

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความหมายของการสื่อสาร

Nancy Buerkel – Rothfuss (1985: 7) กล่าวว่า การสื่อสารเป็นสิ่งจำเป็นพื้นฐานของมนุษย์ ผู้สื่อสารแสดงการสื่อสารออกไปด้วยความสามารถทางการสื่อสารที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจระหว่างตัวผู้สื่อสารกับครอบครัว เพื่อน ลูกจ้าง ครู-อาจารย์ และบุคคลอื่นๆ อีกมากมาย ที่เข้ามาเกี่ยวข้องหรือสร้างความสัมพันธ์ในบทบาทต่างๆ

Vincent Nolan (1987: 56) กล่าวว่า การสื่อสารแทรกอยู่ในแทบทุกสิ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในชีวิตการทำงานและความเป็นอยู่ของคน การสื่อสารเป็นเรื่องของทักษะ เกิดจากการฝึกฝน เป็นกิจกรรมสองทาง ซึ่งกิจกรรมของแต่ละฝ่าย ทั้งฝ่ายส่งและฝ่ายรับต่างกันอย่างค่อนข้างชัดเจน เมื่อฝ่ายหนึ่งเป็นผู้ส่ง อีกฝ่ายหนึ่งต้องเป็นผู้รับ

พัชนี เขยจรรยา และคณะ (2541: 5) กล่าวว่า การสื่อสารเป็นการสื่อความหมายในทางใดทางหนึ่งและมีลักษณะของการส่งและรับสาร (ไม่ว่าจะเป็นภายในตัวเอง ระหว่างผู้หนึ่งกับอีกผู้หนึ่งหรือระหว่างกลุ่มกับกลุ่ม) ภายในบริบทหรือสภาพแวดล้อมหนึ่งๆ กับการสื่อสารตั้งอยู่บนหลักแห่งความสัมพันธ์นี้เสมอ

Julia T. Wood (2000: 15) กล่าวว่า การสื่อสาร หมายถึง กระบวนการที่บุคคลมีปฏิสัมพันธ์กันโดยใช้และผ่านทางสัญลักษณ์ต่างๆ เพื่อสร้างและแปลความหมายของการสัญลักษณ์นั้น โดยแต่ละองค์ประกอบของกระบวนการจะมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกันและส่งผลซึ่งกันละกัน และยังส่งผลต่อรูปแบบของปฏิสัมพันธ์ซึ่งเกิดขึ้นระหว่างคู่สื่อสารในกระบวนการสื่อสารด้วย

บุษณะ เทชคณา (2548: 18) ให้ความหมายของการสื่อสารไว้ ดังนี้ การสื่อสารในภาษาอังกฤษใช้คำว่า “Communication” มาจากคำภาษากรีกว่า “Communi” แปลว่า “เหมือน” ดังนั้นคำว่า “Communication” จึงหมายความว่า การทำให้เหมือนกันจึงเกิดขึ้น ทำให้อนุมานได้ว่า การที่มนุษย์สื่อสารกันนั้นก็เพื่อให้เกิดความเหมือนกันเกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นความเข้าใจที่เหมือนกัน ความรู้ที่เหมือนกัน ทศนคติที่เหมือนกัน ความคิดเห็นที่เหมือนกัน ความเชื่อที่เหมือนกัน และค่านิยมที่เหมือนกัน

จากความหมายข้างต้น จะเห็นได้ว่า “การสื่อสาร” หมายถึง ความจำเป็นพื้นฐานของมนุษยชาติ เพื่อก่อให้เกิดการถ่ายทอดเรื่องราวข้อมูลต่างๆ เพื่อสร้างความเข้าใจให้ บรรลู่วัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยประกอบด้วยบุคคลที่ทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร (Source) สาร (Message) ช่องทางการสื่อสาร (Channel) ผู้รับสาร (Receiver) และผลที่เกิดขึ้นจากการสื่อสาร (communication feedback) โดยในบางครั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารอาจเป็นคนเดียวกัน หรือคนละคนก็ได้

ทฤษฎีการสื่อสาร

ทฤษฎีการสื่อสาร ในที่นี้ประกอบด้วยคำ 2 คำ คือ "ทฤษฎี" และ "การสื่อสาร" โดยความหมายของคำว่าทฤษฎี คือ ข้อความที่อธิบายข้อเท็จจริง หรือปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแล้วได้รับการตรวจสอบและได้รับการยอมรับกันพอสมควร ดังนั้น ทฤษฎีการสื่อสาร จึงน่าจะหมายถึง คำอธิบายข้อเท็จจริง หรือปรากฏการณ์ของกระบวนการสื่อสารที่ตรวจสอบแล้ว หรือยอมรับกันแล้วตามสมควร นั่นก็คือ ยอมรับว่าหากเกิดปรากฏการณ์หรือเหตุการณ์เช่นนี้ขึ้น จะเรียกเหตุการณ์หรือปรากฏการณ์นั้นว่า "ทฤษฎีการสื่อสาร"

สำหรับคำว่าแบบจำลองนั้น คำอธิบายง่ายๆคือ รูปของการเขียน รูปความจริงหรือข้อเท็จจริงที่ต้องการอธิบาย อาจจะอธิบายเป็น แผนภาพ แผนภูมิ กราฟสัญลักษณ์ใด ๆ ซึ่งโดยสรุปอาจจะกล่าวว่า แบบจำลองก็คือ ทฤษฎีหรือตัวแทนของทฤษฎีที่ใช้อธิบายปรากฏการณ์ในโลกแห่งความเป็นจริงอย่างง่าย ๆ ดังนั้น แบบจำลองการสื่อสาร น่าจะหมายถึง ทฤษฎี หรือตัวแทนของทฤษฎีไม่ว่าจะเป็นกราฟ แผนภาพ แผนภูมิต่าง ๆ ที่อธิบายการทำงานหรือกระบวนการทางการสื่อสารที่เกิดขึ้นเพื่อให้สามารถเข้าใจได้อย่างง่ายนั่นเอง

ทฤษฎีการสื่อสารขั้นพื้นฐาน

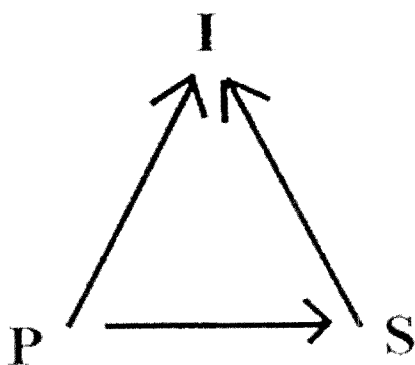
ทฤษฎีการสื่อสารขั้นพื้นฐาน พิจารณาจากการแบ่งประเภทของการสื่อสารโดยใช้ขนาดของสังคม หรือ จำนวนผู้เข้าร่วมในกระบวนการสื่อสารหรือบุคคลที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับสถานการณ์การสื่อสารนั้น ๆ เป็นเกณฑ์ ได้ ดังนี้

1. การสื่อสารภายในตัวบุคคล (Intrapersonal Communication) เป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นกับหน่วยวิเคราะห์ (Unit of analysis) ที่เล็กที่สุด คือ บุคคลเพียงคนเดียว การศึกษาค้นคว้าด้านนี้ส่วนใหญ่มีวิวัฒนาการมาจากสาขาจิตวิทยาและสังคมวิทยา โดยเฉพาะอย่างยิ่งจิตวิทยาทางสังคม

การสื่อสารภายในตัวบุคคล (Intrapersonal Communication) หมายถึง กระบวนการสื่อสารที่เกิดขึ้นภายในระบบประสาทและความนึกคิดของบุคคล ขอบเขตของการสื่อสารประเภทนี้คลุมไปถึงโครงสร้างของความคิด (Cognitive structure) การพัฒนาด้านสติปัญญา (Intellectual development) การรับรู้ (Perception) การเรียนรู้ (Learning) การแปลข่าวสาร (Interpretation) การรับรอง (Recognition) และกระบวนการทางจิตวิทยาอย่างอื่น โดยทั่วไปแล้วถือว่า Intrapersonal Communication เป็นกระบวนการส่วนหนึ่งของโครงสร้างทางความนึกคิด (Cognitive structure)

ผลการค้นคว้าวิจัยทางสังคมวิทยาที่เกี่ยวกับเรื่องปฏิกริยาโต้ตอบโดยอาศัยสัญลักษณ์ (Symbolic interaction) ซึ่ง George Herbert Mead (1934) เป็นผู้นำนั้น มีอิทธิพลต่อวงการศึกษากการสื่อสารภายในตัวบุคคล (Intrapersonal Communication) อย่างมาก ตามทัศนะของ Mead นั้น การสื่อสารภายในตัวบุคคลเป็นเสมือนสะพานเชื่อมระหว่างพฤติกรรมของบุคคล และสิ่งแวดล้อม บุคคล จะไม่สามารถเรียนรู้และเข้าใจทัศนคติของบุคคลอื่นหรือส่วนรวม จนกว่าเขาจะสามารถพิจารณาและเข้าใจตัวเองและสามารถตอบสนองต่อการกระทำของตัวเองเหมือนเช่นที่เขาจะได้รับสนองตอบจากคนอื่น

แบบ (Model) ของการสื่อสารภายในตัวบุคคลที่นิยมแพร่หลายเพื่อเป็นแนวทางในการค้นคว้า นั้น Heider (1946) นักจิตวิทยาทางสังคมเป็นผู้คิดค้น โดยอาศัยทฤษฎีหรือแบบของความคิด (Cognitive Model) จากสาขาจิตวิทยา Heider เสนอแบบของความคิด (Cognitive Configurations) ซึ่งประกอบด้วย บุคคล (P) ที่มีทัศนคติหรือความคิดเกี่ยวกับบุคคลอื่น (S) และปัญหาอย่างใดอย่างหนึ่ง (I) และในขณะเดียวกันก็คาดคะเนทัศนคติหรือความคิดของบุคคลอื่นนั้นเกี่ยวกับปัญหาเดียวกันด้วย Heider เสนอว่าแบบของความคิดนี้จะพยายามปรับตัวเองให้คงอยู่ในสภาพสมดุล (Balance) แม้จะต้องเปลี่ยนพฤติกรรมหรือปรับความนึกคิดใหม่ก็ตาม



รูปที่ 1 แบบความคิดของ Heider (อ้างถึงในเชิญ ศรีสุวรรณ, 2544)

โดยสรุปการสื่อสารภายในตัวบุคคล (Intrapersonal Communication) จึงเป็นการสื่อสารของบุคคลคนเดียวและเป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นภายในตัวของบุคคลคนเดียว มีคนจำนวนเพียงคนเดียวที่กระทำหน้าที่ในการสื่อสาร คือเป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยมีระบบประสาทส่วนกลางของบุคคลควบคุมการสื่อสารและเป็นตัวทำให้เกิดการสื่อสารเกิดขึ้น ระบบประสาทส่วนกลางนี้จะมีประสาท 2 ส่วนแบ่งกันทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารและผู้รับสาร ประสาทส่วนที่ทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารเรียกว่า "motor skills" ซึ่งประกอบด้วยกลไกในการออกเสียง (vocal mechanisms) ทำให้เกิดเสียงพูด เสียงร้องไห้ เป็นต้น ระบบกล้ามเนื้อที่มือทำให้เกิดตัวหนังสือหรือภาพ เป็นต้น ตลอดจนระบบกล้ามเนื้อในส่วนอื่น ๆ

ของร่างกายซึ่งทำให้เกิดกิริยาท่าทาง ในขณะที่ประสาทส่วนที่ทำหน้าที่เป็นผู้รับสารเรียกว่า "sensory skills" ซึ่งประกอบด้วยกลไกในการได้ยิน (hearing mechanisms) และประสาทตา เป็นต้น

จากลักษณะข้างต้นจะเห็นได้ว่า แม้ในตัวบุคคลคนเดียว ก็สามารถเกิดการสื่อสารขึ้นได้ โดยอาศัยหลักที่ว่าถ้ามีผู้ส่งสารและผู้รับสาร ซึ่งในกรณีของการสื่อสารภายในตัวบุคคลนี้มี motor skills เป็นผู้ส่งสาร และ sensory skills เป็นผู้รับสารดังกล่าวข้างต้น

ตัวอย่างของการสื่อสารภายในตัวบุคคล ได้แก่ การพูดกับตัวเอง การฝัน ละเมอ การร้องเพลง ฟังคนเดียว การเขียนจดหมายแล้วอ่านตรวจทานก่อนส่ง การคิดถึงงานที่จะทำการวางแผนในสมองว่าวันนี้ตนเองจะต้องทำอะไรบ้าง เป็นต้น จากตัวอย่างนี้จะเห็นได้ว่าการสื่อสารภายในตัวบุคคลนี้เกิดขึ้นได้ทั้งแบบรู้สึกตัว (การพูดกับตัวเอง ฮัมเพลง ฟังคนเดียว อ่านทวนจดหมาย) และแบบไม่รู้สึกรู้สึกรู้ (การฝัน การละเมอ) โดยจะเข้ารหัสของสารเป็นภาษาพูดหรือภาษาเขียนก็ได้ เพราะฉะนั้นหากเกิดปรากฏการณ์ที่เข้าข่ายตามคำจำกัดความหรือคำอธิบายข้างต้น เหตุการณ์หรือปรากฏการณ์นั้นเรียกว่า การสื่อสารภายในตัวบุคคล

2. การสื่อสารระหว่างบุคคล หรือการสื่อสารตัวต่อตัว หรือการสื่อสารปัจเจกชน

(Interpersonal Communication or Face-to-face Communication)

การสื่อสารประเภทนี้ มีการนำไปใช้และได้รับการศึกษาค้นคว้าอย่างแพร่หลายมาก การศึกษาวิชาการสื่อสารส่วนมากมักจะเน้นการสื่อสารระหว่างบุคคล และการสื่อสารมวลชนควบคู่กันไป หรือไม่ก็เลือกเน้นการสื่อสารประเภทใดประเภทหนึ่ง

Interpersonal Communication หมายถึงกระบวนการของการติดต่อสื่อสาร หรือการแสดงปฏิริยาโต้ตอบ (Reciprocal interaction) ระหว่างบุคคลสองคน (Dyadic) หรือมากกว่านั้นขึ้นไป อาจเป็นสามคน (Triadic) หรือกลุ่มย่อย (Small-group) แล้วแต่จำนวนคนที่เกี่ยวข้องในแต่ละสถานการณ์ จำนวนคนที่เกี่ยวข้องนี้ เป็นมาตรการสำคัญอย่างหนึ่งที่แยกแยะระหว่างการสื่อสารระหว่างบุคคลและการสื่อสารมวลชน

การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) นับว่าเป็นตัวอย่างที่ดี เนื่องจากแสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบและกระบวนการทำงานของระบบการสื่อสารโดยทั่วไป การสื่อสารระดับระหว่างบุคคลนี้มีองค์ประกอบต่าง ๆ ของการสื่อสารครบถ้วน ซึ่งอาจจำแนกออกได้อย่างชัดเจนนับตั้งแต่ผู้ส่งสาร (Source) สาร (Message) สื่อ (Channel) ผู้รับสาร (Receiver) ผล (Effect) และปฏิริยาสนองตอบ (Feedback) นอกจากนี้ ยังสะท้อนให้เห็นกระบวนการทำงานของการสื่อสาร

ได้ชัดเจน รวมทั้งชี้ให้เห็นกลไกบางอย่างซึ่งยากจะประเมินได้จากการสื่อสารมวลชน และสื่อสารประเภทอื่น เช่น ผล (Effect) และปฏิกิริยาสนองตอบ (Feedback) เป็นต้น

การศึกษาค้นคว้าส่วนมากมุ่งเน้นกระบวนการ หรือกรรมวิธี (Process) และโครงสร้าง (Structure) ของการสื่อสารระหว่างบุคคล อาจอาศัยวิธีสำรวจวิจัย (Survey) หรือการทดลองในห้องปฏิบัติการ (Laboratory experiment) ก็ได้ ปัญหาที่น่าสนใจและศึกษากันนั้นมีขอบเขตกว้างมาก คลุมถึงการกระจายข่าวสาร (Information flow) การแก้ปัญหาและการทำงาน (Problem solving and task performance) ความกดดันของกลุ่ม (Group pressure) และความสมดุลหรือคล้อยจองของความนึกคิด (Cognitive consonance or Dissonance)

แบบ (Model) ของการสื่อสารระหว่างบุคคลที่นิยมใช้กันแพร่หลายเพื่อเป็นแนวทางในการค้นคว้าวิจัยนั้น Newcomb (1953) นักจิตวิทยาสังคม เป็นคนคิดขึ้น โดยดัดแปลงมาจากแบบของการสื่อสารภายในตัวบุคคลซึ่งคิดโดย Heider (1946) Newcomb เรียกแบบของการสื่อสารนี้ว่าแบบของความคิดโน้มเอียงร่วม (Co-orientation Model) ในสถานการณ์ที่เรียกว่า Co-orientation นั้น จะประกอบด้วยบุคคลสองคน ซึ่งต่างก็มีความคิดหรือทัศนคติเกี่ยวกับฝ่ายตรงกันข้ามและเกี่ยวกับวัตถุ (Object) หรือปัญหา (Issue) อันเดียวกัน ในสถานการณ์เช่นนี้ Newcomb เสนอว่า การสื่อสารระหว่างตัวต่อตัวจะทำให้ความคิด หรือทัศนคติของบุคคลทั้งสองเกี่ยวกับเรื่องเดียวกันอยู่ในสภาพสมดุล (Symmetrical relationships)

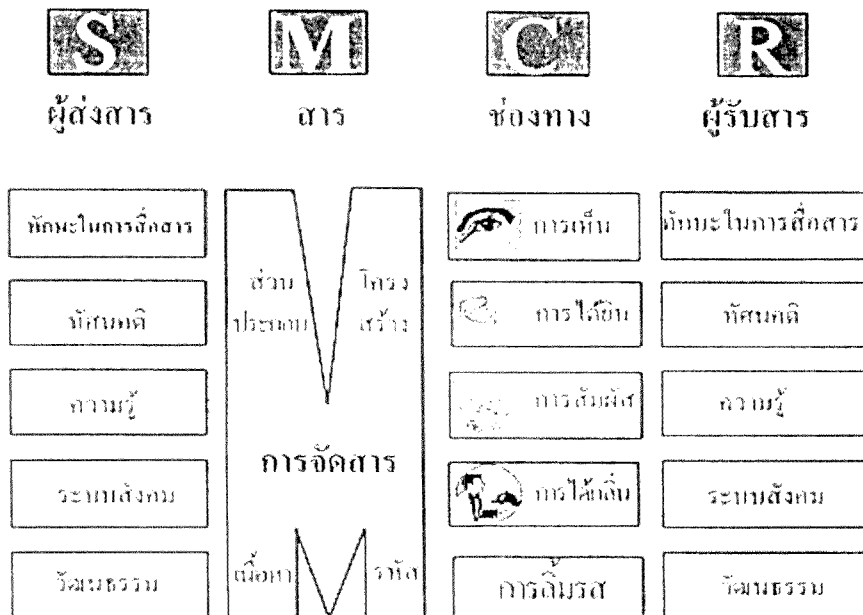
แบบจำลองการสื่อสารตามแนวคิดของเบอร์โล

เดวิด เค เบอร์โล (David K. Berlo) เสนอแบบจำลองการสื่อสารไว้ เมื่อปี พ.ศ. 2503 โดยอธิบายว่า การสื่อสารประกอบด้วยส่วนประกอบพื้นฐานสำคัญ 6 ประการ คือ

1. ต้นแหล่งสาร (communication source)
2. ผู้เข้ารหัส (encoder)
3. สาร (message)
4. ช่องทาง (channel)
5. ผู้ถอดรหัส (decoder)
6. ผู้รับสาร (communication receiver)

จากส่วนประกอบพื้นฐานสำคัญ 6 ประการนั้น เบอร์โล ได้นำเสนอเป็นแบบจำลองการสื่อสารที่รู้จักกันดีโดยทั่วไปว่า "แบบจำลอง SMCR ของเบอร์โล" (Berlo's SMCR Model) โดยเบอร์โลได้รวมต้นแหล่งสารกับผู้เข้ารหัสไว้ในฐานะต้นแหล่งสารหรือผู้ส่งสาร และรวมผู้ถอดรหัสกับผู้รับสารไว้ในฐานะผู้รับสาร แบบจำลองการสื่อสารตามแนวคิดของเบอร์โลนี้ จึงประกอบไปด้วย

S (Source or Sender) คือ ผู้ส่งสาร M (Message) คือ สาร C (Channel) คือ ช่องทางการสื่อสาร R (Receiver) คือ ผู้รับสาร ซึ่งปรากฏในภาพต่อไปนี้



รูปที่ 2 แบบจำลองการสื่อสาร ตามแนวคิดของเดวิด เค เบอร์โล (อ้างอิงในเชิญ ศรีสุวรรณ, 2544)

จากแบบจำลองการสื่อสารตามแนวคิดของเบอร์โลข้างต้นนี้ แสดงให้เห็นว่า ผู้ส่งสาร (Source or S) คือ ผู้เริ่มต้นการสื่อสาร ทำหน้าที่ในการเข้ารหัส ซึ่งผู้ส่งสารจะทำหน้าที่ในการสื่อสารได้ดีเพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับคุณสมบัติต่าง ๆ 5 ประการคือ

1. ทักษะในการสื่อสาร เช่น ความสามารถในการพูด การเขียน และ ความสามารถในการคิด และการใช้เหตุผล เป็นต้น
2. ทัศนคติ หมายถึง วิธีการที่บุคคลประเมินสิ่งต่าง ๆ โดยความโน้มเอียงของตนเอง เพื่อที่จะเข้าถึง หรือ หลีกเลี่ยงสิ่งนั้น ๆ เช่น ทัศนคติต่อตนเอง ต่อหัวข้อของการสื่อสาร ต่อผู้รับสาร ต่อสถานการณ์แวดล้อมการสื่อสารในขณะนั้น เป็นต้น
3. ความรู้ หมายถึง ความรู้ของผู้ส่งสาร ในเหตุการณ์หรือเรื่องราวต่าง ๆ บุคคล หรือกรณีแวดล้อมของสถานการณ์การสื่อสารในครั้งหนึ่ง ๆ ว่ามีความแม่นยำหรือถูกต้องเพียงไร
4. ระบบสังคม ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการสื่อสารของบุคคล เพราะบุคคลจะขึ้นอยู่กับกลุ่มทางสังคมที่ตนเองอยู่ร่วมด้วย
5. ระบบวัฒนธรรม หมายถึง ขนบธรรมเนียม ค่านิยม ความเชื่อ ที่เป็นของตัวมนุษย์ในสังคม และเป็นตัวกำหนดที่สำคัญในการสื่อสารด้วย เช่น การสื่อสารระหว่างบุคคลต่างวัฒนธรรมกัน อาจประสบความล้มเหลวได้ เนื่องจากความคิดและความเชื่อที่มีไม่เหมือนกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร

ในแง่ของสาร (Message or M) นั้น เบอร์โล หมายถึง ถ้อยคำ เสียง การแสดงออกด้วยสีหน้า อากัปกิริยาท่าทาง ที่มนุษย์สร้างขึ้นในขณะที่เป็นผู้ส่งสาร ถ้าความหมายเป็นทางการ ก็คือ ผลผลิตทางกายภาพที่เป็นจริงอันเกิดจากการเข้ารหัสของผู้ส่งสารนั่นเอง ตามความคิดของเบอร์โลนั้น สารมีคุณสมบัติ 3 ประการ คือ

1. รหัสของสาร (message code) เช่น ภาษาพูด ภาษาเขียน ภาษาท่าทาง หรือรหัสอื่น ๆ
2. เนื้อหา (content)
3. การจัดสาร (treatment) คือ วิธีการที่ผู้ส่งสารเลือกและจัดเตรียมเนื้อหาของสาร เช่น การใช้ภาษา ไวยากรณ์ ศัพท์ รวมถึง คำถาม คำอุทาน ความคิดเห็น เป็นต้น สารที่ถูกจัดเตรียมไว้ดี จะทำให้เกิดการรับรู้ความหมายในผู้รับสารได้

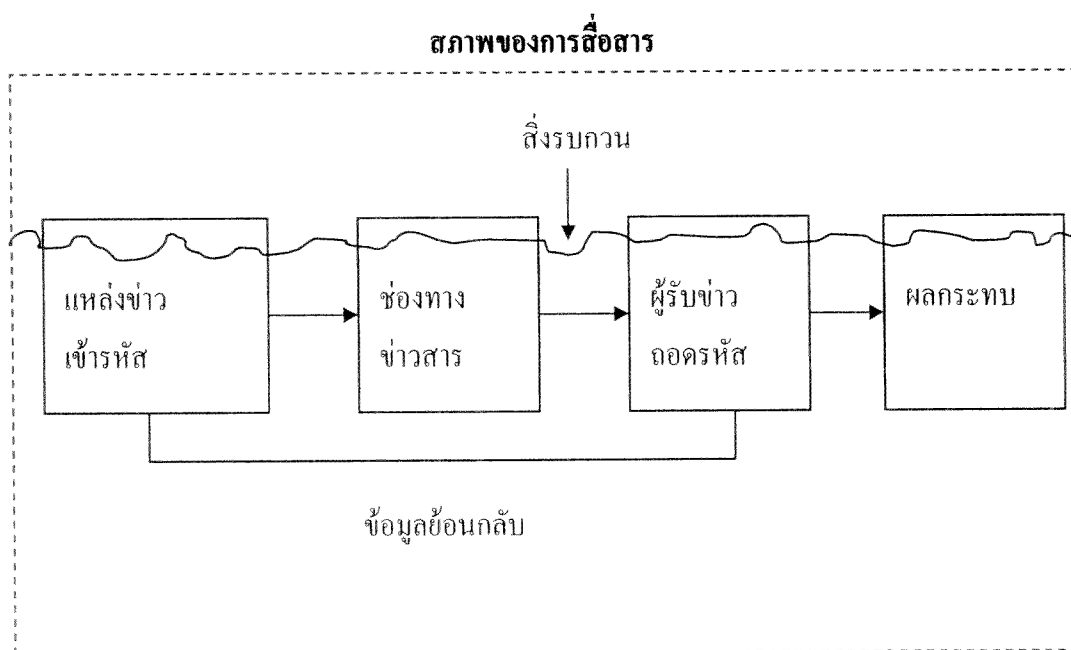
ส่วนช่องทาง (Channel or C) ช่องทาง ซึ่งเป็นพาหนะนำสารไปสู่ผู้รับสาร และตามทัศนะของเบอร์โล ทางติดต่อหรือช่องทางที่จะนำสารไปสู่ประสาทรับความรู้สึกทั้ง 5 ประการของมนุษย์ ได้แก่

1. การเห็น
2. การได้ยิน
3. การสัมผัส
4. การได้กลิ่น
5. การลิ้มรส

ประการสุดท้ายในด้านของผู้รับสาร (Receiver or R) นั้น ก็จำเป็นจะต้องมีคุณสมบัติด้านต่าง ๆ 5 ประการ เช่นเดียวกับผู้ส่งสาร คือ ทักษะในการสื่อสาร ทักษะคติ ความรู้ ระบบสังคมและระบบวัฒนธรรม

กระบวนการสื่อสาร

เฮนรี ดีเยอร์ (2541: 33-41) กล่าวถึง กระบวนการสื่อสารว่าประกอบด้วยส่วนต่าง ๆ คือ สภาพของการสื่อสาร (context) แหล่งข่าว (source) ผู้รับข่าว (receiver) ข่าวสาร (message) ช่องทาง (channel) สิ่งรบกวน (noise) กระบวนการส่งข่าวหรือการเข้ารหัส (encoding) กระบวนการรับข่าวหรือถอดรหัส (decoding) ข้อมูลย้อนกลับ (feedback) และผลกระทบจากการสื่อสาร (effect) ส่วนประกอบต่าง ๆ ดังกล่าวนี้นับว่าเป็นส่วนประกอบขั้นพื้นฐานสำหรับการสื่อสารทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารกับตนเอง การสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารในกลุ่มย่อย การพูดในที่ชุมชน การสื่อสารมวลชน หรือการสื่อสารทางวัฒนธรรมก็ตาม



รูปที่ 3 รูปแบบของกระบวนการสื่อสารโดยทั่วไป (อ้างถึงในเสนาะ ดิเยาว์, 2541:34)

ความสำคัญของการสื่อสารในองค์กร

เสนาะ ดิเยาว์, 2541:2-5 ได้กล่าวถึงความสำคัญของการสื่อสารในองค์กรไว้ 3 ประการสรุปได้ดังนี้

1. การสื่อสารทำให้เกิดความหมาย ซึ่งการที่บุคคลจะเข้าใจความหมายของการสื่อสารได้ก็เพราะใช้สัญลักษณ์ในการสื่อสารที่เหมาะสมกับข้อมูลและเหตุการณ์ที่ต้องการ ฉะนั้นกระบวนการในการสื่อสารที่สำคัญคือบุคคลนั้นต้องเข้าใจความหมายของการสื่อสาร และเลือกใช้คำหรือสัญลักษณ์หรือวิธีการที่ถูกต้องเหมาะสม จึงทำให้ผู้อื่นที่ติดต่อด้วยเข้าใจความหมายของการสื่อสารอย่างเดียวกัน

2. การสื่อสารทำให้คาดคะเนความคิดกันได้ การติดต่อสื่อสารนอกจากจะทำให้เข้าใจความหมายกันได้แล้ว ยังทำให้ทั้งสองฝ่ายสามารถคาดคะเนการกระทำหรือความคิดอีกฝ่ายหนึ่งได้ เพราะมีการสื่อสารกันนานจนคุ้นเคยและเรียนรู้พฤติกรรมการสื่อสารจากประสบการณ์

3. การสื่อสารทำให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลกัน โดยรูปแบบการสื่อสารเป็นไปใน 2 ลักษณะ คือการสื่อสารด้วยการใช้คำ ได้แก่ การพูดหรือการเขียน และการสื่อสารที่ไม่ใช้คำพูดเช่นการแสดงออกทางสีหน้า น้ำเสียง กริยาท่าทาง การแต่งตัว การใช้เครื่องประดับและการจัดโต๊ะเก้าอี้ในที่ทำงาน เป็นต้น ซึ่งการสื่อสารที่เป็นคำพูดและการสื่อสารที่ไม่เป็นคำพูดนี้จะเป็นข้อมูลที่ทำให้ผู้ที่ติดต่อสื่อสารด้วยเข้าใจความหมายได้เป็นอย่างดี นอกจากนั้นสภาพของการสื่อสารที่เกิดขึ้นในองค์กร อาจจะเป็นการสื่อสารภายในองค์กรและการสื่อสารของสมาชิกในองค์กรกับบุคคลภายนอกองค์กร

เช่น ลูกค้า ผู้ผลิต ผู้จำหน่าย ผู้ลงทุน เจ้าหน้าที่ของรัฐ ฯลฯ การแลกเปลี่ยนข้อมูลต่างๆที่เกิดขึ้นเหล่านี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเข้าใจซึ่งกันและกัน

หน้าที่ของการสื่อสารในองค์กร

สเนาะ คิยาวิ, 2541:15-17 ได้กล่าวถึงหน้าที่ของการสื่อสารในองค์กรสรุปได้ 3 ประการดังนี้

1. จัดหาข้อมูลเพื่อสามารถแข่งขันกับองค์กรอื่น การดำเนินงานขององค์กรจะประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับความสามารถในการแข่งขันกับองค์กรอื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง องค์กรธุรกิจซึ่งมีการแข่งขันสูง ทำให้ต้องรู้ข้อมูลต่างๆหลายอย่างเพื่อนำมาใช้ในการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา การรู้ข้อมูลล่าช้าจะทำให้ตัดสินใจไม่ทันการและเกิดความเสียหายขึ้น การดำเนินงานโดยขาดข้อมูลจะสร้างความวิตกกังวลและขาดความมั่นใจ ดังนั้นการมีข้อมูลพร้อมจะทำให้ได้เปรียบคู่แข่ง ผู้บริหารจึงต้องแสวงหาข้อมูลจากทุกแหล่งและสนใจข้อมูลทุกชนิด โดยจะต้องเรียนรู้วิธีการเก็บข้อมูลหรือการที่จะให้ได้ข้อมูลมา รู้วิธีจัดแยกประเภทข้อมูล และสรุปหรือตีความเพื่อหาความหมายจากข้อมูลเหล่านั้นสำหรับใช้ประโยชน์ต่อไป

2. ใช้เป็นเครื่องมือในการตัดสินใจ เป้าหมายการดำเนินธุรกิจคือการทำให้ธุรกิจนั้นประสบความสำเร็จ ซึ่งความสำเร็จจะเป็นไปได้ย่อมขึ้นกับการตัดสินใจของผู้บริหารด้วยการใช้ข้อมูลในรูปแบบต่างๆไม่ว่าจะเป็นรายงาน จดหมาย บันทึกความจำ การประชุม ข้อเสนอ ผลงานวิจัยและอื่นๆ โดยเฉพาะข้อมูลจากฝ่ายต่างๆขององค์กรที่เป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะและมีผลกระทบโดยตรงต่อองค์กร ทั้งนี้ผู้บริหารจะต้องนำมาพิจารณาอย่างรอบคอบและทุกแง่มุม หากผู้บริหารได้ข้อมูลที่ไม่ถูกต้องหรือคลุมเครือไม่แน่นอน หรือไม่เพียงพอจะทำให้ยากที่จะตัดสินใจหรือนำไปสู่การตัดสินใจที่ผิดพลาดได้ ดังนั้นผู้บริหารที่รอบคอบต้องพยายามแสวงหาข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างรวดเร็วทันเวลาและก่อนใครๆทั้งหมดเพื่อให้ได้รับประโยชน์จากข้อมูลนั้นอย่างมีประสิทธิภาพและพร้อมที่จะปรับตัวให้เข้ากับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น

3. สร้างความสัมพันธ์ภายในและภายนอกองค์กร องค์กรยังมีขนาดใหญ่ขึ้น ช่องว่างระหว่างพนักงานกับผู้บริหาร และระหว่างองค์กรกับบุคคลภายนอกจะยิ่งมีมากขึ้น และช่องว่างดังกล่าวนี้จะเป็นผลร้ายต่อองค์กร เพราะผู้บริหารอาจไม่ทราบว่าได้เกิดปัญหาขึ้นในหมู่พนักงาน หรือพนักงานอาจไม่รู้ว่องค์กรมีการดำเนินงานไปอย่างไร ทำให้เข้าใจนโยบายและการบริหารในทางผิดๆ การที่ผู้บริหารยึดถือแนวความคิดทางการบริหารแบบเก่าที่ไม่ยอมเปิดเผยข้อมูลบางอย่างให้พนักงานทราบหรือปกปิดข้อมูลบางอย่างไม่ให้บุคคลภายนอกรู้ อาจกลายเป็นผลเสียมากกว่าผลดี พนักงานทุกคนเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร นโยบายและการดำเนินงานใดๆล้วนส่งผลกระทบต่อพนักงานๆ จึงเป็นบุคคลที่ควรรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินงาน ฉะนั้นผู้บริหารต้องจัดหาข้อมูลต่างๆเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างทั้งสองฝ่าย ซึ่งนอกจากจะก่อให้เกิดความพึงพอใจแล้วยังส่งผลถึง

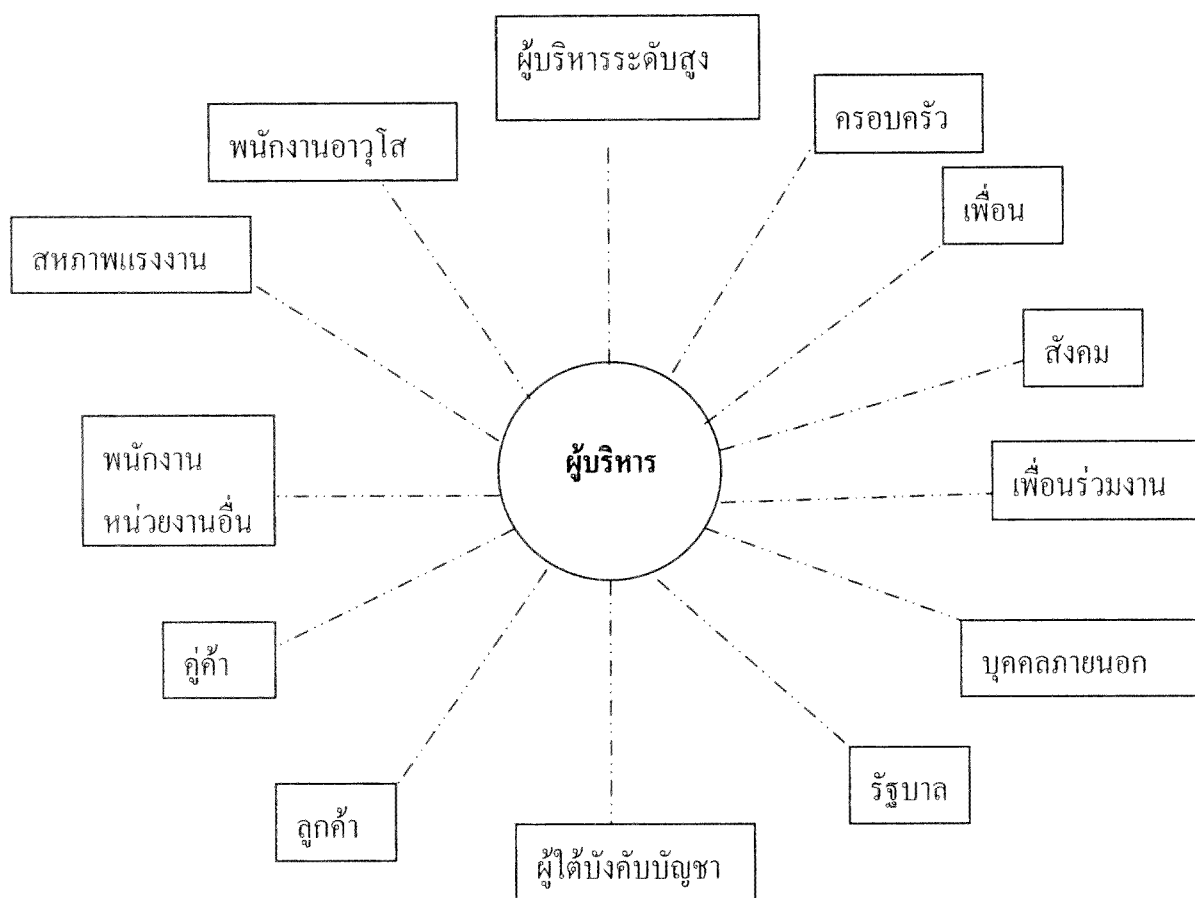
การสื่อสารกับการบริหาร

Alvie L.Smith (1990 : 8-9) กล่าวถึงการสื่อสารที่ดีส่งผลให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปได้อย่างดี เนื่องจากพนักงานจะมีความเข้าใจในธุรกิจ และการตัดสินใจของผู้บริหาร มีการพัฒนา ปรับปรุง บทบาทของตนเองและทีมงานมากขึ้น มีความเข้าใจและพยายามแสดงบทบาทให้ดีที่สุดเพื่อให้ องค์การธุรกิจประสบผลสำเร็จ ตลอดจนทราบว่า การแสดงออกของตนเองจะส่งผลกระทบต่อ ผลตอบแทนที่จะได้รับ และระบบความปลอดภัยขององค์กร ขั้นตอนการดำเนินการจะต้องเริ่มต้น ด้วยการวางเป้าหมายสูงสุดเพื่อที่จะทำให้การสื่อสารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นแนวทาง ดำเนินการขององค์กรธุรกิจ หลักการของการสื่อสาร ประกอบด้วยพื้นฐานสำคัญ 6 ประการ ดังนี้

1. การสื่อสารกับพนักงานเป็นหลักการขั้นพื้นฐานของการบริหารองค์ธุรกิจ
2. การกำหนดแนวทางดำเนินงาน และการสนับสนุนที่ชัดเจนของผู้บริหารเป็นสิ่งสำคัญ
3. การสื่อสารจะต้องมีขั้นตอนการวางแผน การสื่อสารเป็นกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องทั้งในด้านการสื่อสารอย่างมืออาชีพ และผู้บริหารหลักขององค์กร
4. ผู้บังคับบัญชาเป็นปัจจัยหลักสำคัญของการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ
5. เป้าหมายหลักของธุรกิจ ควรกำหนดเป็นประเด็นหลักของโครงการสื่อสารพนักงาน และควรถูกนำไปเผยแพร่ทั่วไปผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ในองค์กร
6. ระบบการสื่อสารควรมีการดำเนินการ และประเมินผลอย่างสม่ำเสมอ

Desmond W Evans (1990 : 65) กล่าวถึงการสร้างความสัมพันธ์ที่ส่งผลกระทบ และมีอิทธิพลต่อพนักงาน ตามแผนภาพ ดังนี้

234955



รูปที่ 4 การสร้างความสัมพันธ์ที่ส่งผลกระทบ และมีอิทธิพลต่อพนักงาน

(อ้างอิงใน Desmond W Evans, 1990 : 65)

เสนอ ดิยาว, 2541:17 ได้กล่าวถึงความสำเร็จหรือความล้มเหลวขององค์กรว่า เกิดขึ้นจากการมีประสิทธิภาพและการไม่มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน และการปฏิบัติงานจะมีประสิทธิภาพเพียงใดจะต้องอาศัยระบบการสื่อสารที่ดี ซึ่งวิธีการที่สมาชิกขององค์กรรับรู้ข่าวสารและแปลความหมายข่าวสารจะกระทบต่อขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานโดยตรง เพราะอาจก่อให้เกิดความไม่เข้าใจระหว่างผู้บริหารและพนักงานได้ ดังนั้น ระบบการสื่อสารจึงมีความสำคัญมาก การสื่อสารตามสายการบังคับบัญชาจากข้างบนลงข้างล่างอาจมีการบิดเบือนของข่าวสารขึ้นในแต่ละระดับได้เนื่องจากความสามารถที่จะเข้าใจข่าวสาร การตีความ และการส่งต่อข่าวสารที่แตกต่างกัน ผู้บริหารที่ตระหนักถึงความสำคัญของปัญหานี้จึงควรใช้วิธีการสื่อสารแบบ 2 ทาง (Two-way Communication) คือ มีทั้งทางขึ้นและทางลง เมื่อผู้บริหารสั่งงานลงมาแล้ว ผู้ได้บังคับบัญชาก็จะเสนอรายงานขึ้นไปเพื่อให้ผู้บริหารตัดสินใจขั้นสุดท้าย

Patricia Hayes Andrews และ John E. Baird, Jr. (2000 : 11) ได้ให้หลักการของการสื่อสารขององค์กรธุรกิจ ว่า การสื่อสารในองค์กรส่วนใหญ่ไม่มีประสิทธิภาพ เนื่องจาก

1. เน้นการกระทำมากกว่าเน้นผลลัพธ์
2. เป็นการสื่อสารทางเดียวแทนการสื่อสารหลายช่องทาง
3. ไม่มีการวัดประสิทธิภาพของการสื่อสารอย่างชัดเจน
4. ไม่สนใจกับความต้องการของผู้อื่น
5. ผู้ที่ใช้การสื่อสารขาดความชำนาญในการสื่อสาร

พจน์ ไชยาณัฐกิจ, 2548 : 151-154 ได้กล่าวถึงการสื่อสารภายในองค์กรว่า เป็นศูนย์กลางที่ทำให้บุคลากรรับรู้และเข้าใจในสิ่งเดียวกัน เนื่องจากภายในองค์กรประกอบด้วยหลายส่วน ถึงแม้ว่าภายในองค์กรเองมีการแบ่งย่อยแบ่งสาขาอย่างหลากหลาย แต่การมีวัฒนธรรมและพฤติกรรมการสื่อสารในองค์กรที่ดี จะสามารถสร้างความมั่นคงและเหนียวแน่นเหมือนกาวที่ยึดติดองค์กรให้คงอยู่ได้ ถึงแม้ว่าการแสดงออกหรือวิธีการดำเนินงานจะแตกต่างกัน หรือแม้กระทั่งการบริการหรือขายสินค้าที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับบุคลิกหรือการนำเสนอของแต่ละบุคคลว่า มีวิธีการอย่างไรหรือมีวิธีคิดอย่างไรจึงจะประสบความสำเร็จในผลงานของตนเอง แต่ในท้ายที่สุดแล้วจะมีจุดมุ่งหมายเดียวกัน และสามารถให้บริการหรือขายสินค้าได้ตามเป้าหมาย

ปัญหาที่พบในฐานะ CEO ของไทย คือ มักยึดติดอยู่กับค่านิยมในระดับผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชา ผ่านการสั่งการในแนวดิ่ง ทำให้ขาดซึ่งการมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีภายในองค์กร

CEO จึงควรทำให้การสื่อสารภายในองค์กรดีด้วย ไม่ใช่ปล่อยให้บุคลากรภายในองค์กรกลับไปรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับองค์กรของตนเองจากบุคคลภายนอก นั่นถือเป็นข้อผิดพลาดของ CEO โดยเฉพาะบริษัทที่มีสาขาย่อยจำนวนมาก CEO ที่อยู่ในส่วนกลางจะต้องบริหารงานเป็น รู้จักสื่อสารให้สาขาต่างๆรับรู้และรับทราบข้อมูลขององค์กรต่างๆ ที่อยู่ในเครือข่ายเดียวกัน สามารถสื่อสารกลับมายังส่วนกลางได้

CEO ที่ดี ควรใช้การสื่อสารสองทางกับบุคลากรภายในองค์กร (Two-way Communication) เช่นเดียวกับภายนอก ไม่ควรมองว่า คนในด้วยกันคงรู้แล้ว สามารถบริหารจัดการได้

ในการสื่อสารภายในองค์กรนั้น จะมีระดับการสื่อสารอยู่หลายระดับด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล การประชุม การฝึกอบรม การสัมมนา การชี้แจง การชี้แจงด้านเอกสาร วารสาร หรือระบบ Internet และ e-mail ภายในองค์กร การสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ CEO ควรเข้าไปมีส่วนร่วมด้วย มิใช่การสื่อสารระดับบริหารเท่านั้น ต้องทำให้ทุกระดับทั้งฝ่ายปฏิบัติการและฝ่ายบริหารรับทราบข้อมูลที่สอดคล้องกัน จึงจะสร้างภาพลักษณ์หรือรับรู้ปัญหาขององค์กรได้หมด ซึ่งเป็นวัฒนธรรมองค์กรที่ควรให้ความสำคัญ หรือ แม้กระทั่งการให้สิ่งตอบแทนหรือรางวัล

การขึ้นค่าตอบแทน การให้โบนัสแก่บุคลากรที่ดีขององค์กร เป็นสิ่งที่ CEO จะต้องตระหนักถึงการสร้างขวัญ กำลังใจให้กับบุคลากร รวมถึงผลกระทบต่างๆทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม โดยเฉพาะบุคลากรในระดับล่างที่หนักไปทางการใช้แรงงาน เนื่องจากบุคลากรเหล่านี้เป็นผู้ทำให้เกิดสินค้า/บริการที่เป็นรูปธรรมออกมา CEO จึงต้องใส่ใจในส่วนนี้อยู่เสมอ

หาก CEO ขาดซึ่งความเข้าใจในวัฒนธรรมขององค์กรด้วยแล้ว เปรียบเสมือนการเป็นองค์กรที่ขาดศูนย์รวม ขาดพลังที่จะยึดเหนี่ยวให้บุคลากรในองค์กรทำงานเข้ากันได้ รวมถึงการขาดขวัญและกำลังใจในการทำงาน

CEO ที่รู้จักเปิดโอกาสให้บุคลากรได้มีการพัฒนาความรู้ความสามารถ มีการสร้างบรรยากาศในการทำงานที่ดี เปิดรับฟังปัญหาของบุคลากร แม้ว่าจะเป็นเรื่องนอกเหนือจากงานในบางครั้งบางคราวก็ตาม หรือสามารถเป็นศูนย์รวมให้บุคลากรส่วนต่างๆเข้ามาปรึกษาหารือได้ นอกจากนี้ CEO เองจะต้องทำตัวเป็นแบบอย่างที่ดี เพราะภายในองค์กรเดียวกันแล้ว คนที่เปรียบเสมือนตัวอย่างให้บุคลากรในองค์กรได้ดูเป็นแบบอย่างในการบริหารงานและการทำงานก็คือ CEO ขององค์กรนั่นเอง

การยอมรับความแตกต่างของบุคลากร โดยเฉพาะในองค์กรที่มีบุคลากรเป็นจำนวนมาก และต่างสาขาวิชาชีพ CEO จะต้องใส่ใจในรายละเอียดส่วนนี้ด้วย เนื่องจากการทำงานที่ต้องอาศัยส่วนงานหลายๆฝ่าย จำเป็นต้องอาศัยการสื่อสารที่สามารถสื่อให้เข้าใจถึงภารกิจแต่ละด้านได้เป็นอย่างดี และเป็นการช่วยลดทอนปัญหาภายในองค์กร ซึ่ง CEO จะต้องรู้จักบุคลากรในแต่ละฝ่ายให้มากขึ้น

หาก CEO สามารถปรับค่านิยม ทักษะคติของตนเองให้ยอมรับฟัง มีการแลกเปลี่ยนพูดคุยกับบุคลากรที่นอกเหนือจากฝ่ายบริหารด้วยกันแล้ว จะเป็นการสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงาน และส่งผลต่อภาพที่บุคคลภายนอกมองเข้ามายังองค์กร เพราะสิ่งเหล่านี้จะสะท้อนออกมาทางบุคลิกภายนอกในการให้บริการหรือขายสินค้าได้เช่นเดียวกัน

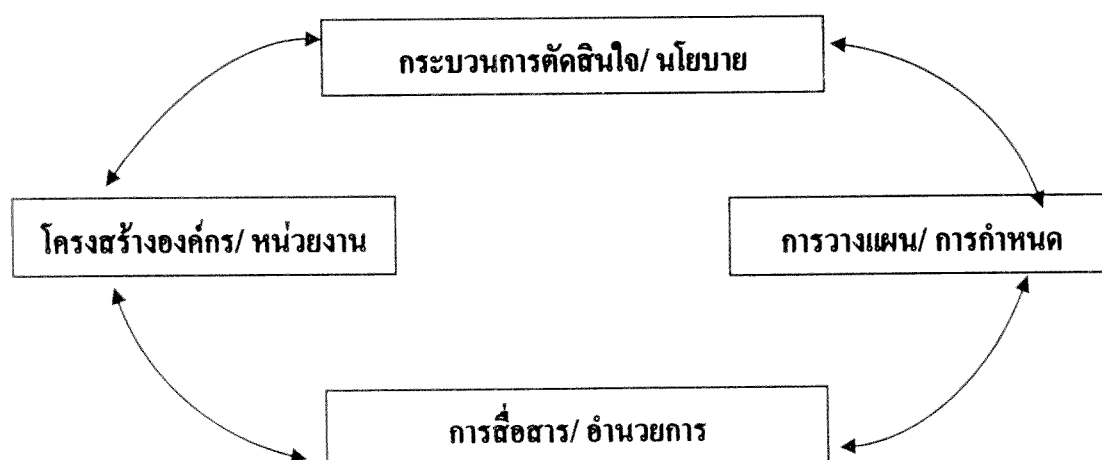
CEO จึงจำเป็นต้องใส่ใจในรายละเอียดในทุกๆส่วนขององค์กร ใส่ใจอย่างรอบคอบและรอบด้าน รู้จักสภาพที่แท้จริงขององค์กรเป็นอย่างดี จึงจะสามารถส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์เพื่อปรากฏต่อสายตาที่มองจากภายนอกได้ เพราะภายนอกจะขอตัดสินเริ่มจากการมีการสื่อสารภายในที่เยี่ยม

ความสำคัญของการสื่อสารภายในองค์กร

- เป็นเครื่องมือของ CEO ในการบริหารงาน เพราะการรู้จักการสื่อสารภายในองค์กรจะช่วยให้สามารถทำงานได้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องจากการทำงานต้องอาศัยหลายฝ่าย หลายส่วนงานเข้ามาช่วยเสริมสร้างศักยภาพให้กับองค์กร CEO จึงต้องเรียนรู้ทักษะในการสื่อสารซึ่งถือเป็นคุณสมบัติประการหนึ่งที่ CEO ควรต้องฝึกฝนให้เกิดขึ้นในตัวเอง พอๆ กับทักษะ ในการบริหารทั้งองค์กร เพื่อแสดงถึงภาพลักษณ์ให้ภายนอกได้มองเห็น

- เป็นเครื่องมือที่ช่วยสร้างความสัมพันธ์ระหว่าง CEO กับบุคลากรต่างๆ ภายในองค์กรเดียวกัน เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน การสร้างความไว้วางใจ สามารถแบ่งเบาภาระของ CEO ได้ มีความสนิทสนมกัน สิ่งเหล่านี้นำไปสู่สัมพันธภาพที่ดีต่อกันแม้ว่าระดับของการบริหารงานมีความแตกต่างกันก็ตาม โดยเฉพาะการเปิดโอกาสให้บุคลากรในระดับต่างๆ ได้มีส่วนร่วมในการบริหารงานของ CEO
- การช่วยกันปฏิบัติภารกิจขององค์กร และมีการประสานงานระหว่างกัน พร้อมทั้งทำงานสอดคล้องกันแม้ว่าจะต่างฝ่ายก็ตาม แต่เพื่อองค์กรเดียวกัน ซึ่ง CEO จะต้องสื่อให้เข้าใจถึงเป้าหมายเดียวกันภายในองค์กรเพราะต่างคนต่างที่มา ล้วนต่างก็มีวัฒนธรรมหรือพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ดังนั้น CEO จะต้องรู้จักการสื่อสารเพื่อสร้างความเป็นหนึ่งเดียวภายในองค์กรให้ได้
- การช่วยให้เกิดการพัฒนาและการทำงานที่มีประสิทธิภาพ จากปัจจัยต่างๆ ข้างต้น เมื่อผสมผสานเข้ากันแล้ว สามารถช่วยทำให้เกิดการพัฒนาองค์กรได้ โดยเฉพาะพลังขับเคลื่อนที่นำโดย CEO ที่จัดการสื่อสารภายในองค์กรเป็นอย่างดี

พจน์ ใจชาญสุขกิจ, 2550 : 52 ได้กล่าวถึงองค์ประกอบหลัก 4 ประการที่มีความสัมพันธ์และเชื่อมโยงกันดังนี้



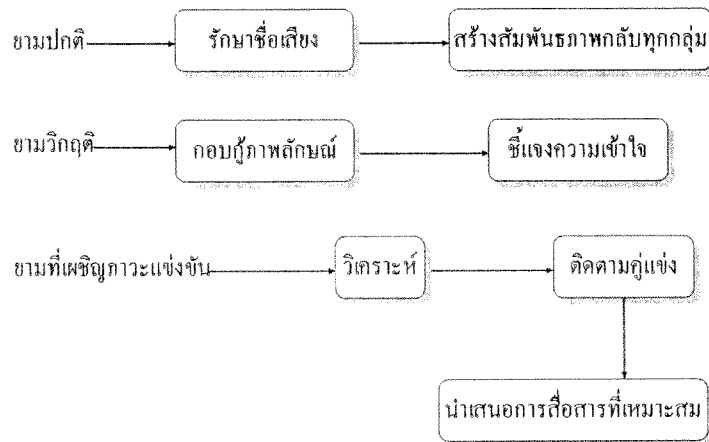
รูปที่ 5 องค์ประกอบต่าง ๆ ที่แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ต่อกัน

(อ้างอิงในพจน์ ใจชาญสุขกิจ, 2550 : 52)

พจน์ ใจชาญสุขกิจ, 2550 : 55-58 ได้กล่าวถึง บทบาทของนักการสื่อสารในองค์กรดังนี้

1. ให้คำแนะนำและเป็นที่ปรึกษาแก่ฝ่ายจัดการ / ผู้บริหารระดับสูง

นักการสื่อสารมีหน้าที่และความรับผิดชอบในการแนะนำให้ความเห็นแก่ฝ่ายจัดการ และผู้บริหารระดับสูง เกี่ยวกับการตัดสินใจในนโยบายขององค์กรที่เหมาะสม เพื่อที่จะธำรงรักษาสัมพันธภาพและสร้างความศรัทธาที่ประชาชนมีต่อองค์กรให้ดำรงต่อไปอย่างมั่นคง ไม่ว่าจะเป็น



รูปที่ 6 การสร้างสัมพันธภาพและสร้างความศรัทธาที่ประชาชนมีต่อองค์กร

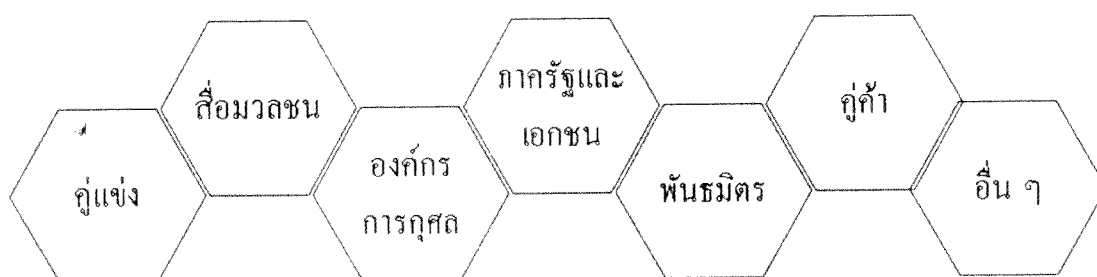
(อ้างอิงในพจน์ ใจชาญสุขกิจ, 2550:55)

ในการดูแลการสื่อสารขององค์กรในด้านต่าง ๆ ให้เกิดผลสัมฤทธิ์ ทั้งที่ดำเนินการเองและการจ้างบริษัทที่ปรึกษา (Consultant) เพื่อมาให้ข้อมูลทำการวิเคราะห์ วางแผนให้กับองค์กรในบางประเด็นที่ต้องการความช่วยเหลือ หรืออีกเหตุผลหนึ่ง เพื่อเป็นการนำความคิดใหม่ๆ มาสู่องค์กร รวมถึงการแบ่งเบาภาระในการดำเนินงานบางเรื่อง เช่น การจัดหาข้อมูลของคู่แข่ง การมองภาพลักษณ์ขององค์กรในมุมมองของคนที่อยู่ภายนอกองค์กร ล้วนเป็นเรื่องละเอียดอ่อน ทำให้ความจำเป็นที่จะต้องได้รับความคำแนะนำและมีที่ปรึกษาเป็นสิ่งสำคัญ หรือแม้กระทั่งยามเมื่อเกิดกรณีฉุกเฉินหรือเหตุการณ์พิเศษที่เป็นองค์ความรู้ อันนอกเหนือจากการทำงานภายในองค์กร ก็จำเป็นเช่นเดียวกัน ในการเข้ามาของที่ปรึกษาหรือคำแนะนำที่สอดคล้องกับสถานการณ์นั้นๆ

สิ่งที่มีค่ามากที่สุด คือบุคลากรภายในองค์กร/ หน่วยงานเอง ก็สามารถให้คำแนะนำหรือเป็นที่ปรึกษาที่ดีได้ โดยบุคลากรผู้นั้นจะต้องสามารถมององค์กรในฐานะคนภายนอกได้ และที่สำคัญจะต้องเป็นผู้แสวงหาองค์ความรู้ใหม่ๆ และหลากหลายอยู่เสมอ หรือแม้กระทั่งวิเคราะห์ผลการดำเนินงานในอดีตขององค์กร / หน่วยงาน ทั้งที่ประสบผลสำเร็จและล้มเหลว เพื่อเป็นบทเรียนหรือข้อมูลสนับสนุนให้กับบุคลากรหรือหน่วยงานที่เป็นที่ปรึกษาได้เรียนรู้และป้องกัน ก่อนที่จะเกิดเหตุการณ์เช่นนั้นขึ้นอีก ถึงแม้ว่าจะมีแนวโน้มเกิดขึ้นหรือไม่ก็ตาม

2. ทำหน้าที่ในการเป็นผู้ประสานงานการติดต่อสื่อสาร

การเป็นผู้ประสานงานการติดต่อสื่อสาร ถือเป็นบทบาทที่มีความสัมพันธ์อย่างมากต่อการประชาสัมพันธ์ การติดต่อสื่อสารมีเพียงแต่เป็นการออกข่าวปกติเท่านั้น แต่จะต้องมีลักษณะของข่าวที่สะท้อนถึงภาพลักษณ์องค์กรในฐานะที่เป็นประชาชนของสังคมและมีส่วนรับผิดชอบต่อสังคมที่ตนสังกัดอยู่โดยใช้สื่อที่เหมาะสม ไม่ว่าองค์กรนั้นจะมีรูปแบบใดก็ตาม

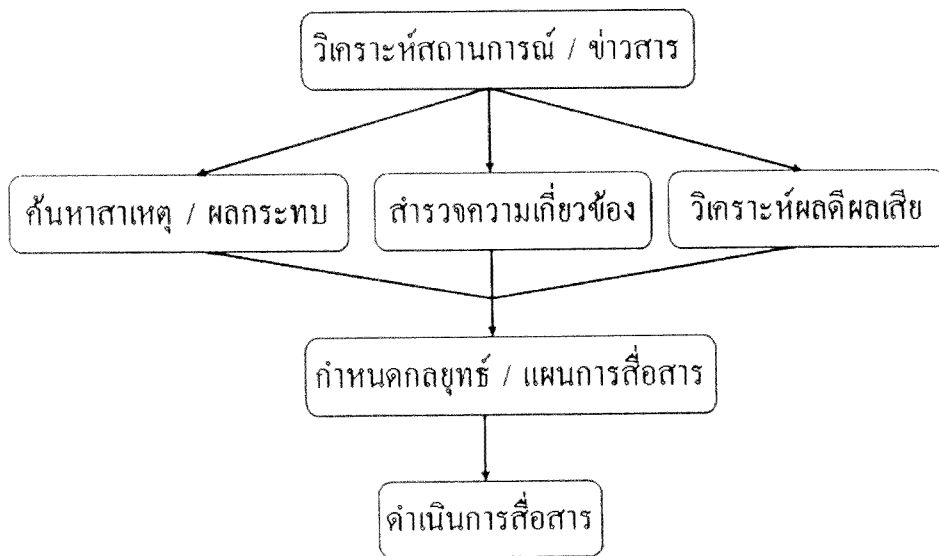


รูปที่ 7 การประสานงานการติดต่อสื่อสาร (อ้างอิงในพจน์ ใจชาญสุขกิจ, 2550:57)

ผู้ประสานงานการติดต่อสื่อสารจะต้องมีศิลปะการสื่อความ การเจรจาต่อรอง และการแสวงหาโอกาสในการสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กร ดังนั้น ผู้ประสานงานการติดต่อสื่อสารจึงเปรียบเสมือนฟันเฟืองที่จะทำให้การติดต่อสื่อสารนั้น มีความผสมผสานและทำให้กระบวนการทำงานขององค์กรผ่านพ้นไปได้ด้วยดี

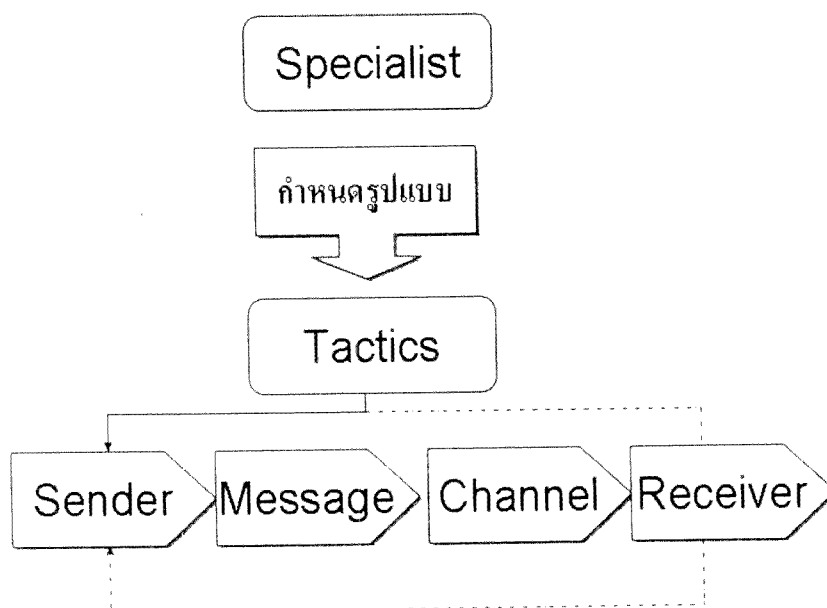
3. ทำหน้าที่ในการวิเคราะห์และศึกษาวิจัยปัญหาทางสังคม

นับเป็นหน้าที่สำคัญของการสื่อสารองค์กร เพราะเป็นช่องทางของการติดต่อสื่อสารที่ทำให้ภายนอกได้รู้จักองค์กร แต่ที่สำคัญภายในองค์กรเองต้องรู้จักสังคมภายนอกมากและดีด้วย ซึ่งอาจจะเป็นประโยชน์และมีค่าต่อองค์กรในการจัดการธุรกิจหรือภาระหน้าที่ของตน และทำให้สามารถทราบและคาดการณ์ล่วงหน้าถึงผลกระทบต่อองค์กรได้เป็นอย่างดี เพียงการอ้างอิงอาศัยข้อมูลหรือข้อเท็จจริง (Fact) เพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอ จึงจำเป็นที่จะต้องนำข้อมูลจากหลายๆ แหล่งที่ได้ทำการรวบรวมเอาไว้ นำมาวิเคราะห์และศึกษาวิจัยปัญหาทางสังคมที่เกิดขึ้น ซึ่งนักการสื่อสารได้เริ่มต้นอย่างเป็นขั้นตอน



รูปที่ 8 การวิเคราะห์และศึกษาวิจัยปัญหา (อ้างถึงในพจน์ ใจชาญสุขกิจ, 2550:58)

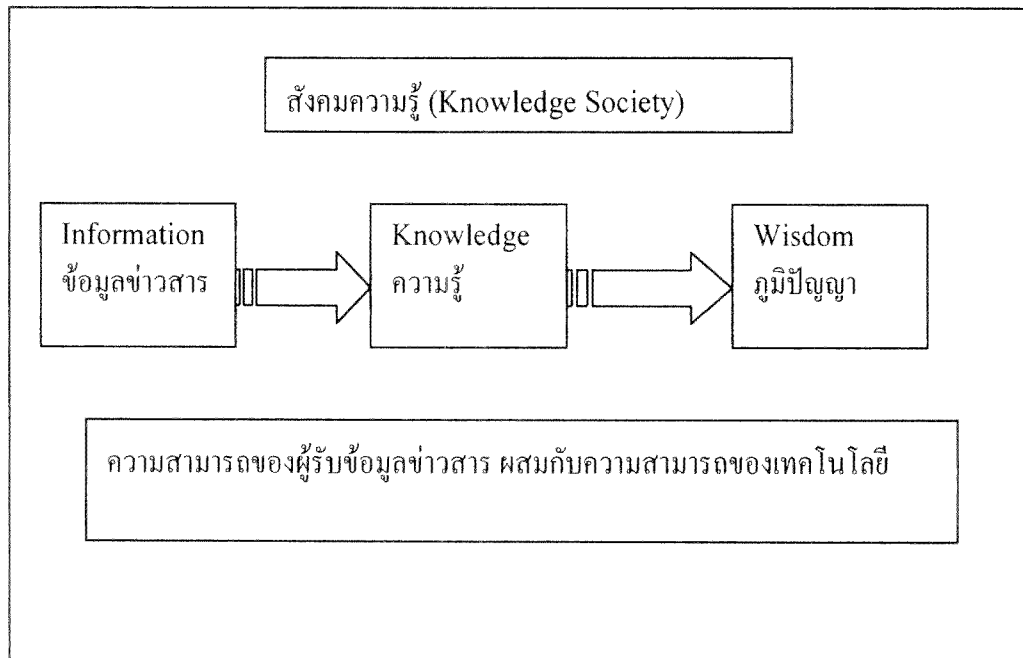
พจน์ ใจชาญสุขกิจ, 2550 : 68 ที่กล่าวไว้ว่า การวางแผนและการทำงานด้านการสื่อสาร จำเป็นต้องอาศัยผู้รู้ หรือผู้มีความรู้ ความชำนาญ จะได้เข้าใจวิธีการดำเนินการสื่อสารอย่างถูกต้อง โดยเฉพาะในสถานการณ์ที่มีความเสี่ยง และต้องอาศัยการแข่งขันที่ค่อนข้างสูง เพราะการกำหนดส่วนประกอบต่าง ๆ ขึ้นมาเป็นแผนต่างมีความสำคัญ นับตั้งแต่เริ่มต้นกำหนดรูปแบบการวางแผน ขั้นตอนการวางแผน จนนำไปสู่ช่องทางของผู้รับสารเพื่อให้ผู้วางแผน และกลุ่มเป้าหมายสามารถรับรู้ในแนวทางเดียวกัน ดังรูปภาพ



รูปที่ 9 การวางแผนโดยผู้เชี่ยวชาญ (อ้างถึงในพจน์ ใจชาญสุขกิจ, 2550:68)

ประสิทธิภาพการสื่อสาร

การสื่อสาร (Communication) เป็นเครื่องมือสำคัญและมีบทบาทมากในการบริหารองค์กรยุคปัจจุบันที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรง ปัจจัยที่ทำให้สามารถชนะคู่แข่งได้ คือ การรู้ข้อมูลข่าวสารก่อนผู้อื่น เพราะจะเป็นการสร้างความได้เปรียบให้แก่องค์กรธุรกิจ เนื่องจากข้อมูลข่าวสารจะถูกเปลี่ยนสถานะเป็นความรู้ (Knowledge) และส่งผลให้เป็นองค์ความรู้ที่ก่อให้เกิดภูมิปัญญา (Wisdom)



รูปที่ 10 ความสามารถของผู้รับข้อมูลข่าวสาร

(อ้างอิงในประเวศน์ มหารัตน์สกุล (ตะวัน สาดแสง), 2548 : 183)

องค์ประกอบของการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ

ประเวศน์ มหารัตน์สกุล (ตะวัน สาดแสง), 2548 : 183 ได้กล่าวถึงการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบดังต่อไปนี้

1. ปริมาณข้อมูลข่าวสาร
2. คุณภาพของข้อมูลข่าวสาร
3. ประสิทธิภาพของสื่อ หรือช่องทาง (channel)
4. ประโยชน์ หรือคุณค่าของข้อมูลข่าวสาร
5. ข้อมูลข่าวสารที่เป็นความจริง ไม่ถูกตัดแต่ง คัดแปลง
6. ระดับความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร
7. ศักยภาพ และความสามารถของเทคโนโลยีการสื่อสาร เช่น อินเทอร์เน็ต วิทยุ โทรศัพท์ หรือสื่ออื่นๆ

องค์ประกอบของเนื้อหาการสื่อสาร

ประเด็น มหรัตน์สกุล (ตะวัน สาคแสง), 2548 : 187-190 ได้กล่าวถึงองค์ประกอบที่จำเป็นในการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนี้

1. ความชัดเจนในจุดมุ่งหมายของผู้ส่ง ผู้ส่งข่าวสารต้องคำนึงถึงพื้นฐานความรู้ ความเข้าใจของผู้รับ เช่น จะพูดเรื่องอะไรกับใครต้องใช้ภาษาที่แตกต่างกัน ตัวอย่างเช่น พูดให้นักวิชาการหรือพนักงานฟัง ต้องมีความแตกต่างกัน
2. จุดมุ่งหมายต้องไม่แอบแฝงซ่อนเงื่อน ผู้ส่งต้องไม่ทำให้ผู้รับรู้สึกว่ามีเจตนาอื่นแอบแฝงอยู่
3. ระดับความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งและผู้รับต้องเป็นไปด้วยความซื่อสัตย์และไว้วางใจซึ่งกันและกันได้ เมื่อมีข้อสงสัย เคลือบแคลงใจ สามารถสอบถามได้ตลอดเวลา
4. ภาษาและสื่อที่ใช้ ควรให้เหมาะสมกับผู้รับ โดยควรเป็นภาษาที่เข้าใจง่ายไม่ว่าจะเป็นภาษาพูดหรือภาษาเขียน
5. แหล่งข้อมูลข่าวสาร ต้องสามารถทำให้ผู้รับ ทราบได้ทันทีว่า ส่งมาจากที่ใด ใครเป็นผู้ส่ง เช่น ผู้บริหารสั่งงาน ผู้รับคำสั่งสามารถเข้าใจความหมายของข้อมูลข่าวสารได้ทันที
6. ความเป็นเอกภาพของจุดมุ่งหมายหรือเป้าประสงค์โดยไม่มีความขัดแย้งซึ่งกันและกัน ซึ่งจะทำให้การติดต่อสื่อสารถูกแปลความหมายเบี่ยงเบนไปจากเป้าประสงค์
7. องค์ประกอบอื่น ๆ เช่น บรรยากาศการทำงานที่เป็นมิตรจะช่วยส่งเสริมการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

อุปสรรคในการสื่อสาร

ประเด็น มหรัตน์สกุล (ตะวัน สาคแสง), 2548 : 192-195 ได้กล่าวถึงอุปสรรค หรือข้อจำกัดในการสื่อสารมีหลายปัจจัย ดังนี้

1. ความเข้าใจผิด ทำให้ผู้ส่งและผู้รับเกิดความเข้าใจไม่ตรงกัน
2. ความไม่เอาใจใส่ ผู้ปฏิบัติงานไม่เอาใจใส่ในงานในหน้าที่ ทำให้เกิดข้อผิดพลาด บกพร่องในการทำงาน
3. เจตนาไม่ดี โดยใช้ข้อมูลเพื่อจุดประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง ทำให้ใช้การสื่อสารในทางไม่เหมาะสม
4. ระยะทาง ในอดีตระยะทางส่งผลต่อประสิทธิภาพในการสื่อสาร แต่ปัจจุบันความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศ ช่วยลดอุปสรรคในการสื่อสารด้านระยะทางเพราะมีการสื่อสารที่ใช้สื่อทันสมัย เช่น สื่อตามสาย (on-line) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ แต่การสื่อสารก็

ยังคงมีปัญหาเนื่องจากต้องผ่านการแปลความของบุคคล ทำให้ความหมายของข้อมูลข่าวสารอาจเบี่ยงเบนไปจากเจตนาของความหมายเดิม

5. ช่องทางการสื่อสาร เนื่องจากการสื่อสารในองค์กรมีหลายรูปแบบตามลักษณะของการบริหารในองค์กร เช่น ถ้าเป็นการบริหารแบบเผด็จการ การสื่อสารจะเป็นในลักษณะจากบนลงล่าง แต่ถ้าเป็นการบริหารแบบมีส่วนร่วมจะเป็นการสื่อสารแบบแนวนอน หรือแบบต่างชั้นบน

ข้อมูลข่าวสารที่เป็นผลร้ายต่อองค์กร

ประเวศน์ นพรัตน์สกุล (ตะวัน ชาติแสง), 2548 : 200 ได้กล่าวถึงข้อมูลข่าวสารที่เป็นผลร้ายต่อองค์กร (Organizational Toxicity) ดังนี้

1. การตำหนิ หรือหาแพะรับบาป หรือโยนความผิด หรือความรับผิดชอบให้แก่ผู้อื่น
2. การล่าเอียง ใช้ระบบอุปถัมภ์มาก่อนผลงาน
3. มีความลับ ปกปิดข้อมูล
4. ติดต่อสื่อสารแบบมีกลดง โดยอ้างว่ามีคำสั่ง หรือนโยบาย
5. ก้าวก่ายหน้าที
6. ต่างคนต่างอยู่ ไม่มีการยอมกัน การสื่อสารใช้แบบทางการเท่านั้น
7. ชอบใส่ความ หากผู้บริหารเอาสิ่งเหล่านี้มาประกอบการตัดสินใจ จะกลายเป็นวัฒนธรรมที่ไม่ดีขององค์กร
8. พังความข้างเดียว หรือรับข้อมูลเพียงด้านเดียวแล้วสรุปผล

การแก้ปัญหการสื่อสาร

ประเวศน์ นพรัตน์สกุล (ตะวัน ชาติแสง), 2548 : 201-202 ได้กล่าวถึงการแก้ปัญหการสื่อสาร ดังนี้

1. ภาษาต้องชัดเจน เรียบง่าย ตรงไปตรงมา ง่ายต่อความเข้าใจ
2. มีจุดมุ่งหมาย หรือวัตถุประสงค์ชัดเจน
3. การส่งข้อมูลข่าวสารด้วยสื่อทางเสียง ต้องมีความชัดเจน ง่ายต่อความเข้าใจ
4. เมื่อมีการส่งข้อมูลข่าวสารไปแล้ว ผู้รับไม่เข้าใจ ผู้ส่งต้องเต็มใจอธิบาย
5. ความคิดเห็นต้องเป็นไปทั้งทางบวกและทางลบ
6. มีการใช้การสื่อสารที่ไม่ใช้ภาษาประกอบการสื่อสาร เช่น การใช้กิริยาท่าทาง การประสานสายตา การมองตา ฯลฯ

ประเด็น มหาคันธฤๅ (ตะวัน ๓๓๓), 2548 : 288-289 ได้กล่าวถึงการถกเถียงเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น (Discussion) หรือมีการถกเถียงกันในเรื่องงาน คุณภาพของงาน คุณภาพการผลิต ความขัดแย้งในลักษณะนี้เป็นการนำไปสู่ความเข้าใจที่ถูกต้อง เป็นการแลกเปลี่ยนความรู้ความเข้าใจและประสบการณ์ซึ่งกันและกัน ผลทางอ้อมถือเป็นการเพิ่มพูนความรู้และทักษะในการปฏิบัติงาน ความขัดแย้งแบบนี้หากไม่มีการบริหารจัดการให้เกิดความพอดี อาจนำไปสู่ความขัดแย้งถึงขั้นรุนแรงที่มีผลทางลบได้เช่นกัน ดังนั้น บนเวทีที่มีความขัดแย้ง หรือต้องใช้เวทีของความขัดแย้งแก้ปัญหาในเรื่องงาน ผู้บริหารและผู้ที่อยู่บนเวที ต้องกำหนดกรอบกติกา ดังต่อไปนี้

1. ยึดถือผลประโยชน์ร่วมกัน
2. ขอมผูกพันที่จะถกเถียงบนกติกาที่กำหนดร่วมกัน
3. ให้เกียรติซึ่งกันและกัน เปิดกว้างทางความคิด ขอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น
4. หลีกเลียงการพุดจาเสียดสี ประชดประชัน หรือข่มผู้อื่น
5. จัดรูปแบบโครงสร้างการถกเถียงหรือกำหนดระเบียบวาระ (Agenda) บนเวทีต้องรู้ว่าประเด็นที่ถกเถียงนั้นเป็นข้อความจริง (Fact) หรือความรู้สึก (Feeling) หรือค่านิยม (Values) ฯลฯ
6. ไว้วางใจซึ่งกันและกัน เชื่อว่าทุกคนหวังดีต่อองค์กร
7. สร้างความเคารพนาเชื่อถือ ให้ความเอื้อเฟื้อแก่ผู้ที่ด้อยกว่าตน และเทคนิคที่จะสร้างความนาเชื่อถือ บางครั้งต้องแลกด้วยความเอื้อเฟื้อ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทิพย์พาพร มหาสินไพศาล, 2534 วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. นิเทศศาสตร์ (นิเทศศาสตร์พัฒนาการ) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. บัณฑิตวิทยาลัย เรื่อง การศึกษาความคิดเห็นพฤติกรรมการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อระบบสื่อสารทางโทรสารของหน่วยงานธุรกิจ การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาความคิดเห็นพฤติกรรมการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อระบบการสื่อสารทางโทรสารของหน่วยงานธุรกิจ โดยศึกษาจากหน่วยงานธุรกิจในเขตกรุงเทพมหานคร สุ่มตัวอย่างศึกษา 214 หน่วยงาน และใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล ส่วนการวิเคราะห์ใช้การหาค่าร้อยละ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างคู่ด้วยวิธี LSD และการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า

- 1) นักธุรกิจประเภทธุรกิจที่มีความแตกต่างกันจะมีความคิดเห็นที่มีต่อระบบสื่อสารทางโทรสารแตกต่างกัน โดยกลุ่มธุรกิจประเภทการเงิน และธุรกิจประเภทนาเข้าส่งออกมีความแตกต่างกันเป็นรายคู่ กับธุรกิจประเภทบริหาร

2) ธุรกิจที่มีปริมาณการใช้โทรสารที่แตกต่างกันจะมีความคิดเห็นต่อระบบสื่อสารทางโทรสารของหน่วยงานธุรกิจแตกต่างกัน โดยมีกลุ่มปริมาณการใช้โทรสาร 80 เปอร์เซนต์ขึ้นไป และกลุ่ม 71-80 เปอร์เซนต์ มีความแตกต่างกับกลุ่มปริมาณการใช้ที่ต่ำกว่า 50 เปอร์เซนต์

3) ปริมาณการใช้โทรสารของหน่วยงานธุรกิจที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อระบบสื่อสารทางโทรสารแตกต่างกัน โดยมีกลุ่มปริมาณการใช้โทรสารกลุ่มที่ 80 เปอร์เซนต์ขึ้นไปที่มีความแตกต่างกับกลุ่มปริมาณการใช้ที่ต่ำกว่า 50 เปอร์เซนต์

4) ความคิดเห็นที่มีต่อระบบสื่อสารทางโทรสารมีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจที่มีต่อระบบสื่อสารทางโทรสารในเชิงบวก ที่ระดับนัยสำคัญ ทางสถิติ 0.01 กล่าวคือ หน่วยงานธุรกิจที่มีความคิดเห็นในเชิงบวกสูง จะมีความพึงพอใจต่อระบบสื่อสารทางโทรสารสูงด้วย

สิริวรรณ จันทศรี, 2534 วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน (สื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. บัณฑิตวิทยาลัย เรื่อง การสื่อสารภายในบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งที่จะศึกษาถึงพฤติกรรมสื่อสารของ บุคคลในองค์กร โดยเน้นศึกษาเฉพาะบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ 5 บริษัท โดยใช้ความสามารถในการทำกำไรเป็นหลักในการคัดเลือกจากบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ทั้งหมด 72 บริษัท จากนั้นจึงแบ่งบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ทั้ง 5 บริษัทออกเป็นกลุ่มตามขนาดขององค์กรได้ 3 กลุ่มคือ กลุ่มบริษัทขนาดใหญ่ กลาง และเล็ก ตามลำดับ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งเป็น 2 ส่วนใหญ่ ๆ คือ ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับภูมิหลังของแต่ละบุคคล ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะการสื่อสารภายในบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานในบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ทั้ง 5 บริษัทโดยแบ่งเป็น 2 ส่วนใหญ่ ๆ ตามตำแหน่ง คือ ระดับบริหารและระดับปฏิบัติงาน ใช้ขนาดตัวอย่างทั้งหมดได้ขนาดตัวอย่าง 355 คน ได้ผลการศึกษาวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. ลักษณะภูมิหลังของแต่ละบุคคล ทั้งในเรื่องของเพศ อายุ อายุงาน ตำแหน่งและระดับการศึกษา ไม่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการติดต่อสื่อสารภายในบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์แต่อย่างใด ผลจากการศึกษาพบว่าบุคคลที่มีภูมิหลังทางด้านเหล่านี้แตกต่างกันบ้างในเรื่องปลีกย่อยบางประการ แต่อย่างไรก็ตาม ความคิดเห็นโดยส่วนใหญ่จะไม่แตกต่างกัน ดังนั้น ภูมิหลังของแต่ละบุคคล จึงไม่ใช่ปัจจัยหลักที่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพของการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร

2. ขนาดขององค์กรที่แตกต่างกันมีผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร จากการศึกษาพบว่าองค์กรขนาดกลางหรือ ขนาดเล็กมีประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสารมากกว่าองค์กรขนาดใหญ่ ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากองค์กรขนาดกลางหรือขนาดเล็ก มีความคล่องตัวในการดำเนินงานหรือการติดต่อสื่อสารมากกว่าองค์กรขนาดใหญ่ ผลจากการศึกษาทำให้ทราบว่าขนาดขององค์กรที่มีขนาดใหญ่มากเท่าไร ควรจะให้ความสนใจและให้ความสำคัญกับการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรมากเท่านั้น

ระวิทย์ บุญสินสุข, 2534 วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน (สื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย เรื่อง การศึกษาการสื่อสารเพื่อการดำเนินงานภายในของบรรษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นในเรื่องของการสื่อสารเพื่อการดำเนินงานภายในของบรรษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ระหว่างกลุ่มเจ้าพระยาที่ระดับบริหารชั้นต้นและกลุ่มเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติการ ซึ่งประกอบไปด้วยการสื่อสารในด้านต่าง ๆ 3 ด้านได้แก่

1.1 การสื่อสารเพื่อการบริหาร

1.2 การสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

1.3 การสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายใน

2. เพื่อศึกษาถึงการสื่อสารเพื่อการดำเนินงาน โดยพิจารณาในแง่ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารเพื่อการบริหารระดับกลาง ซึ่งคือผู้จัดการฝ่ายต่าง ๆ และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลที่ต้องการเพียงครั้งเดียว (The One-Shot Case Study) ทั้งนี้ ได้กำหนดกลุ่มประชากรที่ศึกษาเป็นเจ้าหน้าที่ระดับบริหารชั้นต้น และเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติการในฝ่ายต่าง ๆ ของบรรษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย จำนวนทั้งสิ้น 300 คน โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นจำนวน 158 คน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการพรรณนาข้อมูลเบื้องต้น ส่วนการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยใช้สถิติ t-test การหาสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่าย (Pearson Correlation) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ ของความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ การประมวลผลข้อมูลใช้ไมโครคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC ผลการวิจัยและการทดสอบสมมติฐานพบว่า

1. ความคิดเห็นในเรื่องการสื่อสารเพื่อการบริหารระหว่างเจ้าหน้าที่ระดับบริหารชั้นต้น และเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติการไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าเจ้าหน้าที่ทั้ง 2 กลุ่มมีความคิดเห็น สอดคล้องและใกล้เคียงกันว่า การสื่อสารเพื่อการบริหารที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน มีความเหมาะสมในระดับค่อนข้างมากใน 7 ประเด็น ดังนี้คือ

1.1 ความเชื่อถือในผู้ส่งข่าวสาร

1.2 ความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม

1.3 ความเหมาะสมของเนื้อหาสาระ

1.4 ความต่อเนื่องและสม่ำเสมอของการสื่อสาร

1.5 ความเหมาะสมของช่องสื่อสาร

1.6 ความสามารถของผู้รับข่าวสาร

1.7 ความแจ่มชัดของข่าวสาร

2. ความคิดเห็นในเรื่องการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ระหว่างเจ้าหน้าที่ระดับบริหารชั้นต้นและเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติการ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่า เจ้าหน้าที่ทั้ง 2 กลุ่มมีความคิดเห็นใกล้เคียงกันว่า การสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่เป็นอยู่มีความเหมาะสมในระดับปานกลางใน 3 ประเด็นดังนี้คือ

2.1 ประเด็นในฐานะผู้บริหาร

2.2 ประเด็นในฐานะผู้ร่วมงาน

2.3 ประเด็นในฐานะเป็นบุคคลหนึ่งในการเข้าร่วมกิจกรรม

3. ความคิดเห็นในเรื่องการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายในระหว่างเจ้าหน้าที่ระดับบริหารชั้นต้นและเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติการ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่า เจ้าหน้าที่ทั้ง 2 กลุ่มมีความคิดเห็นใกล้เคียงกันว่า การสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายในที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน มีความเหมาะสมในระดับค่อนข้างสูงใน 4 ประเด็น ดังนี้คือ

3.1 ประเด็นบทบาทในการมีส่วนร่วมในการติดต่อและสร้างความเข้าใจระหว่างกลุ่มย่อย

3.2 ประเด็นบทบาทในการให้ข่าวสารเพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจ

3.3 ประเด็นบทบาทในการเป็นตัวกลางระหว่างเจ้าหน้าที่กับผู้บริหารระดับสูง

3.4 ประเด็นบทบาทในการสร้างภาพพจน์

4. ในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารในด้านต่าง ๆ 3 ด้านพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการบริหารมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความคิดเห็นในด้านการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และด้านการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายใน ส่วนความคิดเห็นในด้านการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นในด้านการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายใน นอกจากนี้ยังได้ศึกษาถึงวิธีการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้บังคับบัญชา (เจ้าหน้าที่ระดับบริหาร) กับผู้ใต้บังคับบัญชา (เจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติการ) ของบริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย พบว่าในเรื่องของการสั่งงาน ผู้บังคับบัญชามักใช้วิธีเดินมาสั่งงานด้วยตนเอง ในขณะที่ผู้ใต้บังคับบัญชา ประารถนาที่จะให้ผู้บังคับบัญชาสั่งงานด้วยการเรียกพบเป็นการส่วนตัว เนื่องจากผู้ใต้บังคับบัญชากลัวที่จะซักถามรายละเอียดในงานนั้นได้มากกว่าการที่ผู้บังคับบัญชาเดินมาสั่งงานด้วยตนเอง ในเรื่องของการได้รับทราบข่าวคราว/เรื่องราวที่ทำให้ผู้ใต้บังคับบัญชาไม่สบายใจในการทำงานร่วมกับผู้บังคับบัญชา ส่วนใหญ่เคยได้รับทราบ เป็นบางครั้ง บางคราว ซึ่งข่าวคราวดังกล่าวมาจากคำบอกเล่าของเพื่อนร่วมงานเป็นสาเหตุแรก สาเหตุรองลงมาจากจากการพูด/การแสดงออกของผู้บังคับบัญชา ซึ่งผู้ใต้บังคับบัญชาก็จะแก้ปัญหาโดยการพูดคุยกับเพื่อนร่วมงานที่ไว้ใจได้ รองลงมาคือ พยายามค้นหารายละเอียดเกี่ยวกับเรื่องที่ทราบมาว่าจริงเท็จแค่ไหน และพูดคุยให้ญาติพี่น้อง/แฟนฟังเป็นอันดับสาม ในกรณีการติดต่อสื่อสารหรือเปิดรับข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายใน เจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่จะรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ภายในบริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยตลอดจนการเปลี่ยนแปลงในด้านตำแหน่งการ

งานและบุคคลต่าง ๆ จากเพื่อนร่วมงานเป็นอันดับแรก หนังสือเวียน/ บันทึก/ จดหมาย และผู้บังคับบัญชาเป็นอันดับที่สอง และสามตามลำดับ จากการศึกษาที่มีข้อสังเกตว่า การสื่อสารในการบริหารงานภาคเอกชนส่วนใหญ่จะมีการติดต่อสื่อสารสองทางระหว่างผู้บริหาร (ผู้บังคับบัญชา) กับผู้ปฏิบัติการ (ผู้ใต้บังคับบัญชา) คือ ผู้บริหารส่วนใหญ่ใช้นโยบายเปิดประตู (Open-Door Policy) โดยเปิดโอกาสให้ผู้ปฏิบัติการ (ผู้ใต้บังคับบัญชา) ได้พูดคุยและแสดงออกซึ่งความคิดเห็น ความรู้สึก และทัศนะในเรื่องต่าง ๆ อย่างเปิดเผยและเสรีในระดับหนึ่ง โดยที่ผู้บริหาร(ผู้บังคับบัญชา)ส่วนใหญ่รับฟังและเต็มใจที่จะนำเอาข้อเสนอแนะไปพิจารณาตามความเหมาะสมต่อไป ส่งผลต่อการสร้างบรรยากาศให้เอื้ออำนวยต่อการติดต่อสื่อสารในการทำงาน หรือความรู้สึกพึงพอใจที่เกิดขึ้นจากการทำงาน โดยมุ่งถึงวัตถุประสงค์และผลสัมฤทธิ์ของงานเป็นสำคัญ ซึ่งแตกต่างจากระบบบริหารแบบราชการ ค่านิยมส่วนใหญ่มักยึดถือกฎเกณฑ์ ระเบียบข้อบังคับอย่างเคร่งครัด และให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามกฎระเบียบมากกว่าผลสัมฤทธิ์ของงานทำให้เกิดระบบการใช้อำนาจและการควบคุมในลักษณะ อัตตารับผิดชอบ คือ ศูนย์กลางอำนาจหรือการตัดสินใจใด ๆ ยังคงอยู่ที่ผู้บริหาร(ผู้บังคับบัญชา) เป็นส่วนใหญ่ ฉะนั้น ผู้ปฏิบัติการ (ผู้ใต้บังคับบัญชา) จึงยึดกฎเกณฑ์เป็นที่ตั้ง ไม่กล้าตัดสินใจและกลัวการรับผิดชอบ ส่งผลถึงการแสดงความคิดเห็นหรือริเริ่มสิ่งใหม่ ๆ ที่นอกเหนือกฎเกณฑ์หรือแตกต่างจากความคิดเห็นของผู้บริหาร (ผู้บังคับบัญชา) จะไม่มีใครกล้าที่จะปฏิบัติ แม้สิ่งนั้นจะนำมาซึ่งผลดีแก่หน่วยงานก็ตาม ดังนั้น ภาคเอกชนส่วนใหญ่จึงมีลักษณะการบริหารงานแบบมีส่วนร่วมในระดับไม่มากไปก็น้อยไป ผู้บริหาร(ผู้บังคับบัญชา)จึงควรส่งเสริมศักยภาพของผู้ปฏิบัติการ (ผู้ใต้บังคับบัญชา) ที่มีอยู่อย่างเต็มที่ เพื่อเป็นการสร้างบรรยากาศของการยอมรับและไว้วางใจกันให้มากที่สุด ตลอดจนเกิดความราบรื่นและปลอดภัยในการวิพากษ์วิจารณ์และแสดงความคิดเห็น

โชติธ ภูมิพัฒน์พงษ์, 2536 วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน (สื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. บัณฑิตวิทยาลัย เรื่อง การสื่อสารภายในองค์การ ศึกษาเฉพาะกรณี : สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (สกท.) การวิจัยเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ

- 1) เพื่ออธิบายลักษณะการสื่อสารเพื่อให้บริการส่งเสริมการลงทุน
- 2) เพื่อสำรวจทัศนคติของพนักงานต่อภาพรวมความสำเร็จของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน และสภาพปัญหาอันเกิดจากการสื่อสาร การศึกษาเรื่องนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา ประกอบกับการวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้การสัมภาษณ์ การตอบแบบสอบถาม การสังเกตอย่างมีส่วนร่วม และเอกสารของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน โดยศึกษาจากประชากร คือ บุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนที่ประจำสำนักงานฯ ในกรุงเทพมหานครเท่านั้น ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 ระดับ คือ ระดับเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการ

และผู้บริหารระดับกลาง รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์ทั้งสิ้น 13 คน และกลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบสอบถาม ทั้งสิ้น 126 คน การวิจัยปรากฏผลดังนี้

1. ลักษณะโครงสร้างการติดต่อสื่อสารของสำนักงานฯ ผลการวิจัยแสดงให้เห็นถึงความพยายามของสำนักงานฯ ที่พยายามลดขั้นตอนในการปฏิบัติงานเพื่อให้บริการส่งเสริมการลงทุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกองส่งเสริมการลงทุนที่ 1-7 ส่วนในกองอื่น ๆ ที่เป็นกองสนับสนุน เช่น กองส่งเสริมการลงทุนภูมิภาค กองการต่างประเทศ กองแผนงานและพัฒนา ศูนย์บริการลงทุน และสำนักงานเลขานุการกรม การสื่อสารภายในองค์กรจะเป็นไปตามระบบสายงานตามการบังคับบัญชา

2. อำนาจหน้าที่ในการดำเนินงานของกองต่างๆ ใน สำนักงานฯ พบว่าสำนักงานฯ มีการกำหนดและให้อำนาจหน้าที่ในการปฏิบัติงานของแต่ละกองชัดเจน โดยภาพรวมแล้วจะแบ่งงานออกเป็น 5 ลักษณะใหญ่ ๆ คือ งานด้านวิเคราะห์ งานด้านสิทธิและประโยชน์ งานด้านตรวจสอบ งานด้านเผยแพร่ชักจูงการลงทุน และงานด้านอื่น ๆ ที่สนับสนุนการทำงาน โดยที่ กองส่งเสริมการลงทุนที่ 1-7 จะมีลักษณะงานที่เหมือนกัน โดยที่ต่างกันที่ประเภทของกิจการเท่านั้น ส่วนกองสนับสนุนอื่น ๆ จะมีลักษณะงานแบ่งเป็น 2 ประเภท คืองานด้านการเผยแพร่ชักจูงการลงทุน ได้แก่ กองการต่างประเทศ กองส่งเสริมการลงทุนภูมิภาคและศูนย์บริการลงทุน ส่วนงานอีกประเภท คืองานที่สนับสนุนการทำงานให้มีประสิทธิภาพ ได้แก่ กองแผนงานและพัฒนา และสำนักงานเลขานุการกรม ซึ่งทุกกองก็มีความต้องการข้อมูลข่าวสารในการปฏิบัติงานสูงมากซึ่งนอกเหนือจากข้อมูลข่าวสารในการปฏิบัติงานในแต่ละงานแล้ว ทุกกองยังต้องการข้อมูลข่าวสารจากกองอื่น ๆ ด้วย เช่น กองแผนงานฯ ก็ต้องอาศัยข้อมูลจากกองส่งเสริมฯ ทั้ง 7 กองด้วย เป็นต้น

3. การถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารในการปฏิบัติงานของสำนักงานฯ พบว่า จะใช้วิธีประชุมและการใช้หนังสือเวียนเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งยังไม่สามารถกระจายได้อย่างทั่วถึง จำเป็นต้องมีการปรับปรุงและเพิ่มช่องทางการกระจายข่าวสารให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งการสื่อสารแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ

4. ข้อมูลทั่วไปและสถานภาพการทำงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 26 - 35 ปี การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีทำงานอยู่ในระดับ 6 มากที่สุด ส่วนใหญ่สังกัดสำนักงานเลขานุการกรม กองส่งเสริมการลงทุนที่ 5 และ 3 มีอายุการทำงานในสำนักงานฯ ระหว่าง 3-10 ปี และ 11-20 ปี โดยเข้ารับการอบรมและสัมมนาในงานโดยเฉลี่ย 1-3 ครั้งต่อปี

5. สภาพการสื่อสารภายในสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน พบว่ากลุ่มตัวอย่างจะได้รับข้อมูลข่าวสารในการปฏิบัติงานจากจดหมายเวียน คำสั่ง หนังสือเวียนมากที่สุด ส่วนข้อมูลข่าวสารด้านอื่น ๆ จะสังเกตหรือดูจากป้ายประกาศ โปสเตอร์ มากที่สุด ในเรื่องของข้อมูลข่าวสารที่ใช้ในการปฏิบัติงานขององค์กรมีความน่าเชื่อถือ สม่าเสมอ มีประโยชน์ทันสมัย และความเพียงพออยู่ในระดับปานกลางทั้งสิ้น ในเรื่องวารสาร เอกสาร หรือสิ่งตีพิมพ์อื่น ๆ ที่จัดทำขึ้นของสำนักงานฯ พบว่ากลุ่มตัวอย่างได้รับวารสาร เอกสารหรือสิ่งตีพิมพ์ของสำนักงานฯ อยู่ในปริมาณที่น้อยมาก ส่วน

เรื่องการส่งข้อมูลข่าวสารระหว่างกอง การส่งเรื่องขึ้นไปยังผู้บังคับบัญชา และการกระจายข้อมูล ข่าวสารจากผู้บังคับบัญชาไปยังลูกกอง พบว่ายังต้องปรับปรุงอยู่

6. ข่าวสารข้อมูลในด้านนโยบาย แนวปฏิบัติ เป้าหมาย และความรู้ที่ควรทราบต่าง ๆ ของ สำนักงานฯ ผลการวิจัยพบว่า เจ้าหน้าที่ของสำนักงานฯ มีความรู้ความเข้าใจอย่างถูกต้องอยู่ในระดับดี พอใช้ ซึ่งในเรื่องนี้เป็นเรื่องสำคัญที่สำนักงานฯ ควรจะมีการปรับปรุงและพัฒนาให้ดีขึ้นได้

7. การสื่อสารกับผู้ขอรับบริการส่งเสริมการลงทุน ผลการวิจัย พบว่าปริมาณเรื่องโดยเฉลี่ยที่ได้รับจากผู้บังคับบัญชา ส่วนใหญ่จะอยู่ในระหว่าง 5 - 8 เรื่องมากที่สุด และงานส่วนใหญ่จะมีกำหนด แล้วเสร็จที่แน่นอน เนื่องจากสำนักงานฯ จะมีกฎระเบียบหรือข้อบังคับ กำหนดไว้แล้ว โดยที่ส่วนใหญ่จะปฏิบัติงานทันเวลาตามกำหนด ส่วนที่ปฏิบัติงานได้ช้ากว่ากำหนดส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่า บริษัทไม่มาติดต่อ หรือ ส่งข้อมูลมาไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ทำให้ล่าช้าออกไป ในกรณีทำงานไม่มีกำหนด แล้วเสร็จที่แน่นอนนั้น ส่วนใหญ่จะใช้เวลาประมาณ 1 อาทิตย์มากที่สุด งานที่ได้รับมอบหมายมีการ ผิดพลาดประมาณร้อยละ 1-5 โดยมีสาเหตุมาจากข้อมูลที่ใช้ในการปฏิบัติงานไม่ครบถ้วนสมบูรณ์มากที่สุด

8. ในเรื่องปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติงานของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่เป็นปัญหา และอุปสรรคที่เกิดจากสาเหตุ ภายในสำนักงานฯ เป็นส่วนใหญ่ ส่วนสาเหตุภายนอกจะเกิดจาก บริษัท ที่มาติดต่อให้ข้อมูล เอกสาร หรือคำชี้แจงไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ เช่นการขาดข้อมูลข่าวสารและความรู้ที่ จำเป็นในการปฏิบัติงาน ส่วนสาเหตุภายในเกิดจากนโยบายไม่ชัดเจนแน่นอน มีการเปลี่ยนแปลงบ่อย หลักเกณฑ์ในการพิจารณาไม่แน่นอน มีข้อยกเว้นมาก และไม่ได้บันทึกไว้ และกลุ่มตัวอย่างเสนอแนะ ให้มีการปรับปรุงการให้ข้อมูลข่าวสาร การสื่อสารภายในสำนักงานฯ ว่า ควรมีการรวบรวมประกาศ หลักเกณฑ์ต่าง ๆ ออกมาเป็นรูปเล่มให้กับพนักงานทุกคน ควรมีการกระจายข้อมูลข่าวสารในองค์กรการ ให้ทั่วถึง เป็นระบบและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ควรปรับปรุงระบบข้อมูลให้ทันสมัย ถูกต้องและแม่นยำ สามารถช่วยเหลืองานในปัจจุบันให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เป็นต้น ผลการวิจัยครั้งนี้ สามารถสรุป ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการสื่อสารภายในองค์กรและการปรับปรุงด้านอื่น ๆ ของสำนักงานฯ ได้ คือ สำนักงานฯควรให้ความสำคัญในเรื่องการสื่อสารในทุกระดับ ทั้งการสื่อสารที่เป็นทางการและ ไม่เป็นทางการ ควรมีการปรับปรุงในเรื่องของการกระจายข้อมูลข่าวสารในการปฏิบัติงาน การติดต่อ ประสานงานกันในแต่ละกองการจัดเก็บเอกสารของสำนักงานฯ การใช้สื่อหรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ ตลอดจนการให้ความรู้ ความเข้าใจ ทั้งเจ้าหน้าที่ของสำนักงานฯ และผู้ที่มาติดต่อขอรับการส่งเสริม การลงทุนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น สำนักงานฯ ควรจัดตั้งคณะทำงาน สำหรับจัดทำคู่มือปฏิบัติงาน และผู้ประสานงานกอง คอยดูแลประสานงานต่าง ๆ ตลอดจนควรจัดกิจกรรมภายในองค์กรให้เพิ่ม มากขึ้น นอกจากนี้ สำนักงานฯ ควรมีการจัดตั้งฝ่ายประชาสัมพันธ์ในองค์กรขึ้น เพื่อปฏิบัติงานด้านนี้ ให้เต็มประสิทธิภาพมากกว่าในปัจจุบัน และที่สำคัญ คือ สำนักงานฯ หรือผู้บริหาร ควรจะสนับสนุน

ให้มีการทำวิจัยในเรื่องต่าง ๆ ที่จะเป็นประโยชน์ต่อองค์กรให้เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากปัจจุบันสำนักงานฯ มีการทำวิจัยในปริมาณที่น้อยมาก

ชนินาด เจริญผล, 2537 วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. นิเทศศาสตร์ (นิเทศศาสตรพัฒนการ) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. บัณฑิตวิทยาลัย เรื่อง การศึกษารูปแบบการสื่อสารการรับรู้สภาพแวดล้อม ในองค์กรและความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานการทำเรือแห่งประเทศไทย รัฐวิสาหกิจที่กำลังจะแปรรูป การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารและความสัมพันธ์ระหว่าง องค์ประกอบทางสังคมกับการรับรู้สภาพแวดล้อมในองค์กร และความพึงพอใจในการทำงานของ พนักงานการทำเรือแห่งประเทศไทย รัฐวิสาหกิจที่กำลังจะแปรรูป กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามี จำนวนทั้งสิ้น 300 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าสถิติ t-test ประมวลผลโดยคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS(x) ผลการวิจัยมีดังต่อไปนี้

1. รูปแบบการสื่อสารในองค์กร เป็นการสื่อสารสองทาง
2. การรับรู้สภาพแวดล้อมในองค์กร พนักงานส่วนใหญ่รับรู้เรื่องการปฏิบัติงานของผู้บังคับบัญชาชั้นต้นมากที่สุด
3. ความพึงพอใจในการทำงาน พนักงานส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านความสำเร็จในการทำงานมากที่สุด
4. องค์ประกอบทางสังคมด้านอายุ และระยะเวลาของการทำงานมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการทำงาน ส่วนองค์ประกอบทางสังคมด้านอื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการทำงาน
5. องค์ประกอบทางสังคมไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้สภาพแวดล้อมในองค์กร
6. พนักงานชายมีความรู้รับสภาพแวดล้อมในองค์กรด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างจากพนักงานหญิง คือชายมีมากกว่าหญิง ส่วนการรับรู้ด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน และพนักงานชายมีความพึงพอใจในการทำงาน ด้านความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายแตกต่างจากพนักงานหญิง คือ ชายมีมากกว่าหญิง ส่วนความพึงพอใจในด้านอื่น ๆ ไม่มีความแตกต่างกัน
7. การรับรู้สภาพแวดล้อมในองค์กรด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และการปฏิบัติงานของผู้บังคับบัญชาชั้นต้น มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการทำงาน ส่วนการรับรู้สภาพแวดล้อมในองค์กรด้านอื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์
8. ผู้บริหารมีการรับรู้สภาพแวดล้อมในองค์กรด้านนโยบาย และการบริหารแตกต่างจากผู้ปฏิบัติการ คือ ผู้บริหารมีมากกว่าผู้ปฏิบัติการ ส่วนการรับรู้ด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน และผู้บริหารมีความพึงพอใจในการทำงานด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในองค์กรแตกต่างจากผู้ปฏิบัติการคือ ผู้บริหารมีมากกว่าผู้ปฏิบัติการ ส่วนความพึงพอใจในด้านอื่น ๆ ไม่มีความแตกต่างกัน

พินุข ทรงจักรแก้ว, 2537 ได้ศึกษา “พฤติกรรมการสื่อสารของผู้บังคับบัญชาที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการทำงาน ศึกษาเฉพาะกรณี : ธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน)” พบว่า พฤติกรรมการสื่อสารของผู้บังคับบัญชาจะมีผลต่อความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานที่สูงขึ้น และพบว่าวิธีการสั่งงานของหัวหน้างานที่ผู้บังคับบัญชาชอบมากที่สุด คือ การเรียกเข้าพบเป็นการส่วนตัว เนื่องจากสามารถสอบถามข้อสงสัย ทำความเข้าใจได้ทันที รวดเร็ว ถูกต้องครบถ้วน อีกทั้งเป็นการให้เกียรติกับผู้บังคับบัญชาด้วย

คาริกา ทรุวัฒนกิจ, 2539 วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. นิเทศศาสตร์ (นิเทศศาสตรพัฒนการ) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. บัณฑิตวิทยาลัย เรื่อง ปัจจัยการสื่อสารภายในองค์กรที่มีผลต่อความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานกลุ่มบริษัท มินิแบ (ประเทศไทย) จำกัด การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบและวิธีการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรกับความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานกลุ่มบริษัท มินิแบ (ประเทศไทย) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าสถิติ t-test One-Way Analysis of Variance ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ประมวลผลโดยคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS(x) ผลการวิจัยมีดังนี้

1. รูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรเป็นการ ติดต่อสื่อสารแบบสองทาง
2. พนักงานมีความพึงพอใจในการรับข่าวสารจากแหล่งข่าวสารที่เป็นผู้บังคับบัญชาเป็นลายลักษณ์อักษร และมีการประกาศอย่างเป็นทางการ
3. องค์ประกอบทางด้านเพศ อายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับ ความพึงพอใจในการทำงานของพนักงาน แต่ระยะเวลาที่ทำงานในบริษัทมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการทำงานของพนักงาน
4. สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการ ทำงานของพนักงาน และตัวแปรอิสระอื่น ๆ ผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า พฤติกรรมในการติดต่อสื่อสารของผู้บังคับบัญชา มีผลต่อความพึงพอใจในการทำงานของพนักงาน ความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับและการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความพึงพอใจในการทำงาน สำหรับการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนร่วมงานมีความสัมพันธ์ในทางลบกับความพึงพอใจในการทำงาน และการได้รับการติดต่อสื่อสาร โดยตรงจากผู้บังคับบัญชาไม่มีความสัมพันธ์กับขวัญและกำลังใจในการทำงานของพนักงานและช่องทางการติดต่อสื่อสารอื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการทำงาน

อุดม มัดโน, 2540 วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. การศึกษา (การบริหารการศึกษา) มหาวิทยาลัยบูรพา. บัณฑิตวิทยาลัย เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมสื่อสาร คุณลักษณะน่าเชื่อถือของ ผู้บังคับบัญชา และความพึงพอใจในการทำงานของผู้บังคับบัญชาในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัด งานในหน้าที่และความรับผิดชอบของกระทรวงศึกษาธิการในระดับจังหวัด มีหน่วยงานรับผิดชอบ

โดยตรงหลายหน่วยงานตามลักษณะงานของแต่ละกรม แต่ผู้ที่รับผิดชอบงานในภาพรวมของกระทรวงศึกษาธิการในจังหวัดทั้งงานการศึกษา การศาสนาและการวัฒนธรรม มีสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดเป็นผู้รับผิดชอบภายใต้การกำกับควบคุมดูแลของศึกษาธิการจังหวัด ซึ่งเป็นหัวหน้าส่วนราชการประจำจังหวัด มีหน้าที่ช่วยเหลือผู้ว่าราชการจังหวัดเกี่ยวกับงานในหน้าที่ความรับผิดชอบและงานที่ได้รับมอบหมายศึกษาธิการจังหวัดเป็นข้าราชการสังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ นอกจากรับผิดชอบงานที่ระเบียบและกฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการแล้ว ยังได้รับมอบหมายจากกระทรวงศึกษาธิการให้เป็นองค์กรกลางและเป็นผู้แทนกระทรวงในจังหวัดรับผิดชอบในการกำกับควบคุมดูแลงานในหน้าที่ของกระทรวงในจังหวัดให้เป็นไปตามนโยบายแผนงานโครงการที่กระทรวงกำหนด และยังปฏิบัติงานให้แก่กรมต่างๆ ซึ่งเป็นราชการส่วนกลางแต่มีหน่วยงานอยู่ในจังหวัด โดยอธิบดีมอบหมายให้ผู้ว่าราชการจังหวัดปฏิบัติราชการแทนภายใต้การกลั่นกรองของศึกษาธิการจังหวัด ในฐานะผู้ช่วยผู้ว่าราชการจังหวัด บทบาทอำนาจหน้าที่ของศึกษาธิการจังหวัดจึงกว้างขวางมาก และการปฏิบัติงานก็เต็มไปด้วยความยากลำบาก ทั้งนี้เพราะ รูปแบบ ระเบียบ กฎหมายรวมทั้งองค์กรที่รับผิดชอบการจัดการศึกษาแตกต่างกัน ซึ่งภาระงานเช่นนี้ศึกษาธิการจังหวัดจำเป็นต้องใช้การสื่อสารกับผู้ได้บังคับบัญชา เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ จากแนวคิดและเอกสารต่างๆ ซึ่งให้เห็นว่าการสื่อสารเป็นองค์ประกอบที่สำคัญต่อความพึงพอใจในการทำงาน ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาว่า ศึกษาธิการจังหวัดมีพฤติกรรมสื่อสารและคุณลักษณะน่าเชื่อถือมากน้อยเพียงใด และมีผลต่อความพึงพอใจในการทำงานของผู้ได้บังคับบัญชาหรือไม่ เพื่อจะได้นำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาพฤติกรรมสื่อสารและคุณลักษณะน่าเชื่อถือของผู้บังคับบัญชาให้อยู่ในระดับที่สร้างความพึงพอใจในการทำงานของผู้ได้บังคับบัญชา ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า

1. เพื่อศึกษาระดับพฤติกรรมสื่อสารและคุณลักษณะน่าเชื่อถือของผู้บังคับบัญชา
 2. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจในการทำงานของผู้ได้บังคับบัญชา
 3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมสื่อสารของผู้บังคับบัญชากับคุณลักษณะน่าเชื่อถือของผู้บังคับบัญชาในทัศนะของผู้ได้บังคับบัญชา
 4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมสื่อสารของผู้บังคับบัญชากับความพึงพอใจในการทำงานของผู้ได้บังคับบัญชา
 5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะน่าเชื่อถือของผู้บังคับบัญชากับความพึงพอใจในการทำงานของผู้ได้บังคับบัญชา
 6. เพื่อสร้างสมการพยากรณ์ความพึงพอใจในการทำงานของผู้ได้บังคับบัญชาจากพฤติกรรมสื่อสารและคุณลักษณะน่าเชื่อถือของผู้บังคับบัญชา
- วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้ศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ได้บังคับบัญชาของศึกษาธิการ จังหวัดในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดตามเขตการศึกษา 12 จำนวน 275 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ เป็น

แบบสอบถามความคิดเห็นผู้ได้บังคับบัญชาของศึกษาธิการจังหวัดภายในสำนักงานศึกษาธิการจังหวัด โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการสื่อสารของศึกษาธิการจังหวัด ในทัศนะของผู้ได้บังคับบัญชา จำนวน 11 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าใช้ประเมินพฤติกรรมการสื่อสารของ ศึกษาธิการจังหวัด ในทัศนะของผู้ได้บังคับบัญชา ซึ่งมีเกณฑ์การประเมิน 7 ระดับ คือ น้อยที่สุด น้อย ก่อนข้างน้อย ปานกลาง ก่อนข้างมาก มาก มากที่สุด ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับ คุณลักษณะน่าเชื่อถือของศึกษาธิการจังหวัด จำนวน 18 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบสอบถาม ความแตกต่างของความหมาย ใช้ประเมินคุณลักษณะน่าเชื่อถือของศึกษาธิการจังหวัดในทัศนะของผู้ได้บังคับบัญชา ซึ่งมีเกณฑ์การประเมิน 7 ระดับ คือ น้อยที่สุด น้อย ก่อนข้างน้อย ปานกลาง ก่อนข้างมาก มาก มากที่สุด ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการทำงานของผู้ได้บังคับบัญชาของศึกษาธิการจังหวัด จำนวน 48 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราส่วน ประมาณค่าใช้ประเมินความพึงพอใจในการทำงานในทัศนะของผู้ได้บังคับบัญชา ซึ่งมีเกณฑ์การประเมิน 5 ระดับ คือ น้อยที่สุด น้อย ปานกลาง มาก มากที่สุด แล้วนำข้อมูลไปวิเคราะห์ด้วย เครื่องคอมพิวเตอร์โปรแกรม SPSS/PC(+) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อหาคำตอบในการศึกษาค้นคว้า และเพื่อทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน สหสัมพันธ์อย่างง่าย สหสัมพันธ์พหุคูณ และการถดถอยพหุคูณแต่ละขั้นตอน แล้วทำการแปลผลและนำเสนอเป็นตารางประกอบการบรรยายความเรียง สรุปผลการศึกษาค้นคว้าได้ดังนี้

1. พฤติกรรมการสื่อสารของผู้บังคับบัญชาอยู่ในระดับมาก
2. คุณลักษณะน่าเชื่อถือของผู้บังคับบัญชาอยู่ในระดับมาก
3. ความพึงพอใจในการทำงานของผู้ได้บังคับบัญชาอยู่ในระดับมาก
4. พฤติกรรมการสื่อสารมีความสัมพันธ์กับคุณลักษณะน่าเชื่อถือของผู้บังคับบัญชาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .05$)
5. พฤติกรรมการสื่อสารของผู้บังคับบัญชามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการทำงานของผู้ได้บังคับบัญชาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .05$)
6. คุณลักษณะน่าเชื่อถือของผู้บังคับบัญชามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการทำงานของผู้ได้บังคับบัญชาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .05$)
7. บุคลิกที่ดึงดูดใจของผู้บังคับบัญชา ความสามารถในการปฏิบัติงานของผู้บังคับบัญชา การเปิดโอกาสในการติดต่อสื่อสาร ความถูกต้องของสาร เป็นตัวพยากรณ์ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของผู้ได้บังคับบัญชาโดยมีค่าอำนาจพยากรณ์เท่ากับ 76.01 เปอร์เซนต์ ดังสมการพยากรณ์ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของผู้ได้บังคับบัญชา ในรูปคะแนนดิบ ดังนี้ $Y(^{\wedge}) = .9075 + .2482$ (บุคลิกที่ดึงดูดใจของผู้บังคับบัญชา) $+ .1619$ (ความสามารถในการปฏิบัติงานของผู้บังคับบัญชา) $+ .0801$ (การเปิดโอกาสในการติดต่อสื่อสาร) $+ .0655$ (ความถูกต้องของสาร)

7.1 บุคลิกที่ดึงดูดใจของผู้บังคับบัญชา ความสามารถในการปฏิบัติงานของผู้บังคับบัญชา ความถูกต้องของสาร การเปิดโอกาสในการติดต่อสื่อสารเป็นตัวพยากรณ์ความพึงพอใจต่อสำนักงาน ผู้ได้บังคับบัญชาโดยมีค่าอำนาจพยากรณ์เท่ากับ 77.19 เปอร์เซนต์ ดังสมการพยากรณ์ความพึงพอใจต่อสำนักงานของผู้ได้บังคับบัญชา ในรูปคะแนนดิบ ดังนี้ $Y^{(1)}(1) = .9111 + .2426$ (บุคลิกที่ดึงดูดใจของผู้บังคับบัญชา) $+ .1643$ (ความสามารถในการปฏิบัติงานของผู้บังคับบัญชา) $+ .0750$ (ความถูกต้องของสาร) $+ .0752$ (การเปิดโอกาสในการติดต่อสื่อสาร)

7.2 บุคลิกที่ดึงดูดใจของผู้บังคับบัญชา ความสามารถในการปฏิบัติงานของผู้บังคับบัญชา การเปิดโอกาสในการติดต่อสื่อสารเป็นตัวพยากรณ์ความพึงพอใจต่องานที่ทำของผู้ได้บังคับบัญชา โดยมีค่าอำนาจพยากรณ์เท่ากับ 69.76 เปอร์เซนต์ ดังสมการพยากรณ์ความพึงพอใจต่องานที่ทำของผู้ได้บังคับบัญชา ในรูปคะแนนดิบ ดังนี้ $Y^{(1)}(2) = .9330 + .2593$ (บุคลิกที่ดึงดูดใจของผู้บังคับบัญชา) $+ .1812$ (ความสามารถในการปฏิบัติงานของผู้บังคับบัญชา) $+ .1095$ (การเปิดโอกาสในการติดต่อสื่อสาร)

อรรถลักษณะ วงศ์ชนะมาศ, 2540 วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. วารสารศาสตร์ (สื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย เรื่อง การสื่อสารเพื่อการบริหารในสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ศึกษาเฉพาะกรณีการสื่อสารสองทางกับความพึงพอใจในการทำงานของพนักงาน การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิธีการสื่อสารสองทางที่พนักงานใช้ติดต่อสื่อสารระหว่างพนักงานกับผู้บริหารกับและพนักงานกับเพื่อนร่วมงาน ศึกษาปริมาณการสื่อสารสองทางของพนักงาน ศึกษาระดับความพึงพอใจในการทำงานของพนักงาน และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการสื่อสารสองทางกับความพึงพอใจในการทำงานของพนักงาน โดยรวมระเบียบวิธีวิจัยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการออกไปเก็บข้อมูลช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง แต่เพียงครั้งเดียว (One-Shot Case Study) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ ศึกษาจริงมีจำนวนทั้งสิ้น 230 คน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการอธิบายข้อมูลเบื้องต้น โดยหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ในการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ค่าไค-สแควร์ และค่า t-test โดยการประมวลผลข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/pc(+) ผลการวิจัย มีดังต่อไปนี้

1. พนักงานมีการสื่อสารสองทางโดยรวมในปริมาณน้อย
2. วิธีการสื่อสารสองทางที่พนักงานใช้ในปริมาณที่มากที่สุดคือ วิธีการซักถามข้อสงสัยกับหัวหน้า เมื่อหัวหน้าสอนงาน แล้วไม่เข้าใจ และวิธีการสื่อสารสองทางที่พนักงานใช้ในปริมาณที่น้อยที่สุด คือ วิธีการเขียนคำถามส่งไปยังคอลัมน์ถาม-ตอบ ในวารสารสลากกินแบ่งสาร
3. ความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานโดยรวม อยู่ในระดับมาก

4. ความพึงพอใจในการทำงานแต่ละด้าน พบว่า พนักงานมีความพึงพอใจในความสำเร็จของงานมากที่สุด ส่วนสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

5. ปริมาณการสื่อสารสองทาง มีความสัมพันธ์ทางบวกกับ ความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05

6. โดยเฉลี่ยแล้ว ผู้ที่มีการสื่อสารสองทางที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการทำงานที่แตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ที่มีการสื่อสารสองทางมาก จะมีความพึงพอใจในการทำงานมากกว่า ผู้ที่มีการสื่อสารสองทางน้อย

7. ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตามอื่นๆ ได้ผลสรุปดังนี้

7.1 คุณลักษณะทางประชากรกับปริมาณการสื่อสาร สองทาง พบว่า เพศ วุฒิการศึกษา ตำแหน่ง ระดับ (ซี) และ อัตราเงินเดือน มีความสัมพันธ์กับปริมาณการสื่อสารสองทาง ส่วนช่วงอายุ สถานภาพสมรส การทำงานตามวุฒิการศึกษา อายุ การทำงาน และสถานที่ทำงานไม่มีความสัมพันธ์กับปริมาณการ สื่อสารสองทาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

7.2 คุณลักษณะทางประชากรกับความพึงพอใจในการทำงานโดยรวม พบว่า ตัวแปรของคุณลักษณะทางประชากร ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการทำงานโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

7.3 ปริมาณการสื่อสารสองทางกับความพึงพอใจในการทำงานแต่ละด้าน พบว่าปริมาณการสื่อสารสองทางมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ความพึงพอใจในความรับผิดชอบและความพึงพอใจในการได้รับการยอมรับนับถือ แต่ปริมาณการสื่อสารสองทางไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในความสำเร็จของงาน ความพึงพอใจในความก้าวหน้าในตำแหน่ง การงาน ความพึงพอใจในเงินเดือนและรายได้พิเศษ ความพึงพอใจในนโยบายและการบริหารงานและความพึงพอใจในสภาพแวดล้อมในทางปฏิบัติงาน ผลจากการวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบวิธีการสื่อสารสองทางที่พนักงานใช้ติดต่อสื่อสารกับผู้บริหารและเพื่อนร่วมงาน ทราบปริมาณการสื่อสารสองทางของพนักงาน ทราบระดับความพึงพอใจในการทำงานของพนักงาน และทราบความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการสื่อสารสองทางกับความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานโดยรวม ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ นอกจากนี้ ผลพลอยได้จากการวิจัยยังทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตามอื่นๆ อีก คือทราบความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะทางประชากรกับปริมาณการสื่อสารสองทาง ทราบความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะทางประชากรกับความพึงพอใจในการทำงานโดยรวม และทราบความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการสื่อสารสองทางกับความพึงพอใจในการทำงานแต่ละด้าน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยครั้งต่อไป

สุวรรณา แสงไกรรุ่งโรจน์, 2541 วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. วารสารศาสตร์ (สื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. บัณฑิตวิทยาลัย เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อหาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การของพนักงาน และเพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเสนอต่อผู้บังคับบัญชาเพื่อใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นประกอบการพิจารณาการปรับปรุงการสื่อสารภายในองค์กร โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจจากกลุ่มตัวอย่าง 364 คน ผลการศึกษาพบว่า

1. การสื่อสารจากบนลงล่าง ควรปรับปรุงกฎ ระเบียบ และวิธีปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับการปฏิบัติงานในปัจจุบัน ควรแจ้งข่าวสารที่พนักงานต้องการทราบ เช่น การประเมินผลการปฏิบัติงาน และแจ้งข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานมากขึ้น ส่วนข่าวสารประเภทกฎ ระเบียบ และวิธีปฏิบัติงาน พนักงานได้รับมากเกินไป

2. การสื่อสารจากล่างขึ้นบน ควรจะมีการสื่อสารแบบสองทางขึ้นในองค์กร เพื่อให้พนักงานได้มีโอกาสเสนอความคิดเห็นต่าง ๆ ที่ได้รับรู้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารงานองค์กร และเพื่อให้พนักงานได้ซักถามข้อสงสัยเกี่ยวกับนโยบายการบริหารงานองค์กรที่มีผลต่อการทำงานและรายได้ของพนักงาน

3. การสื่อสารในแนวนอน พนักงานให้ความสนใจข่าวสารจากเพื่อนร่วมงานมาก บ่อยครั้งที่ทราบเรื่องราวความเป็นไปต่าง ๆ ภายในองค์กรจากเพื่อนร่วมงาน มีความรวดเร็วกว่าการสื่อสารอย่างเป็นทางการจากผู้บังคับบัญชาแม้ว่าจะมีความคลาดเคลื่อนสูงก็ตาม ผู้บังคับบัญชาไม่ควรละเลยข่าวสารที่ควรแจ้งให้พนักงานทราบ ในขณะเดียวกันตัวพนักงานเองควรพัฒนาทักษะในการติดต่อสื่อสาร เพื่อให้สามารถถ่ายทอดสิ่งที่ตนต้องการสื่อให้ได้ เนื้อหาข่าวสารภายในองค์กรต้องถูกต้อง ชัดเจน ไม่คลุมเครือและตรงประเด็น และควรปรับปรุงสื่อที่ใช้ภายในองค์กรให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

เขาวนีย์ ดั่งวงศ์ประเสริฐ, 2544 ได้ศึกษาความรู้ ความเข้าใจ และทัศนคติของข้าราชการกระทรวงการต่างประเทศต่องานประชาสัมพันธ์ของกระทรวงต่างประเทศ โดยอาศัยแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นข้าราชการกระทรวงต่างประเทศที่ปฏิบัติงานในหน่วยงานต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีค่าความเบี่ยงเบนทางสถิติร้อยละ 0.05 และใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างต้นปี 2542 ผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ สรุปได้ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความหมาย และเป้าหมาย รวมทั้งแนวทางในการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ในระดับที่ดี และให้ความสำคัญต่องานประชาสัมพันธ์ในระดับที่สูง และเห็นด้วยว่าการจัดฝึกอบรมเพื่อให้ความรู้ด้านงานประชาสัมพันธ์จะช่วยให้ข้าราชการมีความรู้และความชำนาญเฉพาะด้านเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งยังจะเป็นโอกาสอันดีที่จะสะท้อนภาพของปัญหาที่

เกิดจากการดำเนินงานให้กระทรวงฯ ได้รับทราบ นอกจากนั้นข้าราชการยังมีโอกาสได้รับทราบแนวทางการแก้ไขปัญหาที่ถูกต้องอีกทางหนึ่งด้วย ส่วนด้านทัศนคติ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติในทางบวกต่องานประชาสัมพันธ์ เนื่องจากเข้าใจถึงประโยชน์ของงานประชาสัมพันธ์ที่มีต่อองค์กรและเห็นว่าการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นเรื่องที่มีความสำคัญต่อการดำเนินงานขององค์กรในภาพรวม นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างยังให้ความสำคัญต่อกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่มในระดับที่ค่อนข้างสูง ซึ่งตรงกับวัตถุประสงค์และระดับความสำคัญของกลุ่มเป้าหมายที่กระทรวงฯ กำหนดไว้ในแผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ด้านการต่างประเทศของกระทรวงฯ

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติงานในกรมสารนิเทศส่วนใหญ่เห็นว่าได้รับประโยชน์จากการปฏิบัติงานในกรมสารนิเทศ โดยได้รับประสบการณ์จากการปฏิบัติงานและการแลกเปลี่ยนความรู้ความเข้าใจ กับบุคคลในแวดวงการประชาสัมพันธ์ ซึ่งส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างเหล่านี้มีทัศนคติในทางบวกต่องานประชาสัมพันธ์เพิ่มมากยิ่งขึ้น

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่า สื่อประชาสัมพันธ์ที่กระทรวงฯ มีอยู่และใช้เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์มีจำนวนมากพอสมควร นอกจากนั้นในปัจจุบันเทคโนโลยีมีความก้าวหน้าในระดับสูง กระทรวงฯ และสถานเอกอัครราชทูตหลายแห่งจึงได้จัดทำ Homepage ของตนเองเพื่อเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ ข้อมูล ข้อเท็จจริง เกี่ยวกับประเทศไทย รวมทั้งใช้เป็นช่องทางในการติดต่อประสานงานกับบุคคลหรือองค์กรต่างๆ ด้วย ซึ่งนับได้ว่าเป็นการเตรียมพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคตที่เทคโนโลยีจะเข้ามามีบทบาทอย่างมากในการดำเนินงานทุกๆ ด้านอีกด้วย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นพ้องกันว่า ปัญหาและอุปสรรคสำคัญที่ทำให้การประชาสัมพันธ์ไม่สัมฤทธิ์ผล เกิดจากการขาดแคลนงบประมาณในการดำเนินงาน นอกจากนี้ยังเกิดจากปัญหาขาดข้อมูลที่จำเป็น การขาดเจ้าหน้าที่ที่มีความชำนาญในการประชาสัมพันธ์ ขาดความต่อเนื่องของเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน รวมทั้งยังไม่ได้ได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งปัญหาและอุปสรรคดังกล่าวสามารถแก้ไขได้ หากได้รับความสนใจและการตอบสนองจากหน่วยงานต่างๆ อย่างพร้อมเพียง

ความพึงพอใจต่อการดำเนิน โดยกระทรวงฯ ควรมีการกำหนดแผนงานที่ชัดเจนในการดำเนินงานเพื่อให้การดำเนินงานมีความเป็นเอกภาพและเป็นไปในทิศทางเดียวกันเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้ นอกจากนี้ ควรเน้นการประชาสัมพันธ์ในเชิงรุกมากขึ้น และให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างต่อเนื่อง รวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ทั้งนี้ เห็นควรให้มีความรู้ด้านงานประชาสัมพันธ์แก่ข้าราชการที่ปฏิบัติงานอยู่ในหน่วยงานต่างๆ รวมถึงข้าราชการที่ออกไปปฏิบัติงานด้านสารสนเทศในต่างประเทศ เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจและมีทัศนคติที่ดีต่อการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะก่อให้เกิดผลในทางบวกสำหรับการปฏิบัติงานของข้าราชการในอนาคต

ดาวีร์ ตีคอกบวบ, 2546 ได้ศึกษาถึง ความคาดหวัง และความพึงพอใจของผู้จัดการเขต (FC-Field Counselor) ที่มีต่อการสื่อสารภายในสายปฏิบัติการของบริษัท ซี.พี.เซเว่น อีเลฟเว่น จำกัด (มหาชน) โดยใช้ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสาร (Information Exposure Theory) ทฤษฎี ความคาดหวังจากสื่อ (Expectancy-Value Theory) และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกาเปิดรับ ข่าวสาร ความคาดหวัง และความพึงพอใจจากการสื่อสารในสายปฏิบัติการ และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง แบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) ผลการศึกษาสรุปได้

1. กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับ ปริญญาตรี อายุระหว่าง 28-32 ปี อายุงาน 1-4 ปี และประชุมในเขตกรุงเทพฯ มากที่สุด
2. ความคาดหวังต่อการสื่อสารในสายปฏิบัติการในด้านสื่อ รูปแบบเนื้อหา และเนื้อหา พบว่า

2.1 กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังด้านสื่อโดยรวมในระดับสูงมากโดย

2.1.1 คาดหวังในเรื่องความรวดเร็วจากสื่อ SMS มากที่สุด และคาดหวังในเรื่อง ความรวดเร็วจากบันทึกข่าวสารน้อยที่สุด

2.1.2 ส่วนความคาดหวังเรื่องความชัดเจน ครบถ้วนของข้อมูล กลุ่มตัวอย่าง คาดหวังเรื่องความชัดเจนจากเอกสารประกอบการประชุมมากที่สุด และ คาดหวังเรื่องความชัดเจนจากสื่อ SMS น้อยที่สุด

2.1.3 ส่วนความคาดหวังเรื่องความสะดวกในการใช้ข้อมูล พบว่า กลุ่มตัวอย่างมี ความคาดหวังเรื่องความสะดวกจากสื่อ SMS มากที่สุด และคาดหวังเรื่อง ความสะดวกจากบันทึกข่าวสารน้อยที่สุด

2.2 ในด้านรูปแบบเนื้อหา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังในเรื่องความถูกต้อง เชื่อถือได้มากที่สุด และคาดหวังในเรื่องความครอบคลุมเจาะลึกน้อยที่สุด

2.3 ส่วนด้านเนื้อหานั้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังในเรื่องรายการ โปรโมชัน มากที่สุด และคาดหวังในเรื่องข้อมูลสินค้าใหม่ น้อยที่สุด สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมี ความคาดหวังต่อการสื่อสารในสายปฏิบัติการอยู่ในระดับสูงมาก

3. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารในสายปฏิบัติการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจเปิดรับ เอกสารประกอบการประชุมมากที่สุด และตั้งใจเปิดรับวารสาร New Product น้อยที่สุด ส่วนความ สนใจในการเปิดรับข่าวสาร พบว่า กลุ่มตัวอย่างสนใจเลือกเปิดรับเอกสารประกอบการประชุมเป็น อันดับ 1 และเปิดรับวารสาร New Product เป็นอันดับสุดท้าย สรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับ ข่าวสารในระดับมาก

4. ประโยชน์จากการสื่อสารในสายปฏิบัติการในด้านสื่อ และเนื้อหาโดยในด้านสื่อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากเอกสารประกอบการประชุมมากที่สุด และมีการใช้ประโยชน์จาก

วารสาร New Product น้อยที่สุด ส่วนในด้านเนื้อหา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากรายการโปรโมชั่นมากที่สุด และมีการใช้ประโยชน์จากข้อมูลสินค้าใหม่น้อยที่สุด

5. ความพึงพอใจต่อการสื่อสารในสายปฏิบัติการในด้านสื่อ รูปแบบเนื้อหา และเนื้อหา พบว่า

5.1 กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านสื่อโดยรวมในระดับสูงมากโดย

5.1.1 พึงพอใจในเรื่องความรวดเร็วจากสื่อ SMS มากที่สุด และพึงพอใจในเรื่องความรวดเร็วจากบันทึกข่าวสารน้อยที่สุด

5.1.2 พึงพอใจเรื่องความชัดเจน ครบถ้วนของข้อมูล กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจเรื่องความชัดเจนจากเอกสารประกอบการประชุมมากที่สุด และพึงพอใจเรื่องความชัดเจนจากสื่อ SMS น้อยที่สุด

5.1.3 พึงพอใจในเรื่องความสะดวกในการใช้ข้อมูล พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจเรื่องความสะดวกจากสื่อ SMS มากที่สุด และพึงพอใจเรื่องความสะดวกของการประชุมน้อยที่สุด

5.2 ในด้านรูปแบบเนื้อหา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพอใจในเรื่องความกระชับเข้าใจง่าย ความครอบคลุมเจาะลึกและความถูกต้อง เชื่อถือได้ในระดับสูงเท่ากัน

5.3 ส่วนเนื้อหานั้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพอใจในเรื่องข้อมูลสินค้าใหม่มากที่สุด และพึงพอใจในเรื่องรายการโปรโมชั่นน้อยที่สุด สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการสื่อสารในสายปฏิบัติการอยู่ในระดับสูง

6. ผลการทดสอบสมมติฐานในการศึกษา พบว่า ผู้ช่วยผู้จัดการเขต ที่มี เพศ ระดับการศึกษา อายุ อายุงาน และพื้นที่การประชุมแตกต่างกัน จะมีความคาดหวังต่อการสื่อสารในสายปฏิบัติการไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้ช่วยผู้จัดการเขตที่มี ระดับการศึกษา อายุ อายุงาน และพื้นที่การประชุมแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารไม่แตกต่างกันเช่นกัน ยกเว้น เพศ เป็นลักษณะทางประชากรศาสตร์ประการเดียวที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารในสายปฏิบัติการ

7. ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังต่อการสื่อสารในสายปฏิบัติการ กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารในสายปฏิบัติการ พบว่า มีความสัมพันธ์ในทางบวก ในระดับต่ำ ($r=0.190$) ส่วนพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารในสายปฏิบัติการ มีความสัมพันธ์ในทางบวก ในระดับต่ำกับความพึงพอใจต่อการสื่อสารในสายปฏิบัติการเช่นกัน ($r=0.235$) นอกจากนี้ ความคาดหวังต่อการสื่อสารในสายปฏิบัติการยังมีความสัมพันธ์ในทางบวก ในระดับต่ำ กับความพึงพอใจต่อการสื่อสารในสายปฏิบัติการ ($r=0.274$)

8. สภาพปัญหาและอุปสรรคต่อการสื่อสารในสายปฏิบัติการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีปัญหาในเรื่องการใช้ระยะเวลาในการติดต่อขอข้อมูล/ ปรีกษา เรื่อง SMS มีการเปลี่ยนแปลงข้อมูล แก้ไข

บ่อยในเรื่องเดียวกันทำให้สับสน เรื่องการขาดการติดตามงานและปัญหา และมีปัญหาเรื่องการแก้ไข ปัญหาได้ล่าช้า มากที่สุด

9. ข้อเสนอแนะต่อการสื่อสารในสายปฏิบัติการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเรื่อง SMS ควรมีการสรุปปัญหาให้ชัดเจนก่อนส่งเพื่อที่ทางร้านจะได้ไม่สับสนโดย SMS ไม่ควรแจ้งตักเตือนไป เพราะยากต่อการติดต่อทางร้านทำให้งานหลุด และควรส่ง SMS ไปที่ร้านด้วยเพื่อให้เกิดความรวดเร็ว และความถูกต้องของข้อมูล เรื่องการบริหาร เห็นว่า เจ้าหน้าที่ควรมีความรู้ความเข้าใจ และความแม่นยำในงาน และการบริการที่ดี นอกจากนี้ยังแนะนำว่า ควรเพิ่มคู่สายโทรศัพท์ทั้งที่ออฟฟิศและการ Online ควรตั้งศูนย์พื้นที่แก้ไขปัญหาที่ต่างจังหวัด เพื่อลดค่าใช้จ่าย ควรมีระบบการแจ้งปัญหาผ่านคอมพิวเตอร์โดยตรง ไม่ต้องผ่านเจ้าหน้าที่ เพิ่มศูนย์ข้อมูลแบบครบวงจร (One - stop service) เพื่อช่วยแก้ไขปัญหาให้กับร้านทุกรื่อง 24 ชั่วโมง และมีแหล่งข้อมูลที่ให้ค้นหรือวิเคราะห์ หรือศูนย์กลางข้อมูลโดยที่ไม่ต้องรอรถามแต่ละหน่วยงาน

ภูเกียรติ วงศ์เทพเทียน, 2547 ได้ศึกษาถึง ปัจจัยในกระบวนการสื่อสารการเมืองขององค์กรพัฒนาเอกชนที่ทำงานด้านสตรีในประเทศไทย ผ่านทางกิจกรรมการสื่อสารต่างๆ ว่า กระบวนการสื่อสารนั้นมีองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสารอย่างไร และมีปัจจัยอะไรที่เกี่ยวข้องหรือมีอิทธิพลต่อกระบวนการสื่อสารการเมืองนั้นอย่างไร เพราะเหตุผลใด โดยใช้แนวคิด ทฤษฎีการสื่อสาร (Communication Theory) ของ เฮช ดี ลาสเวลล์ (H.D. Lasswell) และ เดวิด ไวนเนอร์ (David Wiener) อันเป็นทฤษฎีการสื่อสารต้นแบบที่สำคัญ และแนวคิดบางส่วนในเรื่องของ ทฤษฎีระบบของ เดวิด อีสตัน (David Easton) และลิตเติลจอห์น สตีเฟน (Littlejohn Stephen) มาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาครั้งนี้ และการศึกษาครั้งนี้ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) การสังเกตการณ์และการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม และการใช้แหล่งข้อมูลและหลักฐานต่างๆ ผลการศึกษารูปได้ว่า

1. กระบวนการสื่อสารการเมืองขององค์กรพัฒนาเอกชนที่ทำงานด้านสตรีในแต่ละประเด็น มีลักษณะที่คล้ายคลึงกันในส่วนขององค์ประกอบของกระบวนการสื่อสารพื้นฐาน แต่แตกต่างกันในเรื่องของเนื้อหาของข่าวสารและช่องทางการสื่อสาร ผู้ส่งสารคือองค์กรพัฒนาเอกชนที่ทำงานด้านสตรีในแต่ละประเด็น ผู้รับสารคือ กลุ่มสตรีที่เสียเปรียบในสังคม ผู้สนับสนุนทุน กลุ่มองค์กรพัฒนาเอกชนเครือข่าย กลุ่มภาครัฐ และกลุ่มสื่อมวลชน พบว่าข่าวสารที่ส่งไปยังผู้รับมี 4 ประเภท คือ ข่าวสารการเสริมสร้างพลังสตรี (Empowerment Message) ข่าวสารการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร (Image-Making Message) ข่าวสารการสนับสนุนเงินทุน (Funding and Financial Message) และข่าวสารการสนับสนุนการดำเนินงาน (Supporting Message) ส่วนช่องทางการสื่อสาร ได้แก่ การสื่อสารระหว่างบุคคลแบบซึ่งหน้า (Face to Face Communication) การสื่อสารระหว่างบุคคลแบบใช้สื่อต่างๆ เป็นตัวนำพาข่าวสาร (Interpose Communication) การสื่อสารเฉพาะกิจ การ

สื่อสารมวลชน (Mass Communication) และการสื่อสารสมัยใหม่ (New Media) ผลของการสื่อสาร คือ การยอมรับการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งเป็นการยอมรับในอำนาจ หน้าที่ และ บทบาทการดำเนินงาน อย่างชอบธรรม ของกลุ่มผู้รับสารในกลุ่มต่างๆ

2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการสื่อสารการเมืองขององค์กรฯ มีอยู่ 4 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยในเรื่องของปรัชญาและอุดมการณ์ ปัจจัยเรื่องเงินทุน ปัจจัยเรื่องโครงสร้างองค์กร และปัจจัยด้านการเมือง

3. ลักษณะการปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์กรฯ กับกลุ่มเป้าหมายต่างๆ พบว่า กลุ่มสตรีที่เสียเปรียบในสังคม ผู้สนับสนุนทุน กลุ่มองค์กรพัฒนาเอกชนเครือข่าย มีรูปแบบการปฏิสัมพันธ์กันในลักษณะการสื่อสารสองทาง ส่วนกลุ่มภาครัฐ และกลุ่มสื่อมวลชน การสื่อสารจะเป็นในลักษณะทางเดียว การปฏิสัมพันธ์กันมีค่อนข้างน้อย เนื่องจากโดยธรรมชาติขององค์กรพัฒนาเอกชนแล้วถือว่าเป็นองค์กรอิสระ ไม่ยุ่งเกี่ยวกับการดำเนินงานของภาครัฐ ดังนั้น องค์กรจึงไม่ค่อยมีความต้องการในการติดต่อสื่อสารกับภาครัฐมากนัก และ ไม่ต้องการที่จะทำการประชาสัมพันธ์เพื่อองค์กรเองมากนัก จึงไม่มีความจำเป็นที่จะติดต่อกับสื่อมวลชน ส่วนการปฏิสัมพันธ์นั้น ผู้รับสารนิยมใช้ช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบใช้สื่อโทรศัพท์ การสื่อสารแบบซึ่งหน้า และช่องทางการสื่อสารสมัยใหม่ ในการส่งข่าวสารย้อนกลับเป็นส่วนใหญ่ และเป็นเนื้อหาข่าวสารที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ส่งสารเช่นกัน

กระบวนการสื่อสารการเมืองขององค์กรพัฒนาเอกชน ไม่ได้มีการยอมรับว่าเป็นกระบวนการสื่อสารการเมือง เนื่องจากข้อกำหนดจากทางราชการที่ห้ามไม่ให้องค์กรยุ่งเกี่ยวกับการเมือง และในการดำเนินการช่วยเหลือสตรีให้เกิดความเสมอภาคในสังคมที่ยั่งยืนขององค์กรพัฒนาเอกชนที่ทำงานด้านสตรีในประเทศไทยนั้น องค์กรดังกล่าวจะต้องดำเนินงานบนพื้นฐานที่ปราศจากการแบ่งแยกทางเพศ และไม่ใช่ว่าเป็นการดำเนินงานที่เกิดจากการชักนำของผู้ชาย เป็นต้น

เจตพงษ์ วาณิชยานนท์ , 2547 ได้ศึกษาถึง การจัดการการสื่อสารตราสินค้าของบริษัทที่ปรึกษาด้านตราสินค้า โดยวิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร และการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) กลุ่มตัวอย่างคือผู้บริหารของบริษัทที่ปรึกษาด้านตราสินค้าจำนวน 5 คน ผลการศึกษาพบว่า

1. ปัจจัยที่ส่งผลให้อุตสาหกรรมพัฒนามาสู่บริษัทที่ปรึกษาด้านตราสินค้า มีลักษณะเป็นแบบวงจร (Cycle) คือการเคลื่อนจากกลับไปกลับมาระหว่างความเป็นสเปเชียลลิสต์กับแบบครบวงจร และปัจจุบันอยู่ในช่วงแบบครบวงจรที่มีลักษณะเป็นพันธมิตรทางธุรกิจมากกว่าที่จะเป็นแบบครบวงจรแบบบริษัทเดียว อีกปัจจัยคือด้านเศรษฐกิจทั้งระดับประเทศที่ส่งผลต่อสภาพการแข่งขันในตลาด และสถานะทางการเงินของบริษัทลูกค้า ทำให้ลูกค้ามีการระมัดระวังด้านการใช้จ่ายมากขึ้นเพื่อให้มั่นใจว่าสิ่งที่ได้ลงทุนไปจะได้ผลตอบแทนที่คุ้มค่า บริษัทเอเจนซี่เองก็ต้องขยายบริการมากขึ้น เพื่อ

รักษาสถานะของบริษัทให้ได้ นอกจากนั้นยังมีปัจจัยในด้านกระแสที่คนหันมาให้ความสนใจด้านตราสินค้า ทำให้เกิดบริษัทที่ปรึกษาด้านตราสินค้ามากขึ้น แต่ทั้งนี้ บริษัทที่ปรึกษาด้านตราสินค้าที่แท้จริงต้องการเป็นต้นน้ำในการวางกลยุทธ์

2. รูปแบบและวิธีการจัดการการสื่อสารตราสินค้าของบริษัทที่ปรึกษาด้านตราสินค้าในปัจจุบัน ส่วนใหญ่มีรูปแบบและขั้นตอนที่คล้ายคลึงกัน จะแตกต่างในชื่อเรียกและรายละเอียดย่อย นอกจากนี้ยังมีหลักการวางแผน วัตถุประสงค์ในการสร้างตราสินค้า การนำเสนอผ่านสื่อที่ใกล้เคียงกัน ประกอบด้วยการหาข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้า ข้อมูลตราสินค้าตัวเองรวมถึงข้อมูลการตลาดของกลุ่มคู่แข่ง แล้วจึงออกแบบตราสินค้า และทำการสื่อสารตราสินค้าออกสู่ภายนอก ซึ่งการสร้างตราสินค้าของบริษัทมีความแตกต่างกับการสร้างตราสินค้าให้กับลูกค้า เนื่องจากการสร้างตราสินค้าของบริษัทเป็นลักษณะของธุรกิจกับธุรกิจ (B2B : Business to Business) ในขณะที่ลูกค้าเป็นลักษณะของธุรกิจกับผู้บริโภค (B2C : Business to Consumer) แต่ละบริษัทพยายามวางตำแหน่งของตราสินค้าให้มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ โดยเป็นผู้วางกลยุทธ์ให้กับตราสินค้าเหมือนกัน แต่มีบริการนอกเหนือจากการสร้างตราสินค้าที่แตกต่างกันไป บุคลิกภาพของบริษัทที่ปรึกษาด้านตราสินค้ามักแสดงออกหลักๆ 3 ด้านด้วยกัน คือ เป็นผู้ที่มีความสามารถ มีมนุษยสัมพันธ์ และมีสีสัน บริษัทที่ปรึกษาด้านตราสินค้าเหล่านี้ มีการสื่อสารตนเองที่คล้ายคลึงกัน คือ เน้นด้านการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อบุคคลทั้งตัวผู้บริหารเอง การบอกเล่าแบบปากต่อปากของกลุ่มลูกค้าเก่าสู่กลุ่มลูกค้าใหม่ และผ่านการให้สัมภาษณ์หรือการเขียนบทความ และการบรรยาย

3. ปัญหาที่ทุกๆ บริษัทพบเจอคือ ความเข้าใจเรื่องตราสินค้าของลูกค้า ซึ่งมีผลต่อหลายๆ เรื่อง ไม่ว่าจะเป็นการตั้งงบประมาณ ค่าวิชาชีพของคนที่เป็นที่ปรึกษา การผูกพันอุทิศตัว การอดทนต่อการสร้างตราสินค้า เนื่องจากตราสินค้าเป็นเรื่องที่ให้ผลประโยชน์ในระยะยาวมากกว่าระยะสั้น ถ้าลูกค้าไม่เข้าใจทั้งตราสินค้าและค่าวิชาชีพ ก็จะไม่ลงทุน ทำให้ตลาดด้านที่ปรึกษาไม่เติบโตเท่าที่ควร และอีกปัญหาหนึ่งที่พบคือ ค่านิยมในการผันตัวเองไปเป็นที่ปรึกษาเพราะคิดว่าเป็นงานที่ง่าย แต่เนื่องจากประสบการณ์ที่สะสมมานั้นยังไม่เพียงพอกับการให้คำปรึกษาแก่ลูกค้า ซึ่งถ้าให้คำปรึกษาที่ผิดก็อาจจะนำมาซึ่งความเสียหายแก่บริษัทของลูกค้าได้ ทำให้ไม่มีลูกค้ามาใช้บริการและทำให้อุตสาหกรรมนี้ไม่เติบโต

4. บริษัทที่ปรึกษาด้านตราสินค้าจะมีลักษณะการประเมินผล 2 วิธี คือ การประเมินจากลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการมากขึ้น และการประเมินผลจากการตอบรับของลูกค้าที่ใช้บริการอยู่เดิม

5. ปัจจัยสนับสนุนความสำเร็จของบริษัทที่ปรึกษาด้านตราสินค้า ในปัจจุบันมาจากตัวผู้บริหารเองที่ลูกค้ารู้จักและมีความไว้วางใจในความสามารถ และปัจจัยในเรื่องของบุคลากรและผลงานที่ได้ทำออกไป

6. แนวโน้มของบริษัทที่ปรึกษาด้านตราสินค้าในอนาคต จะมีบริษัทที่ปรึกษาเปิดใหม่มากขึ้น เพื่อรองรับอุปสงค์จากลูกค้า อีกทั้งจะเกิดการดำเนินงานข้ามสายงานกันมากขึ้น ซึ่งในแต่ละหน่วยย่อย

ของอุตสาหกรรมการสื่อสาร จะเน้นไปที่การสร้างตราสินค้า จากความสัมพันธ์เป็นพันธมิตร ก็จะกลายทั้งพันธมิตรและคู่แข่งในเวลาเดียวกัน การตัดสินใจเลือกใช้บริษัทที่ปรึกษาของลูกค้าขึ้นอยู่กับจุดแข็งและความเข้าใจเรื่องตราสินค้าของลูกค้าเป็นสำคัญ อีกทั้งเป็นยุคที่ผู้บริหารรุ่นใหม่มีความสนใจในเรื่องตราสินค้ามากขึ้น จึงเป็นโอกาสของบริษัทที่ปรึกษาด้านตราสินค้า

บทบาทของบริษัทที่ปรึกษาด้านตราสินค้าเริ่มมีความสำคัญมากขึ้นในฐานะตัวดันน้ำ หรือเป็นผู้วางโครงสร้างและกลยุทธ์ของตราสินค้า อีกทั้งยังจะเป็นตัวกลางในการคอยประสานชี้นำทิศทางการสื่อสารของตราสินค้าระหว่างลูกค้าและเอเจนซี่อื่นๆ แต่ก็ไม่ได้สำคัญมากเพราะยังคงต้องพึ่งพากระบวนการสร้างตราสินค้าตลอดทั้งกระบวนการ

แนวโน้มการดำเนินงานมี 2 แนวทาง คือ แนวทางที่ 1 บริษัทยังคงเน้นความชำนาญเฉพาะทาง เช่น เป็นที่ปรึกษาด้านตราสินค้าที่เน้นการสื่อสารเป็นหลัก หรือ เป็นที่ปรึกษาด้านตราสินค้าที่เน้นการพัฒนากุญแจ เป็นต้น แนวทางที่ 2 โดยการพัฒนาเป็นบริษัทเอเจนซี่ครบวงจรหรือเรียกว่า BCA (Communication Agency) โดยเน้นไปทางใดทางหนึ่งใน คือ 1) การเปิดแผนกหรือเปิดอีกบริษัทเพื่อรองรับงานสื่อสารด้านอื่น เช่น งานโฆษณา งานประชาสัมพันธ์ เป็นต้น 2) สร้างพันธมิตรกับหน่วยงานย่อยอื่นและมีการทำงานร่วมกันเป็นลักษณะเครือข่าย

บริษัทที่ปรึกษาทางด้านตราสินค้าจะขยายตัวออกไปสู่ระดับภูมิภาคและระดับโลกได้มากขึ้นตามผลการขยายตัวของลูกค้าที่ไปทำตลาดในต่างประเทศ

ประเด็นเรื่องของคำว่า “ตราสินค้า” ขึ้นอยู่กับการทำตลาดของบริษัทที่ปรึกษาด้านตราสินค้า และการชะลอคำนี้ให้นานที่สุดขนาดไหน อีกทั้งขึ้นอยู่กับการให้นิยามของตราสินค้าว่าหมายถึงสิ่งใด เช่น สมัยก่อนตราสินค้าหมายถึงแค่สัญลักษณ์เท่านั้น แต่ปัจจุบันหมายถึงคุณสมบัติหน้าที่การใช้งาน อารมณ์ความรู้สึก และประสบการณ์ที่สะท้อนตัวตนของผู้บริโภค หรือ ถ้านิยามตราสินค้าเป็นเรื่องของชื่อเสียงก็อาจจะอยู่ในยุคของตราสินค้าอีกนาน ดังนั้น คำว่า “ตราสินค้า” ยังคงเป็นหลักการเดิม แต่เปลี่ยนวิธีเรียกให้ดูแตกต่างไป หรือ อาจใช้คำว่าตราสินค้าคำเดิม แต่มีการพัฒนาของนิยามไปอีกขั้นเป็นต้น

รุ่งรัตน์ ชัยสำเริง, 2547 ได้กล่าวถึงการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม : รากแนวคิดและพัฒนาการทางทฤษฎี โดยอธิบายรากแนวคิดของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมสามารถสืบค้นย้อนหลังไปยังกำเนิดของแนวคิดการวิจัยแบบมีส่วนร่วมและการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ว่าเริ่มแพร่หลายในช่วงครึ่งหลังของคริสต์ศตวรรษที่ 20 การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมให้ความสำคัญกับการแลกเปลี่ยนข้อมูลและความคิดเห็นแบบสองทางที่สมดุลรวมทั้งเน้นการมีปฏิสัมพันธ์ต่อเนื่องระหว่างคู่สื่อสารโดยอาศัยช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคล และสื่อขนาดเล็กที่สามารถครอบคลุมบุคคลเฉพาะกลุ่มอย่างทั่วถึงแทนกระบวนการสื่อสารที่มีการชี้นำแบบทางเดียว หรือ การใช้สื่อมวลชนซึ่งครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายในวงกว้าง