับสารอาจจะรู้สึกมั่นใจในตัวเอง เนื่องจากเขาสามารถได้ความคิด เนื่องจากเขาสามารถได้ความคิดที่ดี มาปรับปรุงการพิจารณาของเขา ในสายตาของผู้สังเกต จะรู้สึกว่า การสื่อสารสองทางไม่มีระเบียบ และมีประสิทธิภาพน้อย แต่โดยแท้จริงแล้วจะมีประสิทธิภาพมากกว่าการสื่อสารทางเดียว

#### เครือข่ายการสื่อสารของกลุ่ม (Group Network)

ในการศึกษาวิจัยถึงโครงสร้างการสื่อสารในระดับกลุ่ม (ประชุม ฤกษ์กลาง ,2526) ว่าแบบใดจะมีประสิทธิภาพในการทำงานมากที่สุด ซึ่งผลการทดลองแบ่งเป็น 2 อย่าง คือ

1. แบบรวมอำนาจสู่ศูนย์กลาง เป็นโครงสร้างการสื่อสารที่ข่าวสารส่วนใหญ่จะต้องไปสู่บุคคลที่เป็นศูนย์กลางของเครือข่ายการสื่อสาร
2. แบบกระจายอำนาจ เช่น โครงสร้างการสื่อสารแบบวงกลม

## พลวัตของกลุ่ม (Group Dynamic)

หมายถึง กลุ่ม เป็นผลิตผลของพลังและแรงกดดันต่างๆ รวมทั้งอิทธิพลของพลังที่มีต่อบุคคล ในฐานะเป็นสมาชิกกลุ่ม Lewin กล่าวว่า กลุ่มที่มีลักษณะเคลื่อนไหวทั้งหมด กล่าวคือ การเปลี่ยนแปลงงานในส่วนย่อย จะก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในสภาพของส่วนย่อยๆ อื่นๆ ระดับของการขึ้นอยู่กับซึ่งกันและกันของส่วนย่อยของสมาชิกในกลุ่ม จะต่างกันตามลักษณะการรวมตัวกันอย่างหลวมๆ หรือสนิทแน่นแฟ้นเป็นปึกแผ่น ซึ่งขึ้นอยู่กับตัวแปรต่างๆ ของกลุ่ม เช่น ขนาดของกลุ่ม ประเภทขององค์การ และความสนิทสนมของกลุ่ม (ยุบล เบญจรงค์กิจ และคณะ, 2534)

### แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับ ผลกระทบของการสื่อสารระหว่างบุคคลในกลุ่ม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารระหว่างบุคคลในกลุ่ม เช่น บทบาท บรรทัดฐาน และรูปแบบปฏิสัมพันธ์ ฯลฯ และมีทฤษฎี 2 ทฤษฎี ที่กล่าวถึง ผลกระทบของการสื่อสารระหว่างบุคคล ในกลุ่ม ได้แก่ (ยุบล เบญจรงค์กิจ , 2534)

1. ทฤษฎีลักษณะของกลุ่ม โดย แคทเทิล ซึ่งแบ่งลักษณะของกลุ่มไว้ 3 อย่าง คือ
  - 1) ลักษณะกลุ่ม ( Syntality traits ) คือ รูปแบบพฤติกรรมกลุ่ม ซึ่งสามารถคาดทำนายได้ เช่น กลุ่มอาจก้าวร้าว มีประสิทธิภาพโดดเด่น กระตือรือร้น น่าเชื่อถือ เป็นต้น
  - 2) โครงสร้างภายใน (Internal structure) หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลภายในกลุ่ม ซึ่งเกี่ยวข้องกับโครงสร้างสถานภาพ กลุ่มย่อยที่เกิดขึ้นภายใน การปกครองกันในกลุ่ม และรูปแบบการสื่อสาร
  - 3) ลักษณะประชากร (Population traits) เป็นบุคลิกลักษณะส่วนตัว ของสมาชิกกลุ่มแต่ละคน เช่น ความฉลาด ทักษะ ทักษะ ทักษะ เป็นต้น

2. ทฤษฎีคิดตามกลุ่ม (Groupthink Theory) โดย เจนิส (Janis) ได้สำรวจรายละเอียดเรื่องความสามารถในการตัดสินใจของกลุ่ม ทฤษฎีแสดงให้เห็นเงื่อนไขที่นำไปสู่ความพอใจอย่างมากของสมาชิกกลุ่ม แต่กลับทำให้ผลผลิตของกลุ่มไม่มีประสิทธิภาพ

คำว่า *คิดตามกลุ่ม* หมายถึงวิธีการคิดของบุคคล เมื่อเข้าไปประสานสัมพันธ์อยู่ในกลุ่ม ซึ่งต้องต่อสู้เพื่อสร้างความเป็นเอกฉันท์ ในการตัดสินใจเลือกทางเลือกต่างๆ เพื่อดำเนินการ การคิดตามกลุ่มจะทำให้สภาพจิตของบุคคล การตรวจสอบข้อเท็จจริง ตลอดจน การตัด

สนใจ คุณธรรมจริยธรรมเสื่อมถอยลง อันเนื่องมาจากความกดดันในกลุ่ม (Group Pressure) โดยปรากฏการณ์คิดตามกลุ่ม อาจสังเกตได้จากสัญญาณ ต่อไปนี้

- 1) การแสดงถึงว่า กลุ่มไม่มีทางเลือกหรือสลายตัว
- 2) กลุ่มไม่สนใจในอันตรายหรือคำตักเตือนแต่กลับพยายามหาเหตุผลสนับสนุนสิ่งที่กลุ่มตัดสินใจไปแล้ว
- 3) กลุ่มเชื่อ อย่างไม่สงสัยเลยว่า กลุ่มทำถูกต้องตามศีลธรรมจรรยาเสมอ
- 4) คนที่ไม่ใช่สมาชิกกลุ่มจะถูกเหมารวม (Stereotype) ว่าชั่วร้ายอ่อนแอและโง่
- 5) กลุ่มจะกดดันโดยตรงแก่สมาชิกกลุ่ม ไม่ให้แสดงความคิดเห็นแตกต่างจากกลุ่ม และการคัดค้านกลุ่ม จะถูกระงับอย่างรวดเร็ว
- 6) สมาชิกจะทำการเซ็นเซอร์ตัวเอง ไม่ให้หันเหความคิดออกจากกลุ่ม
- 7) กลุ่มจะรักษาความเป็นเอกฉันท์ไว้เสมอ
- 8) มีการสกัดกั้นจำกัด เพื่อไม่ให้สมาชิกมีความเห็นตรงกันข้ามกับกลุ่ม และไม่ได้รับข้อมูลที่กลุ่มไม่ต้องการ

จากสภาพการกดดันของกลุ่ม (Group Pressure) ดังกล่าว มีผลต่อการตัดสินใจของสมาชิกในกลุ่ม ซึ่งมีแนวโน้มที่จะทำให้สมาชิกคิดตามกลุ่ม ซึ่งเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องและสอดคล้องกับเรื่องของเทคนิควิธีการสื่อสารระหว่างบุคคลของผู้แทนจำหน่าย ในการดำเนินธุรกิจขายตรงหลายชั้น ที่ผู้วิจัยได้สนใจศึกษานี้

### แนวคิดแลทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ

Bettinghaus (1968) ได้นิยาม การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจไว้ว่า “เป็นภาวะหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องกับ ความพยายาม อย่างแน่วแน่ของคนหนึ่ง ที่จะเปลี่ยนพฤติกรรมของคนอื่นหรือกลุ่มอื่น โดยผ่านการถ่ายทอดสารบางอย่าง”

Brembeck & Howell (1952) ได้ให้ภาพ การโน้มน้าวใจไว้ว่า “เป็นความพยายามอันแน่วแน่ ที่จะเปลี่ยนแปลงความคิด และการกระทำ โดยการควบคุมแรงผลักดันของมนุษย์ไปสู่เป้าหมาย ที่กำหนดไว้ล่วงหน้า

Cronkite (1969) เสริมว่า การโน้มน้าวใจนั้นยังโยงถึงเรื่องการควบคุมสัญลักษณ์ เพื่อทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ทางด้านพฤติกรรมของผู้ถอด หรือตีความสัญลักษณ์นั้น

Scheidel (1967) เรียก การพูดเพื่อการโน้มน้าวใจว่า “เป็นกิจกรรมร่วมกันของผู้พูดกับผู้ฟัง และเป็นกิจกรรมที่ผู้พูดพยายามอย่างแน่วแน่ที่จะมีอิทธิพลเหนือพฤติกรรม ของผู้ฟัง โดยการส่งสัญลักษณ์ที่เห็นได้หรือได้ยินได้”

จากแนวความคิดดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า สถานการณ์การโน้มน้าวใจเกี่ยวพันกับความพยายาม ที่จะมามีอิทธิพลเหนือผู้อื่น โดยมุ่งที่จะเปลี่ยนแปลง หรือมีอิทธิพลเหนือ 2 ด้าน คือ 1. ทักษะคติ หรือ ค่านิยม 2. พฤติกรรม ซึ่งจะแสดงให้เห็นดังภาพประกอบนี้

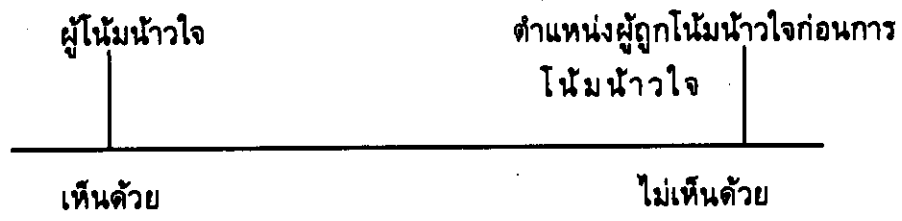


### หลักการในการใช้กระบวนการการโน้มน้าวใจ

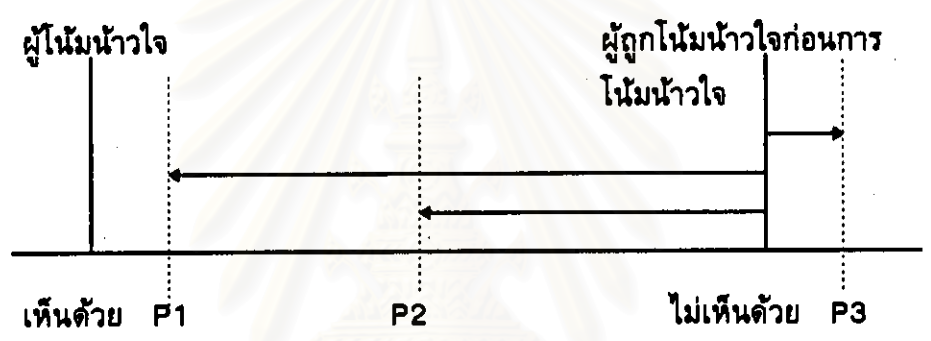
ในทางปฏิบัติ จะเห็นว่าเป็นประโยชน์อย่างมาก หากเราจะมองกระบวนการโน้มน้าวใจว่า เป็นกระบวนการที่ผู้โน้มน้าวใจพยายามสร้างความสัมพันธ์อย่างใดอย่างหนึ่ง ระหว่างภาวะพฤติกรรมและทัศนคติของเขา และของผู้ที่เขาต้องการโน้มน้าวใจ หากเรามุ่งให้ความสำคัญกับภาวะ ความสัมพันธ์ทางภาวะจิตใจของผู้โน้มน้าวและผู้ถูกโน้มน้าว มากกว่ามุ่งให้ความสำคัญกับลักษณะของสารที่ส่งออกไป เราก็สามารถหลีกเลี่ยงปัญหาบางอย่างที่นักเขียนรุ่นก่อนๆ ได้ประสบมา เช่น เน้นเรื่องลักษณะการแสดงออกทางด้านทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ซึ่งเกี่ยวข้องในกระบวนการโน้มน้าวใจ แทนที่จะไปเน้นเรื่องคุณภาพของสาร แต่ในกรณีของการสื่อสารระหว่างบุคคลเพื่อการโน้มน้าวใจนั้น การแสดงออก และสารที่ออกไปนั้นมีความสำคัญ

รูปต่อไปนี้จะแสดงให้เห็น การเปลี่ยนแปลงต่างๆ ของผู้ถูกโน้มน้าวใจ ที่อาจเกิดขึ้นหลังการการโน้มน้าวใจ

ภาพ 1 ตำแหน่งของผู้โน้มน้าวใจ และผู้ถูกโน้มน้าวใจ



ภาพ 2



- P1= การเปลี่ยนแปลงมากที่สุดในตัวผู้ถูกโน้มน้าวใจที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้โน้มน้าวใจ
- P2= การเปลี่ยนแปลงที่มักเกิดขึ้น จากการโน้มน้าวใจเพียงครั้งเดียว
- P3= ผลย้อนกลับ (Boomerang Effect) ผู้ถูกโน้มน้าวใจกลับเปลี่ยนแปลงในทางตรงกันข้ามกับความต้องการของผู้โน้มน้าวใจมากขึ้น (เมตตา กฤตวิทย์ ,2536)

จากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการโน้มน้าวใจข้างต้นนี้ จะเห็นได้ว่าการโน้มน้าวใจนั้น มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมของผู้รับสารในฐานะผู้ถูกโน้มน้าวใจ ซึ่งสอดคล้องกับเรื่องที่ว่าผู้วิจัยกำลังจะทำการศึกษาวิจัย เนื่องจากการดำเนินธุรกิจของผู้แทนจำหน่ายในธุรกิจขายตรงหลายชั้นนั้น นอกจากจะต้องใช้การสื่อสารระหว่างบุคคลซึ่งเป็นพื้นฐานทางการสื่อสารในรูปแบบอื่นและในระดับอื่นๆแล้ว การโน้มน้าวใจยังมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อกระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคลของผู้แทนจำหน่าย ในการดำเนินธุรกิจขายตรงหลายชั้นอีกด้วย

## แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสื่อบุคคล

Roger with Shoemaker (1971) ได้กล่าวถึงประสิทธิภาพของสื่อบุคคลไว้ดังนี้

1. สามารถทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบบุคคลวิधि ถ้าผู้รับสารไม่เข้าใจสารก็สามารถไต่ถามหรือขอข่าวสารเพิ่มเติมจากแหล่งสารได้ในเวลาอันรวดเร็ว ส่วนผู้ส่งสารก็สามารถปรับปรุงแก้ไขสารที่ส่งออกไปให้เข้ากับความต้องการและความเข้าใจของผู้รับสารได้ในเวลาอันรวดเร็วเช่นเดียวกัน การที่ช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคลมีระดับของปฏิภริยาขาดบสนอง (Feedback) สูงทำให้สามารถลดอุปสรรคของการสื่อสารที่เกิดจากการเลือกรับสารเลือกแปลหรือเลือกจำสารได้ เนื่องจากสภาพการณ์ที่เห็นหน้ากันบีบบังคับให้ต้องรับสารนั้นไม่ว่าผู้รับสารจะมีความรู้สึก หรือทัศนคติต่อผู้ส่งสารหรือสารอย่างใดก็ตาม

2. สามารถจูงใจบุคคลให้เปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังรากลึกได้ เราอาจเปรียบเทียบลักษณะความแตกต่างที่สำคัญระหว่างช่องสารที่เป็นสื่อมวลชนและช่องสารที่เป็นสื่อระหว่างบุคคลได้ดังนี้

ลักษณะ	ช่องสารระหว่างบุคคล	ช่องสารมวลชน
การไหลของข่าวสาร	มีแนวโน้มที่จะเป็นแบบบุคคลวิधि	มีแนวโน้มที่จะเป็นแบบเอกภ�ิधि
ลักษณะของการสื่อสาร	มีลักษณะแบบตัวต่อตัว	ไม่มีลักษณะแบบตัวต่อตัว
ปริมาณของปฏิภริยาขาดบสนอง ในขณะที่ทำการสื่อสาร	สูง	ต่ำ
ความสามารถในการลด กระบวนการเลือกในทางจิต วิทยาโดยเฉพาะอย่างยิ่งการ เลือกรับสาร	สูง	ต่ำ
ความเร็วในการสื่อสารไปยังผู้ รับสารจำนวนมาก ๆ	ค่อนข้างช้า	ค่อนข้างช้า
ผลที่อาจเกิดขึ้น	การก่อสร้างของทัศนคติและ การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ	การเปลี่ยนแปลงความรู้

Kat and Lazarsfeld (1955) เห็นว่าการสื่อสารระหว่างบุคคลมีผลต่อการทำให้ผู้รับสารยอมรับที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติและยอมรับที่จะให้ความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ มากที่สุด ฉะนั้นสื่อบุคคลจึงมีความสำคัญมากกว่าสื่อมวลชนในชั้นจูงใจ ส่วนสื่อมวลชนจะมี

ความสำคัญว่าในขั้นของการให้ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องและอาจมีบ้างในการสร้างทัศนคติในเรื่องที่บุคคลยังไม่เคยรับรู้มาก่อน

Rogers (1978) ได้กล่าวเปรียบเทียบประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลไว้ว่า จากผลการวิจัยต่าง ๆ พบว่าสื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนแปลงการรับรู้ซึ่งหมายถึง การเพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่การสื่อสารระหว่างบุคคลนั้นมีประสิทธิภาพมากกว่า เมื่อวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารอยู่ที่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ เพราะข่าวสารที่ถ่ายทอดออกจากสื่อมวลชนอย่างเดียวไม่สามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังแน่นหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของเบททิงฮอส (Bettinghaus, 1968 : 180) ที่ว่า สื่อมวลชนเป็นเพียงตัวเสริมความเชื่อ และทัศนคติที่มีอยู่เดิมให้ฝังแน่นมากกว่าจะเปลี่ยนทัศนคติอย่างสิ้นเชิง แต่อาจเปลี่ยนแปลงการรับรู้ได้บ้างในขอบเขตจำกัดของประสบการณ์ ฉะนั้น สื่อมวลชนจึงเป็นเพียงแหล่งความคิด และเป็นผู้วางแนวทางในการเปลี่ยนแปลงเท่านั้น กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างมนุษย์นั้นเป็นผลจากการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเห็นหน้าเห็นตากันทั้งสิ้น

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผู้รับสาร

ผู้รับข่าวสาร อาจหมายถึงบุคคลเพียงคนเดียว เช่น การพูดคุยระหว่าง 2 คน หรืออาจหมายถึงกลุ่มบุคคลก็ได้ ในการติดต่อสื่อสารนั้น บุคคลที่เป็นผู้รับสารอาจเปลี่ยนเป็นผู้ส่งสารในเวลาอื่นได้เช่น ในการพูดคุยกันผู้รับสารอาจกลายเป็นผู้ส่งสาร

ผู้รับสาร มีความสำคัญต่อการสื่อสาร มีความสัมพันธ์ในฐานะที่เป็นองค์ประกอบหนึ่งของกระบวนการติดต่อสื่อสาร และผู้รับสารมีอิทธิพลต่อองค์ประกอบอื่นของการสื่อสารอีกด้วย (สมร ทองดี, 2532)

นอกจากนี้ ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารจะไม่เกิดขึ้น ถ้าหากไม่ได้พิจารณาถึงปัจจัยผู้รับสาร หรือคุณลักษณะของผู้รับสารในฐานะที่เป็นผู้รับการติดต่อสื่อสารโดยตรง ซึ่ง กริช สิบสนธิ์ (2525) กล่าวคือ เมื่อใดก็ตามที่ผู้ส่งสารมีความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารของตนเอง จงเตือนตนเองไว้เสมอว่า อาจจะประสบความล้มเหลวได้ ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารของตนเองมักจะตัดสินใจจากการที่ตนได้ติดต่อสื่อสารไปตามธรรมเนียม ความรู้สึก ทัศนคติ และตัดสินใจด้วยตนเองว่าได้ผลเป็นที่น่าพึงพอใจ การที่จะบอกว่าข่าวสารที่ส่งไปนั้นเป็นที่น่าพึงพอใจเพียงใดน่าจะทำหนดโดยผู้รับสาร ทั้งนี้เนื่องจากบุคคลแต่ละคนมีภูมิหลังส่วนตัว

ที่แตกต่างกันจึงมีจุดในการพิจารณาและตีความแตกต่างกันออกไปในขณะที่มีการส่งและรับสาร

ดังนั้นการส่งข่าวสารอย่างมีประสิทธิภาพ จะต้องคำนึงถึงปัจจัยอันเกี่ยวข้องกับผู้รับสารหลายประการด้วยกัน ดังนี้

1. ความต้องการของผู้รับสาร โดยทั่วไปแล้ว ในการรับข่าวสารของแต่ละบุคคล นั้นจะเป็นไปเพื่อตอบสนองความต้องการของตน ประกอบด้วย

- 1.1 ต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์กับตน
- 1.2 ต้องการข่าวสารที่สอดคล้องกับความเชื่อ ทศนคติ และค่านิยมของตน
- 1.3 ต้องการประสบการณ์ใหม่
- 1.4 ต้องการความสะดวกและรวดเร็วในการรับสาร

2. ความแตกต่างของผู้รับสาร ผู้รับข่าวสารแต่ละคนจะมีลักษณะที่แตกต่างกันในหลาย ๆ ด้าน ได้แก่ วัย เพศ การศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม

2.1 วัย วัยหรืออายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างในเรื่องความคิด และพฤติกรรมบุคคลที่มีอายุมากจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารต่างบุคคลที่มีอายุน้อย และบุคคลที่มีอายุน้อยจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารเปลี่ยนไป เมื่อตนมีอายุมากขึ้น (Myers and Myers, 1982 : 5)

โดยทั่วไปแล้วคนที่มีอายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยม (liberal) ยึดถืออุดมการณ์ (Ideallistic) ใจร้อน (Impatient) และมองโลกในแง่ดี (optimistic) มากกว่าคนที่มีอายุมาก สำหรับคนที่มีอายุมากมักจะมีความคิดอนุรักษนิยม (conservation) ยึดถือการปฏิบัติ (pracmatic) ระมัดระวัง (cautious) และมองโลกในแง่ร้าย (pessimistic) มากกว่าคนที่มีอายุน้อย สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เนื่องมาจากคนที่มีอายุมากมีประสบการณ์ในชีวิตซึ่งเคยผ่านยุคปัญหาต่าง ๆ ตลอดถึงมีความผูกพันที่ยาวนาน และมีผลประโยชน์ในสังคมมากกว่าคนที่มีอายุน้อย (ปรมะ สตะเวทิน, 2526)

นอกจากนั้นโดยปกติแล้วคนที่วัยต่างกันมักจะมีความต้องการในสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกัน มีความสนใจข่าวสารที่แตกต่างกันด้วย (ปรมะ สตะเวทิน, 2526 : 106) ดังนั้น



อายุจึงน่าจะเป็นตัวกำหนดความคิดเห็น ความต้องการ ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน

2.2 เพศ ความแตกต่างทางเพศทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน กล่าวคือ เพศหญิงมีแนวโน้มและมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย (Wilco, Goldhaber and Yates 1980 อ้างถึงใน สมควร เจริญสุข)

การวิจัยทางจิตวิทยาหลายเรื่องได้แสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมาก ในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน ผู้หญิงมักจะเป็นคนที่มีจิตใจอ่อนไหว หยิ่งคิดจิตใจของคนได้ดีกว่าผู้ชาย ในขณะที่ผู้ชายเหตุผลมากกว่าผู้หญิงและจะจดจำข่าวสารได้มากกว่า (ประมะ สตะเวทิน, 2526)

ความแตกต่างทางเพศจึงน่าจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมในการติดต่อสื่อสารและความต้องการในการรับข่าวสารที่แตกต่างกัน

2.3 การศึกษา มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของผู้รับสารเป็นอย่างมาก ซึ่งอาจจะพบได้ตั้งแต่การแปลความ การมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ เป็นสิ่งที่ทำให้พฤติกรรมในการรับสารต่างกันไป ผู้ส่งสารจึงต้องตระหนักและระมัดระวังว่าในการให้ข่าวสารนั้น ผู้รับสารมีการศึกษาอยู่ระดับใดเพื่อจะได้เสนอข่าวสาร คำแนะนำ และบริการโดยเลือกใช้ภาษาให้เหมาะสมกับผู้รับสาร (สมร ทองดี, 2532)

2.4 ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายความว่ารวมทั้งภูมิหลังของครอบครัว เชื้อชาติและชาติพันธุ์ อาชีพ รายได้และความเป็นอยู่สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของคน จึงอาจกล่าวโดยสรุปว่า ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจนั้นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้รับสาร

3. ความตั้งใจและประสบการณ์เดิม ในขณะที่มีความตั้งใจจะช่วยให้บุคคลรับรู้ข่าวสารได้ดีกว่า ดังคำที่กล่าวว่าเราเห็นในสิ่งที่อยากเห็นและได้ยินในสิ่งที่ต้องการได้ยิน ดังนั้นความตั้งใจและประสบการณ์เดิมของผู้รับสารจึงมีความสำคัญต่อการรับข่าวสารเช่นกัน

4. ความคาดหวังและความพึงพอใจ ความคาดหวังเป็นความรู้สึกที่สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของคนในการที่จะดีความต่อสภาพแวดล้อมเพื่อให้ได้มาในสิ่งที่ตนต้องการ ส่วนความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร คือ ความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับ (Information satisfaction) เพราะข่าวสารต่าง ๆ ที่ได้รับนั้น ผู้รับสารสามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจ และการปฏิบัติงานต่าง ๆ ให้สำเร็จลุล่วงไปได้ (Evans, 1962) ดังนั้นผู้ให้ข่าวสารและบริการจึงควรศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ดังกล่าวของบุคคล เพื่อจะได้ให้ข่าวสารและบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

เพราะฉะนั้นการสร้าง ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารให้เกิดขึ้น นอกจากจะต้องคำนึงถึงความพึงพอใจในเรื่องของข่าวสารที่ได้รับ ความเพียงของข่าวสารและช่องทางของการติดต่อสื่อสารแล้ว ยังจะต้องคำนึงถึงปัจจัยผู้รับสาร ซึ่งเป็นปัจจัยที่เกี่ยวกับความแตกต่างของบุคคลด้วย ทั้งนี้เนื่องจากความแตกต่างของบุคคลเป็นธรรมชาติของมนุษย์อย่างหนึ่ง และเป็นตัวการสำคัญที่ทำให้การแปรรูปความรู้สึกนึกคิดของแต่ละบุคคลแตกต่างกัน และความรู้สึกนึกคิดที่แตกต่างกันนี้ จะมีความแตกต่างกันมากน้อยเพียงใดเป็นผลของระดับความแตกต่างของบุคคลนั้น ๆ นั่นเอง (วุฒิชัย จานงค์, 2520)

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Katz and Lazarsfeld (1955) พบว่า รูปแบบการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) หรือการสื่อสารแบบเผชิญหน้า (Face-to-Face Communication) มีผลต่อการทำให้ผู้รับสาร ยอมรับจะเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ยอมรับที่จะร่วมมือปฏิบัติมากที่สุด

Charles R. Wright (1986) พบว่า การตัดสินใจของบุคคลเกี่ยวกับการเลือกซื้อสินค้าแฟชั่น และการเลือกชมภาพยนตร์นั้น การสื่อสารระหว่างบุคคลมีผลต่อการตัดสินใจของบุคคลมากกว่าอิทธิพลที่เกิดจากสื่อมวลชน

Pedro Bueno (1978) ทำการศึกษาเรื่องบทบาทของสื่อมวลชน ในการยอมรับยาปราบศัตรูพืช 2,4-D ใน 2 หมู่บ้านของจังหวัด Laguna ประเทศฟิลิปปินส์ ในค.ศ. 1966 และพบว่า สื่อมวลชน ไม่มีผลในขั้นการยอมรับ โดยในขั้นรับทราบ ชื่นสนใจและขั้นประเมินผล สื่อมวลชนมีผลมากที่สุดส่วนสื่อมวลชน มีผลบ้างเล็กน้อยในขั้นทดลอง แต่ไม่มีผลในขั้นยอมรับเลย

Angel Pineda (1976) ได้ศึกษาเรื่องอิทธิพลของสื่อมวลชนในฐานะผู้นำการเปลี่ยนแปลงนวัตกรรมการกำจัดหนู ในหมู่บ้าน Paciano Rizal จังหวัด Laguna ประเทศฟิลิปปินส์ เมื่อ ค.ศ. 1967 โดยต้องการทราบว่าสื่อมวลชนมีผลต่อชาวบ้านอย่างไร ถ้าไม่มีสื่อบุคคลช่วยเสริม และพบว่า ในสภาพเช่นนั้น สื่อมวลชนไม่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมเลย และยังพบอีกว่า สื่อบุคคล มีอิทธิพลมากที่สุดกว่าสื่ออื่นๆ

Maximo Parbal (1980) ได้ศึกษาเรื่องสื่อมวลชน ในฐานะตัวแทนการเปลี่ยนแปลงใน 4 หมู่บ้าน โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อให้ทราบปัญหาในการสื่อสาร การกระจายและการไหลของข่าวสาร และอัตราการเปลี่ยนแปลงของประชาชน หลังการเปิดรับสื่อต่างๆ และพบว่า สื่อบุคคลที่เป็นสมาชิกสภา เป็นสื่อที่มีอิทธิพลในการโน้มน้าวได้มากที่สุด

สุวรรณ บัวทวน (2514) ศึกษาทัศนคติต่อการยอมรับของใหม่ และลักษณะการยอมรับของชาวนาในจังหวัดขอนแก่น ผลการศึกษาพบว่า แหล่งที่ให้ข่าวสารเกี่ยวกับของใหม่ที่สำคัญที่สุดนั้น มาจากสื่อบุคคล ซึ่งได้แก่ เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง และผู้นำภายในชุมชน

ยุพดี ชัยศักดิ์ (2524) ศึกษาเรื่องบทบาทของสื่อที่มีต่อการยอมรับฝ่ายพันธุ์ใหม่ของสมาชิกนิคมสร้างตนเองลำตะคอง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า ในระหว่างสื่อ 4 สื่อ คือ สื่อบุคคล สื่อการประชุมอบรม สื่อการทำไร่สาธิตและสื่อมวลชน สื่อบุคคลมีอิทธิพลในการยอมรับมากที่สุด โดยมีสื่ออื่นๆมีบทบาทต่อมาตามลำดับ

พรพิมล วรดิถ (2524) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมกรรมการรับสารที่มีผลต่อการปลุกกาแฟของเกษตรกร จังหวัดชุมพร พบว่า สื่อที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ สื่อบุคคล และยังเป็นสื่อที่ให้ข่าวสารเพิ่มเติมหลังการปลุกกาแฟมากที่สุดด้วย

ใจสคราญ หิรัญพฤกษ์ (รายงานวิจัย, อัดสำเนา) พบว่า แหล่งข่าวสารที่ได้รับจากการสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นการสื่อสารสองทางที่ส่งผลอย่างฉับพลัน อันจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านทัศนคติ พฤติกรรมของผู้รับสาร และประสิทธิภาพในเชิงปฏิบัติที่จะทำให้ทำตามคำแนะนำ

พนิดา อินทรลักษณ์ (2533) ศึกษาผลกระทบในการสื่อสารระหว่างบุคคล ต่อประชาชนในการเผยแพร่ความรู้เรื่องการวางแผนครอบครัว พบว่า สื่อบุคคล มีผลต่อความรู้ทัศนคติ และ พฤติกรรม ของประชาชนมากที่สุด

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งหมดข้างต้น ชี้ให้เห็น บทบาทของการสื่อสารระหว่างบุคคล ที่มีสื่อบุคคล เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ โน้มน้าวใจ เผยแพร่ข่าวสาร ให้ผู้รับสารเกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้าน ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัย ในเรื่อง "การศึกษาเทคนิควิธีในการสื่อสารระหว่างบุคคลของผู้แทนจำหน่าย ในการดำเนิน ธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น" ซึ่งเป็นธุรกิจที่ต้องอาศัย การสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นปัจจัย สำคัญในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย