

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง *'ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจและสร้างความพึงพอใจในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของหนังสือพิมพ์รายวัน'* นี้ ผู้วิจัยได้กำหนดแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาตามประเด็นปัญหาในการวิจัยไว้ 6 แนวคิดคือ

1. แนวความคิดเกี่ยวกับ นวัตกรรม
2. แนวความคิดเกี่ยวกับ เทคโนโลยีสารสนเทศ และสังคมสารสนเทศ
3. แนวความคิดเกี่ยวกับ การวางแผนและการจัดการธุรกิจหนังสือพิมพ์
4. แนวความคิดเกี่ยวกับ ทฤษฎีความพึงพอใจในเชิงจิตใจ-ค้ำจุนในการทำงาน
5. แนวคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อสารกับความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน
6. แนวความคิดเกี่ยวกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

#### 1. แนวคิดเกี่ยวกับ นวัตกรรม (Innovation)

การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ถือเป็นการเผยแพร่และการสื่อสารนวัตกรรม (Communication of Innovation) อย่างหนึ่ง เนื่องจากการเผยแพร่แนวความคิด หลักปฏิบัติ รวมทั้งประดิษฐ์กรรมใหม่ๆ ผ่านสื่อต่างๆ ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ไปยังสมาชิกของสังคมเพื่อผลในการพัฒนา และเปลี่ยนแปลงสังคมนั้น<sup>1</sup>

Barnett<sup>2</sup> ได้ให้ความหมายของ "นวัตกรรม" ไว้ว่า หมายถึง แนวความคิดต่างๆ แบบแผนพฤติกรรม หรือสิ่งของใหม่ที่แตกต่างไปจากที่มีอยู่เดิม ของใหม่ในที่นี้ ครอบคลุมไปถึงเรื่องราวต่างๆ ได้อย่างกว้างขวางไม่ว่าจะเป็นสิ่งที่มองเห็น สามารถสัมผัสได้ด้วยประสาททั้งห้า

---

<sup>1</sup>Rogers and Shoemaker, *Communication of Innovations : A Cross-Cultural Approach*. The Free Press, N.Y., 1971.

<sup>2</sup>Barnett, H.G. *Innovation*. Mcgraw-Hill Book Co., N.Y. 1953.

รวมทั้งที่เป็นแบบแผนพฤติกรรม ความประพฤติ ตามระบบสังคม ประเพณี วัฒนธรรมต่างๆ ตลอดจนสิ่งประดิษฐ์ วิทยาการใหม่ๆ และสิ่งที่ไม่เห็นเป็นวัตถุ

คำว่า "ใหม่" ในเรื่องของนวัตกรรม จึงไม่จำเป็นต้องเป็นความรู้ใหม่ของคุณคน อาจเคยได้ยินได้ฟังเรื่องดังกล่าวมาชั่วระยะเวลาหนึ่งแล้วก็ได้ แต่ยังไม่ได้พัฒนาทัศนคติที่จะชอบหรือไม่ชอบ จะยอมรับหรือปฏิเสธ นวัตกรรมจึงอาจเป็นความใหม่ในเรื่อง ความรู้ ทัศนคติ หรือเกี่ยวกับการตัดสินใจที่จะยอมรับนวัตกรรมนั้น

การสื่อสารเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เนื่องจากการสื่อสารก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง พฤติกรรม เราอาจแบ่งประเภทของการเปลี่ยนแปลงทางสังคม โดยพิจารณาจากแหล่งของการเปลี่ยนแปลง ออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. การเปลี่ยนแปลงที่มาจากแหล่งภายในของระบบสังคม เกิดขึ้นเมื่อสมาชิกภายในสังคม ประดิษฐ์และเผยแพร่ นวัตกรรมเอง โดยไม่ได้รับอิทธิพลจากแหล่งภายนอกหรือได้รับเพียงเล็กน้อย

2. การเปลี่ยนแปลงที่มาจากระบบภายนอกของระบบสังคม เกิดขึ้นเมื่อคนภายนอก ระบบสังคมเป็นผู้แนะนำ หรือเผยแพร่ นวัตกรรมอาจเป็นไปโดยไม่ได้ตั้งใจหรือตั้งใจ การเปลี่ยนแปลงที่มาจากแหล่งภายนอกโดยไม่ได้ตั้งใจ เกิดขึ้นเมื่อสมาชิกภายในระบบสังคมไปเห็น นวัตกรรม หรือได้รับอิทธิพลจากสังคมภายนอก แล้วตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมนั้น โดยสมัครใจ การได้รับอิทธิพลจากภายนอกนั้น ก็เป็นไปโดยไม่ได้ตั้งใจจากแหล่งภายนอก แต่เนื่องจากการถ่ายทอดความคิดใหม่ สิ่งใหม่ หรือวิธีปฏิบัติใหม่เป็นเรื่องยากจึงได้มีการสื่อสารแบบพิเศษเป็นการสื่อสารนวัตกรรมที่มีจุดมุ่งหมายในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายซึ่งเรียกกันว่า การเผยแพร่ นวัตกรรม

แคทซ์ (Katz) และเลวิน (Levin)<sup>3</sup> ได้ให้คำนิยามของการเผยแพร่ นวัตกรรม (Diffusion of Innovation) ไว้ว่า เป็นการยอมรับแนวความคิด และข้อปฏิบัติใหม่โดยบุคคลหรือกลุ่มบุคคล โดยอาศัยสื่อหรือช่องทางการติดต่อสื่อสารซึ่งขึ้นอยู่กับโครงสร้างของทางสังคม ระบบวัฒนธรรม และค่านิยมทางสังคม

<sup>3</sup> Katz, E., Levin, M., and Hamilton. Traditions of Research on the Diffusion of Innovation, *American Sociological Review*, 1963.

ต่อมา โรเจอร์และชูเมเกอร์<sup>4</sup> ได้ดัดแปลงคำนิยามดังกล่าวใหม่ว่า ในการเผยแพร่นวัตกรรมทุกชนิดจะต้องมีองค์ประกอบ 4 ประการเรียงตามลำดับ ดังนี้คือ

1. มีนวัตกรรม
2. ซึ่งถูกถ่ายทอดหรือเผยแพร่ผ่านช่องทาง
3. ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง
4. ไปสู่สมาชิกของระบบสังคม

### 1. นวัตกรรม (Innovation)

ลักษณะของนวัตกรรมมีหลายแบบแตกต่างกัน ทำให้มีผลต่อความยากง่าย ในการยอมรับต่างกัน เป็น อัตรการยอมรับนวัตกรรม โดยจะขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

- มีประโยชน์ต่อผู้รับหรือไม่ (Relative Advantage)
- มีความสอดคล้องกับแนวความคิด ค่านิยม หรือบรรทัดฐานทางสังคมของผู้รับ หรือไม่ (Compatibility)
- มีความยุ่งยากซับซ้อน (Complexity) ในการเข้าใจและการนำไปใช้มากน้อยเพียงใด
- สามารถนำไปทดลองใช้ได้ (Trialability) เป็นบางส่วนก่อนหรือไม่
- สามารถสังเกตเห็นผลที่จะเกิดขึ้น (Observability) ชัดแจ้งมากน้อยเพียงใด

### 2. ช่องสาร (Channel)

การสื่อสารเพื่อเผยแพร่วัตกรรม เป็นกระบวนการเผยแพร่ที่สาร (Message) ถูกส่งผ่านจากแหล่งข่าว (Source) ไปยังผู้รับสาร (Receiver) ผ่านช่องทางการสื่อสาร (Communication channel) โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะเปลี่ยนแปลงความรู้ทัศนคติ และพฤติกรรมบางอย่างของผู้รับสาร

ช่องทางสารหรือสื่อ คือ สิ่งที่ขนส่งสาร (a carrier of messages) หรือ พาหะของสาร เป็นเครื่องมือหรือวิธีการที่สารไหลจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารนั่นเอง<sup>5</sup>

<sup>4</sup> Rogers and Shoemaker, Ibid.

<sup>5</sup> Berlo, David K, *The Process of Communication*. Holt, Rinehart and Winston, New York, 1960.

ในการเลือกช่องทางหรือสื่อ่นั้น ก็มีเกณฑ์บางประการที่ผู้ส่งสารสามารถใช้ในการเลือก เช่น

- มีสื่ออะไรให้เลือกใช้ได้บ้าง เช่นในชนบทอาจไม่มีโทรทัศน์ ผู้ส่งสารจะต้องเลือกใช้สื่อประเภทอื่นแทน
- มีเงินมากน้อยแค่ไหนในการใช้สื่อ ผู้ส่งสารจะถูกจำกัดเลือกโดยงบประมาณ เพราะสื่อแต่ละชนิดย่อมมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานแตกต่างกันไป เช่น โฆษณาทางโทรทัศน์ย่อมแพงกว่าโฆษณาทางวิทยุ เป็นต้น
- ความนิยมของผู้ส่งสาร ผู้ส่งสารบางคนอาจมีความผูกพัน หรือนิยมที่จะใช้สื่อชนิดใดชนิดหนึ่งโดยเฉพาะ เช่น เลือกใช้ทีวีช่องหนึ่งมากกว่าช่องอื่น เพราะพอใจในเจ้าหน้าที่ พิธีกร หรือรายการของช่องนั้น
- สื่อใดเข้าถึงประชาชนมากที่สุดโดยเสียค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด ในการสื่อสารโดยอาศัยสื่อมวลชนเพื่อให้สารไปถึงคนจำนวนมากนั้น ผู้ส่งสารจะคำนึงถึงสมรรถนะในการเข้าถึงคนจำนวนมากโดยเสียค่าใช้จ่ายน้อยที่สุดเป็นเกณฑ์ด้วย
- สื่อใดมีอิทธิพลมากที่สุด คือ การพิจารณาดูอิทธิพลของสื่อแต่ละชนิดว่าสื่อใดมีอิทธิพลมากกว่ากันและสื่อใดมีอิทธิพลมากที่สุด ทั้งนี้ย่อมขึ้นอยู่กับสถานการณ์ สถานที่ และผู้รับสาร
- สื่อใดเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของผู้รับสารมากที่สุด ผู้ส่งสารอาจมีวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น ให้ความรู้ ให้ข่าวสาร ให้ความบันเทิง หรือชักจูงใจ ผู้ส่งสารต้องพิจารณาว่าสื่อใดจะเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของตน
- สื่อใดเหมาะกับเนื้อหาของสารมากที่สุด เนื้อหาของสารก็มีส่วนที่ผู้ส่งสารสามารถใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณา เลือกใช้สื่อของตนได้ด้วย เนื้อหาของสารประเภทหนึ่ง อาจต้องการใช้สื่อประเภทหนึ่งในขณะที่เนื้อหาของสารอีกประเภทหนึ่งสามารถใช้สื่อประเภทอื่นได้

### 3. ช่วงเวลา

เป็นองค์ประกอบที่สำคัญประกอบหนึ่งในการประกอบการพิจารณากระบวนการเผยแพร่ข่าวสารต่อไปนี้เป็น

- **กระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม (Innovation Decision Process)** เป็นกระบวนการหรือการกระทำที่มีได้เกิดขึ้นในทันทีทันใด หากแต่เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นติดต่อกันในช่วงระยะเวลาที่นานพอสมควร ลำดับขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมนี้ คณะกรรมการนักสังคมวิทยาชนบทของสหรัฐอเมริกาได้สรุปไว้ว่ามีอยู่ 5 ขั้นตอนคือ

1. ขั้นรับทราบ หรือรับรู้ (Awareness stage) หมายถึงระยะเริ่มแรกที่



บุคคลได้ทราบข่าวสาร ความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรม แต่ยังไม่ขาดรายละเอียดของนวัตกรรมนั้น ๆ

2. **ขั้นสนใจ (Interest stage)** หมายถึงระยะที่บุคคลเกิดความสนใจ นวัตกรรม และเริ่มแสวงหารายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับนวัตกรรมมากยิ่งขึ้น

3. **ขั้นประเมินผล (Evaluation stage)** เมื่อบุคคลได้รายละเอียดของ นวัตกรรมเพิ่มเติมแล้วก็จะมีการประเมินคุณค่าของนวัตกรรมนั้นโดยคำนึงถึงผลประโยชน์ ผล ได้ผลเสียของการยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมนั้น

4. **ขั้นทดลอง (Trial stage)** เป็นการนำนวัตกรรมไปใช้ในปริมาณจำกัด ใน ขั้นนี้บุคคลจะ ประยุกต์แนวความคิด โดยนำไปทดลองปฏิบัติเพื่อประกอบการตัดสินใจ

5. **ขั้นการยอมรับ (Adoption stage)** หมายถึงบุคคลยอมรับโดยนำ นวัตกรรมมาใช้อย่างเต็มที่และสม่ำเสมอ

ต่อมา Rogers<sup>6</sup> เห็นว่า กระบวนการตัดสินใจในการยอมรับนวัตกรรมซึ่งมี 5 ขั้นตอน นี้ มีข้อบกพร่องหลายประการ จึงได้เปลี่ยน **ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม** ใหม่ เป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. **ขั้นความรู้ (Knowledge)** คือขั้นที่บุคคลได้รู้จักกับนวัตกรรมเป็นครั้งแรก และได้แสวงหาความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับนวัตกรรมนั้น ซึ่งจะกระทำได้น้อยแค่ไหนจะขึ้นอยู่กับตัวแปรทางระบบสังคมด้วยซึ่งประกอบไปด้วยค่านิยมในระบบสังคมนั้นขีดขั้นที่คนจะ ยอมรับได้เมื่อเบี่ยงเบนไปจากค่านิยมบรรณาการทางการสื่อสาร เป็นต้น

ความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมในขั้นนี้แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะคือ

- ความรู้หรือความตระหนักว่านวัตกรรมนั้นมีอยู่
- ความรู้ว่าจะใช้นวัตกรรมอย่างไรจึงจะเหมาะสม ในกรณีนี้ปริมาณ ของความรู้จะต้องมากขึ้นตามลำดับความซับซ้อนของนวัตกรรม ความรู้ด้านนี้ได้จากการติดต่อกับการสื่อสารมวลชน การท่องเที่ยวในที่ต่าง ๆ
- ความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมนั้น ๆ เช่น เทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นการผสมผสานเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ และเทคโนโลยีโทรคมนาคมในการทำงาน ทำให้เกิดความคล่องตัว สะดวกรวดเร็ว และเกิดประสิทธิภาพในการทำงานทางด้านกระบวนการผลิตข่าวสารของหนังสือพิมพ์

<sup>6</sup> Rogers, *Diffusion of Innovation*. The Free Press, N.Y., 1983.

บุคคลที่ยอมรับนวัตกรรมไปใช้อาจไม่มีความรู้ในลักษณะนี้เลยก็ได้ แต่การที่บุคคลมีความรู้ในลักษณะนี้ก็มีความสำคัญ เพราะช่วยให้บุคคลเข้าใจวิธีใช้นวัตกรรมและทำให้ยอมรับนวัตกรรมอย่างมีเหตุผลมากขึ้น

Rogers เชื่อว่าการติดต่อบริบทข่าวสารจากสื่อสารมวลชนต่าง ๆ การติดต่อกันระหว่างบุคคล การติดต่อกับผู้ทำหน้าที่เปลี่ยนแปลง การมีส่วนร่วมในสังคมและการท่องเที่ยวไปในที่ต่าง ๆ มีบทบาทต่อบุคคลในการมีความรู้ ความเข้าใจนวัตกรรมในขั้นนี้

2. **ขั้นการจูงใจ (Persuasion)** เป็นขั้นที่บุคคลเกิดความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบนวัตกรรมนั้น นั่นคือ บุคคลมีทัศนคติที่ดี หรือไม่ดีต่อนวัตกรรมนั่นเอง บุคคลจะแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับนวัตกรรมอย่างกระตือรือร้น และตีความหมายข้อมูลที่ได้มาพิจารณาร่วมกับสภาพการณ์ ส่วนตัวของเขาทั้งในปัจจุบันและอนาคตว่าการที่เขาใช้นวัตกรรมนั้นมาใช้ จะก่อให้เกิดผลดีหรือผลเสียอย่างไรทั้งในปัจจุบันและอนาคต บุคคลจะรับรู้ว่าการนวัตกรรมทุกอย่างมีลักษณะของการเสี่ยงรวมอยู่ด้วย เขาจึงต้องการแรงเสริม (Reinforcement) ของทัศนคติของเขาที่มีต่อนวัตกรรมนั้น ซึ่งบุคคลจะแสวงหาแรงเสริมได้จากการติดต่อกันระหว่างบุคคล

3. **ขั้นการตัดสินใจ (Decision)** เกิดขึ้นเมื่อบุคคลกระทำกิจกรรมซึ่งนำไปสู่การตัดสินใจว่ายอมรับหรือไม่ยอมรับนวัตกรรม การตัดสินใจอาจจะกระทำได้หลายครั้ง จะเหมือนหรือแตกต่างกับครั้งแรกก็ได้ในขั้นนี้บุคคลหรือเพื่อนที่เคยมีประสบการณ์ของตัวเองเพื่อดูว่ามีประโยชน์พอที่จะยอมรับหรือไม่

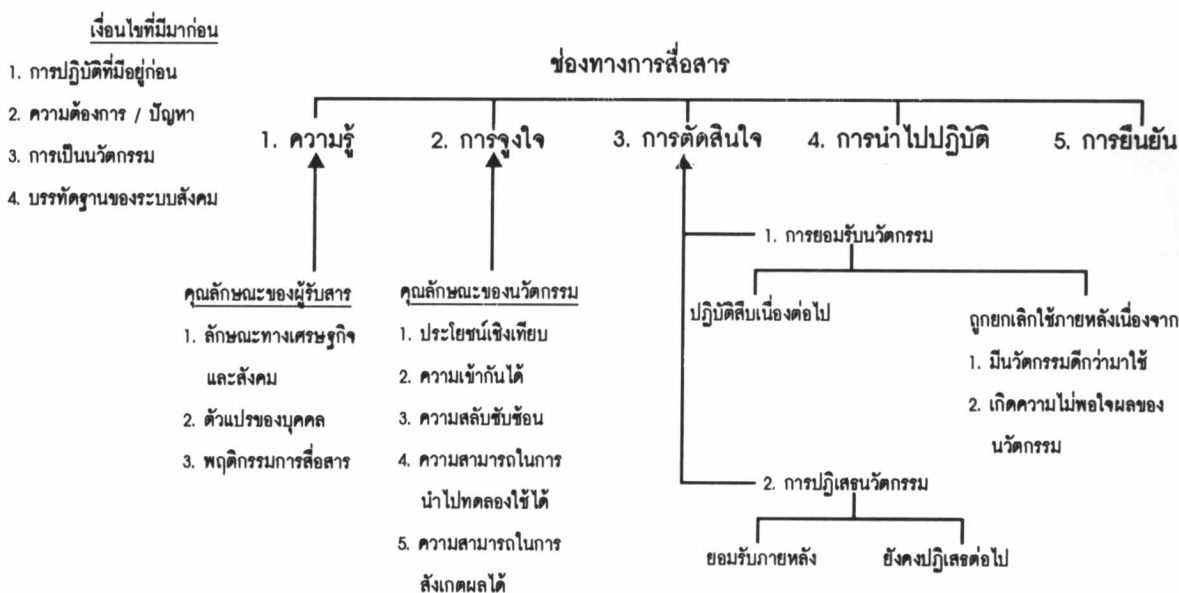
4. **ขั้นการนำไปปฏิบัติ (Implementation)** เกิดขึ้นเมื่อบุคคลปฏิบัติหรือนวัตกรรมนั้นไปใช้ ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมภายนอก เมื่อความคิดใหม่ ๆ ได้รับการนำไปปฏิบัติอย่างจริงจัง จะมีการค้นหาข้อมูลในขั้นของการนำไปปฏิบัติโดยส่วนใหญ่แล้วบทบาทของเจ้าหน้าที่ส่งเสริม จะให้ความช่วยเหลือด้านเทคนิคกับกลุ่มเป้าหมายที่เพิ่งจะเริ่มใช้นวัตกรรม

5. **ขั้นการยืนยัน (Confirmation)** บุคคลจะแสวงหาข่าวสารเพิ่มเติมหรือแรงเสริมเพื่อสนับสนุนหรือยืนยันการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมที่กระทำไปแล้ว แต่บุคคลอาจจะเปลี่ยนการตัดสินใจเป็นตรงกันข้ามได้ถ้าเขาได้รับข้อมูลที่ขัดแย้งกับข้อมูลที่เขาได้รับมา ขั้นการยืนยันนี้จะเกิดขึ้นหลังจากการตัดสินใจระยะเวลาหนึ่งการแสวงหาความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมตลอดจนคำแนะนำจากเพื่อน บุคคลใกล้ชิดจะมีบทบาทมากในขั้นนี้

สำหรับผู้บริโภคบางคนอาจจะผ่านกระบวนการของการยอมรับนวัตกรรมทั้ง 4 น้อย่างรวดเร็วเช่น เมื่อมีข่าวสารเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ ผู้บริโภคหรือผู้ใช้เกิดกระบวนการในขั้นความรู้ การสนใจ การตัดสินใจ และมีการยืนยันในระยะเวลาอันสั้น เป็นการยอมรับนวัตกรรมโดยใช้การเทคโนโลยีสารสนเทศโดยเร็ว แต่บางคนอาจจะยอมรับช้า อาจจะเป็นเดือน เป็นปี ๆ จึงจะตัดสินใจใช้

ในขั้นตอนต่าง ๆ ของกระบวนการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมนั้น สื่อต่าง ๆ จะมีบทบาทในแต่ละขั้นตอนซึ่งจะแสดงให้เห็นในแผนภาพกระบวนการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม ดังนี้

**แผนภาพที่ 1 กระบวนการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม ของ Rogers**



ในการยอมรับนวัตกรรมแต่ละอย่างนั้น สื่อแต่ละประเภทมีบทบาทแตกต่างกันและยังมีบทบาทแตกต่างกันในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการยอมรับนวัตกรรมด้วย

**- การยอมรับนวัตกรรมและประเภทของผู้ที่รับนวัตกรรม (Innovativeness and Adopter Categories)**

Innovativeness หมายถึง ความเร็วหรือความช้าเชิงเปรียบเทียบที่บุคคลยอมรับนวัตกรรม เมื่อเทียบกับสมาชิกคนอื่น ๆ ภายในระบบสังคม

Klongland and Cowarn<sup>7</sup> กล่าวว่า การยอมรับที่เป็นสัญลักษณ์ (Symbolic adoption) เป็นการยอมรับทางจิตใจ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการยอมรับ ดังนั้นการยอมรับความเห็นในเรื่องนวัตกรรม แต่ไม่ได้ปฏิบัติตามนวัตกรรมสรุปได้ว่า เป็นการยอมรับทางจิตใจ

Goldsen และ Ralis<sup>8</sup> ได้ใช้แนวความคิดเกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรมไว้ 3 ประการคือ

1. เป็นการยอมรับครั้งแรกหรือเป็นการทดลองใช้นวัตกรรมของคนใดคนหนึ่งหรือของกลุ่ม
2. เป็นการใช้นวัตกรรมนั้นต่อไปเรื่อย ๆ
3. เป็นความเห็นที่ว่าเป็นการยอมรับภายในจิตใจของแต่ละคนที่มีต่อนวัตกรรมนั้น เมื่อคนเหล่านั้นมีวิถีชีวิตในสังคมเดียวกัน

จากแนวความคิดในเรื่องการยอมรับนวัตกรรมที่กล่าวมาข้างต้นนั้น สรุปได้ว่าการยอมรับนวัตกรรมที่สมบูรณ์ ต้องเป็นการยอมรับทั้งด้านจิตใจ การนำนวัตกรรมนั้นไปทดลองใช้ และใช้นวัตกรรมนั้นต่อไปเรื่อย ๆ

สำหรับประเภทของบุคคลที่ยอมรับนวัตกรรม สามารถแบ่งตามระดับความเร็วในการยอมรับได้ 5 ประเภทคือ

1. พวกชอบลองของใหม่ ชอบการเปลี่ยนแปลง (Innovators) เป็นพวกที่รับทันที ชอบเสี่ยงภัย และกระหายที่จะทดลองของใหม่ ๆ (Devient)
2. พวกรับเร็วส่วนแรก (Early Adopter) เป็นพวกที่รับได้รวดเร็วมีลักษณะที่น่าเชื่อถือ
3. พวกรับเร็วส่วนมาก (Early Majority) เป็นคนส่วนใหญ่ที่รับเร็ว เป็นพวกที่มีความรอบคอบระมัดระวัง
4. พวกรับช้าส่วนมาก (Late Majority) เป็นคนส่วนใหญ่ที่รับช้า เป็นพวกที่ขี้สงสัยไม่ค่อยไวใจ
5. พวกล่าหลัง (Laggard) เป็นพวกที่ยึดถือประเพณีตามแบบโบราณอย่างฝังหัว พวกนี้จะรับช้ามากหรือไม่ยอมรับเลย

<sup>7</sup> Klongland, G.E. and E.W.Coward Jr. The Concept of Symbolic Adoption: A Suggest Interpretation. Rural Sociology, Vol. 35. No.1

<sup>8</sup> Goldsen, Rose K. and M. Ralis. Factors Related to Acceptance of Innovations in Bang Chan, Thailand. Southeast Asia Program Data Paper, Cornell University. N.Y., 1963.



- **อัตราการยอมรับนวัตกรรมในระบบสังคม** หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลา กับการยอมรับนวัตกรรมของสมาชิกในสังคม อัตราการยอมรับนี้วัดจากจำนวนสมาชิกในระบบ สังคมที่ยอมรับนวัตกรรมนั้นในช่วงเวลาหนึ่งเป็นการวัดความสำเร็จของนวัตกรรมใด นวัตกรรม หนึ่ง มากกว่าที่จะพิจารณาคูสมบัติของบุคคลที่ยอมรับ นอกจากนี้คุณสมบัติของนวัตกรรมใด ที่เหนือกว่านวัตกรรมอื่น มีแนวโน้มที่จะได้รับการยอมรับจากสมาชิกของสังคมได้รวดเร็วกว่า ยิ่งไปกว่านั้นอัตราการยอมรับในนวัตกรรมอย่างเดียวกันก็จะแตกต่างกันไปตามแต่ละระบบ สังคมด้วย

#### 4. สมาชิกภายในระบบสังคม

หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ไม่เป็นทางการ สมาชิกในองค์กรหรือในระบบสังคมย่อย ซึ่งสมาชิกจะรวมตัวกันเพื่อแสวงหาทางแก้ไขปัญหาร่วมมือกันหรือเพื่อกระทำการใดที่มีเป้าหมายร่วมกัน ระบบสังคมในการศึกษาเกี่ยวกับการเผยแพร่ นวัตกรรมอาจหมายถึงกลุ่ม เกษตรกรในจังหวัดใดจังหวัดหนึ่ง กลุ่มองค์กรธุรกิจ ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นต้น

ในการเผยแพร่ นวัตกรรมใดก็ตาม นวัตกรรมอาจจะได้รับการยอมรับหรือปฏิเสธโดย บุคคลในสังคมหรือโดยระบบสังคมก็ได้ ความสัมพันธ์ระหว่างระบบสังคมและการตัดสินใจใน การยอมรับนวัตกรรมอาจจะพิจารณาได้จาก ลักษณะของการตัดสินใจประเภทต่าง ๆ

**ประเภทของการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม (Type of Innovation Decsion)** มีอยู่ด้วยกัน 3 ประเภท คือ<sup>9</sup>

1. **การตัดสินใจระดับบุคคล (Optional Decision)** คือการที่บุคคลตัดสินใจด้วยตัวเองได้ โดยอิสระว่าจะยอมรับหรือไม่ยอมรับนวัตกรรมนั้น

2. **การตัดสินใจโดยกลุ่มหรือโดยส่วนรวม (Collective Decision)** คือการที่บุคคลจะ ยอมรับนวัตกรรมนั้นได้หรือไม่ได้ต้องขึ้นอยู่กับ การตัดสินใจของกลุ่มก่อนว่าจะยอมรับ นวัตกรรมนั้นหรือไม่

3. **การตัดสินใจโดยผู้ที่มีอำนาจอย่างเป็นทางการ (Authorty Decision)** การตัดสินใจ แบบนี้จะไม่เกี่ยวกับทัศนคติส่วนตัวของผู้ตัดสินใจที่มีต่อ นวัตกรรมนั้นแต่ตัดสินใจโดยหน้าที่ เช่น กรณีการตัดสินใจใช้เทคโนโลยีสารสนเทศขององค์กรธุรกิจ หนังสือพิมพ์ ก็ถือว่าเป็นการตัดสินใจโดยผู้ที่มีอำนาจหน้าที่ในองค์กรธุรกิจนั้น

<sup>9</sup> ประมะ สตะเวทิน, หลักนิเทศศาสตร์. โรงพิมพ์จรัสการพิมพ์, กรุงเทพฯ, 2531.

## 2. แนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ เทคโนโลยีการสื่อสารและสังคมสารสนเทศ

**เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology)** มีความกว้างครอบคลุมไปถึงสิ่งที่เป็น รูปธรรม และนามธรรม แล้วแต่มิติและรูปแบบการนำไปใช้หรือจัดการ กล่าวคือ มีความหมายถึงการใช้อุปกรณ์เครื่องมือและวิธีการในการจัดการข้อมูลข่าวสารอย่างมีประสิทธิภาพ<sup>10</sup>

หรือหมายถึง แนวความคิด ระบบ วิธี เครื่องมือ เครื่องใช้ทางการสื่อสาร หรืออุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดเก็บ ประมวลผล ค้นคืน และเผยแพร่ข้อสนเทศ ได้แก่ คอมพิวเตอร์ ระบบสื่อสารข้อมูล และโทรคมนาคม รวมทั้งการประยุกต์ใช้เครื่องมือ หรืออุปกรณ์เหล่านั้นในงานสารสนเทศ และงานบริการด้านอื่นๆ<sup>11</sup>

หรืออาจหมายรวมถึง เทคโนโลยีทางคอมพิวเตอร์ (Computer Technology) ทุกชนิด การสื่อสารโทรคมนาคม (Telecommunications) และการทำสำนักงานให้เป็นอัตโนมัติ (Office Automation)<sup>12</sup>

Kenneth C. Laudon และคณะ<sup>13</sup> ได้จำแนกเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยพิจารณาจากลักษณะพื้นฐาน ของอุปกรณ์ หรือเครื่องมือเครื่องใช้ทางด้านสารสนเทศ เป็น 4 ชนิด ได้แก่

1. เทคโนโลยีภาคการรับและเก็บบันทึกข้อมูล (Sensing Technology) หมายถึง เทคโนโลยีที่เกี่ยวกับการรับข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูล การบันทึกข้อมูลจากภายนอก และมีการแปลงเป็นสารสนเทศ เข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ เครื่องมือเหล่านี้ เป็น Input Devices ต่างๆ ได้แก่ แป้นพิมพ์ (Keyboard) ดิจิไทเซอร์ (Digitizer) เครื่องสแกนเนอร์ (Scanner) กล้องถ่ายภาพดิจิตอล (Digital Photography) ดิจิตอล เซ็นเซอร์ (Digital Sensor) ฯลฯ

<sup>10</sup> Taylor, Graham. *Making Sense of Information Technology, The Electric Avenue.* Course Book, 1988.

<sup>11</sup> Gillman, P. *Development in Information Technology: An Overview.*, Aslib Proceeding, 1984.

<sup>12</sup> Cash, Mcfarlan and Mckenny. *Corporate Information System Management.* Illinois, 1988.

<sup>13</sup> Laudon, Traver and Laudon. *Information Technology and Society.* International Thomson Publishing, C.A. 1994.

2. เทคโนโลยีภาคการสื่อสาร (Communication Technology) หมายถึง เทคโนโลยีที่จะเป็นส่วนเชื่อม องค์ประกอบของภาครับ ภาคประมวลผล และภาคแสดงผลให้ติดต่อสื่อสารกันได้ เครื่องมือเหล่านี้ได้แก่ เครื่องมือทางการสื่อสารโทรคมนาคม เช่น โทรศัพท์ธรรมดาในสำนักงาน โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบวงผึ้ง (Cellular Mobile Telephone) โทรศัพท์เคลื่อนที่ดิจิทัล (Digital Mobile Telephone) วิทยุโทรศัพท์ (Mobile Radio/Walky-Talky Mobile Radio) วิทยุติดตามตัว (Pager) เครื่องโทรสาร (Facsimile Machine/Fax) เครื่องโทรพิมพ์/เทเล็กซ์ (Teletype/Telex) เครื่องโทรภาพ เครื่องเทเลเท็กซ์ (Teletext) และระบบการสื่อสารและเครือข่าย (Communication System and Networking) ที่เป็นส่วนเชื่อมในการแลกเปลี่ยนรับ-ส่งข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบข้อมูล "ดิจิทัล" (Digital) เช่น เครือข่ายโทรศัพท์ดิจิทัล เครือข่ายประมวลผลร่วม (ISDN - Intergrated Service Digital Network) ระบบการสื่อสารผ่านดาวเทียม (Satellite Communication) ระบบสื่อสารเคเบิลใยแก้ว (Fiber Optic System) แฟกซ์โมเด็ม (Fax/Modem) รวมถึงเครือข่ายคอมพิวเตอร์ระบบแลน (LAN - Local Area Network) ระบบแวน (WAN - Wide Area Network) เช่น เครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet) ฯลฯ ซึ่งระดับของอุปกรณ์ตัวกลางที่ใช้มีหลายรูปแบบ ทั้งผ่านสายและไร้สาย เช่น คลื่นแม่เหล็กไฟฟ้า สายลวดทองแดง สายใยแก้วนำแสง เป็นต้น

3. เทคโนโลยีภาคการวิเคราะห์และประมวลผล (Analyzing Technology) หมายถึง เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ ซึ่งรวมถึง ระบบการจัดเก็บและประมวลผลข้อมูลสารสนเทศ สามารถแบ่งได้ตามขนาดและประสิทธิภาพเป็น 3 ประเภท คือ ไมโครคอมพิวเตอร์ (Micro Computer) มินิคอมพิวเตอร์ และเวิร์คสเตชัน (Mini Computer and Workstation) และคอมพิวเตอร์เมนเฟรมและซูเปอร์คอมพิวเตอร์ (Mainframe and Super Computer) ความสำคัญของเทคโนโลยีภาคการวิเคราะห์และประมวลผลนั้น อยู่ที่ ความเร็วและความสามารถในการประมวลผลแบบต่างๆ เช่น แบบมัลติโปรแกรมมิ่ง (Multi-Programming Tasking) แบบเรียลไทม์ (Real-Time Tasking) และแบบอื่นๆ

4. เทคโนโลยีภาคการแสดงผล (Display Technology) หมายถึง เทคโนโลยีที่นำเสนอผลในรูปแบบต่างๆ ที่ต้องการภายหลังจากการประมวลผลข้อมูลสารสนเทศ เครื่องมือที่ใช้ได้แก่ จอภาพLCD (Color Liquid Crystal Display Screen) เครื่องพิมพ์แบบต่างๆ เช่น เครื่องพิมพ์เลเซอร์ (Laser Printer) เครื่องพิมพ์ฉีดหมึก (Ink-Jet Printer) HDTV (High-Definition Television) เครื่องพล็อตกราฟ (Plotter) คอมพิวเตอร์ที่แปลงเสียงพูด หรือเสียงเพลงได้

## 2.1. การแบ่งยุคอารยธรรมทางเทคโนโลยีการสื่อสารของมนุษย์

Alvin Toffler ได้แบ่งยุคเทคโนโลยีการสื่อสารเป็น 3 ยุค โดยเปรียบเทียบกับคลื่น 3 ลูก ดังต่อไปนี้<sup>14</sup>

**คลื่นลูกที่ 1** คือ การปฏิวัติทางเกษตรกรรม (*Agricultural Revolution*) นับตั้งแต่ 8,000 ปีก่อนคริสตกาล จนถึงคริสต์ศักราช 1750 เทคโนโลยีในยุคนี้ได้แก่ เครื่องมือท่อนแรงง่าย ๆ ที่มนุษย์ประดิษฐ์ขึ้นเพื่อช่วยแบ่งเบาภาระการทำงานของกล้ามเนื้อ เช่น เครื่องกวนเครื่องมือที่ใช้มือหมุน ซะแลง เครื่องดัด เป็นต้น การสื่อสารในยุคนี้มีลักษณะเป็นการพูดด้วยวาจาและติดต่อสื่อสารกันระหว่างบุคคล สังคมมีขนาดเล็ก ไม่ค่อยมีการเปลี่ยนแปลง เนื้อหาของข่าวสารก็ซ้ำซากเกี่ยวกับชีวิตประจำวัน คำสั่งสอนอบรมของพ่อแม่ผู้นำหมู่บ้าน

**คลื่นลูกที่ 2** คือ อารยธรรมยุคอุตสาหกรรม (*Industrial Civilization*) เริ่มตั้งแต่คริสต์ศักราช 1750 ถึงคริสต์ศักราช 1950 ใช้เวลาเพื่อการพัฒนาในช่วงเวลานี้ถึง 300 ปี เทคโนโลยีได้รับการพัฒนาให้เจริญยิ่งขึ้น ช่วยประหยัดทรัพยากร ประหยัดเวลา มีเครื่องอำนวยความสะดวกและเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตที่เรียกว่า Electromechanical Machines ขึ้นมากมาย เกิดระบบเครื่องจักรที่เคลื่อนที่โดยสายพานทอ หรือสายยาง ลูกปืน น็อต หรือสลัก เป็นต้น เครื่องจักรเหล่านี้สามารถผ่อนแรงทำงานแทนมนุษย์ได้อย่างมาก นอกจากนี้ยังมีการประดิษฐ์คิดค้นเครื่องจักรที่มีประสาท (Sensory Organ) ของตัวเองอีกด้วย อาทิเช่น เครื่องจักรที่สามารถได้ยิน เห็น หรือสัมผัส ซึ่งสามารถทำงานได้ถูกต้องแน่นอนกว่ามนุษย์ เกิดระบบ Mass Production ในยุคนี้เป็นจุดกำเนิดของสื่อสารมวลชนชนิดต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตรสาร วิทยุ โทรทัศน์ จึงช่วยให้ช่องทางการสื่อสารมากขึ้น การสื่อสารมวลชนสามารถผ่านกำแพงที่เป็นเครื่องกีดขวางในแง่ของระยะทาง เวลา ภาษา ชาติพันธุ์ ขนบธรรมเนียมประเพณี ทำให้เกิดวัฒนธรรมมวลชน (Mass Culture)

**คลื่นลูกที่ 3** คือ อารยธรรมยุคเทคโนโลยีระดับสูง และยุคปฏิเสธอุตสาหกรรม (*Highly Technological and Anti-Industrial Civilization*) เริ่มตั้งแต่ปีคริสต์ศักราช 1950 เป็นต้นมา ใช้เวลาเพื่อการพัฒนาอันสั้น เทคโนโลยีได้พัฒนาเข้าสู่อิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์ มีวงจรไฟฟ้าเป็นปัจจัยสำคัญ อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ขยายตัวอย่างรวดเร็วจนกลายเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญเป็นอันดับ 4 ของโลก รองจากเหล็ก รถยนต์ และเคมีภัณฑ์ มีการ

<sup>14</sup>Toffler, Alvin. *The Third Wave*. William Morrow & Co., N.Y., 1980.

พัฒนาคอมพิวเตอร์ให้มีขนาดเล็กลงในขนาดกระเป๋า (Pocket Computer) ราคาถูกลง สามารถนำคอมพิวเตอร์มาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์มากขึ้น ตั้งแต่ระดับอุตสาหกรรมมาสู่ระดับบุคคล โดยใช้คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล (Personal Computer - P.C.) เชื่อมต่อกับคอมพิวเตอร์ของธนาคารกับร้านค้าหน่วยราชการบ้านเพื่อนเพื่อติดต่อสื่อสารกันได้อย่างรวดเร็ว ระบบโทรศัพท์กลายเป็นระบบเคเบิลใยแก้วนำแสง (Fiber Optic) แทนระบบเส้นลวดทองแดง เส้นใยขนาดเท่าเส้นผมนี้ จะนำข้อมูลที่เข้ารหัสเป็นพลังงานแสง (Light Impulse) ถ่ายทอดไปยังผู้รับได้อย่างรวดเร็วและบรรจุปริมาณข่าวสารได้อย่างมากมาย ในขณะเดียวกัน จะเห็นได้ว่าการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาในโลกของเทคโนโลยี (Techno-Sphere) ส่งผลกระทบโลกของการสื่อสาร (Info-Sphere) เช่นเดียวกัน เครื่องมือสื่อสารใหม่ ๆ ก่อให้เกิดลักษณะที่เรียกว่า การแยกย่อยหรือการแยกเป็นเสี่ยง (De-massified) ขึ้นในสื่อมวลชน กล่าวคือ มีลักษณะของสื่อมวลชนน้อยลงไป ผู้รับสามารถเลือกสื่อที่ตนพอใจเป็นช่องทางการเปิดรับข่าวสารได้มากขึ้น

#### 4.2. แนวคิดเกี่ยวกับข่าวสาร (Information)

ข่าวสารหรือสารสนเทศ คือความรู้ที่ตั้งอยู่บนรากฐานของความเป็นจริง L. H. Harms ได้จำแนกระเบียบของข่าวสารไว้ 5 ยุค คือ<sup>15</sup>

1. **ยุคก่อนการสนทนา (Pre-Conversation Order)** นับตั้งแต่ 4 ล้านปี ก่อนคริสตกาล ถึง 500,000 ปีก่อนคริสตกาล การสื่อสารในยุคนี้เป็นยุคของการพัฒนาไกลต่าง ๆ ที่จำเป็นสำหรับการพูดคุยสนทนา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของสมองและหลอดเลือด พร้อมทั้งระบบการควบคุมประสาทส่วนกลางที่ใช้ในการออกเสียงรวมถึงการพัฒนาไกลของการรับฟัง

2. **ยุคการสนทนา (Conversation Order)** เริ่มตั้งแต่ 500,000 ปีก่อนคริสตกาลจนถึง 3,000 ปีก่อนคริสตกาล ในยุคนี้นมนุษย์สามารถติดต่อสื่อสารโต้ตอบกันด้วยวาจา ระหว่างบุคคลสองคนหรือมากกว่า เพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสารกันทำกิจกรรม และมีการตกลงร่วมใจกัน มนุษย์ยุคนี้มีความฉลาดเพิ่มขึ้น ข่าวสารที่จะเป็นพื้นฐานสำหรับการสร้างข่าวสารใหม่ ๆ ต่อไป

3. **ยุคการรู้หนังสือ (Literacy Order)** นับตั้งแต่ 3,000 ปีก่อนคริสตกาล จนถึงคริสต์ศักราช 1870 ยุคนี้มีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญคือจากการสื่อสารด้วยการพูดจากัน พัฒนา

<sup>15</sup> Perston P. Le Breton. *Administrative Intelligence-Information System*. University of Washington, Washington D.C., 1976.

มาสู่การใช้มือและตาเพิ่มขึ้น การรู้หนังสือเกิดขึ้นพร้อมกับการเปลี่ยนวิธีการผลิตที่สำคัญ นั่นก็คือการเปลี่ยนจากการล่าสัตว์มาเป็นการกสิกรรม ผลผลิตจากการทำสิกรรมก่อให้เกิดกิจกรรมทางด้านการค้าขายอย่างมีระเบียบ ซึ่งนำมาสู่สังคม "เมือง" จะเห็นได้ว่าการรู้หนังสือกับสังคม "เมือง" เป็นสิ่งคู่กันการรู้หนังสือเป็นปัจจัยสำคัญพื้นฐานของการสื่อสารทางเดียว ซึ่งจะกลายเป็นรากฐานของการจัดระเบียบในยุคสื่อสารมวลชน

4. ยุคสื่อสารมวลชน (Mass Media Order) เริ่มตั้งแต่คริสต์ศักราช 1870 จนถึงคริสต์ศักราช 1970 เป็นยุคที่การสื่อสารเป็นไปในลักษณะการถ่ายทอดข่าวสารไปยังผู้รับจำนวนมากทั่วประเทศ กิจกรรมส่วนใหญ่จะมุ่งส่งเสริมงานพัฒนาประเทศ และช่วยควบคุมพฤติกรรมทางสังคมแบบแผนการไหลเวียนของข่าวสารที่จะติดต่อระหว่างเมือง ใหญ่ที่สำคัญของประเทศ และจากเมืองใหญ่สู่เมืองเล็กและสู่ชนบท ปฏิกริยาย้อนกลับ (Feed Back) ของผู้รับสารเป็นไปค่อนข้างช้า และผู้ส่งก็มักไม่ค่อยสนใจกับปฏิกริยาย้อนกลับเหล่านี้ ดังนั้น การสื่อสารมวลชนจึงอาจถือได้ว่าเป็นการสื่อสารทางเดียว

5. ยุคการจัดระเบียบใหม่ทางการสื่อสาร (New Communication Order) เริ่มตั้งแต่คริสต์ศักราช 1970 จนถึงคริสต์ศักราช 2020 ปัจจัยที่เป็นพื้นฐานสนับสนุนเสริมสร้างการจัดระเบียบในยุคนี้ก็คือ การโต้ตอบซึ่งกันและกัน และการเข้ามามีส่วนร่วมนั้นคือการสื่อสารสองทาง โดยขอบเขตการสื่อสารจะแพร่กระจายครอบคลุมไปทั่วโลก ปัญหาการสื่อสารจึงกลายมาเป็นปัญหาของชาวโลกส่วนรวม ทรัพยากรทางการสื่อสารควรมีอย่างเพียงพอ และชาวโลกมีสิทธิจะใช้ทรัพยากรเหล่านั้นสื่อสารโต้ตอบกันได้ แล้วเปิดโอกาสให้เข้ามามีส่วนร่วม (Participation) ซึ่งปัจจัยทั้งสองนี้ไม่ได้เป็นส่วนสำคัญในการจัดระเบียบของยุคการรู้หนังสือและยุคสื่อสารมวลชน ดังนั้น ในยุคที่ 5 นี้ ข่าวสารจึงกลายเป็น ทรัพยากรสำคัญของโลกและอาจเรียกยุคนี้ว่าเป็นยุคของ Information Society ปัจจุบันเป็นที่ยอมรับกันแล้วว่า มนุษย์ทำงานที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมข่าวสารมากกว่าอาชีพอื่น ๆ สังคมได้เปลี่ยนจากสังคมที่มีพื้นฐานเศรษฐกิจ ในด้านอุตสาหกรรม มาเป็นสังคมที่มีพื้นฐานเศรษฐกิจในด้านของข่าวสาร ลักษณะของมนุษย์ได้เปลี่ยนแปลงจากมนุษย์เศรษฐกิจ (Homo Economics) มาเป็นมนุษย์สื่อสาร (Homo Informations) ข่าวสารกลายเป็นสินค้าที่มีการผลิต จำหน่าย เพื่อสนองตอบความต้องการของมนุษย์เช่นเดียวกับสินค้าทั่วไป ข่าวสารจะหลังไหลมาสู่บุคคลโดยผ่านเครื่องมือสื่อสารชนิดใหม่หลากหลายชนิด ดังนั้น มนุษย์จึงต้องพยายามปรับตัวให้ทันกับความก้าวหน้าเหล่านี้อยู่เสมอ ถ้าหากเข้าไปก็จะตามไม่ทัน และไม่เข้าใจเหตุการณ์ภายนอกที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาต่อมา และจากลักษณะของ De-massified Media ทำให้มนุษย์มีบุคคลประจำตัวมากขึ้น จึงเป็นการยากที่จะคาดคะเนความคิดหรือพฤติกรรมของบุคคลอื่น ดังนั้น จึง

ต้องอาศัยข่าวสารข้อมูลที่เพิ่มขึ้นในการตัดสินใจ เมื่อมีข่าวสารมากขึ้นก็ต้องมีเครื่องมือใหม่ๆ เข้าช่วยให้การตัดสินใจได้ถูกต้องขึ้น

Singh, Imdu B.<sup>16</sup> ได้ศึกษาถึงวิวัฒนาการและการปฏิบัติทางเทคโนโลยีการสื่อสารพบว่า เทคโนโลยีการสื่อสารที่มนุษย์สร้างขึ้น มีแนวโน้มที่จะเข้ามากำหนดพฤติกรรมของมนุษย์และโครงสร้างรูปแบบของสังคม ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ลักษณะของการถ่ายทอดทางเทคโนโลยีการสื่อสารแตกต่างกันออกไป กล่าวคือ

1. เทคโนโลยียุคแรกและยุคที่ 2 เป็นเทคโนโลยีการสื่อสาร เกิดขึ้นอย่างช้า ๆ เป็นไปตามธรรมชาติ โดยถ่ายทอดกันทางพันธุกรรมและการเรียนรู้อย่างค่อยเป็นค่อยไป ตามธรรมชาติ โดยถ่ายทอดกันทางพันธุกรรมและการเรียนรู้อย่างค่อยเป็นค่อยไป

2. เทคโนโลยียุคที่ 3 และยุคที่ 4 มนุษย์ค้นพบและสร้างเทคโนโลยีการสื่อสารขึ้นในลักษณะของการปฏิบัติที่เข้ามาเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางวัฒนธรรม พร้อมทั้งสร้างอารยธรรมใหม่ขึ้นภายในช่วงเวลาเพียง 500 ปี ทำให้โลกตะวันตกเป็นศูนย์กลางของการสื่อสารและสร้างคนตะวันตกให้มีความสามารถในการใช้และควบคุมเทคโนโลยี โดยประเทศในซีกโลกอื่นๆ กลายเป็นปริณทผลของการสื่อสาร และตกอยู่ในสภาพที่ถูกกำหนดควบคุมโดยเทคโนโลยี

3. เทคโนโลยียุคที่ 5 และยุคต่อ ๆ ไป ด้วยความเป็น "มนุษย์" จึงพยายามแสวงหาความรู้ความชำนาญในวิทยาการแขนงต่างๆ ทั้งทางด้านสังคมศาสตร์และวิทยาศาสตร์ เพื่อช่วยปรับปรุงแก้ไขและปลดปล่อยตัวเองให้เป็นอิสระจากการตกเป็นทาสของเทคโนโลยี โดยนำสังคมไปสู่การเป็นผู้กำหนดควบคุมเทคโนโลยีอย่างสมบูรณ์อีกครั้งหนึ่ง

### 3. แนวความคิดเกี่ยวกับการวางแผนและการจัดการธุรกิจหนังสือพิมพ์

แนวความคิดทางด้านการตัดสินใจ การวางแผน และการจัดการทางด้านธุรกิจ นั้น มีความหมายโดยรวมถึง การเลือกปฏิบัติ หรือดำเนินการจากบรรดาทางเลือกหลายๆ หนทางของผู้บริหาร ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ หมายถึง การเลือกใช้ประเภท และรายละเอียดของเทคโนโลยีสารสนเทศของฝ่ายบริหาร ในองค์กรหนังสือพิมพ์รายวัน มาใช้ในกระบวนการผลิตข่าวสาร

<sup>16</sup>Singh, Imdu B. *Telecommunication in the year 2000*. Ablex Publishing Corporation, New Jersey, 1983.

“การตัดสินใจ” กับ “การจัดการ” เป็นคำที่ใช้แทนกันได้ ซึ่งหมายความว่า การจัดการก็คือ การตัดสินใจนั่นเอง<sup>17</sup> Herbert A. Simon ผู้สร้างทฤษฎีการตัดสินใจในการบริหาร ได้จำแนก ขั้นตอนในการตัดสินใจเป็น 3 ขั้นตอน คือ

1. ขั้นการพยายามกลั่นกรองเรื่องราวต่างๆ (Intelligence Activity) รวบรวมข้อมูล สภาพแวดล้อม ฯลฯ ที่จำเป็นจะต้องพิจารณาในการตัดสินใจ
2. ขั้นการคิดค้นและพัฒนา (Design Activity) คือ วิเคราะห์หนทางต่างๆ ที่จะสามารถ ดำเนินการได้เกี่ยวกับ ปัญหานั้นๆ วางแผนกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อแก้ไขปัญหาที่กำลังพิจารณาอยู่
3. ขั้นการตัดสินใจเลือกทางเลือก (Choice Activity) จากในขั้นตอนที่ 2 ว่าทางเลือกใด เป็นทางเลือกที่ดีที่สุด พอใจที่สุด หรือให้ผลตอบแทนมากที่สุด

การบริหารงานโดยทั่วไปแล้ว มีหลักการที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งมีองค์ประกอบ การบริหารที่สำคัญคือ การวางแผน (Planning) การจัดองค์การ (Organizing) การจัดบุคลากร (Staffing) การอำนวยการ (Directing) การประสานงาน (Co-ordinating) และการควบคุมงาน (Controlling) ในทำนองเดียวกัน การบริหารงานกิจการหนังสือพิมพ์ ซึ่งถือว่าเป็นองค์กรอย่างหนึ่ง ดังนั้น การบริหารงานกิจการหนังสือพิมพ์จึงอาศัยหลักการ หรือองค์ประกอบเช่นเดียวกับที่กล่าวแล้วข้างต้น

การวางแผนของกิจการหนังสือพิมพ์เป็นขั้นหนึ่งของกระบวนการทางการบริหาร ในขั้นให้บรรลุตามวัตถุประสงค์และนโยบายที่ได้กำหนดไว้หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งในเชิงความหมาย คือ กระบวนการกำหนดวัตถุประสงค์และกำหนดกิจกรรมต่างๆ ในวันข้างหน้าของกิจการ หนังสือพิมพ์ เพื่อให้บรรลุผลตามวัตถุประสงค์ จากที่กล่าวมา จะพบว่า มีส่วนประกอบสำคัญ 2 ประการคือ การกำหนดวัตถุประสงค์ และกิจกรรมต่างๆที่จะนำมาปฏิบัติให้สำเร็จตาม วัตถุประสงค์ ดังนั้น หน้าที่ของฝ่ายบริหารของกิจการหนังสือพิมพ์จะเกี่ยวข้องกับการกำหนด วัตถุประสงค์นโยบาย และกลยุทธ์ของกิจการหนังสือพิมพ์รวมทั้งแผนงานย่อยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

<sup>17</sup> ไพลิน ผ่องใส. การจัดการสมัยใหม่. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาฯ, กรุงเทพฯ, 2536.



การวางแผนของกิจการหนังสือพิมพ์นั้นมักมุ่งหาคำตอบ 3 ประการ คือ<sup>18</sup>

1. สถานการณ์ปัจจุบันของหนังสือพิมพ์ปัจจุบันเป็นอย่างไร หรือว่ายืนอยู่จุดไหน ทั้งนี้เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ในขณะนั้น
2. จากนี้ไปในอนาคต กิจการหนังสือพิมพ์ต้องการจะเป็นอะไร อย่างไร เพื่อจะได้พิจารณากำหนดวัตถุประสงค์ของกิจการหนังสือพิมพ์ต่อไป
3. จะต้องดำเนินกิจกรรมอย่างไร อะไรบ้าง จึงจะบรรลุจุดหมาย ทั้งนี้เพื่อการพิจารณากำหนดกิจกรรมต่าง ๆ ของกิจการหนังสือพิมพ์จะดำเนินการให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

### ขั้นตอนการวางแผนของกิจการหนังสือพิมพ์

ขั้นตอนการวางแผนที่กล่าวดังนี้เป็นกรวางแผนที่เป็นทางการ โดยทั่วไปมีขั้นตอนดังนี้

1. ขั้นตอนการกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ เป็นขั้นตอนการกำหนดความสำเร็จที่ต้องอาศัยการประเมินขีดความสามารถของกิจการหนังสือพิมพ์ในปัจจุบัน
2. ขั้นตอนการประเมินขีดความสามารถเป็นการพิจารณาสถานการณ์ที่เป็นจริงในขณะนั้น โดยนำมาเปรียบเทียบกับเป้าหมายที่กำหนดไว้จะทราบว่าผลสำเร็จของงานอยู่ ณ จุดใด แตกต่างกับเป้าหมายมากน้อยเพียงใด
3. ขั้นตอนการพิจารณาปัจจัยและสภาพแวดล้อม ที่เอื้ออำนวยต่อความสำเร็จของเป้าหมาย ได้แก่ ทรัพยากร เงิน วัสดุอุปกรณ์ รวมทั้งบุคคลากรในหน่วยงานและโครงสร้างของกิจการ
4. ขั้นตอนการวางแผน เป็นการวินิจฉัยเลือกทางเลือกที่เหมาะสมสำหรับความสำเร็จของเป้าหมายที่วางไว้ แล้วกำหนดเป็นกิจกรรมขึ้นเป็นแผนของกิจการหนังสือพิมพ์

### แนวทางการวางแผนของกิจการหนังสือพิมพ์

ในการวางแผนของกิจการหนังสือพิมพ์ หากอาศัยการแบ่งแนวทางการวางแผนตามสายงานการบังคับบัญชา (Hierarchy) จะได้ 3 กลุ่มได้แก่ แผนยุทธวิธี (Strategic Plans) แผนใช้เฉพาะครั้ง (Single-use Plans) และแผนใช้ประจำ (Standing Plans)

<sup>18</sup> มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. การวางแผนและการจัดการสื่อสารมวลชน. หน่วยที่ 1-15 สาขาวิชานิติศาสตร์, นนทบุรี, 2531.

1. **แผนยุทธวิธีของกิจการหนังสือพิมพ์ (Strategic Plans)** เป็นแผนที่ครอบคลุมกิจกรรมของทั้งฝ่ายมีลักษณะซับซ้อน แผนยุทธวิธีของกิจการหนังสือพิมพ์จะกระทำกันในระดับบริหาร นับว่าเป็นแผนสำคัญของกิจการ จึงเป็นการรับผิดชอบของระดับบริหาร เนื่องจากจะต้องเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจผูกพันการใช้ทรัพยากรของกิจการในระยะยาว รวมทั้งการเลือกวัตถุประสงค์ระยะยาวด้วย แผนยุทธวิธีจึงครอบคลุมถึงการกำหนดวัตถุประสงค์ นโยบาย กลวิธีจะดำเนินการในหน่วยงานของกิจการกระบวนการจัดทำแผนยุทธวิธีประกอบด้วยขั้นตอนดังนี้

1.1 ขั้นตอนการตรวจสอบสภาพแวดล้อมภายนอก เมื่อทราบโอกาสของการที่จะสามารถทำงานเพื่อหาประโยชน์ของหน่วยงาน กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ การตรวจสอบสภาพความต้องการของตลาดผู้อ่าน สภาพการแข่งขัน

1.2 ขั้นตอนการตรวจสอบสภาพแวดล้อมภายใน เพื่อทราบความเข้มแข็งและความอ่อนแอของหน่วยงาน เช่น สภาวะทางการเงิน สมรรถนะของพนักงาน รวมทั้งวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ นั้น ยังเหมาะสมที่จะบรรลุวัตถุประสงค์หรือไม่

1.3 ขั้นตอนการวางแผนยุทธวิธี ซึ่งมีหลักการสำคัญ ได้แก่ การมุ่งประโยชน์จากความเข้มแข็ง แก้ไขข้อบกพร่อง แสวงหาประโยชน์จากความได้เปรียบ และคำนึงถึงข้อจำกัดของกิจการ

2. **แผนใช้เฉพาะครั้ง (Single-use Plans)** เป็นแผนที่กำหนดขึ้นเพื่อใช้เป็นครั้งเป็นคราว หรืออาจเรียกว่า แผนเฉพาะกิจ สำหรับการปฏิบัติกิจกรรมส่วนใดส่วนหนึ่งโดยเฉพาะ เป็นกิจกรรมที่ไม่ซ้ำกันให้เสร็จสิ้นเป็นกรณีไป ทั้งนี้ก็แล้วแต่ความเหมาะสมของสภาพการเปลี่ยนแปลงของกาลเวลา สภาพแวดล้อม แผนใช้เฉพาะครั้งนี้มี 3 ชนิด คือ แผนงาน (Programs) โครงการ (Projects) และงบประมาณ (Budgets) อย่างไรก็ดี แผนใช้เฉพาะครั้งนี้ หากใช้ต่อเนื่อง ก็มีแนวโน้มเป็นแผนประจำต่อไป

3. **แผนใช้ประจำ (Standing Plans)** เป็นแผนดำเนินงานที่มีลักษณะเป็นแนวคิด หลักการหรือแนวทางการปฏิบัติงานในกิจกรรมบางอย่างที่ทำซ้ำบ่อยครั้งหรือใช้เป็นประจำ แผนใช้ประจำมี 3 ประเภท คือ นโยบาย (Policies) ระเบียบวิธีปฏิบัติงาน (Procedures) และกฎ (Rules)

### การบริหารงานกิจการหนังสือพิมพ์โดยอาศัยระบบสารสนเทศ

การวางแผนและการควบคุมงานขององค์การหรือหน่วยงานที่มีประสิทธิภาพนั้น ขึ้นอยู่กับว่ามีข้อมูลที่เหมาะสมใช้งานได้เพียงใด ดังนั้น การมีข้อมูลที่ดีกว่าย่อมเป็นหนทางให้การ

ตัดสินใจต่างๆ ตีขึ้น ระบบข้อมูลเพื่อการบริหารจึงมีความจำเป็นต่อการบริหารงานในปัจจุบัน ระบบข้อมูลเพื่อการบริหาร จึงหมายถึง ระบบที่มีการจัดระเบียบและรวมกลุ่มโครงสร้างที่ประกอบขึ้นจากบุคคลจำนวนมาก (Man) เครื่องจักร (Machine) และระเบียบวิธีต่างๆ (Method) ที่ช่วยให้มีข้อมูลที่ต้องการ จากแหล่งภายนอกและแหล่งภายใน ข้อมูลดังกล่าวมีประโยชน์ในการวางแผนควบคุมและดำเนินงานด้านต่างๆ โดยที่ข้อมูลที่เป็นระเบียบนั้นจะเป็นฐานในการตัดสินใจ

การบริหารกิจการหนังสือพิมพ์ มีชนิดของข้อมูลและระดับการบริหาร ดังนี้

1. ข้อมูลการวางแผน เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานของผู้บริหารระดับสูงที่ต้องพิจารณากำหนดวัตถุประสงค์ของหน่วยงาน
2. ข้อมูลการควบคุม เป็นข้อมูลเพื่อการควบคุมที่มีส่วนสำคัญ ในการช่วยให้ผู้บริหารตัดสินใจ เพื่อกำกับให้งานต่างๆ ดำเนินไปอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ และแน่ใจว่า การใช้ทรัพยากรเป็นไปอย่างถูกต้อง
3. ข้อมูลสำหรับการดำเนินงาน เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมประจำวัน

### ปัจจัยที่ทำให้เกิดความต้องการสารสนเทศ

การบริหารกิจการหนังสือพิมพ์มีปัจจัยที่ทำให้เกิดความต้องการสารสนเทศ ดังนี้

1. ความซับซ้อนในการบริหารงานเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากการบริหารงานเป็นเรื่องซับซ้อน ด้วยเหตุผลคือ
  - ขนาดของหน่วยงานขยายใหญ่ มีพนักงานและทรัพย์สินมากขึ้น
  - ความซับซ้อนของเทคโนโลยีเพิ่มขึ้น
  - ระยะเวลาทำงานน้อยลง ผู้บริหารต้องปฏิบัติงานในระยะเวลาอันน้อยลง การดำเนินงานจะต้องรวดเร็วและทันเหตุการณ์
2. พัฒนาการของเทคนิคต่างๆ ที่ใช้เป็นเครื่องตัดสินใจ เทคนิคดังกล่าวได้พัฒนาประสิทธิภาพ โดยการใช้วิธีการทางวิทยาศาสตร์ เพื่อให้การบริหารงานได้แพร่กระจายมากขึ้น โดยมีการใช้คอมพิวเตอร์ในการให้ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหาร

### ลักษณะของสารสนเทศตามความต้องการของผู้บริหาร

การบริหารกิจการหนังสือพิมพ์ผู้บริหารต้องการลักษณะสารสนเทศ ดังนี้

1. สมองต่อวัตถุประสงค์ของหน่วยงาน
2. ถูกต้องตรงกับหน้าที่และความรับผิดชอบที่ผู้บริหารมีอยู่

3. มีระดับความละเอียดเหมาะสมกับระดับผู้บริหาร
4. ตรงกับสถานการณ์ปัจจุบัน
5. มีความถูกต้องเป็นที่ยอมรับได้
6. สอนองความต้องการใช้งานของผู้บริหาร
7. มีความซับซ้อนน้อยที่สุด
8. สื่อความหมายได้ง่าย

### ขั้นตอนในการประมวลผลข้อมูลเพื่อสารสนเทศ

การบริหารกิจการหนังสือพิมพ์ขั้นตอนในการประมวลผลข้อมูลเพื่อสารสนเทศ ดังนี้

#### 1. การปฏิบัติการในส่วนนำเข้า (Input)

1.1 *การเก็บรวบรวมข้อมูล* เป็นการจัดทำข้อมูลให้อยู่ในรูปแบบบางอย่างสำหรับการประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์ เช่น การกำหนดรหัสของข่าว ออกเป็นหมวดหมู่ อาทิ ข่าวการเมือง เศรษฐกิจ การศึกษา ฯลฯ ทั้งนี้เพื่อสะดวกในการบันทึกข้อมูลลงในคอมพิวเตอร์

1.2 *การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล* เป็นการตรวจสอบให้แน่ใจว่าข้อมูลที่รวบรวมหรือบันทึกนั้นถูกต้อง

#### 2. การปฏิบัติการในส่วนประมวลผล (Processing)

2.1 *การแบ่งประเภท* แบ่งประเภทข้อมูลออกเป็นหมวดหมู่หรือเป็นกลุ่ม ซึ่งมีความหมายต่อผู้ใช้ กล่าวคือ เมื่อรวบรวมข้อมูล แล้วนำมาประมวลผล ก็จำเป็นต้องจัดหมวดหมู่ของข้อมูลที่ได้มา ทั้งนี้เพื่อสะดวกต่อการเรียกใช้เมื่อต้องการ

2.2 *การเรียงลำดับ* เป็นการเรียงลำดับข้อมูลที่กำหนดไว้ จากข้อ 2.1 กล่าวคือ เมื่อแบ่งประเภทแล้ว อาจมีการจัดลำดับของข้อมูล ตามลักษณะของงานหรือความจำเป็น หรือความสำคัญของข้อมูล

2.3 *การคำนวณ* เป็นการคำนวณทางคณิตศาสตร์หรือทางตรรก ในการเรียงลำดับ กิติ การแบ่งประเภทกิติ ย่อมต้องมีเหตุผล ทั้งในการเรียงลำดับหรือการแยกประเภท ดังนั้น การใช้คณิตศาสตร์ทั้งหลักตรรกวิทยาก็มีความจำเป็นในขั้นตอนนี้

2.4 *การสรุป* เป็นการรวบรวมข้อมูลเข้าด้วยกัน หรือแบ่งกลุ่มข้อมูลและรวมยอดของแต่ละกลุ่ม ซึ่งมี 2 ลักษณะ กล่าวคือ ลักษณะแรกเป็นการคำนวณทางคณิตศาสตร์ และลักษณะที่สองเป็นการสรุปตามเงื่อนไขทางตรรกวิทยา

#### 3. การปฏิบัติในส่วนผลลัพธ์ (Output)

3.1 *การแสดงผล* เป็นวิธีย้ายข้อมูลจากที่หนึ่งไปอีกที่หนึ่ง เช่น การย้ายข้อมูลที่

ประมวลผลแล้วพิมพ์มาทางกระดาษ หรือบันทึกลงในแถบแม่เหล็ก

3.2 การเก็บรักษาข้อมูล เป็นการเก็บข้อมูลไว้ในสื่อข้อมูลบางชนิด การบันทึกข้อมูลที่ประมวลผลแล้วอาจบันทึกลงในเทปแม่เหล็ก ดิสเก็ตต์

3.3 การนำข้อมูลที่เก็บมาใช้ เป็นวิธีการค้นหาข้อมูลจากสื่อที่เก็บไว้

3.4 การสำเนาข้อมูล เป็นการสำเนาหรือคัดลอกข้อมูลหนึ่งไปยังอีกแฟ้มข้อมูลหนึ่ง กล่าวคือ เมื่อประมวลผลแล้วอาจจะเก็บข้อมูลไว้หลายชุด เช่น เก็บไว้ในเทปแม่เหล็ก 1 ชุด และขณะเดียวกันก็เก็บไว้ในจานแม่เหล็ก เป็นต้น

### ปัจจัยที่นำเครื่องคอมพิวเตอร์มาใช้ประมวลผลข้อมูล

ในระยะแรก สารสนเทศเพื่อการบริหารมีขอบปร่งทำให้ผู้บริหารได้รับสารสนเทศที่ด้อยคุณภาพ จึงมีการนำคอมพิวเตอร์มาใช้ในระบบสารสนเทศด้วยเหตุดังนี้

1. ปริมาณข้อมูลมากขึ้น เนื่องจากองค์กรมีความสลับซับซ้อน มีปริมาณความต้องการปริมาณสารสนเทศมาก
2. ความถูกต้องของสารสนเทศ การประมวลผลข้อมูลเพื่อการบริหารด้วยคอมพิวเตอร์ จะมีความถูกต้อง
3. ความรวดเร็ว สารสนเทศที่มีค่าก็ต่อเมื่อสารสนเทศนั้นมาทันเวลาและทันต่อเหตุการณ์
4. ประหยัดค่าใช้จ่าย เมื่อองค์กรขยายใหญ่ ปริมาณงานมาก การประมวลผลให้ทันเวลาและทันเหตุการณ์ ต้องใช้เวลา แต่เมื่อใช้คอมพิวเตอร์จะทำได้อย่างรวดเร็ว โดยไม่ต้องจ้างคนเพิ่มหรือมีการทำงานนอกเวลาเพิ่มเติม

#### 4. แนวความคิดเกี่ยวกับทฤษฎีความพึงพอใจในเชิงจูงใจ-ค้ำจุนในการทำงานของเฮอริชเบิร์ก (The Motivation - Hygiene Theory)<sup>19</sup>

เฟรดเดอริก เฮอริชเบิร์ก (Frederick Herzberg) ศาสตราจารย์ และหัวหน้าภาควิชาจิตวิทยาแห่งมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น รีเสิร์ฟ (Western Reserve University) จากสหรัฐอเมริกา และคณะได้พิมพ์รายงานผลการวิจัยเรื่อง 'การจูงใจในการทำงาน' (The Motivation to work) ออกเผยแพร่เมื่อปี ค.ศ. 1959 เพื่อเสนอทฤษฎีความพึงพอใจในเชิงจูงใจ-ค้ำจุน (The Motivation-Hygiene Theory) หรือบางทีเรียกว่า ทฤษฎีองค์ประกอบคู่ (Dyck Factor Theory)

<sup>19</sup> Herzberg, Frederick; Mausner, Bernmard; and Synderman, Block. The Motivation to Work. John wiley, New York: 1959.

มูลเหตุที่ทำให้เฮอริเบิร์กและคณะ ได้ทำการวิจัยและเสนอเป็นทฤษฎีดังกล่าวขึ้นมา ก็เพื่อตอบคำถามที่ว่า ‘ผู้ปฏิบัติงานต้องการอะไรจากงานของเขา’ และเพื่อพิสูจน์สมมติฐานหลักที่ว่า องค์ประกอบที่นำไปสู่ทัศนคติในทางบวกและองค์ประกอบที่นำไปสู่ทัศนคติในทางลบ ในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน ซึ่งค้ำกับสมมติฐานดั้งเดิมที่ว่าองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติในทางบวกในการปฏิบัติจะมีอิทธิพลต่อทัศนคติในทางลบด้วย และสมมติฐานที่ว่า องค์ประกอบและผลที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ในระยะยาว จะแตกต่างจากองค์ประกอบและผลที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ในระยะสั้น

เฮอริเบิร์กและคณะ ได้สัมภาษณ์วิศวกร และนักบัญชีจำนวนประมาณ 200 คน จาก 9 แห่ง ในเมืองพิตต์สเบิร์ก (Pittsburg) โดยได้ถามเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่วิศวกรและนักบัญชีที่มีประสบการณ์ในการปฏิบัติงานอยู่ว่ามีอะไรบ้าง ที่ทำให้ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานมากขึ้นหรือลดลงและได้ถามโดยให้ผู้ตอบนึกย้อนไปถึงเวลาที่มีความรู้สึกที่ดีและไม่ดีต่อการปฏิบัติงาน ทั้งนี้เพื่อหาเหตุผลว่าทำไมผู้ตอบจึงมีความรู้สึกเช่นนั้น นอกจากนี้ยังได้ถามเกี่ยวกับความรู้สึกพึงพอใจในงานว่า มีผลในการปฏิบัติงาน ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความเป็นอยู่หรือไม่

จากการวิเคราะห์ผลที่ได้จากการสัมภาษณ์พบว่า มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกที่ดีและไม่ดีของผู้ถูกสัมภาษณ์ ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ **ปัจจัยจูงใจ (Motivation)** และ **ปัจจัยค้ำจุน (Hygiene)** ปัจจัยจูงใจเป็นปัจจัยที่นำไปสู่ทัศนคติในทางบวก เพราะทำให้เกิดความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน ซึ่งมีลักษณะสัมพันธ์กับเรื่องของการงานโดยตรง นั่นคือ ความต้องการที่จะได้รับความสำเร็จตามความนึกคิดของตนเอง (Self-Actualization) มโนทัศน์ (Concept) ของความสำเร็จตามความนึกคิดของตนเอง (Self-Actualization of Self-Realization) คือเป้าหมายสูงสุดของมนุษย์

ปัจจัยค้ำจุน เป็นปัจจัยที่ป้องกันไม่ให้เกิดความไม่พึงพอใจในการปฏิบัติงาน ซึ่งมีลักษณะเป็นภาวะแวดล้อมหรือเป็นส่วนประกอบของงาน ปัจจัยนี้อาจนำไปสู่ความไม่พึงพอใจในการปฏิบัติงานได้ นอกจากนั้น คำตอบที่ได้จากการสัมภาษณ์ของเฮอริเบิร์ก และคณะ พบว่าผู้ที่ไม่มีความสุขในการปฏิบัติงานเกิดขึ้นเพราะภาวะแวดล้อมรอบงาน อันได้แก่ ความไม่ยุติธรรม ความไม่เป็นระเบียบ ทำให้บุคคลเหล่านั้นมีสุขภาพจิตในการปฏิบัติงานเสื่อมทรามลงปัจจัยนี้เรียกอีกชื่อหนึ่งว่า ‘ปัจจัยสุขอนามัย’ (Hygiene Factor) ซึ่งเปรียบเสมือนหลักการในทางการแพทย์ที่ทำหน้าที่บำรุงสุขภาพจิตให้ปลอดภัยจากสิ่งแวดล้อมจากการกระทำของมนุษย์ สิ่งเหล่านี้ไม่ได้ช่วยบำบัดโรค เป็นแต่เพียงป้องกันและรักษาบรรยากาศให้ถูกสุขลักษณะ เช่น ระบบกำจัดขยะที่ทันสมัย น้ำบริสุทธิ์ การควบคุมอากาศที่เป็นพิษ สิ่งเหล่านี้มิใช่เป็นการรักษา

โรค แต่ถ้าปราศจากสิ่งเหล่านี้ก็อาจมีโรคมามากขึ้น เช่นเดียวกับปัจจัยที่เป็นอันตรายต่อภาวะแวดล้อมของงาน ย่อมอาจทำให้เกิดทัศนคติในทางที่ไม่ดีต่อการปฏิบัติงาน

**ปัจจัยจูงใจ (Motivator Factors)** เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับงานโดยตรงเป็นปัจจัยที่จูงใจให้คนชอบและรักงาน เป็นตัวสร้างความพึงพอใจให้บุคคลในองค์กร ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น มีดังนี้ คือ

1. ความสำเร็จในการทำงานของบุคคล (Achievement)
2. การได้รับการยอมรับนับถือ (Recognition)
3. ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ (The Work Itself)
4. ความรับผิดชอบ (Responsibility)
5. ความก้าวหน้า (Advancement)
6. ความเจริญเติบโตต่อไปในอนาคต (Possibility of Growth)

**ปัจจัยค้ำจุน (Hygiene Factors)** หมายถึง ปัจจัยที่จะค้ำจุนให้แรงจูงใจในการทำงานของบุคคลมีอยู่ตลอดเวลา ถ้าไม่มีหรือมีในลักษณะที่ไม่สอดคล้องกับบุคคลในองค์กร บุคคลในองค์กรจะเกิดความไม่ชอบงานขึ้น ปัจจัยค้ำจุนมีดังนี้ คือ

1. นโยบาย และการบริหารงานขององค์กร (Policy and Administration)
2. การบังคับบัญชา (Supervision)
3. ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา (Relationship with Supervisor)
4. สภาพการทำงาน (Work Condition)
5. เงินเดือน (Salary)
6. ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน (Relationship with Peers)
7. ความเป็นอยู่ส่วนตัว (Personal Life)
8. ความสัมพันธ์กับผู้ใต้บังคับบัญชา (Relationship with Sub-ordinates)
9. สถานะของอาชีพ (Status)
10. ความมั่นคงในการงาน (Security)

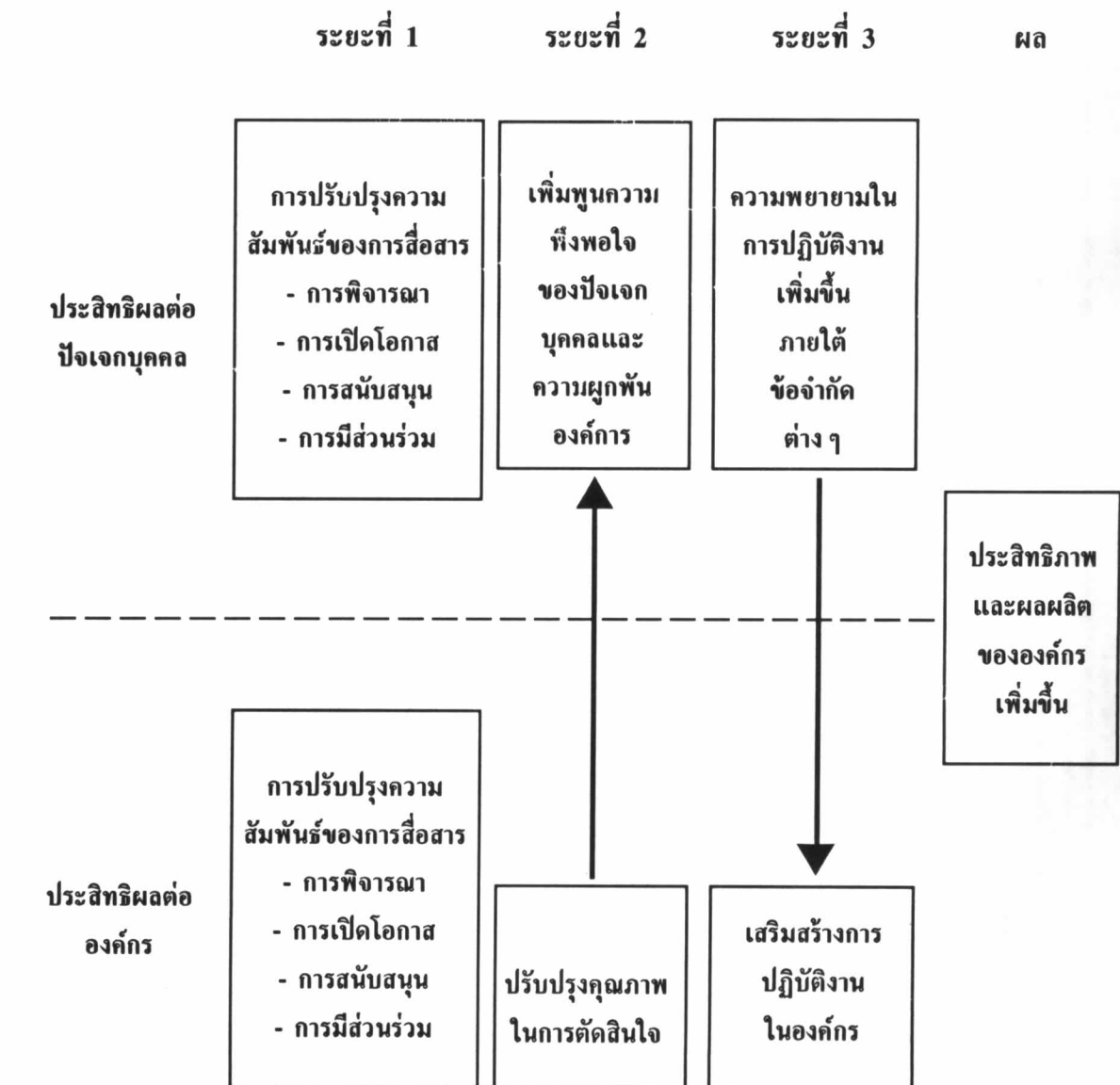
## 5. แนวคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารกับความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน

ในเรื่องการติดต่อสื่อสารในองค์กรนั้น นักวิจัยได้ให้ความสนใจต่อเรื่องการติดต่อสื่อสารกับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานมาก ตัวแปรสำคัญประการหนึ่งที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานก็คือ การติดต่อสื่อสารในองค์กร มีนักวิจัยทั้งในประเทศและต่าง

ประเทศที่พบว่า ความพึงพอใจในการสื่อสาร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน

ในแนวความคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมสื่อสารกับความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน ชาร์ล คอนราด (Charles Conrad, 1972 : 116) ได้แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมสื่อสาร กับความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน ของพนักงานแต่ละคน (ปัจเจกบุคคล) และขององค์กร ในเชิงทฤษฎีมนุษย์สัมพันธ์ โดยแบ่งออกเป็น 3 ระยะ ดังแผนภาพที่ 2

**แผนภาพที่ 2 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมสื่อสารกับความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน ของ คอนราด<sup>20</sup>**



<sup>20</sup>Conrad, Charles, *Strtegic Organization Communication : Cultures, Situations and Adaptation*. CBS College Pub., New York, 1972.



จากแผนภาพที่ 2 อธิบายได้ว่าพฤติกรรมการสื่อสารของบุคคลมีผลต่อระดับปัจเจกบุคคล และระดับองค์กร โดยแบ่งความสัมพันธ์ออกเป็น 3 ระยะเหมือนกัน โดยผลต่อระดับปัจเจกบุคคล เริ่มจากระยะที่ 1 มีการปรับปรุงความสัมพันธ์กับการสื่อสาร ระยะที่ 2 เป็นการเพิ่มพูนความพึงพอใจ และระยะที่ 3 ความพยายามในการปฏิบัติงาน และผลสุดท้ายจะเกิดประสิทธิภาพและผลผลิตขององค์กรเพิ่มขึ้น ส่วนผลต่อองค์กร เริ่มจากการปรับปรุงความสัมพันธ์ของการสื่อสารเช่นเดียวกัน แต่ระยะที่ 2 เป็นการปรับปรุงการตัดสินใจเพื่อให้เกิดการเสริมสร้างการปฏิบัติงานในองค์กร และผลสุดท้ายก็จะเกิดประสิทธิภาพและผลผลิตขององค์กรเพิ่มขึ้น จากแผนภาพนี้จะเห็นได้ว่าพฤติกรรมการสื่อสารของบุคคล มีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพและผลผลิตขององค์กรด้วย

กล่าวโดยสรุป แนวความคิดที่เกี่ยวกับความสัมพันธ์ ระหว่างความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารกับความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน ได้มีนักวิชาการด้านองค์การและด้านการสื่อสารได้ศึกษาค้นคว้าจากจุดเล็กๆ หลายๆ จุด ขยายเป็นขอบข่ายกว้างขวางมากขึ้น เช่น ศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารกับความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน ศึกษาตัวแปรการติดต่อสื่อสารในองค์กร ทั้งทางด้านการบังคับบัญชา ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม อาจกล่าวได้ว่าแนวคิดและการศึกษาค้นคว้าของนักวิชาการ ทำให้สามารถมองเห็นได้ชัดเจนขึ้นว่า แท้ที่จริงแล้ว ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร ย่อมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรอย่างแน่นอน

## 6. แนวความคิดเกี่ยวกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

(Uses and Gratifications Theory)<sup>21</sup>

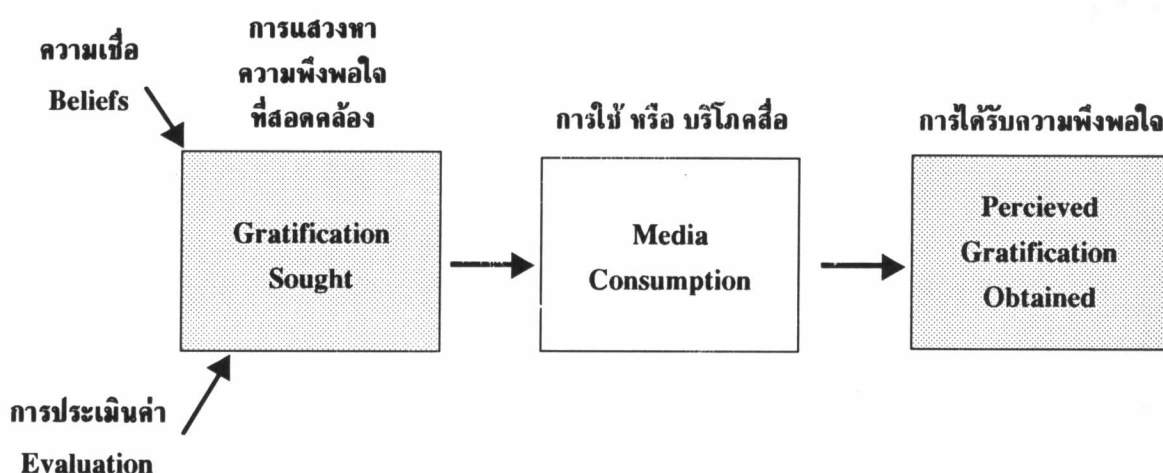
แนวความคิดนี้กล่าวถึง การที่บุคคลแต่ละคน หรือผู้รับสาร จะเปิดรับสื่อมวลชน หรือสื่อนวัตกรรมต่างๆ ก็ด้วยพิจารณาว่าสื่อมวลชน หรือสื่อนวัตกรรมนั้นๆ จะให้ประโยชน์อย่างไรต่อตนเองบ้าง กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ การมองเห็นประโยชน์จากการเปิดรับสื่อมวลชนหรือนวัตกรรมของผู้รับสารนั่นเอง ดังนั้น บุคคลจะเลือกใช้นวัตกรรมใด ก็มักจะพิจารณาว่าสิ่งที่จะได้รับจากนวัตกรรมนั้นๆ จะให้ประโยชน์และความพึงพอใจมากน้อยเพียงใดเป็นสำคัญด้วย ทั้งนี้การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับสารนั้นแตกต่างกันในหลายกรณี

<sup>21</sup> 13 Blumler, Jay G, *The Social Character of Media Gratifications.* in Media Gratifications Research : Current Perspectives, ed. by Karl E. Rosengren, Lawrence A. Wenner and Philip Palmgreen. Sage, Beverly Hills, 1985.

Rayburn และ Palmgreen ได้ร่วมกันศึกษาเกี่ยวกับกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ และได้สร้างแบบจำลองขึ้นมาแบบหนึ่งเพื่ออธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ ตามแนวคิดนี้เรียกว่า Expectancy Value ซึ่งมีรูปแบบดังนี้

### แผนภาพที่ 3

#### แบบจำลองความคาดหวัง การใช้สื่อกับความพึงพอใจ (Expectancy Value Theory)



Rayburn และ Palmgreen อธิบายว่า ความเชื่อ (Beliefs) หรือความคาดหวัง (Expectation) เกี่ยวกับสื่อใดๆ ว่า สื่อชนิดนั้นๆ มีคุณลักษณะเฉพาะบางอย่าง ผสมผสานกับการประเมินค่า (Evaluation) ทางอารมณ์เกี่ยวกับคุณลักษณะเฉพาะที่มีอยู่ในสื่อ นั้น เป็นตัวแปรมาก่อน (Antecedent) ที่สำคัญของแรงจูงใจ (Motives) ที่จะแสวงหาความพึงพอใจที่สอดคล้องกัน (Gratification Sought) ทำให้เกิดการตัดสินใจที่จะใช้สื่อ นั้นๆ และหากการบริโภคสื่อ (Media Consumption) ดังกล่าว ทำให้ได้รับความพึงพอใจ (Perceived Gratification Obtained) ผลนี้ก็จะย้อนกลับไปมีอิทธิพลต่อความเชื่อหรือความคาดหวังเกี่ยวกับสื่อ และเกิดการทำงานตามรูปแบบนี้ต่อไป

Rayburn และ Palmgreen อธิบายความหมายของ ความคาดหวัง (Expectation) ว่า หมายถึง ความน่าจะเป็นในการรับรู้ว่ามีคุณลักษณะเฉพาะ หรือรับรู้ว่ามีพฤติกรรมบางอย่างจะให้ผลเฉพาะอย่างตามมา

สำหรับคำว่า ความพึงพอใจ (Gratifications) นั้น ใน Longman Dictionary of Contemporary English อธิบายว่า หมายถึง ภาวะที่มีความพอใจ หรือ ภาวะที่ได้รับการตอบ

สนองความพอใจ ซึ่งก็คล้ายกับที่ McCombs และ Becker พยายามอธิบายไว้โดย McCombs กล่าวว่า คนเรามีเหตุผลในการเลือกใช้สื่อหรือเปิดรับสื่อแตกต่างกันไป และเหตุผลนั้นทำให้คนเลือกที่จะใช้สื่อมวลชนต่างประเภทกัน คำว่าเหตุผลนี้ หมายถึงอะไรบางอย่างที่สื่อมวลชนนั้นๆ สามารถตอบสนองและสร้างความพอใจให้แก่บุคคลนั้นได้ ซึ่งก็เป็นเรื่องเฉพาะบุคคล และนี่คือสิ่งที่เรียกว่า ความพึงพอใจ (Gratifications)

จากความหมายที่มีผู้พยายามอธิบายไว้มากมาย อาจกล่าวได้ว่า ความคาดหวังและความพึงพอใจ เป็นความรู้สึกนึกคิดภายในบุคคล ซึ่งสะท้อนออกมาเป็นสิ่งที่วัดหรือสังเกตได้จากความต้องการหรือเหตุผลในการใช้สื่อของบุคคลต่าง ๆ นั้นเอง

และในความหมายของคำว่าประโยชน์ (Uses) กับความพึงพอใจ (Gratifications) นั้น Rosengren กล่าวไว้ว่า ทั้ง 2 คำ มีความสัมพันธ์กันอยู่ในแง่ที่ว่า ประโยชน์สามารถนำไปสู่ความพึงพอใจ และความพึงพอใจก็อาจได้รับจากประโยชน์ เพราะฉะนั้น นักวิจัยอาจศึกษาเฉพาะตัวหนึ่งตัวใด โดยมีเป้าหมายถึงทั้ง 2 ตัวก็ได้

ในการศึกษานี้ ผู้วิจัยจึงกำหนดที่จะวัดตัวแปรความพึงพอใจจากการรับรู้ประโยชน์ เพื่อวัดระดับความพึงพอใจ โดยวัดจากระดับของความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในกระบวนการผลิตข่าวสาร

การศึกษาเรื่องความต้องการเกี่ยวกับสื่อหรือเหตุผลในการใช้สื่อนั้น มีต้นแบบมาจากผลวิจัยของ Katz (1973) ซึ่งเป็นการศึกษาจากข้อมูลที่เก็บจากผู้ใช้อีเอสอาร์เอล Katz ได้สร้างมาตรวัดความต้องการทางด้านจิตใจและสังคมของมนุษย์ขึ้นด้วยการนำองค์ประกอบ 3 องค์ประกอบมารวมกันกลายเป็นความต้องการในแง่ต่างๆ คือ

1. *Mode* เป็นลักษณะของความต้องการ เช่น
  - 1.1 ความต้องการให้เพิ่มมากขึ้น
  - 1.2 ต้องการให้ลดลง
  - 1.3 ต้องการให้ได้มา
2. *Connection* คือลักษณะจุดประสงค์ของการติดต่อของบุคคลกับสิ่งภายนอกเพื่อ
  - 2.1 รับข่าวสารความรู้
  - 2.2 ความพอใจและประสบการณ์ทางอารมณ์
  - 2.3 ความเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่นคง และสถานภาพ

- 2.4 เพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์
3. *Referent* คือ บุคคลหรือสิ่งภายนอก ที่มนุษย์โยงการติดต่อไปสู่ ได้แก่
- 3.1 ตนเอง
  - 3.2 ครอบครัว
  - 3.3 เพื่อนฝูง
  - 3.4 สังคม รัฐบาล
  - 3.5 ชนบประเพณีวัฒนธรรม
  - 3.6 โลก และสิ่งอื่น ๆ ภายนอกที่มีความหมายน้อยลง

แนวความคิดดังกล่าวนี้ จึงนำไปสู่การจัดกลุ่มตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา เกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ในกระบวนการผลิตข่าวสารนี้ โดยได้กำหนดที่จะศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์และความพึงพอใจของบุคลากรระดับปฏิบัติการ โดยวัดจากระดับคะแนนเฉลี่ยของความคิดเห็น ต่อปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจในการรับรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ (I.T.) จำนวน 7 หมวด ดังนี้ คือ

1. ปัจจัยที่สนับสนุนประโยชน์ต่อการผลิต ในด้านความง่าย สะดวก และรวดเร็ว ได้แก่
  - 1.1 I.T. ช่วยทำให้เกิดความรวดเร็วในกระบวนการผลิตข่าวสาร
  - 1.2 I.T. ทำให้จำนวนการผลิต นสพ. ขยายได้มากและรวดเร็วขึ้น
  - 1.3 I.T. ทำให้ขั้นตอนการทำหนังสือพิมพ์รวดเร็ว และสะดวกมากขึ้น
  - 1.4 I.T. ช่วยทำให้การเรียงพิมพ์ง่ายขึ้น
  - 1.5 I.T. ช่วยทำให้ระบบการตรวจแก้พิสูจน์อักษรง่าย สะดวกและรวดเร็ว
  - 1.6 I.T. ทำให้การออกแบบจัดหน้าง่ายและสะดวก รวดเร็ว
  - 1.7 I.T. ทำให้งานด้านการผลิตข่าวสารมีความคล่องตัว และมีประสิทธิภาพ
2. ปัจจัยที่สนับสนุนประโยชน์ต่อการสื่อข่าว ได้แก่
  - 2.1 I.T. ช่วยทำให้การทำงานข่าวง่ายขึ้น
  - 2.2 I.T. ช่วยทำให้เนื้อหาข่าวมีคุณภาพมากขึ้น
  - 2.3 I.T. ช่วยทำให้การตรวจสอบเนื้อหาและแหล่งข่าว ดีขึ้น
  - 2.4 I.T. ช่วยทำให้นักข่าวมีความสามารถในการรายงานข่าวคล่องตัวและขยายขอบเขตการทำงานได้กว้างขวางกว่าเดิม
  - 2.5 I.T. ทำให้การจับประเด็นข่าวฉับไวและง่ายขึ้น
  - 2.6 I.T. ช่วยให้การรายงานข่าวรายงานข้อมูล เข้าสู่โรงพิมพ์สะดวก และรวดเร็ว

2.7 I.T. ช่วยทำให้องค์กร นสพ. ได้รับแหล่งข่าว (News Source) หรือเบาะแสข่าว (News Tip) กว้างขวางมากขึ้น

**3. ปัจจัยที่มีผลต่อการบรรณาธิการ การคัดเลือกและการนำเสนอข่าว ได้แก่**

- 3.1 I.T. ช่วยทำให้การนำเสนอข่าวสาร เป็นไปด้วยความรวดเร็ว ถูกต้อง ครบถ้วน เทียบตรง และน่าเชื่อถือ
- 3.2 I.T. ช่วยให้การบรรณาธิการ (Editing) ง่ายและรวดเร็วขึ้น
- 3.3 I.T. ทำให้ นสพ. ตกเป็นเหยื่อในการแพร่กระจายข่าวของแหล่งข่าวบางประเภท
- 3.4 I.T. ทำให้บรรณาธิการคัดเลือกและกรองข่าวสารได้แม่นยำมากขึ้น

**4. ปัจจัยที่สนับสนุนต่อรูปลักษณ์ และคุณภาพของตัวหนังสือพิมพ์ ได้แก่**

- 4.1 I.T. ช่วยทำให้หนังสือพิมพ์มีความสวยงาม คมชัด สะอาดตา
- 4.2 I.T. ช่วยทำให้รูปลักษณ์ของ นสพ. น่าอ่าน น่าซื้อมากขึ้น
- 4.3 I.T. ทำให้ นสพ. โดยภาพรวม มีคุณภาพดีขึ้น

**5. ปัจจัยที่มีผลต่อธุรกิจหนังสือพิมพ์โดยรวม ได้แก่**

- 5.1 I.T. ช่วยทำให้ภาพลักษณ์ (Image) ของ นสพ. ดีขึ้น
- 5.2 I.T. ทำให้ธุรกิจหนังสือพิมพ์ มีการแข่งขันรุนแรงยิ่งขึ้น
- 5.3 I.T. ทำให้เกิดการประหยัทรายจ่ายในระยะยาวแก่องค์กร นสพ.
- 5.4 I.T. ทำให้เกิดการแข่งขันกับ นสพ. ฉบับอื่นหรือสื่อชนิดอื่นมากขึ้น
- 5.5 หนังสือพิมพ์ที่คิดว่าที่จะประยุกต์การใช้ I.T. ให้มีความทันสมัยไปพร้อมกับ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ
- 5.6 การเติบโตทางเศรษฐกิจและการแข่งขันทางธุรกิจหนังสือพิมพ์ มีส่วนผลักดัน ให้ นสพ. และนัก นสพ. ต้องนำ I.T. มาใช้
- 5.7 I.T. ช่วยทำให้การทำงานเป็นระบบมากขึ้น
- 5.8 I.T. ทำให้การแข่งขันกับฉบับอื่น ๆ ได้อย่างทัดเทียม และยังเป็นโอกาสหรือ ช่องทางในการแข่งขันในแนวใหม่ ๆ

**6. ปัจจัยการรับรู้ความสำคัญของ I.T. ที่เกี่ยวข้องกับผู้อ่านหนังสือพิมพ์ ได้แก่**

- 6.1 I.T. ช่วยทำให้เข้าถึงผู้อ่านหนังสือพิมพ์ได้สะดวกรวดเร็วและกว้างไกลมากขึ้น
- 6.2 I.T. ช่วยให้อ่านมีความสนใจและเชื่อถือเนื้อหาข่าวของหนังสือพิมพ์มากขึ้น

- 6.3 I.T. ช่วยทำให้ผู้อ่านสามารถรับข่าวสารได้ทันกับเหตุการณ์มากขึ้น
- 6.4 ผู้อ่านที่มีการศึกษาดี มักจะเลือกอ่านนสพ.ที่มีการใช้ I.T. อันทันสมัย
- 6.5 ลักษณะผู้อ่านที่ต้องการข่าวสารที่สดใหม่รวดเร็วอยู่เสมอ มีส่วนผลักดันให้นสพ. และนัก นสพ. ต้องนำ I.T. มาใช้

#### 7. ปัจจัยการยอมรับผลกระทบที่มีต่อตัวบุคลากรผู้ใช้โดยตรง ได้แก่

- 7.1 I.T. ทำให้เกิดแนวโน้ม การลดจำนวนบุคลากรในกระบวนการผลิตข่าวสาร
- 7.2 I.T. เป็นแรงผลักดันให้บุคลากรผู้ใช้ สามารถพัฒนาตนเองให้มีความก้าวหน้า
- 7.3 I.T. ช่วยให้ผู้ใช้สามารถพัฒนาคุณภาพงานข่าวและกระบวนการผลิตข่าวสาร
- 7.4 I.T. ทำให้ผู้ใช้ ใช้เวลาในการทำงานนั้น ๆ สั้นกว่าเดิม
- 7.5 I.T. มีส่วนทำให้ บุคลากรได้รับจำนวนงานเพิ่มมากขึ้นกว่าเดิม
- 7.6 I.T. ช่วยให้ผู้ใช้สามารถใช้ภาษาในการเขียนข่าวได้ดีขึ้น
- 7.7 I.T. ช่วยทำให้นักข่าวประสานงานกับฝ่ายอื่น ๆ ได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น
- 7.8 I.T. ทำให้ผู้ใช้เปรียบเสมือนเป็นทาสทางเทคโนโลยี
- 7.9 I.T. ทำให้ผู้ใช้ แสดงความรู้ความสามารถของตนออกมาได้น้อยลง
- 7.10 I.T. ช่วยดึงดูดใจและสร้างบรรยากาศในการทำงานให้แก่ผู้ใช้ มากขึ้น
- 7.11 I.T. ช่วยพัฒนาบุคลากรให้มีคุณภาพทั้งความรู้และความสามารถ
- 7.12 I.T. ทำให้บุคลากรฝ่ายต่าง ๆ ขององค์กรขาดความมีมนุษยสัมพันธ์

#### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาเรื่อง “การนำนวัตกรรมทางการสื่อสารเข้าสู่วงการธุรกิจ ศึกษาเฉพาะกรณี โทรศัพท์เคลื่อนที่” ของ ปทุมพร ศิริรั้งกมานนท์ (2532) พบว่า โทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไป แต่ความรู้ที่มีต่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่อยู่ในระดับต่ำ ส่วนการตัดสินใจเลือกซื้อ จะพิจารณาจากคุณสมบัติที่ตรงกับความต้องการในการใช้งานของตนโดยเน้นความสะดวก แข็งแรง และกระทัดรัดเป็นสำคัญ ซึ่งการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ส่วนใหญ่จะรับรู้จากสื่อประเภทหนังสือพิมพ์มากที่สุด รองลงมาคือ สื่อประเภทโทรทัศน์

นอกจากนี้ จากการวิจัยเรื่อง “เนื้อหาข่าวและแนวทางการคัดเลือกข่าวหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย” ของ ณรงค์ศักดิ์ ศรีทานันท์ (2534) ได้สัมภาษณ์บรรณาธิการถึงการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการหนังสือพิมพ์ พบว่า หนังสือพิมพ์รายวันไทยได้นำคอมพิวเตอร์มาใช้ในการเรียบเรียงข่าวและจัดหน้ามากขึ้น แต่ยังไม่หนังสือพิมพ์ฉบับใดที่นำเทคโนโลยีที่มี

ความทันสมัยมาใช้อย่างเต็มรูปแบบ เพราะความขาดแคลนทางด้านอุปกรณ์และบุคลากรที่มีคุณภาพ ส่วนใหญ่ที่ใช้อยู่เป็นการแก้ไขต้นฉบับ เรียบเรียงข่าว หรือการจัดหน้า

ขณะที่ ในการศึกษาเรื่อง *'การวิเคราะห์เปรียบเทียบบุรุษลักษณะและเนื้อหาหน้าหนึ่ง ของหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยและภาษาอังกฤษ'* ของ **อัญชลี ชัยวรพร** (2535) กล่าวว่า ในปัจจุบัน เทคโนโลยีของหนังสือพิมพ์ได้พัฒนาไปถึงขั้น การจัดหน้าบนจอวิดีโอ (Video Display Terminal) คือระบบการจัดหน้าที่มีคอมพิวเตอร์กลาง ฝ่ายจัดหน้าจะเลือกข้อมูลข่าวสารจากเครื่องคอมพิวเตอร์กลางมาไว้ที่จอวิดีโอ แล้วจัดหน้าตามต้องการจนเสร็จสมบูรณ์ แล้วกดปุ่มเข้าเครื่องทำเพลทได้ทันที การใช้ระบบนี้เป็นไปได้น้อยมากสำหรับหนังสือพิมพ์รายวันในประเทศไทยนอกจากนี้ หนังสือพิมพ์ต่างประเทศอย่าง USA Today หรือหนังสือพิมพ์ที่มีการจัดหน้าเรียบร้อยแล้วผ่านดาวเทียมไปยังภาคต่าง ๆ ที่เป็นตัวแทนไปพิมพ์ได้พร้อมกับสำนักงานใหญ่ ในสหรัฐอเมริกา ซึ่งไทยรัฐมีโครงการที่จะส่งสัญญาณต้นฉบับทั้งภาพและข่าวที่จัดหน้าเรียบร้อยแล้วจากสำนักงานในกรุงเทพฯ ไปยังภาคต่าง ๆ โดยให้สำนักงานในแต่ละภาคจัดการพิมพ์ได้ทันที ทำให้คนต่างจังหวัดมีโอกาสอ่านหนังสือพิมพ์พร้อมคนกรุงเทพฯ วิธีการนี้เหมาะสำหรับหนังสือพิมพ์ขนาดใหญ่อย่างไทยรัฐ เนื่องจากมีการตีพิมพ์ถึงวันละ 6 รอบแต่โอกาสที่หนังสือพิมพ์ฉบับอื่นจะนำเทคโนโลยีนี้มาใช้คงเป็นไปได้น้อยมาก

นอกจากนี้ ในส่วนของการศึกษาถึงการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในวงการต่าง ๆ ยังมี การวิจัยเรื่อง *'ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารเพื่อพัฒนาองค์การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ ธนชาติ จำกัด'* ของ **สุทธรรติกา คูรัตน์** (2534) เพื่อทราบถึงลักษณะการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของบุคลากรกับการยอมรับนวัตกรรมเทคโนโลยีการสื่อสาร ประสิทธิภาพในการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร ประสิทธิภาพที่เกิดจากการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารและความคาดหวังประโยชน์จากการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับนวัตกรรมเทคโนโลยีการสื่อสารของบุคลากรกับประสิทธิภาพในการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร ประสิทธิภาพที่เกิดจากการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร และความคาดหวังประโยชน์จากการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร

การวิจัยพบว่า ในบรรดาเครื่องใช้สำนักงานอัตโนมัติ 4 ประเภท คือ โทรสาร โทรศัพท์เคลื่อนที่ คอมพิวเตอร์ และเครื่องใช้สำนักงานอัตโนมัติประเภทอื่น ๆ เช่น เครื่องถ่ายเอกสาร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความต้องการคอมพิวเตอร์เพิ่มมากขึ้นที่สุดนอกจากนี้จากการวิจัยพบว่า สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของบุคลากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุการทำงาน

งาน ตำแหน่งงาน หน่วยงาน จำนวนผู้ได้บังคับบัญชา และประสบการณ์การฝึกอบรม ไม่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับนวัตกรรมเทคโนโลยีการสื่อสาร อีกทั้งบุคลากรที่มีความแตกต่างกันในเรื่องของระดับการศึกษาและจำนวนผู้ได้บังคับบัญชา มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร ขณะที่ บุคลากรที่มีความแตกต่างกันในเรื่องของตำแหน่งงานมีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลที่เกิดจากการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร อีกทั้งสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมที่ต่างกันของบุคลากรชนชาติไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังประโยชน์จากการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร ในด้านระดับการยอมรับเทคโนโลยีการสื่อสาร พบว่าระดับการยอมรับเทคโนโลยีการสื่อสารที่ต่างกันของบุคลากรมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร และระดับการยอมรับเทคโนโลยีการสื่อสารที่ต่างกันของบุคลากรไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลที่เกิดจากการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร ระดับการยอมรับเทคโนโลยีการสื่อสารที่ต่างกันของบุคลากรชนชาติไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังประโยชน์จากการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร

**วิศรา สุวิพัฒนานนท์** (2534) ได้ศึกษาในเรื่อง *"การเปิดรับข่าวสารและปัจจัยบางประการที่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการพิมพ์ระบบตั้งโต๊ะ (Desktop Publishing) ขององค์กรธุรกิจเอกชนในกรุงเทพมหานคร"* พบว่า คุณลักษณะด้านประโยชน์ของการพิมพ์ระบบตั้งโต๊ะและขนาดขององค์กรธุรกิจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการยอมรับขององค์กรธุรกิจ ส่วนประเภทขององค์กรธุรกิจ มีความสัมพันธ์กับการยอมรับขององค์กรธุรกิจที่ต่างกัน โดยกลุ่มธุรกิจประเภทอื่น ๆ มีการยอมรับมากที่สุด และกลุ่มธุรกิจที่มีการยอมรับที่ต่างกันเป็นรายคู่คือกลุ่มธุรกิจบริการ มีการยอมรับมากกว่ากลุ่มธุรกิจการผลิตและกลุ่มธุรกิจประเภทอื่น ๆ มีการยอมรับมากกว่ากลุ่มธุรกิจการผลิตและกลุ่มธุรกิจส่งสินค้า-ส่งสินค้าออก นอกจากนี้ ยังพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการพิมพ์ระบบตั้งโต๊ะจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการยอมรับขององค์กรธุรกิจ เฉพาะบางส่วน กล่าวคือ การเผยแพร่ข่าวสารโดยสื่อมวลชน ความเชื่อถือในข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่อต่างๆ และความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลประเภทพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ของบริษัทตัวแทนจำหน่ายต่างๆ จากสื่อมวลชนประเภทนิตยสารและวารสาร และจากสื่อเฉพาะกิจประเภทจดหมายเวียนและการสัมมนาเท่านั้นที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการยอมรับขององค์กรธุรกิจ