

การพัฒนาประสิทธิภาพช่องทางการสื่อสาร ของกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร



นางสาวรัฐลักษณ์ พิทักษ์จักรพิภพ
นักวิเคราะห์นโยบายและแผนปฏิบัติการ
กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร กรมควบคุมโรค

การพัฒนาประสิทธิภาพช่องทางการสื่อสารของกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร

นางสาวรัฐลักษณ์ พิทักษ์จักรพิภพ กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร

บทคัดย่อ

การพัฒนาประสิทธิภาพการช่องทางการสื่อสารของกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงช่องทางการสื่อสารของหน่วยงานในปัจจุบัน เพื่อมุ่งไปสู่สัมฤทธิ์ผลของการสื่อสาร ซึ่งหมายถึง ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของความเร็วในการรับทราบข้อมูลข่าวสารและความเข้าใจในข่าวสารที่ได้รับ ผ่านช่องทางการสื่อสารของหน่วยงาน จำนวน ๗ ช่องทาง ได้แก่ ๑. Facebook กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร ๒. Website กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร ๓. Line Group พัฒนาการ ๔. E-mail กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร ๕. โทรศัพท์ และ ๖. โทรสาร ขอบเขตของการศึกษา คือ เป็นการศึกษาเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อวิเคราะห์ถึงช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด และเพื่อศึกษาความคิดเห็นรวมถึงความพึงพอใจและไม่พึงพอใจของบุคลากรงานพัฒนาองค์กรที่มีต่อช่องทางการสื่อสารของกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้ ได้แก่ บุคลากรหน่วยงานสังกัดกรมควบคุมโรคทุกระดับที่มีการดำเนินงาน การติดต่อประสานงาน รับทราบข้อมูลจากกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร จำนวน ๕๒ คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลได้แก่แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ สถิติร้อยละ

จากการสำรวจ พบว่าช่องทางที่ผู้รับบริการได้รับข้อมูล ข่าวสาร การประชาสัมพันธ์งานจากกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร มากที่สุด (ตอบได้มากกว่า ๑ ข้อ) คือ Line group พัฒนาการ ร้อยละ ๙๖.๒ รองลงมา website กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร ร้อยละ ๘๔.๖ และ Facebook กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร ร้อยละ ๔๖.๒ สำหรับช่องทางที่มีการตอบโต้เร็วที่สุด คือ Line group พัฒนาการ ร้อยละ ๗๕ รองลงมา คือ ทางโทรศัพท์ ร้อยละ ๒๑.๑๕ ช่องทางที่ได้รับการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร จากกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร มากที่สุด คือ Line group พัฒนาการ ร้อยละ ๘๔.๖๒ สำหรับช่องทางที่มีความพึงพอใจ มากที่สุด คือ ช่องทาง Line group พัฒนาการ ร้อยละ ๘๒.๖๙ และช่องทางที่มีความไม่พึงพอใจ มากที่สุด คือ โทรสาร ร้อยละ ๕๕.๗๗ และผู้ตอบแบบสำรวจ ร้อยละ ๕๐ เห็นว่าช่องทางการประชาสัมพันธ์จากกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร มีความเหมาะสม มากน้อยเพียงใด (ความเหมาะสม เช่น จำนวนช่องทางเพียงพอ ช่องทางที่มีอยู่ก็สามารถรับข้อมูลได้ครบถ้วน เป็นต้น) ข้อเสนอแนะในการพัฒนาคุณภาพช่องทาง เช่น ๑. กลุ่มพัฒนาระบบบริหารควรอัพเดทข้อมูลใน website ให้เป็นปัจจุบัน ๒. การสื่อสารกับเครือข่ายให้สื่อสารในหลากหลายช่องทาง ๓. หากมีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลสำคัญใดๆ อยากระงับแจ้งทางไลน์เพื่อความเร็วในการรับข่าวสาร และทำหนังสือเป็นหลักฐานในการเปลี่ยนแปลง ๔. สำหรับประเด็นสำคัญ หรือข้อมูลที่ต้องทราบทั่วถึงกัน ให้แจ้งเป็น note ใน Line group พัฒนาการ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อมุ่งไปสู่สัมฤทธิ์ผลของการสื่อสาร คุณภาพของช่องทางการสื่อสาร และเพื่อให้หน่วยงานสามารถปรับตัวได้ทันกับการเปลี่ยนแปลง ประกอบด้วย แนวทางการบริหารการสื่อสารกับคนต่างรุ่น การพัฒนาขีดความสามารถของบุคลากร และการพัฒนาระบบการสื่อสารแบบบูรณาการ (Integrated Organizational Communication) เน้นรูปแบบการสื่อสารแบบสองทางควบคู่ไปกับจัดระบบการสื่อสารแบบเครือข่าย รวมถึงการนำเทคนิคการบริหารองค์กรแบบ Management by walking around - MBWA เพื่อลดช่องว่างการสื่อสารระหว่างผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงาน ตลอดจนการพัฒนาบุคลากรให้มีทักษะของการเป็นผู้สื่อสารที่ดี เพื่อให้การสื่อสารในองค์กรเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากที่สุด

คำสำคัญ : พัฒนาช่องทางการสื่อสาร, การสื่อสารองค์กร, ความพึงพอใจต่อการสื่อสาร

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	ก
บทที่ ๑ บทนำ	๑
๑.๑ ความเป็นมา	๑
๑.๒ วัตถุประสงค์	๒
๑.๓ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	๓
๑.๔ นิยามศัพท์เฉพาะ	๓
บทที่ ๒ แนวคิด ทฤษฎี และสาระสำคัญของการพัฒนาประสิทธิภาพช่องทางการสื่อสาร	๓
๒.๑ แนวคิดและทฤษฎีเรื่องการสื่อสารองค์กร	๓
๒.๒ แนวคิดเรื่องการพัฒนาประสิทธิภาพช่องทางการสื่อสาร	๘
๒.๓ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อ	๙
๒.๔ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร	๑๐
บทที่ ๓ วิธีดำเนินการ	๑๔
๓.๑ ขั้นตอนการดำเนินการ	๑๔
๓.๒ ขอบเขตการประเมินความคุ้มค่า	๑๔
๓.๓ การวิเคราะห์ข้อมูล	๑๔
บทที่ ๔ ผลการวิเคราะห์	๑๕
บทที่ ๕ สรุปผลการพัฒนาประสิทธิภาพช่องทางการสื่อสารของกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร	๒๑
๕.๑ สรุปผลการศึกษา	๒๑
๕.๒ ข้อเสนอแนะจากการวิเคราะห์	๒๑
๕.๓ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	๒๒
๕.๔ ข้อเสนอแนะการดำเนินงาน	๒๓
บรรณานุกรม	๒๔
ภาคผนวก	
● แบบสำรวจช่องทางการรับข้อมูล ข่าวสาร จากกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร	๒๕

สารบัญตาราง

	หน้า	
ตารางที่ ๑	แสดงข้อมูลในเรื่องเพศของกลุ่มตัวอย่าง	๑๕
ตารางที่ ๒	แสดงข้อมูลระดับตำแหน่งของกลุ่มตัวอย่าง	๑๕
ตารางที่ ๓	แสดงข้อมูลในเรื่องอายุของกลุ่มตัวอย่าง	๑๖
ตารางที่ ๔	แสดงข้อมูลในเรื่องระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง	๑๖
ตารางที่ ๕	แสดงข้อมูลช่องทางการสื่อสารที่ผู้รับ ข่าวสาร การประชาสัมพันธ์	๑๖
ตารางที่ ๖	แสดงข้อมูลช่องทางการสื่อสารที่มีการตอบโต้รวดเร็ว	๑๗
ตารางที่ ๗	แสดงข้อมูลช่องทางที่ได้รับการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร	๑๗
ตารางที่ ๘	แสดงข้อมูลช่องทางที่ได้รับการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร จากกลุ่มพัฒนาระบบบริหารน้อยที่สุด	๑๗
ตารางที่ ๙	แสดงข้อมูลช่องทางที่มีความพึงพอใจมากที่สุด	๑๘
ตารางที่ ๑๐	แสดงข้อมูลช่องทางที่มีความไม่พึงพอใจมากที่สุด	๑๘
ตารางที่ ๑๑	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิตและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในต่อภาพรวมของช่องทางการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์	๑๙

บทที่ ๑ บทนำ

๑.๑ ความเป็นมา

ระบบราชการ ๔.๐ องค์กรทุกองค์กรมีการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีและข่าวสารที่รวดเร็ว ก่อให้เกิดการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง ปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วคือ การสื่อสาร ซึ่งก่อให้เกิดการพัฒนาหลายด้าน ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การศึกษา วัฒนธรรม ฯลฯ การที่จะพัฒนาระบบบริหารจัดการภายใน องค์กรให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล จำเป็นต้องอาศัยปัจจัยหลายอย่างร่วมกัน สิ่งที่ยังมองข้าม ไม่ได้เลยก็คือเรื่องของการสื่อสาร เนื่องจากเป็นหัวใจสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ

ระบบราชการ ๔.๐ เพื่อรองรับนโยบายประเทศไทย ๔.๐ ภาครัฐหรือระบบราชการ จะต้องทำงานโดยยึดหลักธรรมาภิบาลของการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี เพื่อประโยชน์สุขของประชาชน (Better Governance, Happier Citizens) หมายความว่า ระบบราชการต้องปรับเปลี่ยนแนวคิดและวิธีการทำงานใหม่เพื่อพลิกโฉม (transform) ให้สามารถเป็นที่เชื่อถือไว้วางใจและเป็นพึงของประชาชนได้อย่างแท้จริง (Credible and Trusted Government (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ, ๒๕๖๐) และการสื่อสารในยุคประเทศไทย ๔.๐ นั้นไร้ขอบเขตเปรียบเสมือนโลกแบนเป็นระนาบเดียวกันการสื่อสารต่างๆ ทำได้ง่ายเพียงปลายนิ้วสัมผัส (Friedman, ๒๐๐๖) นับเป็นจุดเปลี่ยนของโลกการสื่อสารในปัจจุบัน ไม่ว่าจะนิยามยุคสมัยนี้อย่างไร สิ่งที่ได้สัมผัสกับความเปลี่ยนแปลงนี้ได้อย่างเป็นรูปธรรมนั้นย่อมเป็นที่ประจักษ์ พัฒนาการของการสื่อสารข้อมูลข่าวสารไปสู่รูปแบบใหม่ การใช้ช่องทางการสื่อสารใหม่ที่เรียกกันว่าสื่อ “Application” และสื่อ “New Media” เข้ามามีบทบาทการผสมผสานในยุคโลกาภิวัตน์ มีการใช้ระบบ Digital เพื่อการเข้าถึงความต้องการของผู้รับสาร เพื่อตอบสนองความต้องการที่แท้จริงและวัดผลได้ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการสร้างโอกาสทางการรับรู้ให้กว้างขวางขึ้น เป็นแรงผลักดันให้ภาครัฐจำเป็นต้องปรับตัวให้ทันกับสภาพแวดล้อมใหม่ที่เปลี่ยนไป ปรับกลยุทธ์วิธีการบริหารจัดการสื่อภายในองค์กร เนื่องจากการสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ บุคลากรมีความเข้าใจในนโยบายและการดำเนินงานขององค์กร ก็จะส่งผลให้การสื่อสารกับกลุ่มลูกค้า หรือผู้รับบริการ และกลุ่มบุคคลภายนอกมีผลดีไปด้วย ดังคำกล่าวที่ว่า “หากการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรไร้ประสิทธิภาพ การสร้างความสัมพันธ์กับองค์กรภายนอกเป็นไปได้ยาก” ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเป็นภาพสะท้อนขององค์กรสู่สาธารณชน ดังนั้น การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร จึงควรเป็นส่วนหนึ่งของแผนเชิงกลยุทธ์ขององค์กรเพื่อให้สอดคล้องกับการบริหาร ซึ่งจะนำไปสู่การยกระดับขีดความสามารถองค์กร ภาครัฐให้อยู่รอดท่ามกลางความท้าทายและกระแสการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้ได้ผลงาน (Performance) ที่เกิดความคุ้มค่า มีประสิทธิภาพ โปร่งใส และตอบสนองต่อความต้องการที่หลากหลายของประชาชน

ปัจจุบันซึ่งเป็นยุคของข้อมูลข่าวสารที่มนุษย์สามารถรับรู้ เรียนรู้ และเข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและส่งผลกระทบต่อองค์กรและบุคลากรในองค์กรอย่างไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ องค์กรต่าง ๆ จึงต้องปรับตัวและพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการองค์กรให้สามารถดำเนินต่อไปได้และเกิดความได้เปรียบในการแข่งขันเพื่อความเป็นผู้นำที่ก้าวนำองค์กรอื่น ๆ การรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงและสามารถปรับตัวให้สามารถก้าวไปข้างหน้าได้อย่างมั่นคงจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง ท่ามกลางสภาวะการณ์เช่นนี้ผู้บริหารองค์กรที่ชาญฉลาดและมีภาวะผู้นำจะต้องหันมาให้

ความสำคัญกับการบริหารเชิงกลยุทธ์เพื่อที่จะเป็นพลังขับเคลื่อนองค์กรให้ก้าวไปข้างหน้าอย่างไม่หยุดนิ่ง ซึ่งในบรรดากลยุทธ์ต่าง ๆ ที่ผู้บริหารจะต้องนำมาใช้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น “การสื่อสาร” กล่าวได้ว่าเป็นกลยุทธ์ที่มีความสำคัญที่สุด เพราะการสื่อสารเป็นกลยุทธ์หรือกระบวนการหรือเครื่องมือที่จะนำไปสู่การรับรู้ เรียนรู้ ให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกันของบุคลากรทั่วทั้งองค์กรตั้งแต่ระดับนโยบายไปจนถึงระดับปฏิบัติการ ทำให้สามารถกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และยุทธศาสตร์ร่วมกันได้อย่างถูกต้องเหมาะสมและนำพาองค์กรไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้อย่างมีทิศทาง และจะต้องนำมาใช้ให้สอดคล้องกับพื้นฐานขององค์กรทั้งในด้านโครงสร้าง ระบบการบริหาร ทัศนคติ และค่านิยม รวมทั้งวัฒนธรรมของบุคลากรในองค์กรจึงจะทำให้องค์กรไปสู่ความสำเร็จได้ “กลยุทธ์การสื่อสาร” จึงเป็นเครื่องมือทางการบริหารที่ผู้บริหารควรให้ความสำคัญและต้องนำมาใช้ในการบริหารจัดการองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลสูงสุดแก่องค์กร

การใช้ช่องทางในการติดต่อสื่อสารหรือกระจายข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ นั้นเป็นสิ่งที่ควรคำนึงและให้ความสำคัญ เนื่องจากสถานที่ทำงานของผู้รับสารแต่ละบุคคลนั้น มี สภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน สังคมต่างกัน ก็อาจจะใช้ช่องทางการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน จึงไม่อาจระบุได้ว่าผู้คนนั้นนิยมใช้ช่องทางการสื่อสารใดในการติดต่อสื่อสาร การกระจายข่าวสารนั้นเป็นสิ่งสำคัญ แต่การกระจายข่าวสารให้ทั่วถึงนั้นสำคัญยิ่งกว่า จึงเป็นที่มาของงานวิจัยนี้ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ช่องทางการสื่อสาร หาความสัมพันธ์หรือค่าความสำคัญของบุคลากรภายในกรมควบคุมโรค ที่ได้รับข้อมูลข่าวสาร การบริการผ่านช่องทางต่างๆของกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร และนำผลการวิเคราะห์ใช้ในการพิจารณาตัดสินใจเลือกวิธีการสื่อสาร ช่องทาง และกำหนดกิจกรรมแต่ละช่องทางให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย บุคลากรที่มีความสำคัญหรือ อิทธิพลในกระจายข่าวสารได้ดีที่สุด และศึกษาเกี่ยวกับช่องทางการติดต่อสื่อสารภายในหน่วยงาน และพิจารณาเลือกช่องทางการติดต่อสื่อสารที่นิยมใช้กันมากที่สุดภายในหน่วยงาน มาใช้เป็นช่องทางเพื่อกระจายข่าวสารได้อย่างเกิดประโยชน์สูงสุด

๑.๒ วัตถุประสงค์

๑.๒.๑ เพื่อวิเคราะห์ช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสมกับข่าวสารที่ส่งไป

๑.๒.๒ เพื่อค้นหาช่องทางการติดต่อสื่อสารที่นิยมใช้มากที่สุดภายในหน่วยงานสำหรับนำพิจารณาใช้กระจายข่าวสารให้เกิดประโยชน์สูงสุด

๑.๓ ขอบเขตการศึกษา/ วิธีการดำเนินการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อวิเคราะห์ถึงช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด และเพื่อศึกษาความคิดเห็นรวมถึงความพึงพอใจและไม่พึงพอใจของบุคลากรงานพัฒนาองค์กรที่มีต่อช่องทางการสื่อสารของกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร โดยมีขอบเขตการศึกษาดังนี้

๑.๓.๑ ขอบเขตเนื้อหาสาระ เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้มีข้อจำกัดในเรื่องของระยะเวลา ดังนั้น ผู้เขียนจึงมุ่งศึกษาช่องทางการสื่อสารภายในองค์กร ตามทิศทางของการติดต่อสื่อสารระดับเดียวกัน หรือตามแนวราบ (lateral or horizontal communication) เท่านั้น

๑.๓.๒ ขอบเขตด้านประชากร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสำรวจด้วยแบบสอบถามคือ บุคลากรที่รับผิดชอบงานพัฒนาองค์กรของหน่วยงานในสังกัดกรมควบคุมโรค

๑.๓.๓ ขอบเขตด้านระยะเวลา ผู้เขียนเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในช่วงเดือนมิถุนายน - สิงหาคม ๒๕๖๐

๑.๓ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

รายงานการพัฒนาประสิทธิภาพช่องทางการสื่อสาร ของกลุ่มพัฒนาระบบบริหารเพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาช่องทาง รูปแบบการสื่อสารของกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร กรมควบคุมโรค ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลยิ่งขึ้น ให้สื่อสารในช่องทางที่เหมาะสมกับผู้รับสารแต่ละกลุ่ม ซึ่งเป็นกระบวนการหรือเครื่องมือที่จะนำไปสู่การรับรู้ เรียนรู้ ให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องและตรงกันของบุคลากรทั้งองค์กรตั้งแต่ระดับนโยบายไปจนถึง ระดับปฏิบัติการ ทำให้มีจุดมุ่งหมายที่ถูกต้องเหมาะสมและนำพาองค์กรไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้

๑.๔ นิยามศัพท์เฉพาะ

ช่องทางการสื่อสารของกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร หมายถึง ช่องทางที่ใช้ในการสื่อสารกันระหว่างกลุ่มพัฒนาระบบบริหารกับบุคลากรในหน่วยงานในสังกัดกรมควบคุมโรคที่ปฏิบัติงาน หรือรับผิดชอบงานพัฒนาองค์กร ประกอบไปด้วย ๑. Facebook กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร ๒. Website กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร ๓. Line Group พัฒนาการองค์กร ๔. E-mail กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร ๕. โทรศัพท์ และ ๖. โทรสาร (Fax)

สัมฤทธิ์ผลของการสื่อสาร หมายถึง ประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการสื่อสารที่ผู้รับสาร รับรู้ข่าวสารนั้นภายในเวลาอันรวดเร็ว อยู่ภายใต้กรอบเวลาการดำเนินการตามข้อมูลข่าวสารที่ได้ ส่งออกไป และตัวเนื้อหาสาระของข่าวสารที่ส่งออกไปนั้น มีความครบถ้วน ถูกต้อง ชัดเจน ผู้รับสารมีความเข้าใจในข่าวสารที่ส่งออกไปได้ เป็นอย่างดี และสามารถปฏิบัติงานได้เป็นผลสำเร็จ

การสื่อสารในองค์กร (Organizational Communication) หมายถึง กระบวนการ ติดต่อสื่อสารรูปแบบต่างๆ ระหว่างคนในองค์กร เป็นตัวกลางที่ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ในองค์กร ให้เกิดการสื่อสาร แลกเปลี่ยนข่าวสาร ข้อมูลภายในองค์กรจากบุคคลทุกส่วนงานในองค์กร เพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกันไปในทิศทางเดียวกันและบรรลุเป้าหมายสู่ผลสำเร็จขององค์กร

บทที่ ๒

แนวคิด ทฤษฎี และสาระสำคัญของการพัฒนาประสิทธิภาพช่องทางการสื่อสาร

ในการศึกษาเรื่อง การพัฒนาประสิทธิภาพช่องทางการสื่อสาร ของกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร ผู้ศึกษาได้ค้นคว้าเอกสารทางวิชาการ งาน เขียนต่าง ๆ และศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- ๒.๑ แนวคิดและทฤษฎีเรื่องการสื่อสารองค์กร
- ๒.๒ แนวคิดเรื่องการพัฒนาประสิทธิภาพช่องทางการสื่อสาร
- ๒.๓ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ
- ๒.๔ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร
๔. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร

๒.๑ แนวคิดและทฤษฎีเรื่องการสื่อสารองค์กร

๒.๑.๑ ความหมายของการสื่อสารภายในองค์กร

ศุภมน อนุศาสนนันท์ (๒๕๔๙) ให้ความหมายของการสื่อสารในองค์กรว่าเป็นการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ระหว่างบุคลากรหรือหน่วยงานในองค์กร ผ่านรูปแบบวิธีการสื่อสาร ต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการรับรู้และความเข้าใจร่วมกันในการปฏิบัติตน ซึ่งจะเป็นผลให้องค์กรและบุคลากร ในองค์กรบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ตั้งไว้ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน

กรีซ สืบสนธิ์ (๒๕๓๘, น. ๖๔) กล่าวถึงการสื่อสารในองค์กรว่า หมายถึง กระบวนการ แลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างบุคคลทุกระดับ ทุกหน่วยงาน โดยมีความสัมพันธ์กันภายใต้ สภาพแวดล้อม บรรยากาศขององค์กร ซึ่งสามารถปรับเปลี่ยนไปตามกาลเทศะ

Pace and Faules (๑๙๙๓, p. ๒๑) ได้อธิบายความหมายของการสื่อสารในองค์กรไว้ว่า คือ การแสดงและการแปลความหมายของสารระหว่างหน่วยการสื่อสาร (Communication Units) ต่างๆ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร โดยองค์กรจะประกอบด้วยหน่วยการสื่อสารต่างๆ ซึ่งมีความสัมพันธ์กันแบบมีลำดับชั้น (Hierarchical Relations) ระหว่างกันและดำเนินงานหรือภาระหน้าที่ภายในสภาพแวดล้อม

Huseman et al. (quoted in Kalkowski, ๒๐๐๔, p. ๑๔) เห็นว่า การสื่อสารภายในองค์กรขึ้นอยู่กับรูปแบบการจัดองค์กร แรงผลักดันทำให้เกิดกำลังใจในการทำงาน และความสามารถความชำนาญในการสื่อสาร เช่น การฟัง การพูด การเขียน การสัมภาษณ์ การอภิปราย

กิติมา สุรสนธิ (๒๕๔๑, น .๒๗) ได้กล่าวว่า การสื่อสารภายในองค์กรอาจปรากฏได้หลายๆ รูปแบบ เช่น การสื่อสารในลักษณะทางเดียว (One -Way Communication) ซึ่งอาจเป็นลักษณะเดียวกับการสื่อสารในทิศทางแนวดิ่ง (Vertical Communication) เช่น การสั่งงานของผู้บังคับบัญชา เป็นต้น หรืออาจเป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two-Way Communication) ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการสื่อสารแนวราบ (Liner/Horizontal Communication) เช่น การปรึกษาหารือระหว่างเพื่อนร่วมงาน เป็นต้น

จากความหมายข้างต้นสรุปได้ว่า การสื่อสารในองค์กร เป็นการถ่ายทอดหรือ แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ระหว่างสมาชิกภายในองค์กรภายใต้รูปแบบและวิธีการสื่อสารต่าง ๆ ซึ่งมีทั้งการสื่อสารที่เป็น

สองทางและทางเดียว รวมทั้งการสื่อสารในทิศทางแนวดิ่งหรือแนวราบเพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจร่วมกันเกี่ยวกับการปฏิบัติงานในองค์กรเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ

๒.๑.๒ ช่องทางการสื่อสารภายในองค์กร

เสนาะ ดิยาวี (๒๕๔๑) กล่าวถึงความหมายของช่องทางการสื่อสารภายในองค์กรว่า คือ ช่องทางในการส่งผ่านข้อมูลภายในองค์กร มักถูกออกแบบขึ้นมาพร้อม ๆ กับการจัดวางโครงสร้างขององค์กรและการวางระบบงาน เพราะทุกองค์กรมีความจำเป็นต้องมีการสื่อสารกันภายในองค์กร เพื่อให้การปฏิบัติงานขององค์กรดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ การสื่อสารในองค์กรมีด้วยกันหลายรูปแบบ การเลือกวิธีการสื่อสารนั้นมีเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้คือ ความรวดเร็ว ความถูกต้อง มีค่าใช้จ่ายน้อยเพียงใด หรือข้อมูลนั้นเป็นความลับหรือไม่ หากเผยแพร่ให้มีผู้รับรู้จำนวนมากจะเกิดผลเสียหายหรือไม่ โดยรูปแบบช่องทางการสื่อสารในองค์กร มีดังนี้

๑) การสื่อสารที่เป็นลายลักษณ์อักษร องค์กรต่าง ๆ ใช้วิธีนี้มากที่สุดในการสื่อสารที่เป็นทางการ เช่น จดหมาย และบางครั้งใช้บันทึกช่วยจำในการสื่อสารที่ไม่เป็นทางการ การรายงาน ผลการปฏิบัติงาน คู่มือการปฏิบัติงาน นโยบาย กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ และมาตรฐานของงาน

๒) การพูดคุยแบบเผชิญหน้ากัน สามารถเป็นได้ทั้งการสื่อสารอย่างเป็นทางการ และไม่เป็นทางการ การพูดคุยแบบนี้เหมาะสมสำหรับใช้ในการสื่อสารเกี่ยวกับการปรับปรุง ประสิทธิภาพการทำงานของ ผู้ใต้บังคับบัญชา เพราะเป็นเรื่องที่มีความเป็นส่วนตัวสูง จะทำให้ได้รับ feedback กลับมาอย่างรวดเร็ว ในขณะเดียวกันผู้สื่อสารควรระมัดระวังวิธีการพูด เนื่องจากคำพูดเดียวกัน แต่คนพูดคนละคนก็สามารถตีความให้แตกต่างกันไปได้

๓) การสื่อสารด้วยสัญลักษณ์ เป็นการสื่อสารที่แสดงออกของร่างกาย เช่น สีหน้า ภาษากาย สภาพแวดล้อม (ความหมายเชิงสัญลักษณ์ทางสภาพแวดล้อม เช่น ขนาดของห้อง โต๊ะ ทำงาน การตกแต่ง สิ่งเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงอำนาจหน้าที่ได้)

๔) การสื่อสารด้วยสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ ระบบ อินเทอร์เน็ต จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) หรือ Teleconferencing ที่สามารถใช้ติดต่อกันได้แม้ จะอยู่ต่างสถานที่

๒.๑.๓ องค์ประกอบการสื่อสารในองค์กร

สมิต สัมฤทธิ์ (๒๕๔๗) กล่าวถึงองค์ประกอบที่สำคัญของการสื่อสารไว้ว่ามี ๔ ประการคือ

๑. ผู้ส่งสาร (Source) คือ ผู้เริ่มต้นการสื่อสารกับบุคคล ผู้ส่งสารจะเป็นบุคคลเดียว หรือมากกว่า ๑ คนก็ได้ ผู้เริ่มการสื่อสารจะเป็นผู้ส่งสาร อาจหมายถึงบุคคล กลุ่มบุคคล หรือหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการส่งสาร และเป็นต้นกำเนิดของการสื่อสาร ที่เริ่มส่งสารด้วยการแปลสารต่างๆ นั้นในรูปแบบต่างๆ ของสัญลักษณ์ที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น ภาษาและอากัปกิริยาต่างๆ เพื่อสื่อสารทางความคิด ความรู้สึก ความต้องการ วัตถุประสงค์ไปยังผู้รับสารด้วยรูปแบบ วิธีการต่างๆ หรืออาจส่งผ่านช่องทางการสื่อสารใด โดยตั้งใจหรือไม่ก็ตาม เช่น ผู้พูด ผู้เขียน โฆษกรัฐบาล องค์กร สถาบันสถานีวิทยุกระจ่ายเสียง หน่วยงานของรัฐ บริษัท เป็นต้น ผู้ส่งสารควรมีคุณสมบัติ ดังนี้

๑.๑ เป็นผู้มีเจตนาชัดเจนในการที่จะส่งสารให้ผู้อื่นรับรู้จุดประสงค์ของการส่งสาร แสดงข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะหรือวิพากษ์วิจารณ์ ฯลฯ

๑.๒ เป็นผู้มีความรู้ เข้าใจในเนื้อหาของสารที่ต้องการจะสื่อออกไปได้เป็นอย่างดี

๑.๓ เป็นผู้ที่มีบุคลิกลักษณะที่มีความน่าเชื่อถือ มีบุคลิก ลักษณะที่ดีคล่องแคล่ว เปิดเผย ทั้งยังมีความรับผิดชอบในฐานะของผู้ส่งสาร

๑.๔ เป็นผู้ที่มีความสามารถที่จะเข้าใจความพร้อมและความสามารถในการรับสารของผู้รับสาร

๑.๕ เป็นผู้ที่จะรู้จักเลือกใช้วิธีการต่างๆ ที่เหมาะสมทั้งในการส่งสารหรือการนำเสนอข้อมูล ข่าวสารต่อผู้อื่น

๒. สาร (Message) คือ เรื่องราว ข่าวสาร ข้อมูล เนื้อหาต่างๆ ที่ผู้ส่งสารส่งออกไปหาบุคคล อื่นๆ ข่าวสาร ข้อมูลที่ส่งออกไปอาจเป็นสาร เช่น ตัวหนังสือ ตัวเลข รูปภาพ หรือสัญลักษณ์ใดๆ ที่ผู้รับสามารถเข้าใจได้ หรืออาจหมายถึง เรื่องราวที่มีความหมาย และสิ่งต่างๆ ที่อยู่ในรูปของความรู้ ความคิด ข้อมูล ความต้องการ ฯลฯ ซึ่งสารนั้นๆ ถูกถ่ายทอดจากผู้ส่งไปยังผู้รับสารให้เกิดการตระหนัก รับรู้ สามารถแสดงออกมาโดยใช้ภาษา สัญลักษณ์ที่ทำให้เกิดการรับรู้ เข้าใจร่วมกันได้ เช่น ข้อความที่เขียนหรือพูด บทเพลงที่ร้องออกมา รูปภาพที่วาด เรื่องราวหรือท่าทางที่สื่อความหมายออกไป เป็นต้น

๒.๑ รหัสสาร (Message Code) ได้แก่ สัญลักษณ์ ภาษา หรือสัญญาณต่างๆ ที่มนุษย์ใช้เพื่อแสดงออกแทนความคิด ความรู้ อารมณ์ ความรู้สึกต่างๆ ที่เข้าใจร่วมกัน

๒.๒ เนื้อหาสาร (Message Content) หมายถึง ความรู้ ความคิดประสบการณ์ที่ผู้ส่งสารต้องการอยากจะทำถ่ายทอดออกไปเพื่อสร้างการรับรู้ร่วมกันก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนระหว่างกันหรือโต้ตอบกันได้

๒.๓ การจัดสารหรือข้อมูล (Message Treatment) หมายถึง การจัดเรียงรวบรวมเนื้อหาแล้วนำมาเรียบเรียงให้มีระบบ ระเบียบ เพื่อให้ได้ใจความของเนื้อหาตามที่ต้องการด้วยการเลือกใช้รหัสของสารต่างๆ ที่เหมาะสม

๓. สื่อหรือช่องทางส่งสาร (Channel or Medium) หมายถึง ช่องทางหรือเครื่องมือ ที่ผู้ส่งสารเลือกใช้เพื่อให้ข้อมูล ข่าวสารนั้นไปถึงบุคคลที่ต้องการสื่อสารได้รับ ช่องที่ในการส่งสารที่จะนำพาสารหรือข้อมูลไปยังผู้รับสารตามที่ต้องการนั้นมีหลายรูปแบบซึ่งอาจเป็นสื่อที่มีอยู่ตามธรรมชาติ เช่น ทางอากาศ โดยเป็นช่องทางที่นำพาคลื่นเสียงผ่านทางอากาศไปยังผู้รับ นอกจากนี้สื่อหรือช่องทางส่งสารอาจจะเป็นสื่อที่ถูกประดิษฐ์ขึ้นมา เช่น โทรทัศน์ วิทยุ ฯลฯ ที่ล้วนแล้วเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการสื่อสารทั้งสิ้น เพราะจะเป็นพาหนะของสารในการนำสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร

๔. ผู้รับสาร (Receiver) คือ บุคคลหรือกลุ่มที่สามารถรับสารจากผู้ส่งสารได้ผู้รับสารจะเป็นปลายทางของข่าวสารเป็นบุคคลสำคัญที่จะบ่งชี้ว่าการสื่อสารบรรลุผลหรือไม่

วิเชียร วิทยอุดม (๒๕๕๐ อ้างถึงใน แพมมาลา วัฒนเสถียรสินธุ์ ๒๕๕๙, น ๑๗-๑๘) กว้างถึงการติดต่อสื่อสารที่มีการใช้ช่องทางเป็นหลัก (Channel) แบ่งเป็น ๒ วิธี ดังต่อไปนี้

๑ การติดต่อสื่อสารระบบทางเดียว (One-Way Communication) เป็น การติดต่อสื่อสารในลักษณะที่ผู้ส่งออกข้อมูล ข่าวสารไปทางเดียว โดยผู้รับไม่มีโอกาสโต้ตอบหรือ ซักถามข้อสงสัยใดๆ ไม่มีการแสดงปฏิกิริยาย้อนกลับใดๆ ของผู้รับ การติดต่อสื่อสารช่องทางนี้อยู่ใน รูปแบบของระเบียบ คำสั่ง แนวนโยบายที่ผู้รับต้องทำตาม และมีรูปแบบเป็นพิธีการหรือเป็นทางการ สามารถพบหรือเกิดข้อบกพร่อง ผิดพลาดในการติดต่อสื่อสารได้มาก เพราะผู้ส่งไม่อาจรับทราบข้อมูล ย้อนกลับจากสารที่ส่งไปได้

๒. การติดต่อสื่อสารระบบสองทาง (Two-Way Communication) เป็น การติดต่อสื่อสารโดยที่ผู้รับสารมีการตอบสนอง และมีปฏิกิริยาย้อนกลับไปหาผู้ส่งสาร สามารถ โต้ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นได้เพื่อให้รับทราบผลของการสื่อสารที่สื่อออกไปและเพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ มักจะอยู่ในรูป

ของการจัดสัมมนา ประชุม เพื่อแลกเปลี่ยน ความคิดเห็นระหว่างกันส่งผลดีตามมาในอันที่จะช่วยสร้างความเข้าใจระหว่างกันให้ดีและมี ประสิทธิภาพ ซึ่งผลของการได้รับข้อมูลย้อนกลับจะทำให้ผู้ส่งสารรับทราบข้อผิดพลาด ข้อบกพร่อง และสามารถแก้ไข ปรับปรุงข้อมูลใหม่ได้ โดยอาจมีผลเสียคือ สิ้นเปลืองเวลาและทรัพยากร เพราะ การย้อนกลับของข้อมูลจะเสียเวลามากกว่าปกติ

การติดต่อสื่อสารตามลักษณะของวิธีการติดต่อสื่อสาร (Method) แบ่งเป็น ๒ วิธี ดังนี้

๑. การติดต่อสื่อสารโดยใช้ถ้อยคำหรือการพูด (Verbal Communication) เป็นวิธีการที่ใช้กันมากที่สุด การติดต่อสื่อสารกันโดยใช้วาจา (Verbal) หรือใช้ถ้อยคำ (Verbal Communication) ในการนำข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง ตัวอย่างเช่น การพูด การ ติดต่อสื่อสารโดยการพูดมีข้อดี คือ ประหยัดเวลา ง่าย สะดวก เปิดโอกาสให้เกิดการแลกเปลี่ยนความ คิดเห็นระหว่างกันทั้งยังสร้างความรู้สึกเป็นกันเอง ก่อให้เกิดความสนิทสนมกัน

๒.การติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้ถ้อยคำหรือไม่ใช้คำพูด (Non-Verbal Communication) อาจเป็นภาษา กายหรือภาษาท่าทางเป็นการติดต่อสื่อสารที่ไม่ใช้วิธีพูดหรือการ เขียนเป็นตัวหนังสือแทนคำพูด แต่จะเป็นการ สื่อสารที่ใช้ภาษากาย สัญลักษณ์ การแสดงออกท่าทาง การใช้เครื่องหมายต่างๆ เช่น การแสดงออกทางสีหน้า ทางน้ำเสียง หรือแม้แต่การสัมผัส

การติดต่อสื่อสารตามจำนวนผู้เกี่ยวข้อง (Participant) แบ่งออกเป็น ๓ วิธี คือ

๑. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล หรือตัวต่อตัว (Interpersonal Communication) มีรูปแบบการ สื่อสารโดยเป็นการติดต่อสื่อสารที่เกิดจากการพบปะสังสรรค์กัน ระหว่างบุคคล เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อกัน

๒. การติดต่อสื่อสารกลุ่ม (Intergroup Communication) เป็นรูปแบบ ของการรวมตัวกันของบุคคล ตั้งแต่ ๒ คนขึ้นไป ที่รวมตัวกันตามความสนใจหรือมีผลประโยชน์ร่วมกัน หรือมีความชอบพอ สนิทสนมกัน การรวมกลุ่มกันในแต่ละองค์กรมีได้หลายกลุ่ม เช่น การประชุมกลุ่ม เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ข้อเสนอแนะระหว่างกัน เพื่อสร้างความเข้าใจที่ตรงกันของ กลุ่มแต่ละกลุ่ม

๓. การติดต่อสื่อสารขององค์กรกับสาธารณชน (Public and Organization Communication) หมายถึง การติดต่อสื่อสารขององค์กรทั้งหมดทั้งภายในและภายนอกองค์กร

ทิศทางของช่องทางการติดต่อสื่อสาร (direction of communication channels)

การติดต่อสื่อสารในองค์กรจะมีช่องทางอยู่ ๓ แบบ ดังนี้คือ

๑. การสื่อสารจากระดับบนลงสู่ระดับล่าง (downward communication)

เป็นการติดต่อสื่อสารจากผู้บังคับบัญชาไปสู่ผู้ใต้บังคับบัญชา (หรือ ผู้ที่อำนาจสูงในองค์กรไปสู่ระดับ ที่ต่ำกว่า) ซึ่งเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อการจัดการ และการควบคุมการทำงานภายในองค์กร เพื่อให้ผู้ปฏิบัติรู้ถึง นโยบาย แผนงานขั้นตอนเป้าหมาย คำสั่งให้ปฏิบัติตาม กฎระเบียบ ข้อบังคับ คำเตือน คำขอร้อง คำอนุมัติสั่ง ให้ดำเนินการ เป็นต้น สื่อที่ใช้กันมากในการติดต่อสื่อสารแบบนี้ ได้แก่ การประชุม ประกาศ บันทึกร ฯลฯ การ ติดต่อสื่อสารลักษณะนี้ ข่างสารมีโอกาสบิดเบือนได้มาก โดยเฉพาะเวลาที่ต้องส่งข่าวสารหลายทอด และเป็น ลายลักษณ์อักษร เช่น ผู้รับข่าวสารอาจจะไม่สนใจอ่าน และทำความเข้าใจข่าวสาร หรืออาจจะให้ความสนใจ เพียงเล็กน้อย รวมทั้งไม่สนใจปฏิบัติตาม ถ้าข่าวสารที่ให้ ไม่มีการจูงใจที่ดีพอ

๒. การติดต่อสื่อสารจากระดับล่างขึ้นไปสู่ระดับบน (upward communication)

เป็นลักษณะการติดต่อสื่อสารที่ส่งข่าวสารจากผู้ที่อยู่ใต้บังคับบัญชาไปสู่ผู้ใต้บังคับบัญชา (หรือผู้ที่อยู่ ในตำแหน่งที่ต่ำกว่า ไปสู่ตำแหน่งที่สูงกว่า) โดยส่วนใหญ่เป็นการสนองการสื่อสารจากบนลงล่าง เช่น ลักษณะ การย้อนกลับของรายงานความก้าวหน้าของผลการปฏิบัติงาน การเสนอแนะ การร้องทุกข์ ข้อคิดเห็น หรือการ

ขออนุมัติ เป็นต้น ปกติการติดต่อสื่อสารแบบนี้ไม่ค่อยปรากฏชัดเจนมากนัก เพราะผู้บังคับบัญชามักจะไม่ค่อยกล้าแสดงความคิดเห็น และส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ผู้บังคับบัญชาไม่ค่อยให้ความสนใจต่อปัญหา หรือรายงานของเขา ผู้บังคับบัญชา หรือผู้บริหารควรส่งเสริมให้บุคลากรในที่ทำงานของตนมีโอกาสสื่อสารแบบนี้ให้มาก โดยอาจจะส่งเสริมโดยการใช้การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการมาช่วย เช่น การพบปะแบบไม่มีทางการ การรื่นเริงประจำปี การสำรวจทัศนคติ และปัญหาของลูกจ้าง หรือการให้ผู้บังคับบัญชาเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย หรือการปฏิบัติงานในบางด้าน เพราะจะทำให้การบริหารงานมีคุณภาพยิ่งขึ้น

๓. การติดต่อสื่อสารระดับเดียวกัน หรือตามแนวราบ (lateral or horizontal communication)

เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลในระดับเดียวกันในแนวราบ หรือระหว่างคนต่างระดับกันที่ไม่มีอำนาจในการบังคับบัญชาซึ่งกันและกัน ส่วนใหญ่จะสื่อสารระหว่างแผนก หรือหน่วยงานต่าง ๆ ในลักษณะของการปรึกษาหารือ การทำงานร่วมกัน การทำงานเป็นทีม การติดต่อกับเพื่อนในตำแหน่งเดียวกัน หรือใกล้เคียงกัน ความร่วมมือกับแผนกอื่น การแก้ไขปัญหาภายในแผนก คำแนะนำต่อแผนกอื่น เป็นต้น ซึ่งจุดมุ่งหมายของการสื่อสารแบบนี้จะเป็นการประสานงาน และการร่วมกันแก้ไขปัญหา เพื่อให้การดำเนินการ หรือการปฏิบัติงานเป็นไปอย่างถูกต้อง รวดเร็ว และเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานขององค์การ

๒.๒ แนวคิดเรื่องการพัฒนาประสิทธิภาพช่องทางการสื่อสาร

วิโรจน์ โสวัณณะ (๒๕๔๕ , น. ๙๕) กล่าวว่า การสื่อสารเป็นกระบวนการหรือเครื่องมือที่จะนำไปสู่ความเข้าใจในการติดต่อและการ ทำงานร่วมกันของบุคคลในองค์กรเพื่อบรรลุเป้าหมาย แต่หากไม่เรียนรู้และเข้าใจความต้องการของตนเอง ไม่เข้าใจผู้อื่นแล้ว ไม่ว่าจะมีการสื่อสารที่ดีและมีอุปกรณ์สื่อสารที่ทันสมัยเพียงใดก็ไร้คุณค่า

Szilagyi & Wakkace (๑๙๙๐, p. ๕๐๒-๕๐๔. อ้างถึงใน วันชัย มีชาติ ๒๕๔๘, น. ๑๕๒ - ๑๕๔) กล่าวว่า การสื่อสารจำเป็นจะต้องเข้าใจถึงความแตกต่าง ระหว่างบุคคล เมื่อบุคคลมีความแตกต่างกันการสื่อสารที่ดีจะต้องใช้ความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีควบคู่กันไปด้วย จึงจะทำให้การสื่อสารนั้นประสบผลสำเร็จ อนึ่ง การสื่อสารที่ผิดพลาดจะส่งผลกระทบต่อ การบรรลุประสิทธิผลขององค์การเสมอ การสร้างระบบการสื่อสารภายในองค์กรที่ดีจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างมาก หน้าที่สำคัญประการหนึ่งของผู้บริหารทุกระดับ คือ การจัดระบบการสื่อสารตลอดจนการไหล ของข้อมูลข่าวสารในองค์กรและลดความผิดพลาดหรืออุปสรรคในการสื่อสารซึ่งสามารถทำได้หลาย วิธีสรุปได้ดังนี้

๑) การติดตามผลและให้ข้อมูลย้อนกลับ (follow-up and feedback) วิธีการนี้จะทำให้ กระบวนการสื่อสารเป็นแบบ two-way หากเป็นการใช้เอกสารติดตามผลข้อมูลย้อนกลับอาจตรวจสอบได้จากการโต้ตอบ การแสดงออกของผู้รับสารจะทำให้เราทราบว่า การสื่อสารมีความถูกต้อง เพียงไร

๒) การใช้การสื่อสารหลายวิธี (parallel channels and repetition) การใช้วิธีการสื่อสาร และช่องทางการสื่อสารหลายวิธีทำให้การติดต่อสื่อสารมีความถูกต้องยิ่งขึ้น เช่น มีการสั่งการด้วย เอกสารเป็นลายลักษณ์อักษรแล้ว และยังมีการประชุมและสั่งการด้วยวาจาและใช้โอกาสพูดคุยอย่างไม่เป็นทางการด้วย ก็จะทำให้การสื่อสารถูกต้องมากยิ่งขึ้น

๓) ระยะเวลา (timing) ปัญหาด้านระยะเวลาเป็นสาเหตุหนึ่งของการสื่อสารที่เบี่ยงเบนไป ทั้งในแง่ของความกดดันด้านเวลาและความไม่เหมาะสม ในการสื่อสารเวลาหนึ่ง ๆ องค์กรและกลุ่ม อาจกำหนดมาตรฐานด้านเวลาเพื่อแก้ปัญหาดังกล่าวได้ เช่น ระบุไว้ล่วงหน้าว่าจะทำงานหนึ่งให้เสร็จ เมื่อใดเพื่อเป็นเกณฑ์ในการ

จัดแบ่งเวลาและติดต่อระหว่างกันในการรายงานและสั่งการในองค์กร นอกจากนี้ ยังต้องแยกระหว่างงานประจำกับงานจรซึ่งจะช่วยลดแรงกดดันด้านเวลาอันจะทำให้การสื่อสารมีความถูกต้องมากยิ่งขึ้น

๔) ให้ความสนใจกับภาษา (attention to language) ในการสื่อสารนั้น การเลือกใช้คำเป็นวิธีการหนึ่งที่จะลดความผิดพลาดในการสื่อสารได้ ซึ่งการเลือกใช้คำนี้จะมีเกี่ยวข้องกับการทำความเข้าใจกับผู้ที่เราจะสื่อสารด้วยว่าควรจะใช้ภาษาในระดับใด

๕) ศูนย์กลางข้อมูล (information communication and information centers) การสื่อสารโดยวิธีการนี้จะเป็นการสื่อสารที่รวดเร็วและยืดหยุ่น และมีความถูกต้องของข้อมูลมาก ซึ่งองค์กรอาจใช้ศูนย์กลางข้อมูลเป็นแหล่งกระจายข่าวโดยไม่ผ่านช่องทางที่เป็นทางการขององค์กรก็อาจจะทำให้การสื่อสารมีความถูกต้องและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

๖) การให้รู้เท่าที่จำเป็น (the exception principle and the need to know) เป็นการวางระบบในการสื่อสารในองค์กรให้มีการสื่อสารในกรณีพิเศษและให้มีการรับข้อมูลเฉพาะที่จำเป็น โดยการเสนอข้อมูลไปยังฝ่ายบริหารเฉพาะที่ฝ่ายบริหารต้องการ ในขณะที่เดียวกัน ฝ่ายบริหารก็ให้ข้อมูลหรือสื่อสารกับพนักงานเฉพาะสิ่งที่พนักงานจำเป็นต้องรู้เท่านั้น ซึ่งจะทำให้การสื่อสารไม่มี ข้อมูลมากเกินไป วิธีการนี้จะเหมาะกับองค์กรที่มีสายการบังคับบัญชาสูง

๗) การใช้ธรรมเนียมปฏิบัติในการสื่อสาร (communication etiquette) เป็นความพยายามที่จะวางระบบในการสื่อสาร เช่น โทรสาร ให้ใช้สื่อสารเฉพาะในเรื่องที่จำเป็น และเร่งด่วน ซึ่งการใช้เครื่องมือโดยไม่จำเป็นอาจจะทำให้การสื่อสารผิดพลาด หรือมีมากเกินไปจนความจำเป็น การสร้างธรรมเนียมปฏิบัติที่เหมาะสมจึงเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการสื่อสารได้

๘) การฟังอย่างตั้งใจ (listen actively) เป็นการลดความผิดพลาดจากการสื่อสาร การตั้งใจฟังจะทำให้ข้อมูลที่ผู้ส่งสารต้องการจะส่งถึงผู้รับสารครบถ้วน ในขณะที่เดียวกันการฟังอย่างตั้งใจ นั้น ผู้รับสารสามารถคิดต่อและไตร่ตรองสิ่งที่ได้ฟังและอาจมีการสอบถามหรือทำความเข้าใจข้อมูล ข่าวสารได้มากขึ้น นอกจากนี้ การฟังอย่างตั้งใจจะทำให้เกิดความรู้สึกที่ดีระหว่างผู้ที่สื่อสารและเกิด การยอมรับกัน ซึ่งจะเป็นการพัฒนาระบบความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคลากรภายในองค์กรตามมาด้วย

๒.๓ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อ (Selective Exposure)

พีระ จิโรโสภณ (๒๕๓๔, น. ๖๓๖ - ๕๔๐) กล่าวว่า การสื่อสารนั้นจัดได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่งในชีวิตของมนุษย์ การสื่อสารถือได้ว่าเป็นเครื่องมือเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินกิจกรรมของตนและเพื่ออยู่ร่วมกับคนอื่น ๆ ในสังคม การสื่อสารเป็นพื้นฐานของการติดต่อของกระบวนการสังคม ยิ่งสังคมมีความสลับซับซ้อนมากเท่าใด การสื่อสารก็ยิ่งมีความสำคัญมากขึ้นเท่านั้น ดังนั้นในการรับข่าวสารต่างๆ ผู้รับสารย่อมมีกระบวนการ เลือกสรรข่าวสาร (Selective Process) แตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทศนคติ หรือความรู้สึกนึกคิดของแต่ละคน กระบวนการเลือกสรรเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filters) ข่าวสาร ซึ่งในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบไปด้วย ๓ ขั้นตอนดังนี้

๑. การเลือกเปิดรับ หรือเลือกสนใจ (Selective Exposure of Selective Attention) หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจ หรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งจากที่มีอยู่ ด้วยกันหลายแหล่ง โดยการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่เกี่ยวข้องหลายประการ อาทิ ระดับการศึกษา วัย อาชีพ ความเชื่อ อุดมการณ์ ประสบการณ์ส่วนบุคคล เป็นต้น บุคคลจะแสวงหา ข้อมูลข่าวสารเพื่อสนับสนุนความคิดเดิมที่มีอยู่แล้ว และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกนึก คิดของตนเอง ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่ลงรอยกับความเข้าใจ หรือความคิดเดิมของตนนั้นจะก่อให้เกิดความไม่สมดุลทางจิตใจ หรือความไม่สบายใจที่เรียกว่า

ความไม่สอดคล้องกันทางความเข้าใจ (Cognitive Dissonance) ฉะนั้น การที่จะละหรือหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าวได้ก็ต้องแสวงหา ข่าวสาร หรือเลือกสรรเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับความคิดเดิมของตนเอง

๒. การเลือกรับรู้ หรือเลือกตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) หมายถึง เมื่อบุคคลรับข่าวสารที่สนใจแล้ว ผู้รับสารแต่ละคนก็จะตีความข่าวสารตามความเข้าใจ ทศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง สภาวะอารมณ์และจิตใจในขณะนั้น ฯลฯ ซึ่งข่าวสารชิ้นเดียวกันที่ส่งผ่านสื่อมวลชน อาจจะตีความแตกต่างกัน

๓. การเลือกจดจำ (Selective Retention) หมายถึง บุคคลจะเลือกจดจำข้อมูลข่าวสาร เฉพาะในส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ และทศนคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ หรือไม่เห็นด้วยกับความคิดของตน ดังนั้นการเลือกจดจำเนื้อหาของสารที่ได้รับ จึงเท่ากับเป็นการส่งเสริมให้ทศนคติและความเชื่อเดิมของคนเรามีความมั่นคงยิ่งขึ้น และเปลี่ยนแปลง ยากขึ้น ลักษณะการเปิดรับสื่อของผู้รับสารนั้น มีดังต่อไปนี้ (พรทิพย์ วรกิจโกคาทร, ๒๕๓๙, น. ๒๙๒)

๑) เปิดรับสื่อที่สามารถจัดหาได้ (Availability) โดยผู้รับสารมักจะเลือกสื่อที่ไม่ต้องใช้ความพยายามมากในการได้มา

๒) เปิดรับสื่อที่สอดคล้อง (Convenience) กับค่านิยม ความเชื่อ ความรู้ และทศนคติ ของ ตนเอง

๓) เปิดรับสื่อที่สะดวก (Convenience) ตามพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกันตามความ สะดวก ในแต่ละคน

๔) เปิดรับสื่อตามความเคยชิน (Accustomedness) ในทุกสังคมจะมีคนกลุ่มหนึ่งที่มีมักไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงการรับสื่อที่ตนเองเคยรับอยู่ ซึ่งมักจะพบมากในคนที่มีอายุมาก ทั้งนี้คุณลักษณะเฉพาะของสื่อแต่ละประเภท ก็ส่งผลต่อการเลือกรับสื่อของผู้รับสาร เช่นสื่อ วิทยุโทรทัศน์ ที่เห็นภาพ เสียงจริงได้ เข้าใจ และให้ความรู้สึกเหมือนอยู่ในเหตุการณ์จริง นอกจากนี้ยัง เป็นการพักผ่อนอีกวิธีหนึ่งด้วย ทำให้สามารถแบ่งความสัมพันธ์ของผู้รับสารที่มีต่อข่าวสารได้ ๔ ประเภทดังนี้

๑. ความต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์ (Utilization) หมายถึง การที่ผู้รับสารจะเปิดรับข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อตนเองเป็นสำคัญ เช่น ฟังข่าวที่จะเป็นประโยชน์ในการประกอบอาชีพ เป็นต้น

๒. ความต้องการข่าวสารที่สอดคล้อง (Consistency) หมายถึง ข่าวสารที่เปิดรับนั้นต้องสอดคล้องกับค่านิยม ความเชื่อและทศนคติของผู้รับสาร โดยข่าวสารที่ไม่สอดคล้องมักจะไม่ได้ได้รับความสนใจหรือได้รับการปฏิเสธจากผู้รับสาร

๓. ความต้องการข่าวสารที่สะดวกในการได้มา (Availability) หมายถึง แม้ข่าวสารนั้นจะให้ประโยชน์ และสอดคล้องกับผู้รับสาร แต่ด้วยข้อจำกัดในการเปิดรับสารที่มีอยู่ หากข่าวสารดังกล่าว ได้มาด้วยความลำบาก หรือไม่สะดวก ผู้รับสารก็อาจจะไม่เปิดรับข่าวสารนั้นได้

๔. ความอยากรู้อยากเห็น (Curiosity) หมายถึง ธรรมชาติของมนุษย์ทุกคนย่อมมีความต้องการที่อยากจะมีความรู้ใหม่ๆ เหล่านี้เป็นปัจจัยที่ทำให้มนุษย์เปิดรับข่าวสาร

จากแนวคิดทฤษฎีที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่ากระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารจะแตกต่างกันไปตาม ประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทศนคติ ความรู้สึกนึกคิด ความสะดวก ฯลฯ เพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากเห็นของตนเองและประโยชน์ต่อตนเอง

๒.๔ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร

ฟิลิปป์ บี แอปเปิ้ลไวท์ (Phillip B. Applewhite ๑๙๖๕, p ๖) ได้ให้ความหมายของความ พึงพอใจไว้ว่าเป็นความสุข ความสบายที่ได้รับจากสภาพแวดล้อมทางกายภาพ เป็นความสุขความ สบายที่เกิดจากการเข้าร่วม ได้รู้ได้เห็นในกิจกรรมนั้นๆ

เบนจามิน บี วอลแมน (Benjamin B. Wolman ๑๙๗๓, p ๓๘๔) ได้ให้ความหมายของความ พึงพอใจไว้ว่า หมายถึง ทำที่ทั่วๆ ไปที่เป็นผลมาจากทำที่มีต่อสิ่งต่างๆ ๓ ประการ คือ ๑. ปัจจัยที่เกี่ยวกับกิจกรรม ๒. ปัจจัยที่เกี่ยวกับบุคคล ๓. ลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่ม

ริสเซอร์ (Risser ๑๙๗๕, p ๔๕-๕๑) กล่าวว่า ความพึงพอใจของแต่ละคนเกิดจากการได้รับประสบการณ์หรือบรรลุในสิ่งที่คาดหวัง

แคมป์เบล (Campbell ๑๙๗๖, p ๑๑๗-๑๒๔) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกภายในที่ แต่ละคนเปรียบเทียบระหว่างความคิดเห็นต่อสภาพการณ์ที่อยากให้เป็นหรือคาดหวังหรือรู้สึก ว่าสมควรจะได้รับผลที่ได้จะเป็นความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจเป็นการตัดสินของแต่ละบุคคล

เคทซ์ และคณะ (Katz et al., ๑๙๗๔, pp. ๒๒) ได้ให้คำอธิบายในแบบแผนเรื่องของการใช้ ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชนของบุคคลผู้รับสาร ว่าส่วนใหญ่มนุษย์จะใช้บริการสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นช่องทางในการสื่อสารเพื่อที่จะได้มาซึ่งข่าวสาร ความต้องการจงข่าวสาร (Information Need) จาก บุคคลอื่นจึงนำไปสู่ความคาดหวังที่จะได้ข่าวสารนั้นจนก่อให้เกิดการสื่อสารระหว่างบุคคลและส่งผล ให้เกิดความพึงพอใจ นอกจากนี้ความพึงพอใจในการสื่อสารจะไม่เกิดขึ้นถ้าหากผู้ส่งสารไม่ได้พิจารณา ถึงปัจจัยของผู้รับสารหรือคุณลักษณะของผู้รับสารในฐานะที่เป็นผู้รับการติดต่อสื่อสารโดยตรง การที่จะประเมินว่าข่าวสารที่ส่งไปนั้นเป็นที่น่าพึงพอใจเพียงใดก็จำเป็นผู้รับสารที่เป็นผู้กำหนด เนื่องจากบุคคลแต่ละคนมีภูมิหลังส่วนตัวที่แตกต่างกันจึงมีการพิจารณาและตีความที่แตกต่างกันไป ดังนั้นการส่งข่าวสารอย่างมีประสิทธิภาพจึงต้องคำนึงถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้รับสาร ๔ ประการ ดังนี้ (กรีซ สิบสนธิ, ๒๕๒๕)

๑. ความต้องการของผู้รับสารโดยทั่วไปแล้วการรับข่าวสารของแต่ละบุคคลนั้นจะเป็นไปเพื่อตอบสนองความต้องการของตน ซึ่งประกอบด้วย

๑.๑ ต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์กับตน

๑.๒ ต้องการข่าวสารที่สอดคล้องกับความเชื่อ ทศนคติและค่านิยมของตน

๑.๓ ต้องการประสบการณ์ใหม่

๑.๔ ต้องการความสะดวกรวดเร็วในการรับสาร

๒. ความแตกต่างของผู้รับสาร โดยจะมีความแตกต่างกันดังนี้

๒.๑ วัย เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้มีความแตกต่างทางด้านความคิดและพฤติกรรม บุคคลที่มีอายุมากจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อการสื่อสาร แตกต่างจากบุคคลที่มีอายุน้อย อีกทั้งยังมีความสนใจใน ข่าวสารที่แตกต่างกันด้วย ดังนั้นอายุน่าจะเป็นตัวกำหนดความคิดเห็น ความต้องการและความพึงพอใจที่แตกต่างกัน

๒.๒ เพศหญิงมีแนวโน้มและความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสาร มากกว่าเพศชายแต่ความแตกต่างเพศชายกลับต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้น สภาพทางสรีรวิทยา จิตวิทยา และ สังคมวิทยา ความต้องการข่าวสารของบุคคล ความคาดหวังที่จะได้ข่าวสารจากคู่สนทนา การสื่อสารระหว่างบุคคล ความพึงพอใจจากการรับส่งข่าวสารนั้นด้วย

๒.๓ การศึกษามีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการสื่อสารของผู้รับสารซึ่งอาจเกิดได้ตั้งแต่การแปลความ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ จึงเป็นสิ่งที่ทำ ให้พฤติกรรมในการรับสารแตกต่างกัน ไปผู้ส่งสารจึงต้องตระหนักว่า ผู้รับสารมีการศึกษาอยู่ในระดับใดเพื่อจะได้เสนอข่าวสารและเลือกใช้ ภาษาได้อย่างเหมาะสม

๓. ความตั้งใจและประสบการณ์เดิมหากผู้รับสารมีความตั้งใจในการรับสารแล้วก็จะช่วยให้ รับรู้ข่าวสารได้ดีกว่า

๔. ความคาดหวังและความพึงพอใจ ความคาดหวังเป็นความรู้สึกที่สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของ คนในการที่จะตีความต่อสภาพแวดล้อมเพื่อให้ได้มาในสิ่งที่ตนต้องการ ส่วนความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร ก็คือความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับนั่นเอง

ในการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่ออื่น ผู้รับสารต้องมีความต้องการอย่าง หนึ่งอย่าง ใดจากสื่อก่อน จึงจะมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนั้นได้ แคทซ์ (Katz, ๑๙๙๕ อ้างถึง ใน พงษ์เดช ศรี เล็กดี, ๒๕๔๔) แบ่งกลุ่มตามความต้องการตามลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

๑. ความต้องการทางด้านความรู้และความเข้าใจ (Cognitive Need) คือ ความต้องการที่ ผู้รับสารเปิดรับสื่อเพื่อจะได้รับข่าวสารความรู้ และความเข้าใจในบุคคล เหตุการณ์หรือสื่อต่าง ๆ

๒. ความต้องการทางด้านอารมณ์ (Affective Need) คือ ความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อ เพื่อจะได้รับ ความพึงพอใจ หรือได้รับประสบการณ์ทางอารมณ์ รวมทั้งในเรื่องของความสวยงามหรือ ศิลปะต่าง ๆ

๓. ความต้องการทางด้านความเชื่อถือและความมั่นคง (Integrative Need) คือ ความ ต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อเพื่อจะได้ความเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่นคง และสภาพอันเป็นที่ ยอมรับ

๔. ความต้องการทางการหนี (Escape Need) คือ ความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับ สื่อเพื่อหนีจากสภาพความเป็นจริงชั่วขณะ โดยใช้ดูเพื่อความบันเทิง ให้เกิดความเพลิดเพลิน

แคทซ์ และคณะ (Katz and Others, ๑๙๗๔ อ้างถึงใน พิระ จิระโสภณ, ๒๕๓๒) ได้ให้คำอธิบายเกี่ยวกับการ ใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการสื่อสารของผู้รับสารว่าแนวทางการศึกษาการใช้ประโยชน์และการ ได้รับ ความพึงพอใจ คือ การศึกษาเกี่ยวกับ สภาวะของสังคมและจิตใจ ซึ่งก่อให้เกิดความต้องการของบุคคล และเกิดความคาดหวังจากสื่อนำไปสู่การเปิดรับสื่อในรูปแบบต่าง ๆ กัน อันก่อให้เกิดผลการได้รับประโยชน์ และความพึงพอใจตามที่ต้องการและผลอื่น ๆ ที่ตามมา ซึ่งอาจจะไม่ใช่ผลที่มุ่งหวังไว้ก็ได้ ดังนั้น สภาวะจิตใจ และสังคมที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคล ก่อให้เกิดความต้องการที่แตกต่างกันไป ความต้องการที่แตกต่างกันนี้ ทำให้แต่ละคนมีความคาดหวังว่าสื่อแต่ละประเภทจะสนองความพึงพอใจและนำไปใช้ประโยชน์ได้ต่างกัน ออกไปด้วย ดังนั้นลักษณะการใช้สื่อของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันไปตามความคาดหวังที่ต่างกัน รวมถึง ประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้จากสื่อก็จะต่างกันไปด้วย

เว็นเนอร์ (Wenner, ๑๙๘๕) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร โดยได้แบ่งความพึง พอใจออกเป็น ๔ กลุ่ม คือ

๑. การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ด้านข้อมูล (Orientation Gratifications) หมายถึง การใช้ ข้อมูล ข่าวสารเพื่อการอ้างอิง เพื่อเป็นแรงเสริมในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม รูปแบบความต้องการ ที่แสดงออกมา ได้แก่ การติดตามข่าวสาร หรือการได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจ

๒. การใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงกับสังคม (Social Gratifications) เป็นการใช้ข่าวสารเชื่อมโยง ระหว่าง ข้อมูลเกี่ยวกับสังคมซึ่งรับรู้ข่าวสาร เข้ากับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกบุคคล เช่น การนำข้อมูลไปใช้ในการ สนทนากับผู้อื่น ใช้เป็นข้อมูลเพื่อการชักจูงใจ

๓. การใช้ข้อมูลข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล (Para – Social Gratifications) เป็น กระบวนการใช้ประโยชน์จากข่าวสาร เพื่ออ้างอิงผ่านตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อ หรือปรากฏในเนื้อหาของสื่อ เช่น การยึดถือหรือชื่นชมผู้อ่านข่าวนำมาเป็นแบบอย่างในทางพฤติกรรม

๔. การใช้ข้อมูลข่าวสารเพื่อประโยชน์ด้านอารมณ์ (Para-Orientatation Gratifications) เป็นการใช้อخبارในการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์เพื่อปกป้องตนเอง เช่น การใช้เวลาให้หมดไปเพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน เพื่อหลีกเลี่ยงจากสิ่งที่ไม่พึงพอใจอย่างอื่น

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (๒๕๓๓, น. ๑๑๔) กล่าวว่า การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนั้นเป็นแนวคิดทางด้านการสื่อสารในแง่ที่ผู้รับสารคือตัวจักรที่จะตัดสินใจ โดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตนเป็นหลัก การศึกษาตามแนวคิดนี้ เป็นการศึกษาที่เน้นผู้รับสาร (Media Consumer) เป็นจุดเริ่มต้น โดยศึกษาว่าผู้รับสารนั้นมีกระบวนการอย่างไรในการเลือกเปิดสื่อหนึ่งๆ กระบวนการ ดังกล่าว หมายถึง พฤติกรรมการสื่อสาร (Communication Behavior) ที่ครอบคลุมถึงภูมิหลังของ ผู้รับสารด้วยเหตุนี้การใช้สื่อและความพึงพอใจในการสื่อสารประกอบด้วย ๓ ขั้นตอน ดังนี้

๑) ผู้รับสารในฐานะเป็นผู้ที่มีบทบาทรุก (Active) และมีวัตถุประสงค์เสมอในการสื่อสาร หรือเปิดรับสาร (Goal Directed)

๒) การใช้สื่อหรือการเปิดรับสื่อหนึ่งๆที่เลือกสรรมาแล้ว ก็เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ ของตนเอง ไม่ใช่เป็นการเปิดรับสารที่เลื่อนลอย หรือเป็นผลชักจูงใจจากผู้ส่งสารแต่เพียงอย่างเดียว

๓) ความพึงพอใจในสื่อเกิดขึ้นเมื่อการเปิดรับสื่อหรือการใช้สื่อที่เลือกแล้วนั้นเป็นอย่าง ต่อเนื่อง ดังนั้นในทางกลับกับผู้ส่งสารต่างหากที่จำเป็นต้องแข่งขันกัน เพื่อการบริการใช้ประชาชน ผู้รับสารพึงพอใจมิใช่เกิดจากตัวผู้ส่งสารเองนั้นพอใจอย่างการสื่อสารก่อนหน้านั้น

สมยศ นาวิการ (๒๕๔๓ , น. ๑๐๓) ได้ให้ทัศนะในเรื่องนี้ว่า ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารขึ้นอยู่กับสิ่งที่บุคคลได้มา เปรียบเทียบกับสิ่งที่บุคคลต้องการ ความพึงพอใจไม่ควรผูกอยู่กับความมีประสิทธิภาพของข่าวสารใด ๆ (การแสดงออกหรือการแปลความหมาย) ถ้าหากว่าการติดต่อสื่อสาร เป็นไปตามความต้องการ ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารจะเกิดขึ้น เราอาจจะรู้สึกต้องการข่าวสารบางอย่าง หรือเสนอข่าวสารตามแนวทางบางอย่างของเรา เมื่อข่าวสารถูกสื่อตามแนวทางที่สอดคล้องกับความรู้สึกของเราเราจะมี ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร

จากความหมายข้างต้น กล่าวได้ว่า ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร เป็นเรื่องของทัศนะ ของแต่ละคน ในองค์กร ซึ่งครอบคลุมถึงข่าวสาร ช่องทางการติดต่อและบรรยากาศในการ ติดต่อสื่อสาร รวมถึงการติดต่อสื่อสารกับผู้บังคับบัญชา ตลอดจนการติดต่อสื่อสารในองค์กรด้วยตนเอง ถ้าการติดต่อสื่อสารในองค์กร สอดคล้องกับความต้องการและความรู้สึก ความพึงพอใจในการสื่อสารก็จะเกิดขึ้น

จากการศึกษารอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องนั้น สรุปได้ว่า การสื่อสารผ่านช่องทางการสื่อสารภายในองค์กร เป็นกระบวนการที่สำคัญและเป็นด่านแรกก่อนที่องค์กรจะทำการสื่อสารออกไปสู่ภายนอก ความสำคัญของการเลือกช่องทางการสื่อสารในองค์กร มีผลต่อการบรรลุความสำเร็จภายในองค์กร เป็นอย่างยิ่ง หากเราสามารถเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสมกับประเภทของข้อมูล และเข้าถึง ผู้ที่เราจะต้องสื่อสารด้วย จะทำให้เราประหยัดเวลาในการสื่อสาร และได้รับผลตอบแทนที่น่าพอใจ ในทางกลับกัน หากเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารที่ผิดประเภท อาจทำให้ข้อความไปไม่ถึงผู้รับหรือ บิดเบือนไป ทำให้ต้องเสียเวลาในการหาจุดผิดเพื่อแก้ไข และทำให้งานที่ได้ลดประสิทธิภาพลงอีกด้วย ดังนั้น การศึกษาในครั้งนี้ จึงเป็นการศึกษาถึงช่องทางการสื่อสารในปัจจุบันของกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร เพื่อนำผลไปเป็นแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการสื่อสารขององค์กรต่อไป

บทที่ ๓

วิธีดำเนินการ

๓.๑ ขั้นตอนการดำเนินการ

- ๑) วิเคราะห์ผลผลิตและบริการที่สำคัญของแต่ละพันธกิจและนำมากำหนดกลุ่มผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของแต่ละผลผลิตและบริการ
- ๒) วิเคราะห์ผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของหน่วยงาน และช่องทางในการสื่อสารของกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร
- ๓) ออกแบบสอบถามความพึงพอใจและไม่พึงพอใจของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านประสิทธิภาพของช่องทางในการสื่อสาร
- ๔) สํารวจความพึงพอใจและไม่พึงพอใจของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านประสิทธิภาพของช่องทางในการสื่อสาร
- ๕) สรุปผลการดำเนินการพัฒนาช่องทางการสื่อสาร

๓.๒ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบเก็บข้อมูล ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว (Cross-sectional Study) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผ่านแบบสอบถามออนไลน์บนเว็บไซต์ Google Forms

๓.๓ การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้จะใช้ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายลักษณะของข้อมูลจากแบบสอบถาม ส่วนต่างๆ ได้แก่ ส่วนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ ๒ ความคิดเห็นและการรับรู้เรื่องประสิทธิภาพและประสิทธิผลของช่องทางการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ ของกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร ส่วนที่ ๓ ความคิดเห็นความพึงพอใจและไม่พึงพอใจต่อช่องทางการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ ของกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร ส่วนที่ ๔ ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุง

บทที่ ๔ ผลการวิเคราะห์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้เขียนได้นำข้อมูลที่เก็บมาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคลากรทุกระดับที่มีการดำเนินงาน การติดต่อประสานงาน รับทราบข้อมูลจากกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร (เครือข่ายพัฒนาองค์กร) ที่เข้าตอบแบบสอบถามออนไลน์ มาวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยโดยนำเสนอผลการวิเคราะห์ไว้ ๔ ส่วน ดังนี้

๔.๑ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

๔.๒ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในเรื่องประสิทธิภาพและประสิทธิผลของช่องทางการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ ของกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร

๔.๓ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในเรื่องความพึงพอใจต่อช่องทางการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ผ่านทุกช่องทางการสื่อสาร ของกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร

๔.๔ การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นที่มีต่อช่องทางการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ ของกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร

๔.๑ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสำรวจด้วยแบบสอบถาม แบ่งเป็นเพศ ระดับตำแหน่ง อายุ และระดับการศึกษา ผู้เขียนใช้สถิติร้อยละร่วมในการวิเคราะห์รายละเอียดปรากฏดังนี้

ตารางที่ ๑ แสดงข้อมูลในเรื่องเพศของกลุ่มตัวอย่าง

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	๑๐	๑๙.๒
หญิง	๔๒	๘๐.๘
รวม	๕๒	๑๐๐

ตารางที่ ๑ แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างประชากรมีจำนวนรวมทั้งสิ้น ๕๒ คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มี จำนวน ๔๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๘๐.๘ เพศชาย มีจำนวน ๑๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๙.๒

ตารางที่ ๒ แสดงข้อมูลระดับตำแหน่งของกลุ่มตัวอย่าง

ระดับตำแหน่ง	จำนวน	ร้อยละ
ระดับเชี่ยวชาญ	๑	๑.๙
ระดับชำนาญการพิเศษ	๗	๑๓.๔
ระดับชำนาญการ	๑๕	๒๘.๙
ระดับปฏิบัติการ	๘	๑๕.๔
พนักงานราชการ	๒๑	๔๐.๔
รวม	๕๒	๑๐๐

ตารางที่ ๒ เป็นการแสดงข้อมูลระดับตำแหน่งของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้นำผู้เข้าตอบแบบสอบถามออนไลน์เป็นบุคลากรทุกระดับที่มีการดำเนินงาน การติดต่อประสานงาน รับทราบข้อมูลจากกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เข้าตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ พนักงานราชการ จำนวน ๒๑

คน คิดเป็นร้อยละ ๔๐.๔ รองลงมาคือ ระดับชำนาญการ จำนวน ๑๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๘.๙ และระดับปฏิบัติการ จำนวน ๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๕.๔ ตามลำดับ

ตารางที่ ๓ แสดงข้อมูลในเรื่องอายุของกลุ่มตัวอย่าง

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
≤ ๒๕ ปี	๒	๓.๘
๒๖ - ๓๕ ปี	๑๖	๓๐.๘
๓๖ - ๔๕ ปี	๑๙	๓๖.๕
๔๖ - ๕๕ ปี	๑๕	๒๘.๙
รวม	๕๒	๑๐๐

ตารางที่ ๓ เป็นการแสดงข้อมูลในเรื่องอายุของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ ๓๖ - ๔๕ ปี จำนวน ๑๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๖.๕ รองลงมาคือช่วงอายุ ๒๖ - ๓๕ ปี จำนวน ๑๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๐.๘ และอายุระหว่าง ๔๖ - ๕๕ ปี จำนวน จำนวน ๑๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๘.๙ ตามลำดับ

ตารางที่ ๔ แสดงข้อมูลในเรื่องระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ปริญญาตรี	๒๔	๔๖.๒
ปริญญาโท	๒๘	๕๓.๘
รวม	๕๒	๑๐๐

ตารางที่ ๔ เป็นการแสดงข้อมูลระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษา ระดับปริญญาโท จำนวน ๒๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๓.๘ รองลงมาคือระดับปริญญาตรี จำนวน ๒๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๖.๒

๔.๒ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในเรื่องประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการสื่อสารภายในองค์กร ข้อมูลเปรียบเทียบช่องทางการสื่อสารของกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร ทั้ง ๖ ช่องทาง กับความรวดเร็วในการรับรู้ข่าวสาร และความเข้าใจในข่าวสารที่ได้รับ สรุปได้ดังนี้

ตารางที่ ๕ แสดงข้อมูลช่องทางการสื่อสารที่ผู้รับ ข่าวสาร การประชาสัมพันธ์งานจากกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร (ตอบได้มากกว่า ๑ ข้อ)

ช่องทาง	จำนวน	ร้อยละ
Facebook กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร	๒๔	๔๖.๒
Website กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร	๔๔	๘๔.๖
Line Group พัฒนางค์กร	๕๒	๙๖.๒
E-mail กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร	๒๒	๔๒.๓
โทรศัพท์	๑๙	๓๖.๕
โทรสาร (Fax)	๔	๗.๗
รวม	๕๒	๑๐๐

ตารางที่ ๕ แสดงให้เห็นได้ว่า ช่องทางการสื่อสารที่กลุ่มตัวอย่างได้รับรู้ข่าวสารประชาสัมพันธ์จากกลุ่มพัฒนาระบบบริหารได้มากที่สุด ๓ ได้แก่ (๑) Line Group พัฒนางค์กร จำนวน ๕๐ คน คิดเป็นร้อยละ

๘๖.๒ (๒) Website กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร จำนวน ๔๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๘๔.๖ (๓) Facebook กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร จำนวน ๒๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๖.๒

ตารางที่ ๖ แสดงข้อมูลช่องทางการสื่อสารที่มีการตอบโต้รวดเร็ว

ช่องทาง	จำนวน	ร้อยละ
Facebook กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร	๒	๓.๘๕
Website กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร	๐	๐.๐๐
Line Group พัฒนางค์กร	๓๙	๗๕.๐๐
E-mail กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร	๐	๐.๐๐
โทรศัพท์	๑๑	๒๑.๑๕
โทรสาร (Fax)	๐	๐.๐๐
รวม	๕๒	๑๐๐

จากตารางที่ ๖ พบว่า ช่องทางการที่มีการตอบโต้รวดเร็ว คือ Line Group พัฒนางค์กร จำนวน ๓๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๗๕ รองลงมาคือ โทรศัพท์ จำนวน ๑๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๑.๑๕ และ Facebook กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร จำนวน ๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๓.๘๕ ตามลำดับ

ตารางที่ ๗ แสดงข้อมูลช่องทางการที่ได้รับการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร จากกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร

ช่องทาง	จำนวน	ร้อยละ
Facebook กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร	๓	๕.๗๗
Website กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร	๔	๗.๖๙
Line Group พัฒนางค์กร	๔๔	๘๔.๖๒
E-mail กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร	๐	๐.๐๐
โทรศัพท์	๑	๑.๙๒
โทรสาร (Fax)	๐	๐.๐๐
รวม	๕๒	๑๐๐

จากตารางที่ ๗ พบว่า ช่องทางการที่ได้รับการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร จากกลุ่มพัฒนาระบบบริหารมากที่สุด คือ Line Group พัฒนางค์กร จำนวน ๔๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๘๔.๖๒ รองลงมาคือ Website กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร จำนวน ๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๗.๖๙ และ Facebook กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร จำนวน ๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๕.๗๗ ตามลำดับ

ตารางที่ ๘ แสดงข้อมูลช่องทางการที่ได้รับการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร จากกลุ่มพัฒนาระบบบริหารน้อยที่สุด

ช่องทาง	จำนวน	ร้อยละ
Facebook กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร	๓	๕.๗๗
Website กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร	๒	๓.๘๕
Line Group พัฒนางค์กร	๔	๗.๖๙
E-mail กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร	๙	๑๗.๓๑
โทรศัพท์	๕	๙.๖๒
โทรสาร (Fax)	๒๙	๕๕.๗๗
รวม	๕๒	๑๐๐

จากตารางที่ ๘ พบว่า ช่องทางที่ได้รับการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร จากกลุ่มพัฒนาระบบบริหารน้อยที่สุด คือ โทรสาร (Fax) จำนวน ๒๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๕.๗๗ รองลงมาคือ E-mail กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร จำนวน ๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๗.๓๑ และ โทรศัพท์ จำนวน ๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๙.๖๒ ตามลำดับ

๔.๓ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในเรื่องความพึงพอใจและไม่พึงพอใจต่อช่องทางการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของกลุ่มพัฒนาระบบบริหารสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ ๙ แสดงข้อมูลช่องทางที่มีความพึงพอใจมากที่สุด

ช่องทาง	จำนวน	ร้อยละ
Facebook กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร	๓	๕.๗๗
Website กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร	๓	๕.๗๗
Line Group พัฒนางค์กร	๔๓	๘๒.๖๙
E-mail กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร	๒	๓.๘๕
โทรศัพท์	๑	๑.๙๒
โทรสาร (Fax)	๐	๐.๐๐
รวม	๕๒	๑๐๐

จากตารางที่ ๙ พบว่า ช่องทางที่มีความพึงพอใจมากที่สุด คือ Line Group พัฒนางค์กร จำนวน ๔๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๘๒.๖๙ รองลงมา คือ Facebook กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร และ Website กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร จำนวน ๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๕.๗๗

ตารางที่ ๑๐ แสดงข้อมูลช่องทางที่มีความไม่พึงพอใจมากที่สุด

ช่องทาง	จำนวน	ร้อยละ
Facebook กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร	๔	๗.๖๙
Website กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร	๔	๗.๖๙
Line Group พัฒนางค์กร	๓	๕.๗๗
E-mail กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร	๗	๑๓.๔๖
โทรศัพท์	๕	๙.๖๒
โทรสาร (Fax)	๒๙	๕๕.๗๗
รวม	๕๒	๑๐๐

จากตารางที่ ๑๐ พบว่า ช่องทางที่มีความไม่พึงพอใจมากที่สุด คือ โทรสาร (Fax) จำนวน ๒๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๕.๗๗ รองลงมาคือ E-mail กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร จำนวน ๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๓.๔๖ และ โทรศัพท์ จำนวน ๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๙.๖๒ ตามลำดับ

ตารางที่ ๑๑ แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิตและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในต่อภาพรวมของช่องทางการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ ของกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร

ประเด็น	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	\bar{X}	SD	ความหมาย
ความพึงพอใจในต่อภาพรวมของช่องทางการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ของกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร	๑๗ (๓๒.๗)	๓๐ (๕๗.๗)	๓ (๕.๘)	๒ (๓.๘)	๐ (๐.๐)	๕๒ (๑๐๐.๐)	๔.๑๙	๐.๗๐๘	มาก

จากตารางที่ ๑๑ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในต่อภาพรวมของช่องทางการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ผ่านทุกช่องทางการสื่อสาร ของกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร ในระดับมาก (๔.๑๙)

ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็น ในการพัฒนาคุณภาพช่องทาง

- ด้านเนื้อหาในการประชาสัมพันธ์ ควรมีการเติมเต็มองค์ความรู้เร่งด่วน เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับเครือข่ายในการนำไปใช้ประโยชน์ เช่น PMQA 4.0 ที่สกัดแล้ว หรือ องค์ความรู้ที่จำเป็นเช่น การสรุบบทเรียนหน่วยงานที่มีการดำเนินงานโดดเด่น เพื่อเป็นต้นแบบให้หน่วยงานอื่นๆนำไปใช้ประโยชน์
- การสื่อสารกับเครือข่ายให้สื่อสารในหลากหลายช่องทาง เนื่องจากแต่ละคนเข้าถึงข้อมูลช่องทางที่แตกต่างกัน
- ผู้รับผิดชอบหลักในแต่ละเรื่อง ควรอยู่ใน line group พัฒนางค์กร เพื่อสามารถตอบคำถามและให้ข้อเสนอแนะกับเครือข่ายได้อย่างแม่นยำ ทันเวลา
- ประเด็นสำคัญ หรือข้อมูลที่ต้องทราบทั่วถึงกัน ให้แจ้งเป็นnote Line group พัฒนางค์กร
- ข้อมูลแจ้งความคืบหน้าทางไลน์ และให้นำมาอัปเดตในหน้าเวปไซด์กลุ่มพัฒนาระบบบริหารอีกช่องทางด้วย

๔.๔ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในเรื่องความพึงพอใจในต่อภาพรวมของช่องทางการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของกลุ่มพัฒนาระบบบริหารสรุปได้ดังนี้ส่วนที่ ๔ การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นที่มีต่อช่องทางการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ผ่านทุกช่องทางการสื่อสาร ของกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร

การศึกษาดังกล่าวสามารถนำมาอภิปรายเพิ่มเติมดังนี้

๑) ช่องทางที่มีการตอบโต้รวดเร็ว และได้รับการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร จากกลุ่มพัฒนาระบบบริหารมากที่สุด ผ่านช่องทาง Line Group พัฒนางค์กร เนื่องจากช่องทางดังกล่าวเป็นช่องทางที่มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เครือข่ายงานพัฒนางค์กรของทุกหน่วยงานในสังกัดกรมควบคุมโรค เข้ามาเพื่อเป็นช่องทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสาร จากกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร กับเครือข่ายพัฒนางค์กร และเป็นการช่องทางการสื่อสารในลักษณะสองทาง (two-way communication) คือ มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันทั้งสองฝ่าย หรือพูดคุยกันในกลุ่ม เพื่อให้เกิดความ เข้าใจที่ตรงกันทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร ซึ่งช่องทางดังกล่าว มีความสะดวก รวดเร็ว สามารถส่งไฟล์เอกสาร รูปภาพ ไฟล์เสียง และประหยัดค่าใช้จ่าย สอดคล้องกับที่พิมพ์ฉิษา เลียงบุญเลิศชัย (๒๕๕๕: ๗๐ อ้างอิงมาจากอรวรรณ ปิลันธน์โหวาท, ๒๕๓๗: ๖๕) ได้กล่าวถึงการติดต่อแบบสองทางว่า เป็นการ สื่อสารทำความเข้าใจ โดยมีการโต้ตอบระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสาร โดยที่ทั้งสองฝ่ายมีการพบปะ ชี้แจง ทำการตกลง ทบทวนความเข้าใจซึ่งกันและกัน เป็นต้น ทั้งนี้ หากไม่มีการโต้ตอบ หรือไม่

การ ตรวจสอบย้อนกลับสำหรับการรับสารและส่งสารนั้น อาจทำให้เกิดการผิดพลาดในการรับสาร และทำให้การทำงานไม่มีประสิทธิภาพได้

๒) การสื่อสารที่มีการโต้ตอบระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร นับว่าเป็นการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ของ แมค ควอล (McQuail, ๒๐๐๐) ว่าสื่อใหม่เป็นสื่อเพื่อการมีส่วนร่วม สำหรับใช้ในการแบ่งปัน และ แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ความคิด ประสบการณ์และสร้างความสัมพันธ์ จาก การสื่อสารผ่านระบบ อินเทอร์เน็ต ดังนั้นการที่เรานำสื่อใหม่เข้ามาใช้งานในปัจจุบันจะส่งผลให้สามารถเข้าถึง ผู้รับสาร ได้มากขึ้น อีกทั้งยังเป็นการเปิดกว้างให้ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถเข้าถึงข้อมูลในรูปแบบต่างๆที่ สื่อแบบเดิมไม่สามารถทำได้ อีกทั้งยังก่อให้เกิดการสื่อสารแบบ ๒ ทาง ทำให้ไม่เสียเวลา และสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง จึงเป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้ความนิยมในการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ (Line) มี จำนวนเพิ่มมากขึ้น และสอดคล้องกับที่พิมพ์ฉิชา เลี้ยงบุญเลิศชัย (๒๕๕๕: ๗๐ อ้างอิงมาจากอรุวรรณ ปิลันธน์โอวาท, ๒๕๕๙: ๖๕) ได้กล่าวถึงการติดต่อแบบสองทางว่า เป็นการสื่อสารทำความเข้าใจ โดยมีการโต้ตอบระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสาร โดยที่ทั้งสองฝ่ายมีการพบปะ ชี้แจง ทำการตกลง ทบทวนความเข้าใจซึ่งกันและกัน เป็นต้น ทั้งนี้หาก ไม่มีการโต้ตอบ หรือไม่มีการตรวจสอบย้อนกลับสำหรับการรับสารและส่งสารนั้น อาจทำให้เกิดการผิดพลาด ในการรับสาร และทำให้การทำงานไม่มีประสิทธิภาพได้ และที่สำคัญที่สุดนั้นคือ การติดต่อสื่อสารสองทางนี้ เป็นรากฐาน ของการสร้างมนุษยสัมพันธ์ในการทำงานและช่วยให้ปัญหาระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชาลดลงไปด้วย

๓) กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจ มากกับการสื่อสารผ่านช่องทางผ่านช่องทาง Line Group พัฒนาการมากกว่าการสื่อสารผ่าน e-mail เนื่องจากการส่ง e-mail หรือการพิมพ์ข้อความ มีปัญหาตรงที่เราไม่สามารถรู้ได้ว่าอีกฝ่ายได้รับ e-mail หรือข้อความของเรา หรือไม่ และถึงแม้ว่าเทคโนโลยีจะพัฒนาไปจนถึงจุดที่สามารถ ตรวจสอบได้ว่า อีกฝ่ายได้รับหรือเปิด อ่านข้อความของเราแล้ว แต่เราก็ไม่รู้ที่อยู่ดีว่าเราจะตอบกลับมาเมื่อไหร่ แต่สำหรับแอปพลิเคชันไลน์ (Line) ช่องทาง Line Group นั้น แตกต่างกันไป เพราะเป็นการติดต่อไปในชุมชน ที่มีสมาชิกเป็นกลุ่มคนที่รับผิดชอบงานพัฒนาองค์กรของแต่ละหน่วยงานในสังกัดกรมควบคุมโรค เป็นการ สื่อสารแบบโดยตรงที่มั่นใจได้ว่าจะได้สื่อสารกับปลายทางจริงๆ โดยเฉพาะเรื่องที่เป็นเรื่องด่วนและต้องการ คำตอบหรือการ ตอบสนองแบบทันทีทันใดจากผู้เกี่ยวข้องหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผ่านช่องทาง Line Group พัฒนาการ ก็เป็นทางเลือกที่ดีกว่าการส่งผ่าน e-mail อย่างแน่นอน และถึงแม้ว่าปลายทางจะประชุม หรือไม่สะดวกรับโทรศัพท์ในตอนนั้น แต่ช่องทาง Line Group พัฒนาการนั้น สามารถพิมพ์ข้อความ ประเด็นที่จะสอบถามหรือข้อความที่ประชาสัมพันธ์ รวมถึงส่งไฟล์เอกสาร ไปได้ ช่องทาง Line Group พัฒนา องค์กรจะเป็นทางออกที่มีประสิทธิภาพที่นำความชัดเจนมาสู่การสื่อสารได้ อย่างไรก็ดี ในเรื่องของความเข้าใจ ในข่าวสารที่ได้รับ ผู้เขียนมีความเห็นว่า ความเข้าใจในข่าวสารคือ ความสามารถในการรับรู้ ว่า ข่าวสารนั้นมี ใจความอย่างไร ผู้ส่งสารกำลังสื่ออะไร และ (อาจจะ) ต้องการจะนำไปสู่อะไร การทำความเข้าใจก็เพื่อจะ นำไปสู่การตัดสินใจว่าจะ “เห็นด้วย” หรือไม่ เช่น การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในเรื่องต่าง ๆ “ความเข้าใจ” นั้นเป็นเพียงขั้นตอนของการ ตีความข้อมูลในเชิง ๕W และ ๑H หรือ Who-What-When-Where-Why-How คือ ใคร-ทำอะไร-เมื่อไหร่-ที่ไหน-ทำไม และอย่างไร เป็นการทำให้ตัวเอง “รู้เรื่อง” เท่าที่ความสามารถจะ อำนวย แตกต่างกับการตัดสินใจว่าจะเห็นด้วยหรือไม่ เพราะเรื่องดังกล่าวเป็นเรื่องของการใช้ตรรกะ ใช้เหตุ ใช้ ผล เพื่อประมวลว่าเหตุผลทั้งหมดอันปรากฏในข้อมูลนั้นสมเหตุสมผลเพียงใด ความเข้าใจในข่าวสารที่ถูก ส่งผ่านช่องทางต่าง ๆ

อย่างไรก็ดี ในมุมมองของผู้เขียนเห็นว่า ปัจจุบัน แอปพลิเคชันไลน์ (Line) หรือ Line Group ได้ กลายเป็นสื่อกลางที่สำคัญ ในการติดต่อสื่อสาร เป็นช่องทางที่ทำให้เราสามารถติดต่อสื่อสารได้สะดวกรวดเร็ว

และมีค่าใช้จ่ายน้อยกว่าวิธีการสื่อสารแบบเดิม การใช้ Line Group อย่างแพร่หลายเป็นสิ่งที่พิสูจน์ถึงความสำคัญของ แอปพลิเคชันไลน์ (Line) ได้เป็นอย่างดี แต่สิ่งที่ยังต้องตระหนักคือ account line ของบุคลากรในหน่วยงานไม่ได้เป็นตัวแทนของบุคลากรเท่านั้น แต่ยังเป็นตัวแทนของหน่วยงานโดยรวม หากบุคลากรส่งต่อข้อความหรือเอกสารที่ไม่เหมาะสม ออกสู่สาธารณะจะส่งผลกระทบต่อองค์กรด้วย ดังนั้นหน่วยงานจึงต้องมีการปรับปรุงนโยบายการใช้ แอปพลิเคชันไลน์ (Line) หรือ Line Group อย่างต่อเนื่องเพื่อความเหมาะสมและทันสมัย สามารถรองรับการใช้ แอปพลิเคชันไลน์ (Line) หรือ Line Group ของบุคลากรในหน่วยงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

บทที่ ๕

สรุปผลการพัฒนาประสิทธิภาพช่องทางการสื่อสาร ของกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร

๕.๑ สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ ๑ ลักษณะทางประชากร ผลการศึกษาพบว่า จากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น ๕๒ คน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ ๘๐.๒ เพศชาย คิดเป็นร้อยละ ๑๙.๘ ด้านระดับตำแหน่งส่วนใหญ่ เป็นพนักงานราชการ คิดเป็นร้อยละ ๔๐.๔ รองลงมาคือ ระดับชำนาญการ คิดเป็นร้อยละ ๒๘.๙ และระดับปฏิบัติการ คิดเป็นร้อยละ ๑๕.๔ ส่วนใหญ่ช่วงอายุ ๓๖ - ๔๕ ปี คิดเป็นร้อยละ ๓๖.๕ รองลงมาคือช่วงอายุ ๒๖ - ๓๕ ปี คิดเป็นร้อยละ ๓๐.๘ ด้านระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ ๕๓.๘ รองลงมาคือระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ ๔๖.๒

ส่วนที่ ๒ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในเรื่องประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการสื่อสารภายในองค์กร ข้อมูลเปรียบเทียบช่องทางการสื่อสารของกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร ทั้ง ๗ ช่องทาง กับความรวดเร็วในการรับรู้ข่าวสาร และความเข้าใจในข่าวสารที่ได้รับ

ผลการศึกษาพบว่า ช่องทางการสื่อสารที่กลุ่มตัวอย่างได้รับรู้ข่าวสารประชาสัมพันธ์จากกลุ่มพัฒนาระบบบริหารได้มากที่สุด ๓ อันดับ ได้แก่ (๑) Line Group พัฒนางค์กร ร้อยละ ๙๖.๒ (๒) Website กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร ร้อยละ ๘๔.๖ (๓) Facebook กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร ร้อยละ ๔๖.๒ สำหรับช่องทางที่มีการตอบโต้ข้อมูลรวดเร็ว คือ Line Group พัฒนางค์กร ร้อยละ ๗๕ รองลงมาคือ โทรศัพท์ ร้อยละ ๒๑.๑๕ สำหรับช่องทางที่ได้รับการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร จากกลุ่มพัฒนาระบบบริหารมากที่สุด คือ Line Group พัฒนางค์กร ร้อยละ ๘๔.๖๒ ช่องทางที่ได้รับการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร จากกลุ่มพัฒนาระบบบริหารน้อยที่สุด คือ โทรสาร (Fax) ร้อยละ ๕.๕๗

การวิเคราะห์ข้อมูลในเรื่องความพึงพอใจต่อช่องทางการสื่อสาร พบว่า ช่องทางที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุด คือ Line Group พัฒนางค์กร ร้อยละ ๘๒.๖๙ รองลงมา คือ Facebook กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร และ Website กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร ร้อยละ ๕.๗๗ สำหรับช่องทางที่กลุ่มตัวอย่างมีความไม่พึงพอใจมากที่สุด คือ โทรสาร (Fax) ร้อยละ ๕.๕๗ รองลงมาคือ E-mail กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร ร้อยละ ๑๓.๔๖ และ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในต่อภาพรวมของช่องทางการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ผ่านทุกช่องทางการสื่อสาร ของกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร ในระดับมาก (๔.๑๙) สอดคล้องกับทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ ของเคทซ์และคณะ (Katz et al) ที่ อธิบายว่า ส่วนใหญ่มนุษย์จะการใช้สื่อสารระหว่างบุคคลเป็นช่องทางในการสื่อสาร เพื่อที่จะได้มาซึ่งข่าวสาร ความต้องการของข่าวสาร (Information Need) จากบุคคลอื่น จึงนำไปสู่ความคาดหวังที่จะได้ข่าวสารนั้นจนก่อให้เกิดการสื่อสารระหว่างบุคคลและส่งผลให้เกิดความพึงพอใจ (พีระ จิระโสภณ, ๒๕๓๕) อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัทธ เชิดชูศิลป์ เรื่อง “พฤติกรรมการใช้ไลน์ที่มีผลต่อ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยศรีปทุม” พบว่ามีความพึงพอใจและการ ใช้ประโยชน์ในแอปพลิเคชัน LINE ในการใช้บริการในระดับมากที่สุด

๕.๒ ข้อเสนอแนะจากการวิเคราะห์

๑. จากผลการวิเคราะห์พบว่า ช่องทางการสื่อสารที่กลุ่มตัวอย่างได้รับรู้ข่าวสารประชาสัมพันธ์จากกลุ่มพัฒนาระบบบริหารได้มากที่สุด ผ่านช่องทาง Line Group พัฒนาการมากที่สุด นอกจากนี้ ช่องทางที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุด ก็คือช่องทาง Line Group พัฒนาการ เป็นช่องทางที่สามารถสื่อสารได้สะดวก รวดเร็ว ง่าย กระชับและฉับไว เป็นการสื่อสาร ออกไปสู่ผู้รับสารจำนวนมากในครั้งเดียวได้พร้อมกัน โดยไม่ต้องมีการแจ้งหรือประกาศหลายครั้ง ซึ่งบุคลากรที่รับผิดชอบหรือเกี่ยวข้องกับงานพัฒนาระบบ เป็นสมาชิก Line Group พัฒนาการอยู่แล้ว จึงเป็นการสะดวกต่อการรับข่าวสารและติดต่อสื่อสารในช่องทางนี้อาจเป็นเพราะแอปพลิเคชันไลน์นั้น ใช้งานสะดวกและมีฟังก์ชันที่เอื้อต่อการทำงาน รวมไปถึงสร้างฟังก์ชันใหม่ๆ ออกมา เพื่อสนับสนุนการทำงาน เช่นส่งไฟล์เอกสาร รูป คลิปภาพ คลิปเสียง เป็นต้น สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ของ แมคควอล (McQuail, ๒๐๐๐) ว่า สื่อใหม่เป็นสื่อเพื่อการมีส่วนร่วม สำหรับใช้ในการแบ่งปัน และแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ความคิด ประสบการณ์และสร้างความสัมพันธ์ จากการสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ดังนั้นการที่เรานำสื่อใหม่เข้ามาใช้งานในปัจจุบันจะส่งผลให้สามารถเข้าถึงผู้รับสารได้มากขึ้น อีกทั้งยังเป็นการเปิดกว้างให้ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถเข้าถึงข้อมูลในรูปแบบต่างๆที่สื่อแบบเดิมไม่สามารถทำได้ อีกทั้งยังก่อให้เกิดการสื่อสารแบบ ๒ ทาง ทำให้ไม่เสียเวลา และสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง จึงเป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้การใช้งานแอปพลิเคชันไลน์ (Line) ได้รับความนิยม

๒. จากผลการวิเคราะห์พบว่า ช่องทางการสื่อสารที่กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร จากกลุ่มพัฒนาระบบบริหารน้อยที่สุด คือ โทรสาร (Fax) เนื่องจากเอกสารที่ได้รับอาจมีคุณภาพต่ำ และรูปแบบที่จัดวางไว้อาจไม่ตรงตำแหน่งหรือผิดเพี้ยนไป และในยุคดิจิทัลนี้ โทรสาร (Fax) ได้ลดความนิยมลงไป เนื่องจากนิยมส่งเอกสารทางอีเมลแทน สะดวก รวดเร็ว และไฟล์ที่ได้รับก็ไม่ผิดเพี้ยนจากต้นฉบับ

๓. จากผลการวิเคราะห์พบว่า ช่องทางการสื่อสารที่แตกต่างกันทำให้ประสิทธิภาพต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกันไป แสดงให้เห็นว่าช่องทางการสื่อสารที่กลุ่มพัฒนาระบบบริหารใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารมีหลายช่องทาง ช่วยเปิดโอกาสให้บุคลากรที่เกี่ยวข้องรับรู้ข่าวสารจากช่องทางการสื่อสารที่แตกต่างกัน บุคลากรที่มีความรู้ความเข้าใจเข้าถึงสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ และระบบสังคมเครือข่าย (Social Network) ย่อมเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้ประสิทธิภาพการสื่อสารในยุค ๔.๐ มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

๕.๓ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

๑ การบริหารการสื่อสาร เพื่อให้ผู้สื่อสารมีความเข้าใจและสามารถเลือกใช้ช่องทาง รูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสมกับผู้รับข่าวสาร เพื่อมุ่งไปสู่สัมฤทธิ์ผลของการสื่อสาร ผู้สื่อสารสามารถใช้ช่องทางการสื่อสารทั้งสื่อเก่าและสื่อใหม่ได้ เช่น แอปพลิเคชันไลน์ (Line) Line Group Facebook โทรศัพท์ e-mail เนื่องจาก เป็นช่องทางที่สามารถสื่อสารระหว่างบุคคลถึงบุคคลได้อย่างรวดเร็ว ผู้รับ-ผู้ส่งสารสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิด หรือความรู้สึก ถึงกันได้ง่าย เป็นช่องทางในการติดต่อประสานงานได้ อนึ่ง สิ่งที่ต้องพัฒนาอาจไม่ใช่เฉพาะเรื่องของช่องทางการสื่อสารเท่านั้น ในยุค ๔.๐ ที่เครื่องมือสื่อสาร ข้อมูลข่าวสาร และผู้รับ-ส่งสาร จะมีความเชื่อมโยงถึงกันมากยิ่งขึ้น ดังนั้น ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเชิงนโยบายเพื่อให้องค์กรสามารถปรับตัวได้ทันกับการเปลี่ยนแปลง คือ

๑.๑ การพัฒนาขีดความสามารถของบุคลากร

๑) Integrated Knowledge คือ ต้องมีการบูรณาการความรู้และมี ความเข้าใจในศาสตร์หลายด้าน เนื่องจากความรู้ด้านเดียวไม่เพียงพอต่อการแก้ไขปัญหาได้ปัญหา หนึ่งได้อย่างมีประสิทธิภาพอีกต่อไป การเรียนรู้แบบ Problem-based Learning และการพัฒนาคน แบบ Project-based Development (พิภพ อุดร, ๒๕๕๕: ๑) เป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ เพราะต้องใช้ ทักษะและสมรรถนะของผู้เรียนหลายด้านในเวลาเดียวกัน

๒) Innovative Capacity คือ ต้องเติมความคิดสร้างสรรค์ในการแก้ไข ปัญหาและพัฒนา ทางเลือกใหม่ ๆ โดยใช้ทรัพยากรน้อยลง ใช้เวลาน้อยลง

๓) Integrity & Ethics คือ ต้องปลูกฝังเรื่องจริยธรรม คุณธรรม ให้นักแน่นและเข้มแข็งในทุก แง่มุมของการทำงาน

๑.๒ การเรียนรู้และเข้าใจในวัฒนธรรมองค์กร หากบุคลากรทุกระดับมีความเข้าใจและยอมรับใน วัฒนธรรมองค์กรดังกล่าวอย่างถ่องแท้ ก็จะทำให้เกิดความเชื่อว่า ตนเองเป็นส่วนหนึ่งที่จะมีส่วนช่วยสนับสนุน การดำเนินงานต่าง ๆ ของ องค์กรให้บรรลุตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้

๑.๓ การสื่อสารองค์กรเชิงบูรณาการ (Integrated Organizational Communication) เป็นการ ผูกเอาการสื่อสารองค์กรทุกประเภททั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการเข้าด้วยกัน มุ่งเน้นและส่งเสริม ประสิทธิภาพของการบริหาร เป็นศิลปะของการสื่อสารที่ประสานการใช้สื่อให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย สภาพแวดล้อม สถานที่ และเวลา

๕.๔ ข้อเสนอแนะการดำเนินงาน

๑. ใช้รูปแบบการสื่อสารแบบสองทาง (two-way communication) ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็น ทางการ เพื่อช่วยให้ได้ข้อมูลย้อนกลับจากการปฏิบัติงาน และได้ใช้ข้อมูลเหล่านี้เป็นฐานในการกำหนด เป้าหมาย นโยบาย และทิศทางขององค์กร ในขณะที่เดียวกันการ สื่อสารแบบนี้จะทำให้ผู้บริหารและ ผู้ปฏิบัติงานทุกระดับได้มีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาต่าง ๆ ร่วมกัน

๒. จัดให้มีการสื่อสารองค์กรแบบเครือข่าย (Communication Network) การสร้างเครือข่ายเป็นการทำ ให้บุคคลและหน่วยงานที่มีระยะห่างไกลได้ติดต่อและแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร รวมถึงการร่วมมือกันด้วย ความสมัครใจ

๓. การนำเทคนิคการบริหารงานแบบ Management by walking around - MBWA มาปรับใช้เพื่อลด ช่องว่างการสื่อสารระหว่างผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงาน และเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ปฏิบัติงานมีส่วนร่วมใน กระบวนการขององค์กรโดยการสอบถามความคิดเห็นและรับฟัง ความเห็นต่าง ๆ การได้รับปฏิกริยาหรือข้อมูล ตอบสนองจากผู้บริหาร นอกจากจะทำให้ผู้ปฏิบัติงาน รู้สึกว่าตนเองได้รับเกียรติและได้รับความไว้วางใจแล้ว ยังทำให้ผู้ปฏิบัติงานรู้สึกอบอุ่นใจในความ จริใจที่ผู้บริหารได้แสดงออก ที่สำคัญยิ่งคือช่วยให้ผู้บริหารได้รับรู้ ถึงสภาพที่แท้จริงขององค์กรด้วย ตนเองในบางแง่มุมที่อาจคาดไม่ถึง

จะเห็นได้ว่า การสื่อสารภายในองค์กรจะประสบผลสำเร็จได้นั้น ขึ้นอยู่กับช่องทางการสื่อสารและการมี ส่วนร่วมของบุคลากรทุกระดับในองค์กร กรณีศึกษาเรื่อง ช่องทางการสื่อสารนี้ เป็นเพียงหนึ่งในองค์ประกอบ ของการสื่อสารที่แสดงให้เห็นว่า ผู้สื่อสารจำเป็นต้องเลือกใช้ช่องทางที่เหมาะสมกับ เนื้อหา กลุ่มเป้าหมาย ช่วงเวลา และสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ด้วย นอกจากนี้ กระแสความนิยมของสื่อสังคมออนไลน์ที่ปัจจุบันกำลังมี อิทธิพลต่อทุกอาชีพ เป็นเงื่อนไข สำคัญที่ทำให้องค์กรต้องตระหนักถึงผลกระทบในเชิงบวกและลบที่มาพร้อมกับสื่อ ใหม่นี้ ซึ่งข้อเสนอแนะใน การศึกษาครั้งต่อไป เห็นว่าควรศึกษาถึงนวัตกรรมการสื่อสารในรูปแบบใหม่ ๆ หรือ เกี่ยวกับระบบสารสนเทศที่เหมาะสมกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร เพื่อให้การสื่อสารภายในองค์กรเกิด ประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากที่สุด

บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ. (๒๕๔๑). สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. (พิมพ์ครั้งที่ ๑). กรุงเทพมหานคร: ภาพพิมพ์กริช สีสัน. (๒๕๓๘). วัฒนธรรมและพฤติกรรมสื่อสารในองค์กร. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- พิมพ์นิชา เลี้ยงบุญเลิศชัย. (๒๕๕๕) ช่องทางการสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพของบริษัท ไอเอสเอส เรสโซลูชั่น จำกัด. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัย ศิลปากร
- วันชัย มีชาติ. (๒๕๔๘). พฤติกรรมการบริหารองค์การสาธารณสุข. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- พีระ จิโรสภณ. (๒๕๔๘) .ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน. ในประมวลสาระชุดวิชาปรัชญานิเทศศาสตร์และทฤษฎีการสื่อสาร (หน่วยที่ ๑๐). นนทบุรี: สุโขทัยธรรมมาธิราช
- พิภพ อุดร. ทรัพยากรมนุษย์ยุค ๒๐๒๐ (ปีที่ ๗ ฉบับที่ ๑ มกราคม – มิถุนายน ๒๕๕๕). สืบค้นเมื่อ ๗ มิถุนายน ๒๕๖๐, จาก <http://www.journalhri.com/pdf/๐๗๐๑.pdf>.
- พวิช เชิดชูศิลป์. (๒๕๕๕). พฤติกรรมการใช้ไลน์ที่มีผลต่อความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของ นักศึกษามหาวิทยาลัยศรีปทุม. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศรีปทุม, คณะนิเทศศาสตร์, สาขานิเทศศาสตร์
- เสนาะ ดิยาวี. (๒๕๔๑). การสื่อสารในองค์กร. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ศิวัช จันทนาสุภาภรณ์. (๒๕๕๔). ทศนคติที่มีต่อการเปิดรับสื่อออนไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์: กรณีศึกษานักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, คณะบริหารธุรกิจ
- อรรรรณ ปิลันธน์โอวาท.(๒๕๔๙).การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ.กรุงเทพฯ : แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (๑๙๗๔). Utilization of mass communication by the individual. In J. G. Blumler, & E. Katz (Eds.), The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research (pp. ๑๙-๓๒). Beverly Hills: Sage
- Kevin Kawamoto. (๑๙๙๗). ๑๐ things you should know about New Media: a userfriendly primer: released at Seminar for Technology Educators. The Freedom Forum Pacific Coast Center, San Francisco.
- Rubin, R. B.. (๒๐๐๙). Communication Research Measures II: A Sourcebook. Routledge, United Kingdom.

ภาคผนวก



แบบสำรวจช่องทางการรับข้อมูล ข่าวสาร จากกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร

คำชี้แจงสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม

การสำรวจครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมข้อมูลพื้นฐานในการรับข้อมูล ข่าวสารจากกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร ขอความร่วมมือจากบุคลากรทุกระดับที่มีการดำเนินงาน การติดต่อประสานงาน รับทราบข้อมูลจากกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร กรอกข้อมูลแสดงความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะต่อการให้บริการ โดยทำเลือกข้อที่ตรงกับความเห็นของท่านและระบุข้อคิดเห็นเพิ่มเติม เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนา ปรับปรุงช่องทางและคุณภาพของการให้บริการของกลุ่มพัฒนาระบบบริหารต่อไป

1. เพศ

- ชาย
- หญิง

2. สถานภาพ

- ผู้บริหาร
- เจ้าหน้าที่ระดับชำนาญการพิเศษ
- เจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติการ
- พนักงานราชการ
- เจ้าหน้าที่ระดับเชี่ยวชาญ
- เจ้าหน้าที่ระดับชำนาญการ
- ลูกจ้างประจำ
- ลูกจ้างชั่วคราว

3. อายุ

- ต่ำกว่า 30 ปี
- มากกว่า 30-40 ปี
- มากกว่า 40-50 ปี
- มากกว่า 50 ปีขึ้นไป

4. ระดับการศึกษาขั้นสูงสุดที่สำเร็จการศึกษาแล้ว

- ต่ำกว่าปริญญาตรี
- ปริญญาตรี
- ปริญญาโท
- ปริญญาเอก

5. ท่านรับข้อมูล ข่าวสาร การประชาสัมพันธ์งานจากกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร จากช่องทางใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- Facebook กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร
- Website กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร
- Line Group พัฒนาการ
- E-mail บริหาร
- FAX
- โทรศัพท์
- อื่นๆ ระบุ.....

6. ท่านมีความเห็นว่า การประชาสัมพันธ์ หรือให้ข้อมูล จากช่องทางใดมีการตอบโต้รวดเร็วมากที่สุด

- Facebook กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร
- Website กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร
- Line Group พัฒนาการ
- E-mail บริหาร
- FAX
- โทรศัพท์

7. ท่านได้รับ การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร จากกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร จากช่องทางใดมากที่สุด

- Facebook กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร
- Website กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร
- Line Group พัฒนาการ
- E-mail บริหาร
- FAX
- โทรศัพท์

8. ท่านได้รับ การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร จากกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร จากช่องทางใต้น้อยที่สุด

- Facebook กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร
- Website กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร
- Line Group พัฒนาการ
- E-mail บริหาร
- FAX
- โทรศัพท์

9. ท่านมีความเห็นว่าช่องทางการประชาสัมพันธ์จากกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร มีความเหมาะสม มากน้อยเพียงใด
(ความเหมาะสม เช่น จำนวนช่องทางเพียงพอ ช่องทางที่มีอยู่ก็สามารถรับข้อมูลได้ครบถ้วน เป็นต้น)

- มากที่สุด
- มาก
- ปานกลาง
- น้อย
- น้อยที่สุด

10. ท่านมีความพึงพอใจ การประชาสัมพันธ์จากกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร จากช่องทางใดมากที่สุด

- Facebook กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร
- Website กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร
- Line Group พัฒนาการ
- E-mail บริหาร
- FAX
- โทรศัพท์

11. ท่านมีความไม่พึงพอใจ การประชาสัมพันธ์จากกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร จากช่องทางใดมากที่สุด

- Facebook กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร
- Website กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร
- Line Group พัฒนาการ
- E-mail บริหาร
- FAX
- โทรศัพท์

12. ท่านคิดว่า กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร ควรมีช่องทางการประชาสัมพันธ์/ให้ข้อมูล/ตอบข้อซักถามเพิ่มเติมหรือไม่

- ไม่เพิ่มเติม
- ต้องการเพิ่มเติมช่องทาง.....

13. ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....