

บทที่ 5

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารขององค์กรธุรกิจมีวัตถุประสงค์ในการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารขององค์กรธุรกิจ
2. เพื่อวิเคราะห์ปัญหา และอุปสรรคต่าง ๆ ที่ทำให้การสื่อสารไม่มีประสิทธิภาพ
3. เพื่อศึกษาวิธีการที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กรธุรกิจให้สามารถนำไปพัฒนาหรือปรับปรุงการสื่อสารขององค์กรธุรกิจให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
4. เพื่อนำผลการศึกษามาใช้เป็นข้อเสนอแนะแนวทางในการปรับปรุง และเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารระหว่างผู้บริหารและพนักงานขององค์กรธุรกิจ

การวิจัยครั้งนี้ กำหนดขอบเขตในการศึกษาเฉพาะเรื่องประสิทธิภาพการสื่อสารขององค์กรธุรกิจที่เป็นสมาชิกของหอการค้าไทยที่มีสถานที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยด้วยการใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ได้แก่ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งผู้วิจัยสามารถเก็บกลับคืนได้ครบจำนวน 400 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 แล้วนำข้อมูลที่ได้รับมาประมวลผล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการวิเคราะห์ข้อมูลหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า F-test และค่า P-value

นอกจากนั้น เพื่อให้การวิจัยครั้งนี้ได้รับผลที่เป็นประโยชน์และสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ประกอบการ ผู้บริหารระดับสูง หรือ CEO ขององค์กรธุรกิจที่เป็นสมาชิกของหอการค้าไทยจำนวน 6 ท่าน โดยได้ทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบธุรกิจหลากหลายแตกต่างกัน เพื่อรับฟังความคิดเห็นและมุมมองแง่คิดเกี่ยวกับการเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารขององค์กรธุรกิจ ดังนี้

1. **ผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมการผลิต** ได้แก่

คุณกอบกาญจน์ วัฒนวรางกูร ประธานกรรมการบริหาร บริษัท โตชิบา ไทยแลนด์ จำกัด

2. **ผู้ประกอบการด้านการค้าปลีก** ได้แก่

คุณก่อศักดิ์ ไชยรัศมีศักดิ์ ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ซี.พี.เซเว่นอีเลฟเว่น จำกัด (มหาชน)

3. **ผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์** ได้แก่

ดร. ชิงชัย หาญเจนลักษณ์ กรรมการบริหาร บริษัท ลีอิกซ์เลย์ จำกัด (มหาชน)

4. **ผู้ประกอบการด้านสถาบันการเงิน** ได้แก่

ดร.ประสาร ไตรรัตน์วรกุล กรรมการผู้จัดการ บจก. ธนาคารกสิกรไทย

5. **ผู้ประกอบการด้านส่งออก** (เฟอร์นิเจอร์และของแต่งบ้าน) ได้แก่

คุณดวงกมล คุณาพร กรรมการผู้จัดการบริษัท Art of Living

6. **ผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป** ได้แก่

คุณฉัตรชัย บุญรัตน์ ประธานกรรมการ บริษัทมาลีสามพราน จำกัด (มหาชน)

สำหรับผลการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารขององค์กรธุรกิจ” นั้น มีรายละเอียดของข้อมูลที่สามารถสรุปผลได้ ดังต่อไปนี้

สรุปผลการวิจัยจากกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 59.75 เป็นเพศชายจำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.75 และไม่ระบุจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

ช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 20 - 29 ปี จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.75 รองลงมา คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 30 – 39 ปี จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.50 นอกจากนั้น เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 40-49 ปี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.25 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.25 และไม่ระบุจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25 ตามลำดับ

ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่จะมีวุฒิการศึกษาอยู่ที่ระดับปริญญาตรี คือ มีจำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 65.25 ระดับต่ำกว่าปริญญาตรีมีจำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.25 ระดับปริญญาโท มีจำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.25 ตามลำดับ

สำหรับอายุงานของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ มีอายุงานน้อยกว่า 5 ปี จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.00 รองลงมา คือ อายุงานตั้งแต่ 6-10 ปี จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 และอายุงาน 11-15 ปี จำนวน 46 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.50 ตามลำดับ

ส่วนตำแหน่งหน้าที่การงานนั้น กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเจ้าหน้าที่/พนักงานทั่วไป คือ มีจำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 64.50 รองลงมา คือ หัวหน้างานมีจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.25 และผู้จัดการแผนกจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 : ข้อมูลปัจจัยองค์กรธุรกิจของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทำงานในองค์กรธุรกิจที่มีทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 10 ล้านบาท คือ มีจำนวน 118 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.50 โดยมีพนักงานในองค์กรมากกว่า 200 คน จำนวน 186 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 46.50

สำหรับรูปแบบกระบวนการสื่อสารภายในองค์กรธุรกิจของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะเป็นการสื่อสารจากบนสู่ล่างและจากล่างสู่บน คือ มีจำนวน 189 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 38.73 โดยเครื่องมือ/อุปกรณ์ที่ใช้ในการสื่อสารขององค์กรธุรกิจส่วนใหญ่ ได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์ คือ มีจำนวน 322 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 20.50 และช่องทางในการสื่อสาร/วิธีการที่ใช้ในการสื่อสารข้อมูลไม่ว่าจะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายขององค์กร ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารงาน และข้อมูลเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายในส่วนใหญ่จะใช้วิธีแจ้งในที่ประชุม คือ มีจำนวน 276, 272 และ 246 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 15.33, 16.61 และ 17.12 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 : ประสิทธิภาพในการสื่อสาร

ผลการวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารขององค์กรธุรกิจ ด้านปริมาณข้อมูลข่าวสาร

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามเพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชายให้ความสำคัญมากที่สุดกับปริมาณข้อมูลข่าวสารที่ได้รับสามารถใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อการทำงาน ด้วยค่าเฉลี่ย 3.03 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงให้ความสำคัญมากที่สุดกับปริมาณข้อมูลข่าวสารที่ต้องสื่อสารถึงกันด้วยค่าเฉลี่ย 3.02 และกลุ่มตัวอย่างทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับการได้รับข้อมูลข่าวสารขององค์กร/ หรือหน่วยงานภายในต่าง ๆ อย่างครบถ้วนด้วยค่าเฉลี่ย 2.76 และ 2.78

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างทุกช่วงอายุให้ความสำคัญมากที่สุดกับองค์กรมีปริมาณข้อมูลข่าวสารที่ต้องสื่อสารถึงกันด้วยค่าเฉลี่ย 3.06, 2.94, 3.05 และ 3.18 และให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารขององค์กร/ หรือหน่วยงานภายในต่าง ๆ อย่างครบถ้วนด้วยค่าเฉลี่ย 2.75, 2.79, 2.82 และ 2.88 ตามลำดับ

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และอื่น ๆ ให้ความสำคัญมากที่สุดกับองค์กรมีปริมาณข้อมูลข่าวสารที่ต้องสื่อสารถึงกันด้วยค่าเฉลี่ย 3.02, 3.24 และ 3.18 ส่วนกลุ่มตัวอย่างระดับต่ำกว่าปริญญาตรีให้ความสำคัญมากที่สุดกับปริมาณข้อมูลข่าวสารที่ได้รับสามารถใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อการทำงานด้วยค่าเฉลี่ย 2.91 ส่วนประเด็นที่ได้รับความสำคัญน้อยที่สุด กลุ่มตัวอย่างระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรีเห็นว่าการได้รับข้อมูลข่าวสารขององค์กร/ หรือหน่วยงานภายในต่าง ๆ อย่างครบถ้วน สำคัญน้อยที่สุดด้วยค่าเฉลี่ย 2.65 และ 2.77 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างระดับปริญญาโทให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับปริมาณข้อมูลข่าวสารที่สื่อสารไปถึงผู้รับสารภายในองค์กรเป็นไปอย่างครบถ้วนด้วยค่าเฉลี่ย 2.95

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอายุงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างทุกช่วงอายุงานให้ความสำคัญมากที่สุดกับองค์กรมีปริมาณข้อมูลข่าวสารที่ต้องสื่อสารถึงกันด้วยค่าเฉลี่ย 3.06, 2.90, 2.96, 3.09 และ 3.12 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงาน 16-20 ปียังให้ความสำคัญมากที่สุดกับการได้รับข้อมูลข่าวสารขององค์กร/ หรือหน่วยงานภายในต่าง ๆ อย่างครบถ้วนด้วยค่าเฉลี่ย 3.09 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่เหลือให้ความสำคัญกับประเด็นนี้น้อยที่สุดด้วยค่าเฉลี่ย 2.78, 2.71, 2.73 และ 2.70 ตามลำดับ

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามตำแหน่งงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างระดับผู้จัดการฝ่าย ผู้จัดการแผนก หัวหน้างาน เจ้าหน้าที่/ พนักงานทั่วไป และอื่นๆ ให้ความสำคัญมากที่สุดกับองค์กรมีปริมาณข้อมูลข่าวสารที่ต้องสื่อสารถึงกันด้วยค่าเฉลี่ย 3.67, 3.04, 3.00, 3.01 และ 3.00 ตามลำดับ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเจ้าของกิจการ ผู้จัดการฝ่าย และอื่นๆ ให้ความสำคัญมากที่สุดกับปริมาณข้อมูลข่าวสารที่ได้รับสามารถใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อการทำงานได้ด้วยค่าเฉลี่ย 3.20, 3.33 และ 3.00 ตามลำดับ สำหรับประเด็นที่ได้รับความสำคัญน้อยที่สุด กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเจ้าของกิจการให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับการได้รับข้อมูลข่าวสารที่องค์กรส่งมาเป็นจำนวนมากด้วยค่าเฉลี่ย 2.67 ส่วนกลุ่มตัวอย่างตัวอย่างระดับผู้อำนวยการขึ้นไป ผู้จัดการแผนก หัวหน้างาน เจ้าหน้าที่/ พนักงานทั่วไป และอื่นๆ ให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับการได้รับข้อมูลข่าวสารขององค์กร/ หน่วยงานภายในต่าง ๆ อย่างครบถ้วนด้วยค่าเฉลี่ย 3.00, 2.65, 2.75 และ 2.68 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างระดับผู้จัดการฝ่ายให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับปริมาณข้อมูลข่าวสารที่สื่อสารไปถึงผู้รับสารภายในองค์กร เป็นไปอย่างครบถ้วนด้วยค่าเฉลี่ย 2.90

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามขนาดองค์กร พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีทุนจดทะเบียน 10-50 ล้านบาท 51-100 ล้านบาท และมากกว่า 100 ล้านบาท ให้ความสำคัญมากที่สุดกับองค์กรมีปริมาณข้อมูลข่าวสารที่ต้องสื่อสารถึงกันด้วยค่าเฉลี่ย 3.00, 3.17 และ 3.09 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 10 ล้านบาท และกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ ให้ความสำคัญมากที่สุดกับปริมาณข้อมูลข่าวสารที่ได้รับสามารถใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อการทำงานได้ ด้วยค่าเฉลี่ย 3.07 และ 2.85 ส่วนประเด็นที่ได้รับความสำคัญน้อยที่สุด กลุ่มตัวอย่างทุกกลุ่มให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับการได้รับข้อมูลข่าวสารขององค์กร/ หน่วยงานภายในต่างๆ อย่างครบถ้วนด้วยค่าเฉลี่ย 2.79, 2.74, 2.94, 2.83 และ 2.84 ตามลำดับ

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามจำนวนพนักงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีพนักงานน้อยกว่า 50 คน และมากกว่า 200 คน ให้ความสำคัญมากที่สุดกับองค์กรมีปริมาณข้อมูลข่าวสารที่ต้องสื่อสารถึงกันด้วยค่าเฉลี่ย 2.91 และ 3.06 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีพนักงาน 51-200 คน ให้ความสำคัญมากที่สุดกับปริมาณข้อมูลข่าวสารที่ได้รับสามารถใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อการทำงานได้ด้วยค่าเฉลี่ย 3.10 ส่วนประเด็นที่ได้รับความสำคัญน้อยที่สุด กลุ่มตัวอย่างที่มีพนักงานน้อยกว่า 50 คน และมากกว่า 200 คน ให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับการได้รับข้อมูลข่าวสารขององค์กร/ หน่วยงานภายใน

ต่าง ๆ อย่างครบถ้วนด้วยค่าเฉลี่ย 2.63 และ 2.84 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีพนักงาน 51-200 คนให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับการได้รับข้อมูลข่าวสารที่องค์กรส่งมาเป็นจำนวนมากด้วยค่าเฉลี่ย 2.79

ผลการวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพขององค์กรธุรกิจ ด้านคุณภาพของข้อมูล

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามเพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญมากที่สุดกับข้อมูลส่งไปถึงผู้รับรวดเร็วทันความต้องการด้วยค่าเฉลี่ย 2.96 และ 2.98 และให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับการเข้าใจข้อมูลข่าวสารที่ผู้อื่นส่งมาให้อย่างครบถ้วนด้วยค่าเฉลี่ย 2.90 และ 2.94

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 30-39 ปี 40-49 ปี และมากกว่า 50 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญมากที่สุดกับข้อมูลที่ส่งถึงผู้รับรวดเร็วทันความต้องการด้วยค่าเฉลี่ย 2.96, 2.98 และ 3.29 ตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างอายุ 20-29 ปีให้ความสำคัญมากที่สุดกับการสื่อสารกลับไปยังผู้ส่งอย่างรวดเร็วด้วยค่าเฉลี่ย 2.98 ส่วนประเด็นที่ได้รับความสำคัญน้อยที่สุดนั้น กลุ่มตัวอย่างทุกช่วงอายุ เห็นว่า การเข้าใจข้อมูลข่าวสารที่ผู้อื่นส่งมาให้อย่างครบถ้วนมีความสำคัญน้อยที่สุด คือ ด้วยค่าเฉลี่ย 2.95, 2.86, 2.95 และ 3.00 ตามลำดับ

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดกับประเด็นที่แตกต่างกันโดยกลุ่มตัวอย่างระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ ให้ความสำคัญมากที่สุดกับการสื่อสารกลับไปยังผู้ส่งอย่างรวดเร็วด้วยค่าเฉลี่ย 3.03 และ 3.33 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างระดับปริญญาตรีให้ความสำคัญมากที่สุดกับผู้รับข่าวสารเข้าใจข้อมูลที่สื่อสารไปเป็นอย่างดีด้วยค่าเฉลี่ย 2.94 และกลุ่มตัวอย่างระดับปริญญาโทให้ความสำคัญมากที่สุดกับข้อมูลข่าวสารที่ส่งถึงผู้รับรวดเร็วทันความต้องการด้วยค่าเฉลี่ย 3.16 สำหรับประเด็นที่ได้รับความสำคัญน้อยที่สุด คือ การเข้าใจข้อมูลข่าวสารที่ผู้อื่นส่งมาให้ครบถ้วน โดยกลุ่มตัวอย่างระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ ให้ความสำคัญน้อยที่สุดด้วยค่าเฉลี่ย 2.88 และ 3.11 ส่วนประเด็นที่มีการสื่อสารกลับไปยังผู้ส่งอย่างรวดเร็ว กลุ่มตัวอย่างระดับปริญญาตรี และปริญญาโทให้ความสำคัญน้อยที่สุดด้วยค่าเฉลี่ย 2.90 และ 2.93

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอายุงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงานน้อยกว่า 5 ปี 16-20 ปี และมากกว่า 20 ปีให้ความสำคัญมากที่สุดกับข้อมูลที่ส่งไปถึงผู้รับรวดเร็วทันความต้องการด้วยค่าเฉลี่ย 2.97, 3.19 และ 2.96 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงาน 6-10 ปีให้ความสำคัญมากที่สุดกับการเข้าใจข้อมูลข่าวสารที่ผู้อื่นส่งมาให้อย่างครบถ้วนด้วยค่าเฉลี่ย 2.92 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงาน 11-15 ปีให้ความสำคัญมากที่สุดกับผู้รับข่าวสารเข้าใจข้อมูลที่สื่อสารไปเป็นอย่างดีด้วยค่าเฉลี่ย 3.00 ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงานมากกว่า 20 ปียังให้ความสำคัญมากที่สุดกับการสื่อสารกลับไปยังผู้ส่งอย่างรวดเร็วด้วยค่าเฉลี่ย 2.96 อีกด้วย นอกจากนี้ ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงานน้อยกว่า 5 ปี 11-15 ปี และมากกว่า 20 ปีให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับประเด็นการเข้าใจข้อมูลข่าวสารที่

ผู้อื่นส่งมาให้ครบถ้วนด้วยค่าเฉลี่ย 2.94, 2.89 และ 2.77 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อยกว่า 5 ปี ยังให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับผู้รับข้อมูลข่าวสารเข้าใจข้อมูลที่ดีด้วยค่าเฉลี่ย 2.94 เท่ากัน ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงาน 6-10 ปี และ 16-20 ปีให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับการสื่อสารกลับไปยังผู้ส่งอย่างรวดเร็วด้วยค่าเฉลี่ย 2.89 และ 2.88

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามตำแหน่งงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเจ้าของกิจการ ผู้จัดการฝ่าย ผู้จัดการแผนก และอื่น ๆ ให้ความสำคัญมากที่สุดกับผู้รับข่าวสารเข้าใจข้อมูลที่ดีด้วยค่าเฉลี่ย 3.07, 3.14, 3.04 และ 2.89 และกลุ่มตัวอย่างระดับผู้อำนวยการขึ้นไป ผู้จัดการฝ่าย หัวหน้างาน เจ้าหน้าที่/ พนักงานทั่วไป และอื่น ๆ ให้ความสำคัญมากที่สุดกับข้อมูลที่ส่งไปถึงผู้รับรวดเร็วทันความต้องการด้วยค่าเฉลี่ย 3.67, 3.14, 3.04, 2.94 และ 2.89 สำหรับประเด็นที่ได้รับความสำคัญน้อยที่สุดนั้น กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเจ้าของกิจการให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับข้อมูลที่ส่งไปถึงผู้รับรวดเร็วทันความต้องการ และมีการสื่อสารกลับไปยังผู้ส่งอย่างรวดเร็วด้วยค่าเฉลี่ย 2.93 เท่ากัน ส่วนผู้อำนวยการขึ้นไปก็ให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับการสื่อสารกลับไปยังผู้ส่งอย่างรวดเร็วด้วยค่าเฉลี่ย 2.67 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้จัดการแผนกให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับการเข้าใจข้อมูลข่าวสารที่ผู้อื่นส่งมาให้อย่างครบถ้วนเท่ากันกับการสื่อสารกลับไปยังผู้ส่งอย่างรวดเร็วด้วยค่าเฉลี่ย 2.92 และกลุ่มตัวอย่างที่เป็นหัวหน้างานให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับการเข้าใจข้อมูลข่าวสารที่ผู้อื่นส่งมาให้อย่างครบถ้วนด้วยค่าเฉลี่ย 2.86 เช่นเดียวกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเจ้าหน้าที่/ พนักงานทั่วไปก็ให้ความสำคัญกับประเด็นนี้น้อยที่สุดเช่นกัน คือ ด้วยค่าเฉลี่ย 2.92 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ ให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับการสื่อสารกลับไปยังผู้ส่งอย่างรวดเร็วด้วยค่าเฉลี่ย 2.84

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามขนาดองค์กร พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่องค์กรมีทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 10 ล้านบาทให้ความสำคัญมากที่สุดกับการสื่อสารกลับไปยังผู้ส่งอย่างรวดเร็วด้วยค่าเฉลี่ย 3.05 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่องค์กรมีทุนจดทะเบียน 10-50 ล้านบาท และกลุ่มตัวอย่างอื่นๆ ให้ความสำคัญมากที่สุดกับข้อมูลที่ส่งถึงผู้รับรวดเร็วทันความต้องการด้วยค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.96 และ 2.78 และกลุ่มตัวอย่างที่องค์กรมีทุนจดทะเบียน 51-100 ล้านบาทให้ความสำคัญมากที่สุดในประเด็นผู้รับข่าวสารเข้าใจข้อมูลที่ดีเท่ากันกับการเข้าใจข้อมูลข่าวสารที่ผู้อื่นส่งมาให้ครบถ้วนด้วยค่าเฉลี่ย 3.14 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่องค์กรมีทุนจดทะเบียนมากกว่า 100 ล้านบาทให้ความสำคัญมากที่สุดกับการเข้าใจข้อมูลข่าวสารที่ผู้อื่นส่งมาให้ครบถ้วนด้วยค่าเฉลี่ย 2.97 สำหรับประเด็นที่ได้รับความสำคัญน้อยที่สุด กลุ่มตัวอย่างที่องค์กรมีทุนจดทะเบียนต่างกันจะให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับ 3 ประเด็น คือ ผู้รับข่าวสารเข้าใจข้อมูลที่ดีสื่อสารเป็นอย่างดี เข้าใจข้อมูลข่าวสารที่ผู้อื่นส่งมาให้ครบถ้วน และมีการสื่อสารกลับไปยังผู้ส่งอย่างรวดเร็ว โดยกลุ่มตัวอย่างที่องค์กรมีทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 10 ล้านบาท และกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ ให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับผู้รับข่าวสารเข้าใจข้อมูลที่ดีด้วยค่าเฉลี่ย 2.94 และ 2.86 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่องค์กรมีทุนจดทะเบียน 10-50 ล้านบาท และอื่น ๆ ให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับการเข้าใจข้อมูลข่าวสารที่ผู้อื่นส่งมา

ให้ครบถ้วนด้วยค่าเฉลี่ย 2.84 และ 2.67 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่องค์กรมีทุนจดทะเบียน 51-100 ล้านบาท และมากกว่า 100 ล้านบาทให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับประเด็นมีการสื่อสารกลับไปยังผู้ส่งอย่างรวดเร็วด้วยค่าเฉลี่ย 2.97 และ 2.92

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามจำนวนพนักงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีพนักงานน้อยกว่า 50 คนให้ความสำคัญมากที่สุดกับการสื่อสารกลับไปยังผู้ส่งอย่างรวดเร็วด้วยค่าเฉลี่ย 3.08 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีพนักงาน 51-200 คนให้ความสำคัญมากที่สุดกับข้อมูลที่ส่งไปถึงผู้รับรวดเร็วทันความต้องการด้วยค่าเฉลี่ย 3.00 และกลุ่มตัวอย่างที่มีพนักงานมากกว่า 200 คนให้ความสำคัญมากที่สุดกับผู้รับข่าวสารเข้าใจข้อมูลที่สื่อสารเป็นอย่างดีด้วยค่าเฉลี่ย 2.95 สำหรับประเด็นที่ได้รับความสำคัญน้อยที่สุด กลุ่มตัวอย่างที่มีพนักงานน้อยกว่า 50 คนให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับการเข้าใจข้อมูลข่าวสารที่ผู้อื่นส่งมาให้อย่างครบถ้วนด้วยค่าเฉลี่ย 2.91 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีพนักงาน 51-200 คน และมากกว่า 200 คนให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับประเด็นมีการสื่อสารกลับไปยังผู้ส่งอย่างรวดเร็วด้วยค่าเฉลี่ย 2.93 และ 2.86

ผลการวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสาร ด้านประสิทธิภาพของสื่อ/ ช่องทางการสื่อสาร

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามเพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญมากที่สุดกับโทรศัพท์ภายในด้วยค่าเฉลี่ย 3.05 และ 3.16 และรองลงมาได้แก่ อีเมล (E-mail) ด้วยค่าเฉลี่ย 2.94 และ 3.04 ส่วนการประชุมทางไกล (Video conference) และการสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารขององค์กรธุรกิจในระดับน้อยถึงน้อยที่สุด เช่นเดียวกับอุปกรณ์คอมพิวเตอร์แบบพกพา (PDA) ด้วยค่าเฉลี่ย 1.81, 1.73, 1.88, 1.86, 2.33 และ 2.39 ตามลำดับ

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างในช่วงอายุ 20-29 ปี 30-39 ปี และ 40-49 ปี ให้ความสำคัญมากที่สุดกับโทรศัพท์ภายในด้วยค่าเฉลี่ย 3.14, 3.13 และ 3.07 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญมากที่สุดกับการใช้อีเมล (E-mail) ด้วยค่าเฉลี่ย 3.53 นอกจากนั้นยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างทุกช่วงอายุเห็นว่า การประชุมทางไกล (Video Conference) การสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการ และอุปกรณ์คอมพิวเตอร์แบบพกพา (PDA) เป็นปัจจัย ที่มีผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารขององค์กรในระดับน้อยถึงน้อยที่สุด คือ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.82, 1.69, 1.64, 2.33 และ 1.90, 1.80, 1.83 และ 2.41, 2.32, 2.45 และ 2.33 ยกเว้นกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไปเห็นว่า การสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการมีผลต่อประสิทธิภาพในการสื่อสารขององค์กรในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ย 2.50

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี และอื่น ๆ ให้ความสำคัญมากที่สุดกับโทรศัพท์ภายในด้วยค่าเฉลี่ย 3.09,

3.10 และ 3.14 โดยกลุ่มตัวอย่างอื่นๆ ยังให้ความสำคัญมากที่สุดกับโทรศัพท์มือถือด้วยค่าเฉลี่ย 3.14 เท่ากัน สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาโทนั้นให้ความสำคัญมากที่สุดกับอีเมล (E-mail) ด้วยค่าเฉลี่ย 3.37 สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารขององค์กรธุรกิจในระดับน้อยถึงน้อยที่สุดนั้น กลุ่มตัวอย่างทุกช่วงระดับการศึกษาเห็นว่า การประชุมทางไกล (Video Conference) การสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการ และอุปกรณ์คอมพิวเตอร์แบบพกพา (PDA) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารขององค์กรในระดับน้อยถึงน้อยที่สุดด้วยค่าเฉลี่ย 1.73, 1.74, 1.88, 1.80 และ 1.82, 1.90, 1.71, 1.60 และ 2.16, 2.39, 2.44 ตามลำดับ ยกเว้นกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ ที่เห็นว่า อุปกรณ์คอมพิวเตอร์แบบพกพา (PDA) มีผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารขององค์กรธุรกิจในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ย 2.86

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอายุงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงานน้อยกว่า 5 ปี 6-10 ปี และ 11-15 ปี ให้ความสำคัญมากที่สุดกับโทรศัพท์ภายในด้วยค่าเฉลี่ย 3.10, 3.11 และ 3.29 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงาน 16-20 ปี และมากกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญมากที่สุดกับอีเมลด้วยค่าเฉลี่ย 3.38 และ 3.05 นอกจากนั้น ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างทุกช่วงอายุงานเห็นว่า ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารขององค์กรธุรกิจในระดับน้อยและน้อยที่สุด ได้แก่ การประชุมทางไกล (Video Conference) การสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการ และอุปกรณ์คอมพิวเตอร์แบบพกพา (PDA) ด้วยค่าเฉลี่ย 1.79, 1.71, 1.91, 1.71, 1.46 และ 1.85, 1.83, 2.08, 2.00, 1.64 และ 2.38, 2.39, 2.26, 2.11 ตามลำดับ ยกเว้นกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงาน 11-15 ปีให้ความสำคัญกับอุปกรณ์คอมพิวเตอร์แบบพกพา (PDA) ในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ย 2.52 นอกจากนั้นยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงานน้อยกว่า 5 ปียังให้ความเห็นเพิ่มเติมว่า เว็บไซต์ขององค์กร และโทรสารมีผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารขององค์กรธุรกิจในระดับน้อย เช่นเดียวกับกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงานมากกว่า 20 ปีเห็นว่า การเรียกพบเพื่อพูดคุยอย่างเป็นทางการ และโทรศัพท์มือถือมีผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารขององค์กรธุรกิจในระดับน้อย

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามตำแหน่งงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเจ้าของกิจการให้ความสำคัญมากที่สุดกับโทรศัพท์มือถือด้วยค่าเฉลี่ย 3.15 กลุ่มตัวอย่างระดับผู้อำนวยการขึ้นไป ผู้จัดการฝ่าย หัวหน้างาน เจ้าหน้าที่/พนักงานทั่วไปให้ความสำคัญมากที่สุดกับโทรศัพท์ภายในด้วยค่าเฉลี่ย 4.00, 3.42, 3.28 และ 3.06 และกลุ่มตัวอย่างระดับผู้อำนวยการขึ้นไปยังให้ความสำคัญมากที่สุดกับโทรศัพท์มือถือ และอีเมลด้วยค่าเฉลี่ย 4.00 เท่ากัน สำหรับกลุ่มตัวอย่างระดับผู้จัดการแผนกให้ความสำคัญมากที่สุดกับอีเมลด้วยค่าเฉลี่ย 3.32 ส่วนกลุ่มตัวอย่างอื่นๆ ให้ความสำคัญมากที่สุดกับการติดป้ายประกาศของบริษัทด้วยค่าเฉลี่ย 3.11 นอกจากนั้น ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างระดับเจ้าของกิจการเห็นว่า การประชุมทางไกล (Video Conference) และการสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการ มีผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารขององค์กรธุรกิจในระดับน้อยด้วยค่าเฉลี่ย 2.00 และ 2.14 ส่วนกลุ่มตัวอย่างระดับผู้จัดการแผนก หัวหน้างาน เจ้าหน้าที่/พนักงานทั่วไปและอื่นๆ เห็นว่าการ

ประชุมทางไกล และการสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการน้อยมีผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารขององค์กรธุรกิจในระดับน้อยและน้อยที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ย 1.79, 1.68, 1.72, 1.78 และ 1.69, 1.83, 1.85, 1.60 สำหรับอุปกรณ์คอมพิวเตอร์แบบพกพา (PDA) มีผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารขององค์กรธุรกิจแตกต่างกัน คือ สำหรับกลุ่มตัวอย่างระดับเจ้าของกิจการ ผู้อำนวยการขึ้นไป ผู้จัดการฝ่าย และผู้จัดการแผนกเห็นว่า มีผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารขององค์กรธุรกิจในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ย 2.67, 3.00, 2.73, 2.72 แต่กลุ่มตัวอย่างระดับหัวหน้างาน เจ้าหน้าที่ /พนักงานทั่วไป และอื่น ๆ เห็นว่ามีผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารขององค์กรธุรกิจในระดับน้อยด้วยค่าเฉลี่ย 2.18, 2.32 และ 2.40 ตามลำดับ

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามขนาดองค์กร พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่องค์กรมีทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 10 ล้านบาท 10-50 ล้านบาท 51-100 ล้านบาท และอื่นๆ ให้ความสำคัญมากที่สุดกับโทรศัพท์ภายในด้วยค่าเฉลี่ย 3.08, 3.11, 3.60 และ 3.00 โดยกลุ่มตัวอย่างที่องค์กรมีทุนจดทะเบียนมากกว่า 100 ล้านบาท ให้ความสำคัญมากที่สุดกับอีเมลด้วยค่าเฉลี่ย 3.11 นอกจากนั้น ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่องค์กรมีทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 10 ล้านบาทเห็นว่า โทรสาร การประชุมทางไกล (Video Conference) การสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการ มีผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารขององค์กรในระดับน้อย คือ ด้วยค่าเฉลี่ย 2.47, 1.78 และ 2.02 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีทุนจดทะเบียน 10-50 ล้านบาทเห็นว่า เว็บไซต์ขององค์กร โทรสาร การประชุมทางไกล (Video Conference) การสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการ อุปกรณ์คอมพิวเตอร์แบบพกพา (PDA) มีผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารขององค์กรในระดับน้อยถึงน้อยที่สุดด้วยค่าเฉลี่ย 2.28, 2.49, 1.71, 1.81 และ 2.18 สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่องค์กรมีทุนจดทะเบียน 51-100 ล้านบาทเห็นว่า เว็บไซต์ขององค์กร โทรสาร การประชุมทางไกล (Video Conference) การสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการ อุปกรณ์คอมพิวเตอร์แบบพกพา (PDA) มีผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารขององค์กรในระดับน้อยด้วยค่าเฉลี่ย 2.48, 1.95, 2.04, และ 2.15 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่องค์กรมีทุนจดทะเบียนมากกว่า 100 ล้านบาทเห็นว่า โทรสาร การประชุมทางไกล (Video Conference) การสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการ อุปกรณ์คอมพิวเตอร์แบบพกพา (PDA) มีผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารขององค์กรในระดับน้อยถึงน้อยที่สุดด้วยค่าเฉลี่ย 2.49, 1.63, 1.58 และ 2.38 สำหรับกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ เห็นว่า การประชุมทางไกล (Video Conference) การสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการ อุปกรณ์คอมพิวเตอร์แบบพกพา (PDA) มีผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารขององค์กรในระดับน้อยด้วยค่าเฉลี่ย 2.00, 2.20 และ 2.46 ตามลำดับ

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามจำนวนพนักงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนพนักงานน้อยกว่า 50 คน และ 51-200 คน ให้ความสำคัญมากที่สุดกับโทรศัพท์ภายในด้วยค่าเฉลี่ย 3.14 และ 3.12 และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนพนักงานมากกว่า 200 คน ให้ความสำคัญมากที่สุดกับอีเมลด้วยค่าเฉลี่ย 3.14 นอกจากนั้น ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างทุกกลุ่มที่มีจำนวนพนักงานต่างกันเห็นว่า การประชุมทางไกล (Video Conference) และการสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการมีผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสาร

ขององค์กรในระดับน้อยถึงน้อยที่สุด คือ ด้วยค่าเฉลี่ย 2.02, 1.62, 1.69 และ 2.15, 1.94, 1.65 นอกจากนั้น ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีพนักงาน 51-200 คนเห็นว่า เว็บไซต์ขององค์กร และอุปกรณ์คอมพิวเตอร์แบบพกพา (PDA) มีผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารขององค์กรในระดับน้อย คือ ด้วยค่าเฉลี่ย 2.33 และ 2.30 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีพนักงานมากกว่า 200 คนยังเห็นว่า โทรสาร อุปกรณ์คอมพิวเตอร์แบบพกพา (PDA) มีผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารขององค์กรในระดับน้อย คือ ด้วยค่าเฉลี่ย 2.49 และ 2.28

ผลการวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพขององค์กรธุรกิจ ด้านประโยชน์และคุณค่าของข้อมูลข่าวสาร

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามเพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญมากที่สุดกับข้อมูลข่าวสารสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการทำงานได้ด้วยค่าเฉลี่ย 3.08 และ 3.11 นอกจากนั้น ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับข้อมูลข่าวสารช่วยลดช่องว่างและเสริมสร้างความเข้าใจอันดีต่อกันได้ด้วยค่าเฉลี่ย 2.91 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับข้อมูลข่าวสารที่ได้รับทำให้สามารถแข่งขันกับองค์กรอื่นได้ด้วยค่าเฉลี่ย 2.83

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20-29 ปี 30-39 ปี และ 40-49 ปี ให้ความสำคัญมากที่สุดกับข้อมูลข่าวสารสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการทำงานได้ด้วยค่าเฉลี่ย 3.15, 3.06 และ 3.05 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญมากที่สุดกับข้อมูลข่าวสารที่ได้รับสามารถใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจได้ด้วยค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.19 นอกจากนั้น ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20-29 ปี 30-39 ปี และมากกว่า 50 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับข้อมูลข่าวสารที่ได้รับทำให้สามารถแข่งขันกับองค์กรอื่นได้ด้วยค่าเฉลี่ย 2.82 , 2.89 และ 3.00 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 30-39 ปียังได้ให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับข้อมูลข่าวสารช่วยลดช่องว่าง และเสริมสร้างความเข้าใจอันดีต่อกันได้อีกประเด็นหนึ่งด้วยค่าเฉลี่ย 2.89 เท่ากัน เช่นเดียวกับกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับข้อมูลข่าวสารที่ได้รับสามารถสร้างความสัมพันธ์ภายในและภายนอกองค์กรได้ด้วยค่าเฉลี่ย 3.00 เท่ากัน

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี และปริญญาโท ให้ความสำคัญมากที่สุดกับข้อมูลข่าวสารสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการทำงานได้ด้วยค่าเฉลี่ย 3.12 , 3.08 และ 3.16 และกลุ่มตัวอย่างอื่นๆ ให้ความสำคัญมากที่สุดกับข้อมูลข่าวสารที่ได้รับทำให้สามารถแข่งขันกับองค์กรอื่นได้ และข้อมูลข่าวสารที่ได้รับสามารถใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจได้มากที่สุดเท่ากันด้วยค่าเฉลี่ย 3.33 นอกจากนั้น ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี และปริญญาโทให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับข้อมูลข่าวสารที่ได้รับทำให้สามารถแข่งขันกับองค์กรอื่นได้ด้วยค่าเฉลี่ย 2.83, 2.84 และ 3.02 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่าง

ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ ให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ สามารถสร้างความสัมพันธ์ภายในและภายนอกองค์กรได้ด้วยค่าเฉลี่ย 2.83 และ 3.11 โดยกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ ยังให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับข้อมูลข่าวสารช่วยลดช่องว่าง และเสริมสร้างความเข้าใจอันดีต่อกันได้อีกประเด็นหนึ่งด้วยค่าเฉลี่ย 3.11 เท่ากัน

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอายุงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงานน้อยกว่า 5 ปี 6-10 ปี 11-15 ปี และมากกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญมากที่สุดกับข้อมูลข่าวสารสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการทำงานได้ด้วยค่าเฉลี่ย 3.16, 3.04, 2.91 และ 3.19 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงาน 16-20 ปี ให้ความสำคัญมากที่สุดกับข้อมูลข่าวสารช่วยลดช่องว่าง และเสริมสร้างความเข้าใจอันดีต่อกันได้ด้วยค่าเฉลี่ย 3.14 นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงานน้อยกว่า 5 ปี 6-10 ปี 11-15 ปี และ 16-20 ปี ให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับข้อมูลข่าวสารที่ได้รับทำให้สามารถแข่งขันกับองค์กรอื่นได้ด้วยค่าเฉลี่ย 2.87, 2.87, 2.79 และ 2.93 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงานมากกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับข้อมูลข่าวสารที่ได้รับสามารถใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจได้อีกประการหนึ่งด้วยค่าเฉลี่ย 2.96 เท่ากัน

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามตำแหน่งงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเจ้าของกิจการ ผู้จัดการฝ่าย และอื่นๆ ให้ความสำคัญมากที่สุดกับข้อมูลข่าวสารที่ได้รับสามารถสร้างความสัมพันธ์ภายในและภายนอกองค์กรได้ด้วยค่าเฉลี่ย 3.38, 3.33 และ 2.89 กลุ่มตัวอย่างระดับผู้อำนวยการขึ้นไป ให้ความสำคัญมากที่สุดกับข้อมูลข่าวสารที่ได้รับใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจได้ด้วยค่าเฉลี่ย 3.67 ส่วนกลุ่มตัวอย่างระดับผู้จัดการแผนก หัวหน้างาน เจ้าหน้าที่/พนักงานทั่วไป ให้ความสำคัญมากที่สุดกับข้อมูลข่าวสารสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการทำงานได้ด้วยค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.16, 3.04 และ 3.10 นอกจากนี้ ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างระดับเจ้าของกิจการ ผู้อำนวยการขึ้นไป ผู้จัดการฝ่าย ผู้จัดการแผนก หัวหน้างาน เจ้าหน้าที่/พนักงานทั่วไป และอื่นๆ ให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับข้อมูลข่าวสารที่ได้รับทำให้สามารถแข่งขันกับองค์กรอื่นได้ด้วยค่าเฉลี่ย 3.15, 3.00, 3.10, 2.96, 2.85 และ 2.63 ตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ ยังให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับประเด็นข้อมูลข่าวสารช่วยลดช่องว่าง และเสริมสร้างความเข้าใจอันดีต่อกันได้ด้วยค่าเฉลี่ย 2.63 เท่ากัน ส่วนกลุ่มตัวอย่างระดับหัวหน้างาน ให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับข้อมูลข่าวสารที่ได้รับสามารถใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจได้ด้วยค่าเฉลี่ย 2.86

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามขนาดองค์กร พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่องค์กรมีทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 10 ล้านบาท มากกว่า 100 ล้านบาท และอื่นๆ ให้ความสำคัญมากที่สุดกับข้อมูลข่าวสารสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการทำงานได้ด้วยค่าเฉลี่ย 3.10, 3.11, 3.09 และ 3.08 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่องค์กรมีทุนจดทะเบียน 51-100 ล้านบาท ให้ความสำคัญมากที่สุดกับข้อมูลข่าวสารที่ได้รับสามารถสร้างความสัมพันธ์ภายในและภายนอกองค์กรได้ด้วยค่าเฉลี่ย 3.24 โดยกลุ่มตัวอย่างที่องค์กรมีทุนจดทะเบียนมากกว่า 100 ล้านบาทยังได้ให้ความสำคัญมากที่สุดกับประเด็นนี้ด้วย

ค่าเฉลี่ย 3.09 เท่ากัน นอกจากนั้น ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่องค์กรมีทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 10 ล้านบาท 10-50 ล้านบาท 51- 100 ล้านบาท และมากกว่า 100 ล้านบาทให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับข้อมูลข่าวสารที่ได้รับทำให้สามารถแข่งขันกับองค์กรอื่นได้ด้วยค่าเฉลี่ย 2.82, 2.85, 3.00 และ 2.94 โดยกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ ให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับข้อมูลข่าวสารช่วยลดช่องว่าง และเสริมสร้างความเข้าใจอันดีต่อกันได้ด้วยค่าเฉลี่ย 2.83

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามจำนวนพนักงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีพนักงานน้อยกว่า 50 คน 51-200 คน และมากกว่า 200 คนให้ความสำคัญมากที่สุดกับข้อมูลข่าวสารสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการทำงานได้ด้วยค่าเฉลี่ย 3.07, 3.19 และ 3.08 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีพนักงานน้อยกว่า 50 คน และมากกว่า 200 คนให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับข้อมูลข่าวสารที่ได้รับทำให้สามารถแข่งขันกับองค์กรอื่นได้ด้วยค่าเฉลี่ย 2.85 และ 2.87 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีพนักงาน 51-200 คนให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับข้อมูลข่าวสารช่วยลดช่องว่าง และเสริมสร้างความเข้าใจอันดีต่อกันได้ด้วยค่าเฉลี่ย 2.86

ผลการวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพขององค์กรธุรกิจ ด้านข้อมูลข่าวสารไม่ถูกดัดแปลง

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามเพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญมากที่สุดกับข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเชื่อถือได้โดยไม่ถูกดัดแปลงด้วยค่าเฉลี่ย 2.93 และ 2.86 นอกจากนั้น ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับการปล่อยข่าวลือเกี่ยวกับองค์กรอยู่เสมอด้วยค่าเฉลี่ย 2.08 และ 2.11

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20-29 ปี 30-39 ปี ให้ความสำคัญมากที่สุดกับข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเชื่อถือได้โดยไม่ถูกดัดแปลงด้วยค่าเฉลี่ย 2.88 และ 2.91 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 40-49 ปี ให้ความสำคัญมากที่สุดกับการกระจายข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องในองค์กรอย่างทั่วถึง และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญมากที่สุดกับข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเชื่อถือได้โดยไม่ถูกดัดแปลง มีการกระจายข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องในองค์กรอย่างทั่วถึง และมีระบบการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล หรือมีข้อมูลย้อนกลับด้วยค่าเฉลี่ย 2.94 เท่ากัน นอกจากนั้น ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20-29 ปี 30-39 ปี 40-49 ปี และมากกว่า 50 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับการปล่อยข่าวลือเกี่ยวกับองค์กรอยู่เสมอด้วยค่าเฉลี่ย 2.15, 2.14, 1.86 และ 1.87 ตามลำดับ

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ ให้ความสำคัญมากที่สุดกับการกระจายข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องในองค์กรอย่างทั่วถึงด้วยค่าเฉลี่ย 2.76 และ 3.00 ส่วนกลุ่มตัวอย่างระดับปริญญาตรีและปริญญาโทให้ความสำคัญมากที่สุดกับข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเชื่อถือได้โดยไม่ถูกดัดแปลงด้วยค่าเฉลี่ย 2.93 และ

2.96 นอกจากนั้น ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี ปริญญาโทและกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ ให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับการปล่อยข่าวลือเกี่ยวกับองค์กรอยู่เสมอด้วยค่าเฉลี่ย 2.13, 2.13, 2.02 และ 1.67 ตามลำดับ

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอายุงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงานน้อยกว่า 5 ปี 6-10 ปี 11-15 ปี และ 16-20 ปีให้ความสำคัญมากที่สุดกับข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเชื่อถือได้โดยไม่ถูกคัดแปลงด้วยค่าเฉลี่ย 2.88, 2.89, 2.91 และ 3.00 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงานมากกว่า 20 ปีให้ความสำคัญมากที่สุดกับการกระจายข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องในองค์กรอย่างทั่วถึงด้วยค่าเฉลี่ย 2.81 นอกจากนั้นยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงานน้อยกว่า 5 ปี 6-10 ปี 11-15 ปี 16-20 ปีและมากกว่า 20 ปีให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับการปล่อยข่าวลือเกี่ยวกับองค์กรอยู่เสมอด้วยค่าเฉลี่ย 2.12, 2.15, 2.02, 2.03 และ 2.04 ตามลำดับ

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามตำแหน่งงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเจ้าของกิจการให้ความสำคัญมากที่สุดกับข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเชื่อถือได้โดยไม่ถูกคัดแปลง และมีการกระจายข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องในองค์กรอย่างทั่วถึงด้วยค่าเฉลี่ย 3.15 เท่ากัน กลุ่มตัวอย่างระดับผู้อำนวยการขึ้นไปให้ความสำคัญมากที่สุดกับมีระบบการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลหรือมีข้อมูลย้อนกลับด้วยค่าเฉลี่ย 2.67 ส่วนกลุ่มตัวอย่างระดับผู้จัดการฝ่ายให้ความสำคัญมากที่สุดกับข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเชื่อถือได้โดยไม่ถูกคัดแปลง มีการกระจายข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องในองค์กรอย่างทั่วถึง และมีระบบการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลหรือมีข้อมูลย้อนกลับด้วยค่าเฉลี่ย 2.81 เท่ากัน ส่วนกลุ่มตัวอย่างระดับผู้จัดการแผนกให้ความสำคัญมากที่สุดกับข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเชื่อถือได้โดยไม่ถูกคัดแปลง และมีการกระจายข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องในองค์กรอย่างทั่วถึงด้วยค่าเฉลี่ย 2.92 เท่ากัน และกลุ่มตัวอย่างระดับหัวหน้างาน เจ้าหน้าที่/พนักงานทั่วไป และอื่น ๆ ให้ความสำคัญมากที่สุดกับข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเชื่อถือได้โดยไม่ถูกคัดแปลงด้วยค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.93, 2.88, และ 2.74 ตามลำดับ นอกจากนั้น ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างระดับเจ้าของกิจการ ผู้อำนวยการขึ้นไป ผู้จัดการฝ่าย ผู้จัดการแผนก หัวหน้างาน เจ้าหน้าที่/ พนักงานทั่วไป และอื่น ๆ ให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับการปล่อยข่าวลือเกี่ยวกับองค์กรอยู่เสมอด้วยค่าเฉลี่ย 2.08, 1.67, 2.19, 1.83, 2.02, 2.14 และ 2.28 ตามลำดับ

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามขนาดองค์กร พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่องค์กรมีทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 10 ล้านบาท 10-50 ล้านบาทและมากกว่า 100 ล้านบาทให้ความสำคัญมากที่สุดกับข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเชื่อถือได้โดยไม่ถูกคัดแปลงด้วยค่าเฉลี่ย 2.93, 2.85 และ 2.96 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่องค์กรมีทุนจดทะเบียน 51-100 ล้านบาทให้ความสำคัญมากที่สุดกับข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเชื่อถือได้โดยไม่ถูกคัดแปลงและมีการกระจายข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องในองค์กรอย่างทั่วถึงด้วยค่าเฉลี่ย 3.03 เท่ากัน กลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ ให้ความสำคัญมากที่สุดกับการซุบซิบ/เล่าเรื่องต่าง ๆ ในหมู่พนักงาน ด้วยค่าเฉลี่ย 2.65 นอกจากนั้น ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่องค์กรมีทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 10 ล้านบาท 10-50 ล้านบาท 51- 100 ล้านบาท มากกว่า 100 ล้านบาทและกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ ให้

ความสำคัญน้อยที่สุดกับการปล่อยข่าวลือเกี่ยวกับองค์กรอยู่เสมอด้วยค่าเฉลี่ย 2.15, 2.17, 2.15, 1.97, 2.32 ตามลำดับ

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามจำนวนพนักงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีพนักงานน้อยกว่า 50 คนให้ความสำคัญมากที่สุดกับการกระจายข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องในองค์กรอย่างทั่วถึงด้วยค่าเฉลี่ย 2.91 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีพนักงาน 51-200 คนและมากกว่า 200 คนให้ความสำคัญมากที่สุดกับข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเชื่อถือได้โดยไม่ถูกคัดแปลงด้วยค่าเฉลี่ย 2.79 และ 2.94 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีพนักงานน้อยกว่า 50 คน 51-200 คนและมากกว่า 200 คนให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับการปล่อยข่าวลือเกี่ยวกับองค์กรอยู่เสมอด้วยค่าเฉลี่ย 2.21, 2.12 และ 2.03 ตามลำดับ

ผลการวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพขององค์กรธุรกิจ ด้านระดับความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามเพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญมากที่สุดกับผู้ส่งข่าวสารเป็นบุคคลที่น่าเชื่อถือด้วยค่าเฉลี่ย 3.07 และ 3.01 นอกจากนั้น ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับผู้ส่งข่าวสารมีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลข่าวสารที่แจ้งแก่พนักงานบ่อยด้วยค่าเฉลี่ย 2.43 และ 2.60 ตามลำดับ

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20-29 ปี 30-39 ปี และ 40-49 ปี ให้ความสำคัญมากที่สุดกับผู้ส่งข่าวสารเป็นบุคคลที่น่าเชื่อถือด้วยค่าเฉลี่ย 3.03, 3.01 และ 3.07 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญมากที่สุดกับจุดมุ่งหมาย/วัตถุประสงค์ของการสื่อสารข้อมูลข่าวสารมีความชัดเจน และผู้ส่งข่าวสารเป็นบุคคลที่น่าเชื่อถือด้วยค่าเฉลี่ย 3.13 เท่ากัน นอกจากนั้น ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20-29 ปี 30-39 ปี 40-49 ปี และมากกว่า 50 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับผู้ส่งข่าวสารมีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลข่าวสารที่แจ้งแก่พนักงานบ่อยด้วยค่าเฉลี่ย 2.58, 2.53, 2.38 และ 2.53 ตามลำดับ

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรีและปริญญาโทให้ความสำคัญมากที่สุดกับผู้ส่งข่าวสารเป็นบุคคลที่น่าเชื่อถือด้วยค่าเฉลี่ย 3.04, 3.00 และ 3.20 และกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ ให้ความสำคัญมากที่สุดกับจุดมุ่งหมาย/วัตถุประสงค์ของการสื่อสารข้อมูลข่าวสารมีความชัดเจนด้วยค่าเฉลี่ย 3.22 นอกจากนั้น ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี ปริญญาโทและกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ ให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับผู้ส่งข่าวสารมีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลข่าวสารที่แจ้งแก่พนักงานบ่อยด้วยค่าเฉลี่ย 2.61, 2.54, 2.42 และ 2.60 ตามลำดับ

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอายุงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงานน้อยกว่า 5 ปี 6-10 ปี 11-15 ปี และมากกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญมากที่สุดกับผู้ส่งข่าวสารเป็นบุคคลที่น่าเชื่อถือด้วยค่าเฉลี่ย 3.01, 3.04 และ 3.08 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงาน 11-15 ปี 16-20 ปีให้ความสำคัญ

มากที่สุดกับจุดมุ่งหมาย/วัตถุประสงค์ของการสื่อสารข้อมูลข่าวสารมีความชัดเจนด้วยค่าเฉลี่ย 3.02 และ 3.26 นอกจากนั้นยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงานน้อยกว่า 5 ปี 6-10 ปี 11-15 ปี 16-20 ปีและมากกว่า 20 ปีให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับผู้ส่งข่าวสารมีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลข่าวสารที่แจ้งแก่พนักงานบ้อยด้วยค่าเฉลี่ย 2.52, 2.62, 2.61, 2.39 และ 2.37 ตามลำดับ

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามตำแหน่งงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเจ้าของกิจการและอื่น ๆ ให้ความสำคัญมากที่สุดกับผู้ส่งข่าวสารมีทักษะในการสื่อสารด้วยค่าเฉลี่ย 3.23 และ 2.83 ส่วนกลุ่มตัวอย่างระดับผู้อำนวยการขึ้นไปให้ความสำคัญมากที่สุดกับจุดมุ่งหมาย/วัตถุประสงค์ของการสื่อสารข้อมูลข่าวสารมีความชัดเจน ข้อมูลข่าวสารถูกต้องแม่นยำ ไม่มีกมลวง ผู้ส่งข่าวสารเป็นบุคคลที่น่าเชื่อถือ และผู้ส่งข่าวสารมีทักษะในการสื่อสารด้วยค่าเฉลี่ย 3.00 เท่ากัน ส่วนกลุ่มตัวอย่างระดับผู้จัดการฝ่าย หัวหน้างาน เจ้าหน้าที่/พนักงานทั่วไปให้ความสำคัญมากที่สุดกับผู้ส่งข่าวสารเป็นบุคคลที่น่าเชื่อถือด้วยค่าเฉลี่ย 3.19, 3.18 และ 3.00 ส่วนกลุ่มตัวอย่างระดับผู้จัดการแผนกให้ความสำคัญมากที่สุดกับจุดมุ่งหมาย/วัตถุประสงค์ของการสื่อสารข้อมูลข่าวสารมีความชัดเจนด้วยค่าเฉลี่ย 3.04 นอกจากนั้น ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างระดับเจ้าของกิจการ ผู้อำนวยการขึ้นไป ผู้จัดการฝ่าย ผู้จัดการแผนก หัวหน้างาน เจ้าหน้าที่/พนักงานทั่วไปและอื่น ๆ ให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับผู้ส่งข่าวสารมีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลข่าวสารที่แจ้งแก่พนักงานบ้อยด้วยค่าเฉลี่ย 2.50, 2.00, 2.62, 2.56, 2.35, 2.58 และ 2.47 ตามลำดับ

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามขนาดองค์กร พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่องค์กรมีทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 10 ล้านบาท 10-50 ล้านบาทและอื่น ๆ ให้ความสำคัญมากที่สุดกับผู้ส่งข่าวสารเป็นบุคคลที่น่าเชื่อถือด้วยค่าเฉลี่ย 3.04, 3.00 และ 3.09 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่องค์กรมีทุนจดทะเบียน 51-100 ล้านบาทให้ความสำคัญมากที่สุดกับจุดมุ่งหมาย/วัตถุประสงค์ของการสื่อสารข้อมูลข่าวสารมีความชัดเจน และผู้ส่งข่าวสารเป็นบุคคลที่น่าเชื่อถือด้วยค่าเฉลี่ย 3.09 เท่ากัน และกลุ่มตัวอย่างที่องค์กรมีทุนจดทะเบียนมากกว่า 100 ล้านบาทให้ความสำคัญมากที่สุดกับจุดมุ่งหมาย/วัตถุประสงค์ของการสื่อสารข้อมูลข่าวสารมีความชัดเจนด้วยค่าเฉลี่ย 3.07 นอกจากนั้น ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่องค์กรมีทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 10 ล้านบาท 10-50 ล้านบาท 51- 100 ล้านบาท มากกว่า 100 ล้านบาทและกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ ให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับผู้ส่งข่าวสารมีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลข่าวสารที่แจ้งแก่พนักงานบ้อยด้วยค่าเฉลี่ย 2.60, 2.45, 2.47, 2.59 และ 2.58 ตามลำดับ

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามจำนวนพนักงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีพนักงานน้อยกว่า 50 คน 51-200 คนและมากกว่า 200 คนให้ความสำคัญมากที่สุดกับผู้ส่งข่าวสารเป็นบุคคลที่น่าเชื่อถือด้วยค่าเฉลี่ย 3.06, 3.01 และ 3.02 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีพนักงานน้อยกว่า 50 คน 51-200 คนและมากกว่า 200 คนให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับผู้ส่งข่าวสารมีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลข่าวสารที่แจ้งแก่พนักงานบ้อยด้วยค่าเฉลี่ย 2.59, 2.54 และ 2.49 ตามลำดับ

ผลการวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพขององค์กรธุรกิจ ด้านศักยภาพ/เทคโนโลยีที่ใช้ในการสื่อสาร

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามเพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญมากที่สุดกับเทคโนโลยีที่ใช้ในการสื่อสารมีความทันสมัย/มีศักยภาพดีด้วยค่าเฉลี่ย 3.11 และ 3.00 นอกจากนั้นยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับองค์กรธุรกิจมีคู่มือการใช้เทคโนโลยีให้พนักงานเรียนรู้ด้วยตนเองด้วยค่าเฉลี่ย 2.64 และ 2.51

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20-29 ปี 30-39 ปี 40-49 ปีและมากกว่า 50 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญมากที่สุดกับเทคโนโลยีที่ใช้ในการสื่อสารมีความทันสมัย/มีศักยภาพดีด้วยค่าเฉลี่ย 2.95, 3.12, 3.03 และ 3.25 และนอกจากนั้น ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20-29 ปี 30-39 ปี และ 40-49 ปีให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับองค์กรธุรกิจมีคู่มือการใช้เทคโนโลยีให้พนักงานเรียนรู้ด้วยตนเองด้วยค่าเฉลี่ย 2.52, 2.59 และ 2.49 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับองค์กรธุรกิจมีการจัดอบรมการใช้สื่อ/เทคโนโลยีใหม่ ๆ ให้พนักงานด้วยค่าเฉลี่ย 2.81

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรีและปริญญาโทให้ความสำคัญมากที่สุดกับเทคโนโลยีที่ใช้ในการสื่อสารมีความทันสมัย/มีศักยภาพดีด้วยค่าเฉลี่ย 3.16, 2.98 และ 3.18 ส่วนกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ ให้ความสำคัญมากที่สุดกับการบำรุงรักษาเทคโนโลยีที่ใช้ในการสื่อสารอยู่เสมอด้วยค่าเฉลี่ย 3.40 นอกจากนั้น ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งระดับต่ำกว่าปริญญาตรีให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับองค์กรธุรกิจมีการจัดอบรมการใช้สื่อ/เทคโนโลยีใหม่ ๆ ให้พนักงานด้วยค่าเฉลี่ย 2.57 ส่วนกลุ่มตัวอย่างระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ ให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับองค์กรธุรกิจมีคู่มือการใช้เทคโนโลยีให้พนักงานเรียนรู้ด้วยตนเองด้วยค่าเฉลี่ย 2.52, 2.58 และ 2.82 ตามลำดับ

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอายุงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงานน้อยกว่า 5 ปี 6-10 ปี 11-15 ปี และ 16-20 ปีให้ความสำคัญมากที่สุดกับเทคโนโลยีที่ใช้ในการสื่อสารมีความทันสมัย/มีศักยภาพดีด้วยค่าเฉลี่ย 2.99, 3.09, 3.14 และ 3.30 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงานมากกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญมากที่สุดกับองค์กรธุรกิจมีการจัดเก็บข้อมูลข่าวสารอย่างเป็นทางการด้วยค่าเฉลี่ย 3.08 นอกจากนั้นยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงานน้อยกว่า 5 ปี 11-15 ปี และ 16-20 ปีให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับองค์กรธุรกิจมีคู่มือการใช้เทคโนโลยีให้พนักงานเรียนรู้ด้วยตนเองด้วยค่าเฉลี่ย 2.50, 2.60 และ 2.65 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงาน 6-10 ปีและมากกว่า 20 ปีให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับองค์กรธุรกิจมีการจัดอบรมการใช้สื่อ/เทคโนโลยีใหม่ ๆ ให้พนักงานด้วยค่าเฉลี่ย 2.64 และ 2.52 ตามลำดับ

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามตำแหน่งงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเจ้าของกิจการ ผู้จัดการฝ่าย ผู้จัดการแผนก หัวหน้างาน เจ้าหน้าที่/พนักงานทั่วไปและอื่น ๆ ให้ความสำคัญมากที่สุดกับ

เทคโนโลยีที่ใช้ในการสื่อสารมีความทันสมัย/ มีศักยภาพดีด้วยค่าเฉลี่ย 3.20, 3.25, 3.00, 3.12, 3.00 และ 3.00 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างระดับผู้อำนวยการขึ้นไปให้ความสำคัญมากที่สุดกับเทคโนโลยีที่ใช้ในการสื่อสารมีความทันสมัย/ มีศักยภาพดี และมีการบำรุงรักษาเทคโนโลยีที่ใช้ในการสื่อสารอยู่เสมอด้วยค่าเฉลี่ย 3.33 เท่ากัน นอกจากนี้ ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างระดับเจ้าของกิจการ ผู้อำนวยการขึ้นไป ผู้จัดการฝ่าย หัวหน้างาน เจ้าหน้าที่/พนักงานทั่วไปและอื่น ๆ ให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับองค์กรธุรกิจมีคู่มือการใช้เทคโนโลยีให้พนักงานเรียนรู้ด้วยตนเองด้วยค่าเฉลี่ย 2.62, 2.33, 2.60, 2.50, 2.59 และ 2.42 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างระดับผู้จัดการแผนกให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับองค์กรธุรกิจมีการจัดอบรมการใช้สื่อ/เทคโนโลยีใหม่ ๆ ให้พนักงานด้วยค่าเฉลี่ย 2.42

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามขนาดองค์กร พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่องค์กรมีทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 10 ล้านบาท 10-50 ล้านบาท 51- 100 ล้านบาท มากกว่า 100 ล้านบาทและกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ ให้ความสำคัญมากที่สุดกับเทคโนโลยีที่ใช้ในการสื่อสารมีความทันสมัย/มีศักยภาพดีด้วยค่าเฉลี่ย 3.02, 2.99, 3.23, 3.07 และ 2.87 ตามลำดับ นอกจากนี้ ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่องค์กรมีทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 10 ล้านบาท 10-50 ล้านบาท 51- 100 ล้านบาท มากกว่า 100 ล้านบาทและกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ ให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับองค์กรธุรกิจมีคู่มือการใช้เทคโนโลยีให้พนักงานเรียนรู้ด้วยตนเองด้วยค่าเฉลี่ย 2.50, 2.53, 2.83, 2.58 และ 2.43 ตามลำดับ

เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามจำนวนพนักงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีพนักงานน้อยกว่า 50 คน 51-200 คน และมากกว่า 200 คน ให้ความสำคัญมากที่สุดกับเทคโนโลยีที่ใช้ในการสื่อสารมีความทันสมัย/ มีศักยภาพดีด้วยค่าเฉลี่ย 3.05, 3.02 และ 3.04 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีพนักงานน้อยกว่า 50 คน 51-200 คน และมากกว่า 200 คน ให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับองค์กรธุรกิจมีคู่มือการใช้เทคโนโลยีให้พนักงานเรียนรู้ด้วยตนเองด้วยค่าเฉลี่ย 2.54, 2.53 และ 2.58 ตามลำดับ

นอกจากนั้น กลุ่มตัวอย่างได้ระบุปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารขององค์กรธุรกิจเรียงลำดับตามความสำคัญ 5 ลำดับ ดังนี้

- 1) ผู้สื่อสาร(ผู้บริหารและพนักงาน)ไม่มีทักษะในการสื่อสารเพียงพอ ทำให้เกิดความขัดแย้งต่อกัน
- 2) ความล่าช้าของข้อมูลข่าวสารทำให้ทราบข้อมูลข่าวสารกระชั้นชิดจนเป็นปัญหาในการทำงาน
- 3) ผู้บริหารมีการเปลี่ยนแปลงคำสั่งอยู่เสมอ ทำให้ยากแก่การปฏิบัติงาน
- 4) ความล่าช้าในการตอบกลับจากผู้รับการสื่อสาร
- 5) ปัญหาการบิดเบือนข้อมูลข่าวสาร หรือไม่ได้รับข้อมูลที่ชัดเจน และถูกต้อง

สำหรับข้อเสนอแนะในการเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กรธุรกิจ กลุ่มตัวอย่างได้ระบุข้อเสนอแนะเรียงลำดับตามความสำคัญ 5 ลำดับ ดังนี้

- 1) ผู้สื่อสาร(ผู้บริหารและพนักงาน)ควรปรับปรุงทักษะการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
- 2) ผู้บริหารควรแจ้งข้อมูลข่าวสารในการปฏิบัติงานให้พนักงานรับทราบล่วงหน้าก่อนเวลาดำเนินงาน และไม่กระชั้นชิดเกินไป จะได้ทำงานทันเวลาอย่างมีคุณภาพ
- 3) องค์กรควรเปิดโอกาสให้พนักงานทุกคนได้มีการแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระหรือมีการติดต่อสื่อสารระหว่างกันได้อย่างเต็มที่ โดยไม่เป็นภัยต่อพนักงานในภายหลัง
- 4) องค์กรควรมีนโยบายส่งเสริมหรือสนับสนุนระบบการสื่อสารทั้งในด้านเทคโนโลยี/สื่อ/ช่องทางการสื่อสาร ฯลฯ ให้มีประสิทธิภาพอย่างเป็นรูปธรรม
- 5) ผู้บริหารควรทบทวนคำสั่งให้ดีกว่าสั่งการเพื่อจะได้ไม่ต้องเปลี่ยนแปลงคำสั่งอยู่เสมอ

อภิปรายผลการวิจัยของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการสรุปผลการวิจัยดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยได้พบประเด็นที่น่าสนใจและได้นำมาอภิปรายผล ดังต่อไปนี้

1. ด้านความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยองค์กรมีผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารขององค์กรธุรกิจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งผลที่ได้รับนี้สอดคล้องกับแนวคิดของทฤษฎีการสื่อสารขั้นพื้นฐานของ Mead, 1934 ที่ว่า การสื่อสารจะเกิดขึ้นกับบุคคลก่อน เรียกว่าการสื่อสารภายในตัวบุคคล (Interpersonal Communication) ซึ่งจะเป็นเสมือนสะพานเชื่อมระหว่างพฤติกรรมของบุคคลและสิ่งแวดล้อม บุคคลจะไม่สามารถเรียนรู้และเข้าใจทัศนคติของบุคคลอื่น หรือส่วนรวมจนกว่าเขาจะสามารถพิจารณาและเข้าใจตัวเอง และสามารถตอบสนองต่อการกระทำของตัวเองเหมือนเช่นที่เขาคาดว่าจะได้รับสนองตอบจากคนอื่นก่อน

นอกจากนั้น ผลการวิจัยนี้ยังส่งผลไปถึงการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication หรือ Face-to-face Communication) โดยการสื่อสารระหว่างบุคคลนี้จะเป็นกระบวนการติดต่อสื่อสาร หรือการแสดงปฏิกิริยาโต้ตอบ (Reciprocal interaction) ระหว่างบุคคลสองคน (Dyadic) หรือมากกว่านั้นขึ้นไป อาจเป็นสามคน (Triadic) หรือกลุ่มย่อย (Small-group) แล้วแต่จำนวนคนที่เกี่ยวข้องในแต่ละสถานการณ์ ซึ่งการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) นับว่าเป็นตัวอย่างที่ดีสำหรับแสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบและกระบวนการทำงานของระบบการสื่อสารโดยทั่วไป ซึ่งการสื่อสารระดับระหว่างบุคคลนี้จะมียุทธศาสตร์ประกอบต่างๆ ของการสื่อสารครบถ้วนและอาจจำแนกออกได้อย่างชัดเจน นับตั้งแต่ผู้ส่งสาร (Source) สาร (Message) สื่อ (Channel) ผู้รับสาร (Receiver) ผล (Effect) และปฏิกิริยาสนองตอบ (Feedback) นอกจากนี้ยังสะท้อนให้เห็นกระบวนการทำงานของการสื่อสารได้ชัดเจน รวมทั้งชี้ให้เห็นกลไกบางอย่างซึ่งยากจะประเมินได้จากการสื่อสารมวลชน และสื่อสารประเภทอื่น เช่น ผล (Effect) และปฏิกิริยาสนองตอบ (Feedback) เป็นต้น

ตามที่ได้กล่าวมาแล้ว การสื่อสารภายในตัวบุคคล และการสื่อสารระหว่างบุคคลมีผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารขององค์กร ดังเช่นที่พัชนี เชยจรรยาและคณะ, 2541 กล่าวว่า การสื่อสารเป็นการสื่อความหมายในทางใดทางหนึ่งและมีลักษณะของการส่งและรับสาร (ไม่ว่าจะเป็นภายในตัวเอง ระหว่างผู้หนึ่งกับผู้หนึ่งหรือระหว่างกลุ่มกับกลุ่ม) ภายในบริบทหรือสภาพแวดล้อมหนึ่งๆ กับการสื่อสารตั้งอยู่บนหลักแห่งความสัมพันธ์นี้เสมอ และผลการวิจัยยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Julia T. Wood, 2000 ที่กล่าวว่า การสื่อสาร หมายถึง กระบวนการที่บุคคลมีปฏิสัมพันธ์กันโดยใช้และผ่านทางสัญลักษณ์ต่างๆ เพื่อสร้างและแปลความหมายของการสัญลักษณ์นั้น โดยแต่

ละองค์ประกอบของกระบวนการจะมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกันและส่งผลซึ่งกันละกัน และยังส่งผลต่อรูปแบบของปฏิสัมพันธ์ซึ่งเกิดขึ้นระหว่างคู่สื่อสารในกระบวนการสื่อสารด้วย

ทั้งนี้ ผลของการวิจัยนี้จะแตกต่างกับงานวิจัยของสิริวรรณ จันทรศรี, 2534 ที่พบว่า ลักษณะภูมิหลังทั้งในเรื่องของเพศ อายุ อายุนาน ตำแหน่งและระดับการศึกษา ไม่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการติดต่อสื่อสารภายในบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์แต่อย่างใด ผลจากการศึกษาพบว่า บุคคลที่มีภูมิหลังทางด้านเหล่านี้แตกต่างกันบ้างในเรื่องปลีกย่อยบางประการ อย่างไรก็ตามความคิดเห็นโดยส่วนใหญ่จะไม่แตกต่างกัน ดังนั้น ภูมิหลังของแต่ละบุคคล จึงไม่ใช่ปัจจัยหลักที่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพของการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร แต่ขนาดขององค์กรที่แตกต่างกันมีผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร จากการศึกษาพบว่าองค์กรขนาดกลางหรือ ขนาดเล็กมีประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสารมากกว่าองค์กรขนาดใหญ่ ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากองค์กรขนาดกลางหรือขนาดเล็ก มีความคล่องตัวในการดำเนินงานหรือการติดต่อสื่อสารมากกว่าองค์กรขนาดใหญ่ ผลจากการศึกษาทำให้ทราบว่าขนาดขององค์กรที่มีขนาดใหญ่เท่าไร ควรจะให้ความสนใจและให้ความสำคัญกับการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร มากเท่านั้น

สำหรับปัจจัยองค์กรธุรกิจเกี่ยวกับรูปแบบกระบวนการสื่อสารภายในองค์กรธุรกิจพบว่า องค์กรธุรกิจของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้การสื่อสารทั้งจากบนสู่ล่าง และจากล่างสู่บนนั้น สอดคล้องกับแนวคิดของเฮนรี เดียว, 2541 ที่กล่าวว่า ความสำเร็จหรือความล้มเหลวขององค์กร เกิดขึ้นจากการมีประสิทธิภาพและการไม่มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน และการปฏิบัติงานจะมีประสิทธิภาพเพียงใดจะต้องอาศัยระบบการสื่อสารที่ดี ซึ่งวิธีการที่สมาชิกขององค์กรรับรู้ข่าวสารและแปลความหมายข่าวสารจะกระทบต่อขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานโดยตรง เพราะอาจก่อให้เกิดความไม่เข้าใจระหว่างผู้บริหารและพนักงานได้ ดังนั้น ระบบการสื่อสารจึงมีความสำคัญมาก การสื่อสารตามสายการบังคับบัญชาจากข้างบนลงข้างล่างอาจมีการบิดเบือนของข่าวสารขึ้นในแต่ละระดับได้ เนื่องจากความสามารถที่จะเข้าใจข่าวสาร การตีความ และการส่งต่อข่าวสารที่แตกต่างกัน ผู้บริหารที่ตระหนักถึงความสำคัญของปัญหานี้จึงควรใช้วิธีการสื่อสารแบบ 2 ทาง (Two-way Communication) คือ มีทั้งทางขึ้นและทางลง เมื่อผู้บริหารสั่งงานลงมาแล้ว ผู้ใต้บังคับบัญชาก็จะเสนอรายงานขึ้นไปเพื่อให้ผู้บริหารตัดสินใจขั้นสุดท้าย เช่นเดียวกับแนวคิดของพจน์ ใจชาญสุขกิจ, 2548 ที่ว่า CEO ที่ดี ควรใช้การสื่อสารสองทางกับบุคลากรภายในองค์กร (Two-Way Communication) เช่นเดียวกับภายนอก ไม่ควรมองว่า คนในด้วยกันคงรู้แล้วสามารถบริหารจัดการได้

นอกจากนั้น ผลการวิจัยนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของระวิทย์ บุญสินสุข, 2534 ที่พบว่า การสื่อสารในการบริหารงานภาคเอกชนส่วนใหญ่จะมีการติดต่อสื่อสารสองทางระหว่างผู้บริหาร (ผู้บังคับบัญชา) กับผู้ปฏิบัติการ (ผู้ใต้บังคับบัญชา) ส่งผลต่อการสร้างบรรยากาศให้

เอื้ออำนวยต่อการติดต่อสื่อสารในการทำงาน หรือความรู้สึกพึงพอใจที่เกิดขึ้นจากการทำงานโดยมุ่งถึงวัตถุประสงค์และผลสัมฤทธิ์ของงานเป็นสำคัญ และผลการวิจัยนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของชนินาถ เจริญผล, 2537 ที่พบว่า รูปแบบการสื่อสารในองค์กร (การทำเรื่องแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นรัฐวิสาหกิจที่กำลังจะแปรรูป) เป็นการสื่อสารสองทาง เช่นเดียวกับงานวิจัยของคาริกา จารุวัฒนกิจ, 2539 ที่พบว่า รูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรของกลุ่มบริษัท มินิแบ (ประเทศไทย) เป็นการสื่อสารแบบสองทาง และสอดคล้องกับงานวิจัยของสุวรรณา แสงไกรรุ่งโรจน์, 2541 ที่พบว่า ควรจะมีการสื่อสารแบบสองทางขึ้นในองค์กรเพื่อให้พนักงานได้มีโอกาสเสนอความคิดเห็นต่าง ๆ ที่ได้รับรู้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารงานองค์กร และเพื่อให้พนักงานได้ซักถามข้อสงสัยเกี่ยวกับนโยบายการบริหารงานองค์กรที่มีผลต่อการทำงานและรายได้ของพนักงาน อนึ่ง ผลการวิจัยนี้จะแตกต่างกับงานวิจัยของอัครลักษณ์ วงศ์ชนะมาศ, 2540 ที่พบว่าพนักงานของสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลมีการสื่อสารสองทางโดยรวมในปริมาณน้อย

2. ด้านเครื่องมือ/ อุปกรณ์ที่ใช้ในการสื่อสารขององค์กรธุรกิจ

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ จดหมาย/ บันทึกลายใน และโทรศัพท์ของบริษัท ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของโชติรส ทิมพัฒน์พงษ์, 2536 ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับข้อมูลข่าวสารในการปฏิบัติงานจากจดหมายเวียน คำสั่ง หนังสือเวียนมากที่สุด ส่วนข้อมูลข่าวสารด้านอื่น ๆ จะสังเกตหรือดูจากประกาศ โปสเตอร์มากที่สุด และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของระวิทย์ บุญสินสุข, 2534 ที่พบว่า ในการติดต่อสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายใน เจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่จะรับทราบข่าวสารจากเพื่อนร่วมงาน หนังสือเวียน/ บันทึกลายใน/จดหมาย และผู้บังคับบัญชาตามลำดับ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของคาริกา จารุวัฒนกิจ, 2539 ที่พบว่า พนักงานมีความพึงพอใจในการรับข่าวสารจากแหล่งข่าวสารที่เป็นผู้บังคับบัญชาแบบเป็นลายลักษณ์อักษร และมีการประกาศอย่างเป็นทางการ นอกจากนั้น ผลการของการวิจัยยังสอดคล้องกับแนวคิดของเสนาะ ดิเรว, 2541 ที่กล่าวไว้ว่า การตัดสินใจของผู้บริหารจะต้องใช้ข้อมูลในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นรายงาน จดหมาย บันทึกลายใน การประชุม ข้อเสนอ ผลงานวิจัย และอื่น ๆ

สำหรับการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ของกลุ่มตัวอย่างนั้น เป็นเพราะการจะบรรลุความสำเร็จขององค์กรยุคใหม่จะต้องมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสมและทันสมัยเข้ามาใช้ และในปัจจุบันทั่วโลกได้ให้ความสำคัญแก่การใช้คอมพิวเตอร์เพื่อพัฒนาระบบการทำงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ดังเช่นแนวคิดของประเวศน์ มหารัตน์สกุล (ตะวัน สาตแสง) ,2548 ที่กล่าวไว้ว่า ในอดีต ระยะเวลาส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการสื่อสาร แต่ปัจจุบันความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศช่วยลดอุปสรรคในการสื่อสารด้านระยะเวลา เพราะมีการสื่อสารที่ใช้สื่อทันสมัย เช่น สื่อตามสาย (on-line) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ แต่การสื่อสารก็ยังคงมีปัญหาเนื่องจากต้องผ่านการแปลความ

ของบุคคล ดังนั้น พนักงานขององค์กรธุรกิจยุคใหม่จึงมีความจำเป็นต้องเรียนรู้การใช้คอมพิวเตอร์ เพื่อจะได้ใช้คอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือในการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ และยังคงสอดคล้องกับแนวคิดของพจน์ ใจชาญสุขกิจ, 2548 ที่ว่า ในการสื่อสารภายในองค์กรนั้น จะมีระดับการสื่อสารอยู่หลายระดับด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล การประชุม การฝึกอบรม การสัมมนา การชี้แจง การชี้แจงด้านเอกสาร วารสาร หรือระบบ Internet และ e-mail ภายในองค์กร การสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ CEO ควรเข้าไปมีส่วนร่วมด้วย มิใช่การสื่อสารระดับบริหารเท่านั้น ต้องทำให้ทุกระดับทั้งฝ่ายปฏิบัติการและฝ่ายบริหารรับทราบข้อมูลที่สอดคล้องกัน จึงจะสร้างภาพลักษณ์หรือรับรู้ปัญหาขององค์กรได้หมด ซึ่งในประเด็นนี้ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับผลงานวิจัยของโซติรส ทิมพัฒน์พงษ์, 2536 ที่เสนอแนะให้มีการใช้สื่อหรือเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อปรับปรุงการสื่อสารภายในองค์กรให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และผลการวิจัยยังสอดคล้องกับงานวิจัยของชาวนี ดังวงศ์ประเสริฐ, 2544 ที่ว่า ในปัจจุบันเทคโนโลยีมีความก้าวหน้าในระดับสูง กระจ่างชัด และสถานเอกอัครราชทูตหลายแห่งจึงได้จัดทำ Homepage ของตนเอง เพื่อเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ ข้อมูล ข้อเท็จจริง เกี่ยวกับประเทศไทย รวมทั้งใช้เป็นช่องทางในการติดต่อประสานงานกับบุคคลหรือองค์กรต่างๆ ด้วย ซึ่งนับได้ว่าเป็นการเตรียมพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงขนานใหญ่ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตที่เทคโนโลยีจะเข้ามามีบทบาทอย่างมากในการดำเนินงานในทุกๆ ด้านด้วย

ส่วนการใช้โทรศัพท์ ของกลุ่มตัวอย่างนั้น เป็นเพราะโทรศัพท์เป็นเครื่องมือ/อุปกรณ์การสื่อสารที่นิยมใช้ในหน่วยงาน เนื่องจากสะดวก รวดเร็ว ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางเพื่อไปพบปะกัน โทรศัพท์จึงเป็นเครื่องมือ/อุปกรณ์ที่ช่วยให้การสื่อสารขององค์กรธุรกิจมีประสิทธิภาพประเภทหนึ่ง ดังเช่นที่ประเวศน์ มหารัตน์สกุล (ตะวัน สาตแสง), 2548 ที่กล่าวไว้ว่า การใช้โทรศัพท์ในการติดต่องาน นับว่าเป็นวิธีการที่มีประสิทธิภาพ รวดเร็ว ค่าใช้จ่ายต่ำเมื่อเทียบกับวิธีการอื่น ไม่ต้องมีการบำรุงรักษามากนัก ประหยัดเวลา และสามารถติดต่อได้ในระยะทางไกล โดยเสียค่าใช้จ่ายต่ำมาก และยังทำให้ผู้ที่ติดต่อกันทางโทรศัพท์บ่อย ๆ มีความคุ้นเคยเป็นกันเอง และรู้จักกันแม้ไม่เคยเห็นหน้ากันเลย และผลการวิจัยนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของชูเกียรติ วงศ์เทพเดียน, 2547 ที่ว่า ผู้รับสารนิยมใช้ช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบใช้สื่อโทรศัพท์ การสื่อสารแบบซึ่งหน้า และช่องทางการสื่อสารสมัยใหม่ ในการส่งข่าวสารย้อนกลับเป็นส่วนใหญ่ และเป็นเนื้อหาข่าวสารที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ส่งสารเช่นกัน

3. ช่องทางในการสื่อสารและวิธีการที่ใช้ในการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายขององค์กร

ผลการวิจัยพบว่า ช่องทาง/วิธีการสื่อสารที่มีการใช้มากที่สุด ได้แก่ การแจ้งในที่ประชุม การติดประกาศของบริษัท และการรับ-ส่งอีเมล ตามลำดับ ซึ่งผลของการวิจัยเป็นไปตามแนวคิดของ David K. Berlo, 2503 ที่ได้นำเสนอแบบจำลอง “SMCR” (Berlo’s SMCR Model) ซึ่ง

ประกอบด้วย S (Source หรือ Sender) คือ ผู้ส่งสาร M (Message) คือ สาร C (Channel) คือ ช่องทางการสื่อสาร R (Receiver) คือ ผู้รับสาร โดยการแจ้งในที่ประชุม การตีประกาศของบริษัท และการรับ-ส่งอีเมลจะเป็นช่องทางที่ผ่านประสาทรับรู้สีกของมนุษย์ทั้งการได้ยิน และการมองเห็นทำให้ผู้รับสารได้รับรู้สารของผู้ส่งสารอย่างมีประสิทธิภาพ เพราะเป็นการรับรู้ด้วยตนเองโดยตรง ไม่มีสิ่งรบกวน (noise) ทำให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับที่ Alvie L. Smith, 1990 ที่ว่า เป้าหมายหลักของธุรกิจ ควรกำหนดเป็นประเด็นหลักของโครงการสื่อสาร พนักงาน และควรถูกนำไปเผยแพร่ทั่วไปผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ในองค์กร

ดังนั้น การประชุมจึงเป็นช่องทางในการสื่อสารขององค์กรในรูปแบบหนึ่งที่ได้รับคามนิยม เนื่องจากเป็นวิธีการในการแลกเปลี่ยนข้อมูลและรับฟังความคิดเห็น ดังเช่นที่เสนาะดิเขาว์, 2541 ได้กล่าวไว้ว่า การประชุมเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลความคิดเห็น โดยการพูดคุยกันแบบพบหน้า การประชุมเป็นเรื่องของการปรึกษาหารือกันเป็นกลุ่ม ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือกันในการบรรดาผู้เข้าร่วมประชุม แสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ โดยอาศัยความรู้และประสบการณ์ของแต่ละคนที่จะนำมาใช้แก้ปัญหาและตัดสินใจ ผลการประชุมอาจให้ข้อมูลที่เหมาะสมหรือไม่ก็ได้ แต่ก็ยังเป็นหนทางที่มีประสิทธิภาพสูงสุด แม้การตัดสินใจที่ได้จากที่ประชุมอาจไม่ดีที่สุด แต่ก็เป็นการตัดสินใจที่ได้รับการยอมรับมากที่สุด ดีกว่าการให้บุคคลคนเดียวตัดสินใจ

นอกจากที่ได้กล่าวมาแล้ว ผลของการวิจัยนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของโชติรส ทิมพัฒน์พงษ์, 2536 ที่พบว่า การถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารในการปฏิบัติงานของสำนักงานฯ จะใช้วิธีการประชุม และการใช้หนังสือเวียนเป็นส่วนใหญ่ และกลุ่มตัวอย่างจะได้รับข้อมูลข่าวสารในการปฏิบัติงานจากจดหมายเวียน คำสั่ง หนังสือเวียนมากที่สุด ส่วนข้อมูลข่าวสารด้านอื่น ๆ จะสั่งเกิด หรือดูจากประกาศ โปสเตอร์มากที่สุด เช่นเดียวกับงานวิจัยของคาริกา จารุวัฒนกิจ, 2539 ที่พบว่า พนักงานมีความพึงพอใจในการรับข่าวสารจากแหล่งข่าวสารที่เป็นผู้บังคับบัญชาเป็นลายลักษณ์อักษร และมีการประกาศอย่างเป็นทางการ เช่นเดียวกับงานวิจัยของสาวิตรี สีดอกบวบ, 2546 ที่กล่าวว่า กลุ่มตัวอย่างคาดหวังความชัดเจนของข้อมูลข่าวสารจากเอกสารประกอบการประชุมมากที่สุด

ทั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการใช้คอมพิวเตอร์ และผลวิจัยที่ได้รับต่อมา คือ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการรับ-ส่งอีเมลเช่นกัน ถือว่าเป็นผลที่มีความสอดคล้องกัน ดังนั้น เพื่อให้การสื่อสารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้บริหารยุคใหม่จึงควรให้ความสำคัญต่อการเรียนรู้คอมพิวเตอร์ การใช้อินเทอร์เน็ต หรือกิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ดังเช่นที่คุณหญิงชนัน จาคิวนิช ให้ความเห็นว่าการเรียนรู้คอมพิวเตอร์ไม่ใช่เรื่องยากอย่างที่คิด เพียงแค่ปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยีเท่านั้น (หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ, 10 กันยายน 2550 : 24)

4. ช่องทางในการสื่อสาร/วิธีการที่ใช้ในการสื่อสารข้อมูลเพื่อการบริหารงาน

ผลการวิจัยพบว่า ช่องทาง/วิธีการที่มีการใช้มากที่สุด ได้แก่ การแจ้งในที่ประชุม การเรียกพบเพื่อพูดคุยอย่างเป็นทางการ และการใช้โทรศัพท์ภายในตามลำดับ ซึ่งผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า หากเป็นการแจ้งข้อมูลเพื่อการบริหารงาน ผู้บริหาร หรือผู้บังคับบัญชาจะใช้วิธีการสื่อสารโดยตรงกับผู้รับสารในรูปแบบการสื่อสารแบบสองทาง หากมีข้อสงสัย ทุกคนสามารถซักถามเพื่อความกระจ่าง จะได้ปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง ทำให้เป็นวิธีการที่มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเข้าใจซึ่งกันและกัน สมดังวัตถุประสงค์ของการสื่อสารดังแนวคิดของเสนาะ ดิยาวัว, 2541 ที่ว่าการสื่อสารมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเข้าใจซึ่งกันและกัน สอดคล้องกับที่ Newcomb, 1953 ได้กล่าวไว้ว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลจะทำให้ความคิด หรือทัศนคติของบุคคลทั้งสองเกี่ยวกับเรื่องเดียวกันอยู่ในสภาพสมดุล (Symmetrical relationship) นอกจากนั้นยังเป็นไปตามแนวคิดของ Alvie L. Smith, 1990 ที่เห็นว่าการสื่อสารกับพนักงานเป็นหลักการขั้นพื้นฐานของการบริหารองค์กรธุรกิจ หากมีการสื่อสารที่ดีจะส่งผลให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปได้อย่างดี เนื่องจากพนักงานมีความเข้าใจในธุรกิจและการตัดสินใจของผู้บริหาร มีการพัฒนาปรับปรุงบทบาทของตนเองและทีมงานมากขึ้น มีความเข้าใจและพยายามแสดงบทบาทให้ดีที่สุด เพื่อให้องค์กรธุรกิจประสบผลสำเร็จ ซึ่งทัศนะเช่นนี้จะสอดคล้องกับแนวคิดของเสนาะ ดิยาวัว, 2541 ที่เห็นว่า การปฏิบัติงานจะมีประสิทธิภาพเพียงใดจะต้องอาศัยระบบการสื่อสารที่ดี

นอกจากนี้ ผลของการวิจัยยังสอดคล้องกับงานวิจัยของระวิทย์ บุญสินสุข, 2534 ที่พบว่า ในเรื่องของการสั่งงาน ผู้บังคับบัญชามักใช้วิธีเดินมาสั่งงานด้วยตนเอง ในขณะที่ผู้ใต้บังคับบัญชาปรารถนาที่จะให้ผู้บังคับบัญชาสั่งงานด้วยการเรียกพบเป็นการส่วนตัว เนื่องจากผู้ใต้บังคับบัญชากล้าที่จะซักถามรายละเอียดในงานนั้นได้มากกว่าการที่ผู้บังคับบัญชาเดินมาสั่งงานด้วยตนเอง และจากการศึกษานี้มีข้อสังเกตว่า การสื่อสารในการบริหารงานภาคเอกชนส่วนใหญ่ มักจะมีการติดต่อสื่อสารสองทางระหว่างผู้บริหาร (ผู้บังคับบัญชา) กับผู้ปฏิบัติการ (ผู้ใต้บังคับบัญชา) และผลของการวิจัยนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของโชติรส ทิมพัฒน์พงษ์, 2536 ที่พบว่า การถ่ายทอดข่าวสารในการปฏิบัติงานของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนจะใช้วิธีการประชุม และใช้หนังสือเวียนเป็นส่วนใหญ่ นอกจากนั้น ยังเป็นไปในทางเดียวกันกับงานวิจัยของพินุช ทรงจักรแก้ว, 2537 ที่พบว่า วิธีการสั่งงานของหัวหน้างานที่ผู้ใต้บังคับบัญชาชอบมากที่สุด คือ การเรียกเข้าพบเป็นการส่วนตัว เนื่องจากสามารถสอบถามข้อสงสัย ทำความเข้าใจได้ทันที รวดเร็ว ถูกต้อง ครบถ้วน อีกทั้งเป็นการให้เกียรติผู้ใต้บังคับบัญชาด้วย และผลของการวิจัยนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของชูเกียรติ วงศ์เทพเดียน, 2547 ที่ว่า ช่องทางการสื่อสารที่พบได้แก่ การสื่อสารระหว่างบุคคลแบบซึ่งหน้า (Face-to-face Communication)

5. ช่องทางในการสื่อสาร/วิธีการที่ใช้ในการสื่อสารข้อมูลเพื่อการประชาสัมพันธ์

ผลการวิจัยพบว่า ช่องทาง/วิธีการที่มีการใช้มากที่สุด ได้แก่ การแจ้งในที่ประชุม การติดประกาศของบริษัท และการรับ-ส่งอีเมลล์ ตามลำดับ จะเห็นว่า รูปแบบการสื่อสารดังกล่าวจะเป็นการแจ้งให้ทราบโดยตรง หรือใช้การรับรู้ผ่านสื่อ คือ ประกาศ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นเครื่องมือการสื่อสารสมัยใหม่เพื่อให้ทุกคนได้รับทราบข้อมูลโดยทั่วหน้ากัน อันจะเป็นผลให้เกิดความเข้าใจที่ดีต่อกัน ดังเช่นที่เสนาะ ติยาวั, 2541 ได้กล่าวไว้ว่า การสื่อสารในองค์กรจะช่วยสร้างความสัมพันธ์ภายในและภายนอกองค์กรเพราะองค์กรยังมีขนาดใหญ่ขึ้น ช่องว่างระหว่างพนักงานกับผู้บริหาร และระหว่างองค์กรกับบุคคลภายนอกยังมีมากขึ้น และช่องว่างดังกล่าวนี้จะเป็นผลร้ายต่อองค์กร เพราะผู้บริหารอาจไม่ทราบว่า ได้เกิดปัญหาขึ้นในหมู่พนักงาน หรือพนักงานอาจไม่รู้ว่า องค์กรมีการดำเนินงานไปอย่างไรทำให้เข้าใจนโยบาย และการบริหารผิด ๆ การที่ผู้บริหารยึดถือแนวความคิดทางการบริหารแบบเก่าที่ไม่ยอมเปิดเผยข้อมูลบางอย่างให้พนักงานทราบหรือปกปิดข้อมูลบางอย่างไม่ให้บุคคลภายนอกรู้ อาจกลายเป็นผลเสียมากกว่าผลดี พนักงานทุกคนเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร นโยบายและการดำเนินงานใดๆ ล้วนส่งผลกระทบต่อพนักงานจึงเป็นบุคคลที่ควรรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินงาน ฉะนั้น ผู้บริหารต้องจัดหาข้อมูลต่าง ๆ เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างทั้งสองฝ่าย ซึ่งนอกจากจะก่อให้เกิดความพึงพอใจแล้วยังส่งผลถึงประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวมอีกด้วย และไม่ว่าองค์กรจะดำเนินงานในแนวใดก็จะส่งผลกระทบต่อสังคมไม่ช้าก็เร็ว ดังนั้นระบบการสื่อสารขององค์กรจะช่วยลดช่องว่างระหว่างองค์กรกับสังคมเพื่อเสริมสร้างความเข้าใจอันดีต่อกัน

อนึ่ง ผลของการวิจัยนี้จะแตกต่างกับงานวิจัยของระวิทย์ บุญสินสุข, 2534 ที่พบว่า การติดต่อสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายใน เจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่จะรับทราบข่าวสารจากเพื่อนร่วมงานเป็นอันดับแรก หนังสือเวียน/ บันทึก/ จดหมาย และผู้บังคับบัญชาเป็นอันดับสอง และสามตามลำดับ ซึ่งเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะรูปแบบการสื่อสารในปัจจุบันมีความแตกต่างกับอดีตที่ใช้ความสัมพันธ์ส่วนบุคคลมากกว่า ในขณะที่ยุคปัจจุบัน องค์กรมีขนาดใหญ่ขึ้น และประกอบด้วยคนหลากหลาย อีกทั้งยังมีเทคโนโลยี และเทคนิคการบริหารจัดการแบบใหม่ ๆ ทำให้รูปแบบการสื่อสารเปลี่ยนไป จะเห็นว่า ในปัจจุบันโครงสร้างขององค์กรโดยเฉพาะองค์กรธุรกิจจะเป็นแนวนอน ทำให้รูปแบบการบริหารงานจะเป็นไปในลักษณะการทำงานเป็นทีม จึงมีการประชุมร่วมกันเพื่อระดมความคิด และมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกันอยู่เสมอ เพื่อจะได้ปรับตัวให้ทันกับสถานการณ์ทางการค้าที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรง และมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วตามกระแสของโลกในยุคโลกาภิวัตน์ และยุคการค้าเสรี ดังนั้น องค์กรธุรกิจส่วนใหญ่ในปัจจุบันจะใช้การแจ้งในที่ประชุมเป็นหลัก ตัวอย่างเช่น บริษัท โคชิบาไทยแลนด์ จำกัดจะจัดให้มีการประชุมในทุกระดับอยู่เป็นประจำเพื่อปรึกษาหารือแลกเปลี่ยนข้อมูลเพื่อรับทราบปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น จะได้หาทางแก้ไขร่วมกัน ตลอดจนมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารเรื่องราวความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นใน

องค์กรให้พนักงานได้ทราบโดยทั่วกัน ทำให้การแจ้งในการประชุมเป็นช่องทางในการสื่อสาร/วิธีการที่ใช้ในการสื่อสารข้อมูลที่มีประสิทธิภาพยิ่งช่องทางหนึ่ง

ส่วนช่องทาง/วิธีการที่ใช้ในการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ด้วยการรับ-ส่งอีเมลนั้น สุชาช ธนเสถียร, 2550 ได้กล่าวไว้ว่า “ขณะนี้ในยุคสมัยที่ Internet เป็นตัวขับเคลื่อน ทำให้เงื่อนไขในสังคมได้ถูกเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว การใช้วิวัฒนาการ และพัฒนาระบบต่าง ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับการทำงานของคนจึงเป็นเรื่องสำคัญ”

ดังนั้น เพื่อให้รวดเร็ว ทันสมัย และทันต่อเหตุการณ์ องค์กรธุรกิจในยุคนี้ จึงนิยมใช้การรับ-ส่งอีเมลเพื่อติดต่อสื่อสารกับบุคคลต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กรทำให้ทุกคนได้รับรู้ข้อมูลพร้อมกันอย่างรวดเร็วและกว้างขวาง ซึ่งนอกจากจะเป็นผลดีที่มีการสื่อสารถึงกันในวงกว้างแล้ว ยังเป็นการประหยัดเวลา ประหยัดพลังงานเพราะสามารถติดต่อสื่อสารกันได้ตลอดเวลาทั่วโลก ทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น และยังช่วยให้สามารถรับรู้ปัญหาเร็วทำให้แก้ไขได้ทันทั่วทั้งที่ การรับ-ส่งอีเมลจึงเป็นช่องทาง/วิธีการในการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพยิ่งอย่างหนึ่งในยุคนี้ ซึ่งในประเด็นนี้จะสอดคล้องกับงานวิจัยของสาวตรี สีดอกบวบ, 2546 ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีปัญหาในเรื่องการใช้ระยะเวลาในการติดต่อขอข้อมูล/ปรึกษาเรื่อง SMS มีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลแก้ไขบ่อยในเรื่องเดียวกัน ทำให้สับสน เรื่องขาดการติดตามงานและปัญหา และมีปัญหาเรื่องการแก้ไขปัญหาลำบากที่สุด

6. ประสิทธิภาพในการสื่อสารด้านปริมาณข้อมูลข่าวสาร

ผลการวิจัยพบว่า ปริมาณข้อมูลข่าวสารที่สื่อสารถึงกัน หรือที่ได้รับสามารถใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อการทำงานได้ มีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารขององค์กรธุรกิจ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะการปฏิบัติงานจะประสบความสำเร็จ หรือความล้มเหลวขึ้นอยู่กับข้อมูลข่าวสาร เนื่องจากการรู้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ จะเป็นการสร้างความได้เปรียบให้แก่องค์กรธุรกิจ ดังเช่นที่พจน์ ใจชาญสุขกิจ, 2548 ที่ว่า การสื่อสารในองค์กรจะช่วยให้ทำงานสำเร็จ โดยสอดคล้องกับแนวคิดของ ประเวศน์ มหารัตน์สกุล (ตะวัน สาดแสง), 2548 ได้กล่าวไว้ว่า ข้อมูลข่าวสารจะถูกเปลี่ยนสถานะเป็นความรู้ (Knowledge) และส่งผลให้เป็นองค์ความรู้ที่ก่อให้เกิดภูมิปัญญา (Wisdom) ทำให้เป็นประโยชน์สูงสุดต่อการทำงานได้ ดังนั้น ผู้บริหารที่ประสงค์ผลสัมฤทธิ์ของงานจะต้องให้ความสำคัญต่อการสื่อสารข้อมูลข่าวสารถึงกันอย่างเพียงพอต่อความต้องการ และเป็นข้อมูลที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการทำงาน หรือเสริมสร้างความรู้/ภูมิปัญญาให้แก่พนักงานได้

อย่างไรก็ตาม จากผลการวิจัยของโชติรส ทิมพัฒน์พงษ์, 2536 พบว่า เรื่องของข้อมูลข่าวสารที่ใช้ในการปฏิบัติงานขององค์กรมีความน่าเชื่อถือ สม่ำเสมอ มีประโยชน์ ทันสมัย และความเพียงพออยู่ในระดับปานกลางทั้งสิ้น ทำให้ผลการวิจัยนี้มีความแตกต่างกับผลงานวิจัยของโชติรส ทิมพัฒน์พงษ์ดังกล่าว ซึ่งอาจเป็นเพราะยุคสมัยที่เปลี่ยนไป องค์กรธุรกิจมีการแข่งขันกัน

มากขึ้น ทำให้องค์กรธุรกิจต้องการข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงานมากขึ้น ดังเช่นที่ประเวศน์ มหารัตน์สกุล (ตะวัน สาดแสง), 2548 กล่าวไว้ว่า การสื่อสาร (Communication) เป็นเครื่องมือสำคัญและมีบทบาทมากในการบริหารองค์กรยุคปัจจุบันที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรง ปัจจัยที่ทำให้สามารถชนะคู่แข่งได้ คือ การรู้ข้อมูลข่าวสารก่อนผู้อื่นเพราะจะเป็นการสร้างรายได้เปรียบให้แก่ องค์กรธุรกิจ ดังนั้น การที่กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยนี้ให้ความสำคัญกับปริมาณข้อมูลข่าวสารที่ สื่อสารถึงกันหรือที่ได้รับสามารถใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อการทำงานได้มากที่สุดจึงเป็นเรื่องที่ สมควรกระทำยิ่ง

นอกจากนั้น ผลการวิจัยยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่ให้ความสำคัญกับประเด็น ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับสามารถใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อการทำงานได้นั้น จะได้แก่ กลุ่มตัวอย่างเพศ ชาย มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีตำแหน่งงานเป็นเจ้าของกิจการ ผู้จัดการฝ่าย และอื่น ๆ โดยมีทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 10 ล้านบาท และมีพนักงาน 51-200 คน ซึ่งในความคิดเห็นของผู้วิจัย เหตุที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับข้อมูลข่าวสารที่ได้รับสามารถใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อ การทำงานได้มากที่สุด เพราะกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเจ้าของกิจการ หรือผู้จัดการขององค์กรธุรกิจ ขนาดเล็กที่มีการแข่งขันสูง ทำให้ต้องการข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์มาช่วยเสริมให้การทำงาน เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพ และประหยัด เนื่องจากเล็งเห็นความสำคัญ และประโยชน์ ของข้อมูลข่าวสารตามกระแสของสังคมฐานความรู้ (Knowledge-Based Society) เพราะจะช่วยให้ ดำเนินธุรกิจได้อย่างไม่ผิดพลาด และไม่เกิดความเสียหายที่เป็นผลเสียต่อธุรกิจอย่างร้ายแรง ฉะนั้น เมื่อกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้มีวุฒิทางการศึกษาที่ไม่สูงนัก จึงประสงค์จะได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อ การทำงานมากกว่าข้อมูลทั่ว ๆ ไป

นอกจากนั้น ผลการวิจัยยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดโดยเฉพาะผู้ที่มีการศึกษา ปริญญาโทให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับประเด็นการได้รับข้อมูลข่าวสารขององค์กร/หน่วยงาน ภายในต่าง ๆ อย่างครบถ้วน ซึ่งผลการวิจัยนี้สะท้อนให้เห็นว่า กระบวนการสื่อสารที่เกิดขึ้นไม่ ครบถ้วนสมบูรณ์ตามทฤษฎีการสื่อสาร เนื่องจากกระบวนการสื่อสารตามแนวคิดของเสนาะ ดิยาวี ,2541 จะประกอบด้วยส่วนต่าง ๆ คือ สภาพของการสื่อสาร (Context) แหล่งข่าว (Source) ผู้รับข่าว (Receiver) ข่าวสาร (Message) ช่องทาง (Channel) สิ่งรบกวน (Noise) กระบวนการส่งข่าวหรือการ เข้ารหัส (Encoding) กระบวนการรับข่าวหรือถอดรหัส (Decoding) ข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) และผลกระทบจากการสื่อสาร (Effect) ดังนั้น ผู้รับข่าวจะต้องให้ความสำคัญกับกระบวนการ สื่อสารทั้งระบบเพื่อจะได้เป็นประโยชน์ต่อการทำงานสูงสุด หากผู้รับข่าวได้รับข่าวสารไม่ ครบถ้วนย่อมเป็นผลเสียต่อการทำงาน เนื่องจากการได้รับข้อมูลที่ไม่เพียงพอ ไม่ถูกต้องหรือไม่ ครบถ้วนจะนำไปสู่การทำงาน หรือการตัดสินใจที่ผิดพลาดได้ ดังเช่นที่เสนาะ ดิยาวี,2541 ได้กล่าว ว่า ข้อมูลข่าวสารสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการตัดสินใจ เป้าหมายการดำเนินธุรกิจคือการทำให้ ธุรกิจนั้นประสบความสำเร็จ ซึ่งความสำเร็จจะเป็นไปได้ขึ้นอยู่กับ การตัดสินใจของผู้บริหารด้วย

การใช้ข้อมูลในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นรายงาน จดหมาย บันทึกความจำ การประชุม ข้อเสนอ ผลงานวิจัยและอื่นๆ โดยเฉพาะข้อมูลจากฝ่ายต่างๆ ขององค์กรที่เป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะและมีผลกระทบโดยตรงต่อองค์กร ทั้งนี้ผู้บริหารจะต้องนำมาพิจารณาอย่างรอบคอบและทุกแง่มุม หากผู้บริหารได้ข้อมูลที่ไม่ถูกต้องหรือคลุมเครือไม่แน่นอน หรือไม่เพียงพอ จะทำให้ยากที่จะตัดสินใจ หรือนำไปสู่การตัดสินใจที่ผิดพลาดได้ ดังนั้น ผู้บริหารที่รอบคอบต้องพยายามแสวงหาข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างรวดเร็วทันเวลาและก่อนใคร ๆ ทั้งหมด เพื่อให้ได้รับประโยชน์จากข้อมูลนั้น อย่างมีประสิทธิภาพและพร้อมที่จะปรับตัวให้เข้ากับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ฉะนั้น ประเด็นการไม่ให้ความสำคัญกับการได้รับข้อมูลข่าวสารขององค์กร/หน่วยงานภายในต่าง ๆ อย่างครบถ้วนนี้ องค์กรธุรกิจจะสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารนี้ได้ โดยจะต้องมีการประเมินผลระบบการสื่อสารอย่างสม่ำเสมอ จะได้ปรับปรุงแก้ไขได้ทันที่ ดังเช่นที่ Alvie L. Smith, 1990 ได้กล่าวถึงหลักการของการสื่อสารเพื่อให้การสื่อสารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพว่า ระบบการสื่อสารควรมีการดำเนินการ และประเมินผลอย่างสม่ำเสมอด้วยการกำหนดแนวทางดำเนินงาน และการสนับสนุนระบบการสื่อสารที่ชัดเจน โดยการสื่อสารจะต้องมีขั้นตอนการวางแผน เพราะการสื่อสารเป็นกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องทั้งในด้านการสื่อสารอย่างมืออาชีพ และผู้บริหารหลักขององค์กร

ดังนั้น เพื่อส่งเสริมให้การสื่อสารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ องค์กรธุรกิจควรให้ความสำคัญแก่การสื่อสาร และให้การส่งเสริมสนับสนุนให้กระบวนการสื่อสารเป็นไปอย่างสมบูรณ์ทั้งระบบ คือ มีองค์ประกอบของการสื่อสารอย่างครบถ้วนตั้งแต่ผู้ส่งสาร (Source) สาร (Message) สื่อ (Channel) ผู้รับสาร (Receiver) ผล (Effect) และปฏิกิริยาสนองตอบ (Feedback) หรือที่เรียกว่า ผลที่เกิดขึ้นจากการสื่อสาร (Communication feedback) ครอบคลุมไปถึงการกระจายข่าวสาร (Information flow) การแก้ปัญหาและการทำงาน (Problem solving and task performance) ความกดดันของกลุ่ม (Group pressure) ความสมดุล หรือความคล้อยจองของความคิด (Cognitive consonance or dissonance) ฯลฯ ซึ่งในการนี้ เพื่อให้ทุกคนได้เรียนรู้การใช้กระบวนการสื่อสารอย่างครบถ้วน ผู้บริหารสามารถประยุกต์ใช้ทฤษฎีแบบจำลองการสื่อสารตามแนวคิดของ Berlo, 2503 (Berlo's SMCR Model) ด้วยการเสริมสร้างคุณสมบัติในการสื่อสารทั้ง 5 ประการให้แก่บุคลากรในองค์กรทั้งในด้านทักษะการสื่อสาร ทักษะคิด ความรู้ ระบบสังคม และระบบวัฒนธรรม เพื่อให้ผู้รับสารและผู้ส่งสารสามารถสื่อสาร และเข้าใจซึ่งกันและกันอย่างมีประสิทธิภาพ

7. ประสิทธิภาพในการสื่อสารด้านคุณภาพของข้อมูล

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่า ข้อมูลส่งไปถึงผู้รับรวดเร็วทันความต้องการมีผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารขององค์กรธุรกิจในระดับมาก ซึ่งผลของการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า ข้อมูลเป็นเรื่องสำคัญที่องค์กรธุรกิจจะต้องให้ความสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการส่งข้อมูลให้ผู้รับรวดเร็วทันความต้องการจะเป็นประโยชน์ต่อการทำงาน ไม่ว่าจะเป็นการ

ติดต่อสื่อสารในองค์กร หรือภายนอกองค์กร ดังเช่นที่เสนาะ ตีเขาว์, 2541 ได้กล่าวไว้ว่า การดำเนินงานโดยขาดข้อมูล จะสร้างความวิตกกังวล และขาดความมั่นใจ การรู้ข้อมูลล่าช้าจะทำให้ตัดสินใจไม่ทันการ และเกิดความเสียหายขึ้น ดังนั้น การส่งข้อมูลถึงผู้รับรวดเร็วทันใจจึงมีผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสาร ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของสาวิตรี สีดอกบวบ, 2546 ที่ว่า กลุ่มตัวอย่างคาดหวังในเรื่องความถูกต้อง เชื่อถือได้ของข้อมูลมากที่สุด

นอกจากนั้น ผู้วิจัยยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างช่วงอายุ 20-29 ปี ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีขององค์กรธุรกิจขนาดเล็กมีทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 10 ล้านบาท พนักงานน้อยกว่า 50 คน ให้ความสำคัญกับการสื่อสารกลับไปยังผู้ส่งอย่างรวดเร็วมากที่สุด ซึ่งผลการวิจัยนี้ก็เป็นไปตามทฤษฎีการสื่อสารเกี่ยวกับกระบวนการสื่อสารของเสนาะ ตีเขาว์, 2541 ที่ว่าการสื่อสารต้องคำนึงถึงการตอบกลับไปยังผู้ส่ง หรือที่เรียกว่า ข้อมูลย้อนกลับ (feedback) ทำให้กระบวนการสื่อสารครบถ้วนสมบูรณ์ และยังทำให้รู้ว่า ผู้รับสารได้รับ และเข้าใจความหมายของข้อมูลข่าวสารที่ผู้ส่งได้ส่งไปถึงผู้รับหรือไม่ อีกทั้งยังทำให้ได้แลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกัน ทำให้ได้รู้ผลกระทบจากการสื่อสาร (effect) ซึ่งจะเป็นผลดีกับองค์กร เนื่องจากทำให้องค์กรได้รับรู้ และมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง หรือปรับตัวให้เข้ากับสภาวะแวดล้อม ทั้งนี้ผู้วิจัยคิดว่า เหตุที่เป็นเช่นนั้นเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างเป็นคนรุ่นใหม่ และทำงานในองค์กรธุรกิจขนาดเล็กที่มีการแข่งขันกันสูง ทำให้พนักงานต้องกระตือรือร้นเพื่อสร้างผลงาน จึงสนใจติดต่อสื่อสารกลับไปยังบุคคลต่าง ๆ อย่างรวดเร็วอยู่เสมอ โดยผลการวิจัยนี้ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของสิริวรรณ จันทร์ศรี, 2534 ที่พบว่าองค์กรขนาดกลางหรือ ขนาดเล็กมีประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสารมากกว่าองค์กรขนาดใหญ่ ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากองค์กรขนาดกลางหรือขนาดเล็ก มีความคล่องตัวในการดำเนินงานหรือการติดต่อสื่อสารมากกว่าองค์กรขนาดใหญ่

8. ประสิทธิภาพในการสื่อสารด้านประสิทธิภาพของสื่อ/ ช่องทางการสื่อสาร

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชายเห็นว่า โทรศัพท์ภายใน อีเมล การติดป้ายประกาศของบริษัทมีผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารขององค์กรธุรกิจ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงเห็นว่า โทรศัพท์ภายใน อีเมล และการแจ้งในที่ประชุมมีผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารขององค์กรธุรกิจ ซึ่งจากผลวิจัยนี้จะเห็นว่า โทรศัพท์ภายใน และอีเมลเป็นสื่อหรือช่องทางการสื่อสารที่กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเห็นว่า มีประสิทธิภาพต่อการสื่อสารขององค์กรธุรกิจมากที่สุดสองอันดับแรกเหมือนกัน ส่วนอันดับสาม ได้แก่ การติดประกาศ และการแจ้งในการประชุม ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของชูเกียรติ วงศ์เทพเดียน, 2540 ที่พบว่า ผู้รับสารนิยมใช้ช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบใช้สื่อโทรศัพท์ การสื่อสารแบบซึ่งหน้า และช่องทางการสื่อสารสมัยใหม่ ในการส่งข่าวสารย้อนกลับเป็นส่วนใหญ่ และเป็นเนื้อหาข่าวสารที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ส่งสารเช่นกัน

สำหรับการใช้โทรศัพท์นั้นคิดว่าเป็นไปตามที่เสนอแนะ ดิเอว, 2541 ได้กล่าวไว้ว่า การใช้โทรศัพท์ติดต่องานนับว่า เป็นวิธีการที่มีประสิทธิภาพรวดเร็ว ค่าใช้จ่ายต่ำเมื่อเทียบกับวิธีอื่น และไม่ต้องมีการบำรุงรักษามากนัก อีกทั้งประหยัดเวลา และง่ายต่อการใช้และการเรียนรู้ เพียงแนะนำเล็กน้อยทุกคนก็ทำได้ ดังนั้น การใช้โทรศัพท์ภายในติดต่องานจะอำนวยความสะดวก รวดเร็ว ประหยัดเวลา และค่าใช้จ่าย ทำให้องค์กรธุรกิจนิยมใช้เป็นสื่อ/ช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด

ส่วนอีเมล์นั้นคิดว่าเป็นไปตามแนวคิดของประเวศน์ มหารัตน์สกุล(ตะวัน สาตแสง), 2548 ที่ว่าสื่ออิเล็กทรอนิกส์มีความทันสมัย รวดเร็ว มีประสิทธิภาพสูง เป็นความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศ เพราะเป็นสื่อตามสาย (On - line) ที่ช่วยลดอุปสรรคของการสื่อสารด้านระยะทาง เวลา ปริมาณผู้รับสาร ฯลฯ ทำให้องค์กรธุรกิจในยุคปัจจุบันใช้เป็นสื่อ/ ช่องทางการสื่อสารที่มีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารขององค์กรเช่นกัน ซึ่งจากผลการวิจัยนี้ ผู้วิจัยพบประเด็นที่น่าสนใจ คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป และมีอายุงาน 16-20 ปี และมากกว่า 20 ปี ทำงานในองค์กรธุรกิจขนาดกลางที่มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 100 ล้านบาท และมีพนักงานมากกว่า 200 คน เห็นว่า อีเมลมีผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารขององค์กรมากที่สุด เหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะต้องการปรับตัวให้เข้ากับยุคสมัย จึงสนใจเรียนรู้เทคโนโลยีเพื่อให้ตนเองสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ดังเช่นที่นฤพร ปันยารชุน, 2550 กล่าวไว้ว่า “ไม่เคยข้องแวะกับเครื่องคอมพิวเตอร์เลย แต่เห็นลูกน้องใช้เป็นแล้ว ก็ยอมไม่ได้ จึงมาสมัครศึกษาเพิ่มเติม ปัจจุบันเรียนจบทุกคอร์สแล้ว เวลาลูกน้องทำฟรีเซนต์เทชั่นให้ลูกค้าจะได้ให้ข้อเสนอแนะได้” เช่นเดียวกับ อรุณี วงศ์วัลลภาภรณ์, 2550 “ไม่เคยแตะเครื่องคอมพิวเตอร์เลย ใช้แต่ลูกน้องทำ บางครั้งเจอจุดแก้ไข ลูกน้องบอกแก้ไขไม่ได้ เราก็ไปอธิบายลูกค้าไม่ได้ จึงมาเรียนรู้ ถึงไม่เก่งมาก แต่ก็สามารถแก้ไขงานผ่านคอมพิวเตอร์ได้โดยไม่ต้องพึ่งลูกน้อง” (หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ, 10 กันยายน 2550 : 24)

นอกจากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นแล้ว เหตุที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการใช้อีเมลมากที่สุดอีกประการหนึ่ง อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างทำงานในองค์กรธุรกิจที่ให้ความสำคัญแก่การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และมีเงินทุนหมุนเวียนเพียงพอที่จะสนับสนุนให้มีการใช้คอมพิวเตอร์ ประกอบกับมีพนักงานเป็นจำนวนมาก หากมีการใช้อีเมลจะทำให้สะดวก รวดเร็ว และประหยัดเวลาในการสื่อสารได้มากกว่าสื่อ/ ช่องทางการสื่อสารอื่น ๆ ทั้งนี้ สวัสดิ์ สีดอกบวบ, 2546 ได้ให้คำแนะนำว่า ควรเพิ่มคู่สายโทรศัพท์ทั้งที่ออฟฟิศและการ On - line ควรตั้งศูนย์พื้นที่แก้ไขปัญหาที่ต่างจังหวัด เพื่อลดค่าใช้จ่าย ควรมีระบบการแจ้งปัญหาผ่านคอมพิวเตอร์โดยตรง ไม่ต้องผ่านเจ้าหน้าที่ เพิ่มศูนย์ข้อมูลแบบครบวงจร (One - stop service) เพื่อช่วยแก้ไขปัญหให้กับร้านทุกเรื่อง 24 ชั่วโมง และมีแหล่งข้อมูลที่ให้ค้นหรือวิเคราะห์ หรือศูนย์กลางข้อมูลโดยที่ไม่ต้องรอกถามแต่ละหน่วยงาน

นอกจากนั้น ผู้วิจัยยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท และมีตำแหน่งงานระดับผู้อำนวยการขึ้นไป และระดับผู้จัดการจะให้ความเห็นว่า อีเมลมีผลต่อประสิทธิภาพในการสื่อสารขององค์กรธุรกิจ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้เป็นบุคคลที่มีการศึกษา และมีตำแหน่งหน้าที่การงานในระดับผู้บริหารขององค์กร จึงจำเป็นต้องเรียนรู้เทคโนโลยีทันสมัยเพื่อจะได้สามารถทำงาน หรือสั่งงานแก่ผู้ใต้บังคับบัญชา/ลูกน้องได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังเช่นคำอธิบายของนฤพร ปันยารชุนและอรุณี วงศ์วัลลภาภรณ์ที่ได้กล่าวไว้ในย่อหน้าก่อนหน้านี

สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารขององค์กรธุรกิจในระดับน้อยถึงน้อยที่สุด ได้แก่ การประชุมทางไกล การสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการ และอุปกรณ์คอมพิวเตอร์แบบพกพา (PDA) ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะเทคโนโลยีสมัยใหม่เหล่านั้นมีราคาแพง และมีค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาสูง อีกทั้งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทำงานในองค์กรธุรกิจขนาดเล็กที่ไม่มีสาขาเครือข่าย ทำให้ไม่จำเป็นต้องจัดการประชุมทางไกล หรือใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์แบบพกพา(PDA) เนื่องจากยังมีสื่อ/ช่องทางการสื่อสารอื่นๆที่สามารถใช้ติดต่อสื่อสารกันได้ ดังเช่นแนวคิดของพงษ์ ใจชาญสุขกิจ, 2548ที่ว่า บริษัทที่มีสาขาอยู่จำนวนมาก CEOที่อยู่ในส่วนกลางจะต้องบริหารงานเป็น รู้จักสื่อสารให้สาขาย่อยๆ รับรู้รับทราบข้อมูลขององค์กรต่างๆ ที่อยู่ในเครือข่ายเดียวกัน และสามารถสื่อสารกลับมายังส่วนกลางได้

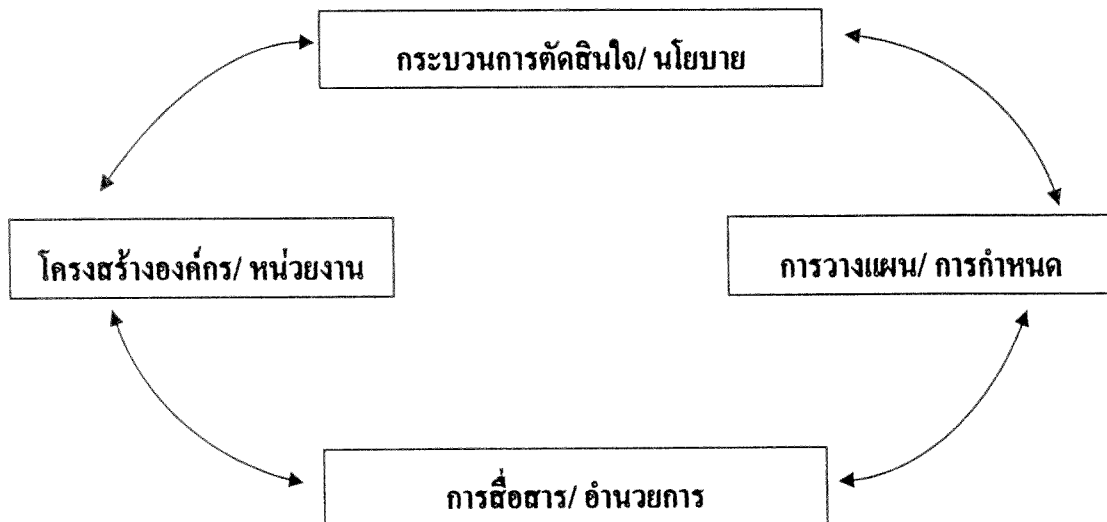
สำหรับประเด็นการสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการ เช่น การพูดคุยระหว่างรับประทานอาหาร มีผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารขององค์กรธุรกิจในระดับน้อย ยกเว้นกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป ที่เห็นว่า มีผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารในระดับมาก อาจเนื่องมาจากองค์กรธุรกิจในปัจจุบันมีวัฒนธรรมองค์กรที่เปลี่ยนไปจากเดิมที่พนักงานมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดสนิทสนมกันมา เป็นการทำงานร่วมกันอย่างเป็นทางการตามโครงสร้างขององค์กร ทำให้พนักงานปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย ดังนั้น เมื่อกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นคนรุ่นใหม่ที่มีอายุไม่มากนัก ผลของการวิจัยจึงปรากฏเช่นนี้ ซึ่งนับว่าเป็นเรื่องที่น่าเสียดาย เพราะการสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการนี้จะช่วยเสริมสร้างความสนิทสนมคุ้นเคยต่อกันอย่างมาก เนื่องจากคนในองค์กรจะมีความสัมพันธ์ต่อกันฉันทัตถาดี เป็นมิตรที่อบอุ่น เกื้อกูลปรองดอง ทำให้เป็นการสร้างสายสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน พร้อมจะช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ไม่ว่าจะในหน้าที่การงานหรือเรื่องส่วนตัว นับเป็นวิธีการสร้างความสัมพันธ์ในองค์กรที่ดีที่สมควรกระทำสืบต่อไป ดังเช่นที่ประเวศน์ มหารัตน์สกุล(ตะวันสาตแสง), 2548ได้กล่าวไว้ว่า การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication) จะเกิดขึ้นได้ทุกบริเวณของสถานที่ทำงาน เช่น การพูดคุยกันในโรงอาหาร ห้องสมุด ห้องน้ำ ฯลฯ โดยการสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการนี้มีอิทธิพลสูงมากต่อพนักงานในแง่ของความสัมพันธ์ การประสานงาน และถ้าเป็นการสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการที่สร้างสรรค์ จะช่วยการสื่อสารที่เป็นทางการ (Formal Communication) ทำให้การสื่อสารที่เป็นทางการมีประสิทธิภาพมากขึ้น

นอกจากที่ได้กล่าวมาแล้ว ผู้วิจัยยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเจ้าของกิจการเห็นว่า โทรศัพท์มือถือเป็นปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารขององค์กรธุรกิจ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะผู้เป็นเจ้าของกิจการมีความจำเป็นต้องติดต่อสื่อสารกับลูกน้อง และบุคคลภายนอกตลอดเวลา อีกทั้งยังต้องออกไปติดต่องานนอกสถานที่ทั้งในประเทศ และต่างประเทศอยู่เสมอ ประกอบกับ โทรศัพท์มือถือเป็นสื่อ/ช่องทางการสื่อสารที่ได้รับความนิยมมากในปัจจุบัน เพราะทั้งสะดวก รวดเร็ว ง่ายต่อการพกพา และง่ายต่อการติดต่อ ฯลฯ ทำให้โทรศัพท์มือถือเป็นสื่อ/ช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพอย่างยิ่งในยุคนี้

อนึ่ง เพื่อเป็นการสนับสนุนผลการวิจัยนี้ สามารถนำงานวิจัยของโซตริส ทิมพัฒน์พงษ์, 2536 ที่ได้ให้ข้อเสนอแนะแนวทางในการปรับปรุงการสื่อสารขององค์กรมาใช้คือ สำนักงานฯ ควรให้ความสำคัญในเรื่องการสื่อสารในทุกระดับ ทั้งการสื่อสารที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ควรมีการปรับปรุงในเรื่องของการกระจายข้อมูลข่าวสารในการปฏิบัติงาน การติดต่อ ประสานงานกัน ในแต่ละกอง การจัดเก็บเอกสารของสำนักงานฯ การใช้สื่อหรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ ตลอดจนการให้ความรู้ ความเข้าใจ ทั้งเจ้าหน้าที่ของสำนักงานฯ และผู้ที่มาติดต่อขอรับการส่งเสริมการลงทุนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

9. ประสิทธิภาพในการสื่อสารด้านประโยชน์ และคุณค่าของข้อมูลข่าวสาร

ผลการวิจัยพบว่า ข้อมูลข่าวสารสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการทำงานได้ มีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารขององค์กรธุรกิจ ซึ่งผลที่ได้รับนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยในหัวข้อประสิทธิภาพของการสื่อสารด้านปริมาณข้อมูลที่ได้กล่าวถึงก่อนหน้านี้ จึงเป็นการยืนยันได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นความสำคัญ และความจำเป็นของการมีข้อมูลข่าวสารเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการทำงาน และนอกจากนั้น กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไปยังให้ความสำคัญมากที่สุดกับข้อมูลข่าวสารที่ได้รับสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจได้อีกด้วย ซึ่งผลของการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า การสื่อสารมีบทบาทต่อการบริหารงานขององค์กร โดยมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงซึ่งกันและกัน ทำให้การดำเนินงานขององค์กรสามารถขับเคลื่อนจนบรรลุวัตถุประสงค์/เป้าหมายขององค์กร ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับแนวคิดของพจน์ ใจชาญสุขกิจ, 2550 เกี่ยวกับความสัมพันธ์การสื่อสาร และการบริหารงานขององค์กร ดังนี้



รูปที่ 11 องค์ประกอบต่างๆ ที่แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ต่อกัน (อ้างอิงในหน้า 20)

นอกจากที่ได้กล่าวมาแล้ว ผู้วิจัยยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่า ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับทำให้สามารถแข่งขันกับองค์กรอื่นได้ มีผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารน้อย ซึ่งในประเด็นนี้แตกต่างกับแนวคิดของเสนาะ ดิเฮอร์, 2541 ซึ่งได้กล่าวถึงหน้าที่ของการสื่อสารในองค์กรว่า การดำเนินงานขององค์กรจะประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับความสามารถในการแข่งขันกับองค์กรอื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์กรธุรกิจซึ่งมีการแข่งขันสูง ทำให้ต้องรู้ข้อมูลต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้ในการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา การมีข้อมูลพร้อมจะทำให้ได้เปรียบคู่แข่งขัน ดังนั้น จึงเป็นหน้าที่ของผู้บริหารที่จะต้องจัดหาข้อมูลเพื่อให้สามารถแข่งขันกับองค์กรอื่นได้ ฉะนั้น การที่กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นเจ้าของกิจการ ผู้อำนวยการขึ้นไป ผู้จัดการฝ่าย ผู้จัดการแผนก หัวหน้างาน รวมทั้งพนักงานให้ความสำคัญกับประเด็นนี้น้อย จึงไม่สอดคล้องกับทฤษฎีหน้าที่ของการสื่อสารในองค์กร ทำให้ผู้บริหารองค์กรธุรกิจควรจะดำเนินการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้ทุกคนในองค์กรได้ตระหนักถึงความสำคัญ และความจำเป็นที่ต้องใช้ข้อมูลข่าวสารเพื่อแข่งขันกับองค์กรอื่นดังเช่นที่มีผู้กล่าวไว้ว่า **ข้อมูล คือ อำนาจ (Information is Power)**

นอกจากประเด็นดังกล่าวแล้ว ผู้วิจัยยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญน้อยกับประเด็นข้อมูลข่าวสารช่วยลดช่องว่าง และเสริมสร้างความเข้าใจอันดีต่อกันได้กับประเด็นข้อมูลข่าวสารที่ได้รับสามารถสร้างความสัมพันธ์ภายใน และภายนอกองค์กรได้น้อยเช่นกัน ทำให้ผลของการวิจัยนี้ไม่สอดคล้องกับทฤษฎีหน้าที่ของการสื่อสารในองค์กรของเสนาะ ดิเฮอร์, 2541 ที่กล่าวไว้ว่า การสร้างความสัมพันธ์ภายใน และภายนอกองค์กรเป็นหน้าที่ของการสื่อสารที่สำคัญ เพราะองค์กรยังมีขนาดใหญ่ขึ้น ช่องว่างระหว่างพนักงานกับผู้บริหาร และระหว่างองค์กรกับบุคคลภายนอกจะยังมีมากขึ้น และช่องว่างดังกล่าวนี้จะเป็นผลร้ายต่อองค์กร เพราะผู้บริหารอาจไม่ทราบว่าได้เกิดปัญหาขึ้นในหมู่พนักงาน หรือพนักงานอาจไม่รู้ว่าองค์กรมีการดำเนินงานไปอย่างไร

ทำให้เข้าใจนโยบายและการบริหารในทางผิดๆ การที่ผู้บริหารยึดถือแนวความคิดทางการบริหารแบบเก่าที่ไม่ยอมเปิดเผยข้อมูลบางอย่างให้พนักงานทราบหรือปกปิดข้อมูลบางอย่างไม่ให้บุคคลภายนอกรู้ อาจกลายเป็นผลเสียมากกว่าผลดี พนักงานทุกคนเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร นโยบายและการดำเนินงานใดๆ ล้วนส่งผลกระทบต่อพนักงานๆ จึงเป็นบุคคลที่ควรรับรู้ข่าวสารที่เกี่ยวกับการดำเนินงาน ฉะนั้น ผู้บริหารต้องจัดหาข้อมูลต่างๆ เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างทั้งสองฝ่าย ซึ่งนอกจากจะก่อให้เกิดความพึงพอใจแล้วยังส่งผลถึงประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวมอีกด้วย และไม่ว่าองค์กรจะดำเนินงานในแนวใดก็จะส่งผลกระทบต่อสังคมไม่ช้าก็เร็ว ดังนั้น ระบบการสื่อสารขององค์กรจะช่วยลดช่องว่างระหว่างองค์กรกับสังคมเพื่อเสริมสร้างความเข้าใจอันดีต่อกัน

ฉะนั้น ในประเด็นนี้หากองค์กรธุรกิจประสงค์จะเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารขององค์กรธุรกิจก็ต้องให้ความสำคัญกับหน้าที่ของการสื่อสารในองค์กรเพื่อให้การบริหารงานบรรลุวัตถุประสงค์/ เป้าหมายขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพด้วย

นอกจากที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างระดับหัวหน้างานให้ความสำคัญน้อยที่สุดกับประเด็นข้อมูลข่าวสารที่ได้รับสามารถใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจได้ ซึ่งก็เป็นอีกประเด็นหนึ่งที่ผู้บริหารองค์กรธุรกิจจะต้องให้ความสำคัญ เนื่องจากหน้าที่ที่สำคัญของการสื่อสารในองค์กรอีกประการหนึ่งได้แก่ การใช้ข้อมูลข่าวสารเป็นเครื่องมือในการตัดสินใจดังที่ เสนาะ ดิยาว, 2541 ได้กล่าวไว้ว่า เป้าหมายการดำเนินธุรกิจคือการทำให้ธุรกิจนั้นประสบความสำเร็จ ซึ่งความสำเร็จจะเป็นไปได้ย่อมขึ้นกับการตัดสินใจของผู้บริหารด้วยการใช้ข้อมูลในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นรายงาน จดหมาย บันทึกความจำ การประชุม ข้อเสนอ ผลงานวิจัยและอื่นๆ โดยเฉพาะข้อมูลจากฝ่ายต่างๆ ขององค์กรที่เป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะและมีผลกระทบโดยตรงต่อองค์กร ทั้งนี้ ผู้บริหารจะต้องนำมาพิจารณาอย่างรอบคอบและทุกแง่มุม หากผู้บริหารได้ข้อมูลที่ไม่ถูกต้องหรือคลุมเครือไม่แน่นอน หรือไม่เพียงพอจะทำให้ยากที่จะตัดสินใจหรือนำไปสู่การตัดสินใจที่ผิดพลาดได้ ดังนั้น ผู้บริหารที่รอบคอบต้องพยายามแสวงหาข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างรวดเร็วทันเวลาและก่อนใคร ๆ ทั้งหมด เพื่อให้ได้รับประโยชน์จากข้อมูลนั้นอย่างมีประสิทธิภาพและพร้อมที่จะปรับตัวให้เข้ากับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น

10. ประสิทธิภาพในการสื่อสารด้านข้อมูลข่าวสารไม่ถูกคัดแปลง

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่า ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเชื่อถือได้โดยไม่ต้องคัดแปลง มีผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารขององค์กรธุรกิจในระดับมาก ซึ่งในประเด็นนี้เป็นไปตามที่ เสนาะ ดิยาว, 2541 ได้ให้ความคิดเห็นว่า ผู้บริหารต้องเสาะแสวงหาข้อมูลจากทุกแหล่งและสนใจข้อมูลทุกชนิด แต่ผู้บริหารจะต้องนำมาพิจารณาอย่างรอบคอบทุกแง่มุม หากผู้บริหารได้ข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง หรือคลุมเครือไม่แน่นอน หรือไม่เพียงพอ จะทำให้ยากแก่การ

ตัดสินใจ หรือนำไปสู่การตัดสินใจที่ผิดพลาดได้ ดังนั้น ผู้บริหารจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับข้อมูลที่เชื่อถือได้และไม่ถูกคัดแปลง เพราะจะเป็นผลร้ายต่อองค์กร ดังเช่นที่ประเวศน์ มหารัตน์สกุล (ตะวัน สาดแสง), 2548 ก็ได้กล่าวไว้ว่า ข้อมูลข่าวสารที่เป็นผลร้ายต่อองค์กรที่สำคัญ ได้แก่ การติดต่อสื่อสารแบบมีกลวง โดยอ้างว่า มีคำสั่งหรือนโยบาย และการมีความลับ ปกปิดข้อมูล และยังสอดคล้องกับที่เสนาะ ดิเฮอร์, 2541 ได้ให้ความคิดเห็นไว้อีกว่า การสื่อสารตามสายการบังคับบัญชาจากข้างบนลงข้างล่าง อาจมีการบิดเบือนข่าวสารในแต่ละระดับได้ เนื่องจากความสามารถที่จะเข้าใจข่าวสาร การติดตาม และการส่งต่อข่าวสารแตกต่างกัน ผู้บริหารที่ตระหนักถึงความสำคัญของปัญหานี้ ควรจะใช้วิธีการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) คือมีทั้งทางขึ้นและทางลง เมื่อผู้บริหารสั่งงานลงมาแล้ว ผู้ใต้บังคับบัญชาก็จะเสนอรายงานขึ้นไปเพื่อให้ผู้บริหารตัดสินใจขั้นสุดท้าย สำหรับผลการวิจัยในประเด็นนี้ จะมีความแตกต่างกับงานวิจัยของโชติรส ทิมพัฒน์พงษ์, 2536 ที่พบว่า ข้อมูลข่าวสารที่ใช้ในการปฏิบัติงานขององค์กรมีความน่าเชื่อถือสม่ำเสมอ มีประโยชน์ทันสมัย และความเพียงพอในระดับปานกลาง

นอกจากประเด็นดังกล่าวข้างต้นแล้ว ผู้วิจัยยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 40-49 ปี และมากกว่า 50 ปีให้ความสำคัญกับประเด็นมีการกระจายข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องในองค์กรอย่างทั่วถึง ซึ่งผลของการวิจัยนี้สอดคล้องกับผลงานวิจัยของโชติรส ทิมพัฒน์พงษ์, 2536 ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างเสนอแนะให้มีการกระจายข้อมูลข่าวสารในองค์กรอย่างทั่วถึง เป็นระบบ และรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

ประเด็นที่น่าสนใจเกิด คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไปจะให้ความสำคัญกับการมีระบบตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลหรือมีข้อมูลย้อนกลับ โดยมีตำแหน่งงานระดับผู้อำนวยการขึ้นไปและผู้จัดการฝ่าย แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างนี้เห็นความสำคัญของกระบวนการสื่อสาร ซึ่งเป็นกระบวนการที่ขึ้นอยู่กับผู้ส่งสารและผู้รับสารว่ามีความเข้าใจข้อมูลข่าวสารตรงกับที่ได้สื่อสารมาหรือไม่ การมีข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) จึงเป็นการดำเนินการที่ทำให้กระบวนการสื่อสารครบถ้วน ดังเช่นที่เสนาะ ดิเฮอร์, 2541 ได้อธิบายว่า กระบวนการสื่อสารจะประกอบด้วยส่วนต่าง ๆ และต้องมีข้อมูลย้อนกลับจึงจะครบถ้วนสมบูรณ์ เช่นเดียวกับที่ Alivie L. Smith, 1990 ได้กล่าวไว้ว่า ระบบการสื่อสารควรมีการดำเนินการและประเมินผลอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งตรงกับที่ Andrews และ Baird, 2000 ได้ให้หลักการว่า การสื่อสารในองค์กรส่วนใหญ่ไม่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากไม่มีการวัดประสิทธิภาพการสื่อสารอย่างชัดเจน ทั้งนี้ ประเวศน์ มหารัตน์สกุล (ตะวัน สาดแสง), 2548 ได้ให้คำแนะนำว่า เมื่อมีการส่งข้อมูลข่าวสารไปแล้วผู้รับไม่เข้าใจผู้ส่งต้องเต็มใจอธิบาย

นอกจากนั้น ผู้วิจัยยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญน้อยกับประเด็นการปล่อยข่าวลือเกี่ยวกับองค์กรอยู่เสมอ และมีการซุบซิบ/เล่าเรื่องต่าง ๆ ในหมู่พนักงานในระดับน้อยเช่นกัน แสดงให้เห็นว่า การสื่อสารในองค์กรธุรกิจของกลุ่มตัวอย่างเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งการปล่อยข่าวลือ/ การซุบซิบ/ เล่าเรื่องต่าง ๆ ในหมู่พนักงานนี้ ประเวศน์ มหารัตน์สกุล (ตะวัน สาด

แสง), 2548 เห็นว่าเป็นอุปสรรคต่อการสื่อสาร เนื่องจากมีเจตนาไม่ดี โดยใช้ข้อมูลเพื่อจุดประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง ทำให้ใช้การสื่อสารในทางที่ไม่เหมาะสม เช่นเดียวกับการใส่ความหรือฟังความข้างเดียวแล้วสรุป ล้วนเป็นข้อมูลข่าวสารที่เป็นผลร้ายต่อองค์กรทั้งสิ้น ซึ่งผลของการวิจัยนี้แตกต่างกับงานวิจัยของระวิทย์ บุญสินสุข, 2534 ที่ว่า การได้รับทราบข่าวคราวเรื่องราวที่ทำให้ผู้ได้บังคับบัญชาไม่สบายใจในการทำงานร่วมกับผู้บังคับบัญชา มาจากคำบอกเล่าของเพื่อนร่วมงานเป็นสาเหตุแรก ซึ่งผู้ได้บังคับบัญชาจะแก้ปัญหาด้วยการพูดคุยกับเพื่อนร่วมงานที่ไว้ใจได้

ประเด็นที่น่าสนใจเกิด คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20-29 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาโท อายุงานน้อยกว่า 5 ปีจะให้ความสำคัญกับการซุบซิบ/เล่าเรื่องต่าง ๆ ในหมู่พนักงานมากกว่ากลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ อาจเป็นเพราะเพิ่งเข้าร่วมงานกับองค์กรได้ไม่นานนัก ทำให้ต้องแสวงหาข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่อยากรู้ และคิดว่า ตนเองควรจะต้องรู้จากแหล่งต่าง ๆ ดังนั้น ในกรณีนี้ ผู้บริหารควรจัดหาข้อมูลที่เป็นประโยชน์ให้แก่กลุ่มตัวอย่างเหล่านี้เพียงพอ ถูกต้อง ชัดเจน แม่นยำ เพื่อจะได้ช่วยลดความผิดพลาด หรือลดความขัดแย้งที่อาจจะเกิดขึ้นได้ ทั้งนี้ สอดคล้องกับแนวคิดของเสนาะ ตีเขาว์, 2541 ที่กล่าวไว้ว่า ผู้บริหารต้องจัดหาข้อมูลต่าง ๆ เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างทั้งสองฝ่าย ซึ่งนอกจากจะก่อให้เกิดความพึงพอใจแล้ว ยังส่งผลถึงประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวมอีกด้วย และประเวศน์ มหารัตน์สกุล (ตะวัน สาคแสง), 2548 ยังได้ให้ความเห็นด้วยว่า เมื่อพนักงานเข้าใจข้อมูล จะมีผลโดยตรงต่อการเสริมสร้างให้องค์กรประสบผลสำเร็จได้อย่างน้อยพนักงานจะไม่ตกเป็นเครื่องมือของผู้ปล่อยข่าวลือ หรือผู้ส่งข้อมูลข่าวสารที่มีวาระซ่อนเร้น เป็นต้น

11. ประสิทธิภาพในการสื่อสารด้านระดับความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร

ผลการวิจัยพบว่า ประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญและเห็นว่ามีผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารขององค์กรธุรกิจมากที่สุด คือ ผู้ส่งข่าวสารเป็นบุคคลที่น่าเชื่อถือ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของประเวศน์ มหารัตน์สกุล (ตะวัน สาคแสง), 2548 ที่ว่า ระดับความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งและผู้รับต้องเป็นไปด้วยความซื่อสัตย์ และไว้วางใจซึ่งกันและกันได้ เมื่อมีข้อสงสัยเคลือบแคลงใจสามารถสอบถามได้ตลอดเวลา คือ ผู้รับไม่เข้าใจ ผู้ส่งต้องเต็มใจอธิบาย ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของอุดม มัดโน, 2540 ที่พบว่า คุณลักษณะน่าเชื่อถือของผู้บังคับบัญชามีผลต่อความพึงพอใจในการทำงานของผู้ได้บังคับบัญชามาก

นอกจากนั้น ผู้วิจัยยังพบว่า จุดมุ่งหมาย/วัตถุประสงค์ของการสื่อสารข้อมูลข่าวสารมีความชัดเจนก็เป็นประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงาน 11-15 ปี และ 16-20 ปีให้ความสำคัญมาก สอดคล้องกับแนวคิดของประเวศน์ มหารัตน์สกุล (ตะวัน สาคแสง), 2548 ที่กล่าวไว้ว่า ความชัดเจนในจุดมุ่งหมายของผู้ส่ง ผู้ส่งข่าวสารต้องคำนึงถึงพื้นฐานความรู้ ความเข้าใจของผู้รับ เช่นจะพูดเรื่องอะไร กับใครต้องใช้ภาษาที่แตกต่างกัน และจุดมุ่งหมายต้องไม่แอบแฝงซ่อนเงื่อน ผู้ส่งต้อง

ไม่ทำให้ผู้รับรู้สีกว่า มีเจตนาอื่นแอบแฝงอยู่ นอกจากนั้น ความเป็นเอกภาพของจุดมุ่งหมาย/ เป้าประสงค์โดยไม่มีความขัดแย้งซึ่งกันและกัน ทำให้การติดต่อสื่อสารถูกแปลความหมายเบี่ยงเบนไปจากเป้าประสงค์ ซึ่งการแก้ปัญหาการสื่อสารประเวศน์ มหารัตน์สกุล (ตะวัน สาคแสง), 2548 ได้ให้ข้อคิดว่า ต้องมีจุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ชัดเจน

สำหรับประเด็นผู้ส่งข่าวสารมีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลข่าวสารที่แจ้งแก่พนักงานบ้อย กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงเห็นว่า มีผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารขององค์กรธุรกิจมากกว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชาย แต่เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างในรายละเอียดแล้วพบว่า มีผลต่อประสิทธิภาพในการสื่อสารขององค์กรธุรกิจน้อยกว่าปัจจัยอื่น ๆ เช่นเดียวกับผลงานวิจัยของโชติรส ทิมพัฒน์พงษ์, 2536 ที่พบว่า สาเหตุภายในเกิดจากนโยบายไม่ชัดเจนแน่นอน มีการเปลี่ยนแปลงบ่อย ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเสนอแนะให้มีการรวบรวมประกาศ หลักเกณฑ์ต่างๆ ออกมาเป็นรูปเล่มให้กับพนักงานทุกคนทราบ

12. ประสิทธิภาพในการสื่อสารด้านศักยภาพ/ เทคโนโลยีที่ใช้ในการสื่อสาร

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญและเห็นว่า เทคโนโลยีที่ใช้ในการสื่อสารมีความทันสมัย/ มีศักยภาพดี มีผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารขององค์กรธุรกิจมากที่สุด เนื่องจากเป็นเครื่องมือหรืออุปกรณ์ที่ช่วยให้การสื่อสารขององค์กรเป็นไปอย่างมีระบบ มีประสิทธิภาพทั่วถึงและรวดเร็วยิ่งขึ้น ดังเช่นแนวคิดของพจน์ ใจชาญสุขกิจ, 2548 ที่กล่าวไว้ว่า ในการสื่อสารภายในองค์กรนั้น จะมีระดับการสื่อสารอยู่หลายระดับด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล การประชุม การฝึกอบรม การสัมมนา การชี้แจง การชี้แจงด้านเอกสาร วารสาร หรือระบบ Internet และ e-mail ภายในองค์กร การสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ CEO ควรเข้าไปมีส่วนร่วมด้วย มิใช่การสื่อสารระดับบริหารเท่านั้น ต้องทำให้ทุกระดับทั้งฝ่ายปฏิบัติการและฝ่ายบริหารรับทราบข้อมูลที่สอดคล้องกันจึงจะสร้างภาพลักษณ์หรือรับรู้ปัญหาขององค์กรได้หมด

นอกจากนั้น ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับงานวิจัยของโชติรส ทิมพัฒน์พงษ์, 2536 ที่ได้เสนอแนะให้มีการปรับปรุงการสื่อสารภายในองค์กรด้วยการให้ความสำคัญกับการสื่อสารในทุกๆ ระดับ ทั้งการสื่อสารที่เป็นทางการและการสื่อสารที่ไม่เป็นทางการ เพื่อกระจายข้อมูลข่าวสารในองค์กรให้ทั่วถึง เป็นระบบและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น โดยปรับปรุงระบบข้อมูลให้ทันสมัย ถูกต้องและแม่นยำ สามารถช่วยเหลืองานในปัจจุบันให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น มีการใช้สื่อหรือเทคโนโลยีใหม่ๆ เป็นต้น

สำหรับประเด็นองค์กรธุรกิจควรมีคู่มือการใช้เทคโนโลยีให้พนักงานเรียนรู้ด้วยตนเอง นั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญน้อย อาจเป็นเพราะองค์กรมีการจัดอบรมให้แก่พนักงานอยู่เสมอ ทำให้ไม่จำเป็นต้องเรียนรู้ด้วยตนเอง และที่สำคัญ คือ การศึกษาดูด้วยตนเองเป็นเรื่องยากและอาจเกิดความผิดพลาดเพราะเข้าใจไม่กระจ่างชัด ตลอดจนไม่มีผู้อธิบายเมื่อมีข้อข้องใจ ไม่มีตัวอย่าง และไม่มีเวลามากพอจะเรียนรู้ เนื่องจากตามสภาพที่เป็นจริงทุกคนในองค์กรธุรกิจ

จำเป็นต้องเร่งทำงานเพื่อสร้างผลงาน และไม่สามารถทำงานผิดพลาดได้ เนื่องจากจะส่งผลเสียต่อการดำเนินธุรกิจและภาพลักษณ์ขององค์กรธุรกิจโดยรวมได้ ทั้งนี้ ผลการวิจัยนี้จะแตกต่างกับงานวิจัยของโซคริส ทิมพัฒน์พงษ์, 2536 ที่ได้เสนอแนะให้มีการปรับปรุงการสื่อสารภายในของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (สกท.) ด้วยการจัดทำคู่มือปฏิบัติงาน

อภิปรายผลการวิจัยจากผู้ให้สัมภาษณ์เชิงลึก

จากผลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ผู้วิจัยพบว่า ผู้บริหารระดับสูงที่ให้สัมภาษณ์ทุกท่านเป็นผู้บริหารที่เห็นความสำคัญของการสื่อสารเป็นอย่างมาก โดยเห็นว่า การสื่อสารมีประโยชน์ต่อการบริหารองค์กร เพราะช่วยสร้างความเข้าใจในการดำเนินงานขององค์กรในทิศทางเดียวกัน ทำให้นำไปสู่การบรรลุเป้าหมายขององค์กรเดียวกัน ซึ่งผลของการสัมภาษณ์นี้ สอดคล้องกับความหมายของการสื่อสารที่ Buerkel, 1985 กล่าวไว้สรุปได้ว่า การสื่อสารเป็นความจำเป็นพื้นฐานของมนุษย์ เพราะก่อให้เกิดการถ่ายทอดเรื่องราว ข้อมูลต่าง ๆ เพื่อสร้างความเข้าใจให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

ดังนั้น เพื่อให้การสื่อสารบรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการ ผู้บริหารจำเป็นต้องมีทักษะในการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ เพราะพนักงานในองค์กรมีความแตกต่างหลากหลายกัน ซึ่งทักษะในการสื่อสารนี้ Berlo, 2503 ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า หมายถึง ความสามารถในการพูด การเขียน และความสามารถในการคิด และการใช้เหตุผล เป็นต้น ฉะนั้น ผู้บริหารที่ประสงค์จะมีทักษะในการสื่อสาร จึงมีความจำเป็นต้องเรียนรู้เพื่อฝึกฝนตนเองให้มีทักษะในการสื่อสารที่เหมาะสมดังเช่นที่ Vincent Nolan, 1987 กล่าวไว้ว่า การสื่อสารเป็นเรื่องของทักษะ เกิดจากการฝึกฝนซึ่งสอดคล้องกับที่ Andrews และ Baird, 2000 กล่าวไว้ว่า ผู้ใช้การสื่อสารที่ขาดความชำนาญในการสื่อสาร จะทำให้การสื่อสารในองค์กรธุรกิจไม่มีประสิทธิภาพ

นอกจากนั้น ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งได้ให้คำแนะนำว่า ควรจะต้องมีการออกแบบ (Design) รูปแบบ/กระบวนการในการสื่อสารให้สอดคล้องกับผู้รับสารในลักษณะเป็นการสื่อสารแบบเฉพาะเจาะจง (Specific Communication) เพื่อสื่อสารกับบุคคลในองค์กรที่มีความแตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคล เช่น อายุ เพศ การศึกษา อายุการทำงาน ตำแหน่งงาน เพราะเป็นเหตุให้แต่ละคนมีพฤติกรรม ความรู้สึก มุมมอง และการแสดงออกที่ต่างกัน ฉะนั้น หากผู้สื่อสารไม่สนใจความต้องการของผู้อื่น หรือสื่อสารแล้วสร้างความเข้าใจผิด จะทำให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารมีความเข้าใจไม่ตรงกันทำให้การสื่อสารไม่มีประสิทธิภาพได้ ซึ่งในประเด็นนี้สามารถประยุกต์แนวคิดของประเวศน์ นหารัตน์สกุล (ตะวัน สาตแสง), 2548 ที่ได้กล่าวถึง องค์ประกอบที่จำเป็นในการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนี้

1. ความชัดเจนในจุดมุ่งหมายของผู้ส่ง ผู้ส่งข่าวสารต้องคำนึงถึงพื้นฐานความรู้ความเข้าใจของผู้รับ เช่น จะพูดเรื่องอะไรกับใครต้องใช้ภาษาที่แตกต่างกัน ตัวอย่างเช่น พูดให้นักวิชาการหรือพนักงานฟัง ต้องมีความแตกต่างกัน
2. จุดมุ่งหมายต้องไม่แอบแฝงซ่อนเงื่อน ผู้ส่งต้องไม่ทำให้ผู้รับรู้สึกว่ามีเจตนาอื่นแอบแฝงอยู่
3. ระดับความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งและผู้รับต้องเป็นไปด้วยความซื่อสัตย์ และไว้วางใจซึ่งกันและกันได้ เมื่อมีข้อสงสัย เคลือบแคลงใจ สามารถสอบถามได้ตลอดเวลา
4. ภาษาและสื่อที่ใช้ ควรให้เหมาะสมกับผู้รับ โดยควรเป็นภาษาที่เข้าใจง่าย ไม่ว่าจะเป็นภาษาพูดหรือภาษาเขียน
5. แหล่งข้อมูลข่าวสาร ต้องสามารถทำให้ผู้รับทราบได้ทันทีว่า ส่งมาจากที่ใด ใครเป็นผู้ส่ง เช่น ผู้บริหารสั่งงาน ผู้รับคำสั่งสามารถเข้าใจความหมายของข้อมูลข่าวสารได้ทันที
6. ความเป็นเอกภาพของจุดมุ่งหมายหรือเป้าประสงค์โดยไม่มีความขัดแย้งซึ่งกันและกัน ซึ่งจะทำให้การติดต่อสื่อสารถูกแปลความหมายเบี่ยงเบนไปจากเป้าประสงค์
7. องค์ประกอบอื่น ๆ เช่น บรรยากาศการทำงานที่เป็นมิตรจะช่วยส่งเสริมการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

สำหรับความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการสื่อสารขององค์กรธุรกิจนั้น ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านเห็นว่า ควรเป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) เพื่อเปิดโอกาสให้ทุกคนในองค์กรได้สื่อสารและแลกเปลี่ยนข้อมูลกัน ซึ่งก็เป็นคำแนะนำที่สอดคล้องกับแนวคิดของเสนาดิเอวาร์, 2541 ที่กล่าวไว้ว่า การปฏิบัติงานจะมีประสิทธิภาพเพียงใด จะต้องอาศัยระบบการสื่อสารที่ดี ซึ่งวิธีการที่สมาชิกขององค์กรรับรู้ข่าวสารและแปลความหมายข่าวสารจะกระทบต่อขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานโดยตรง เพราะอาจก่อให้เกิดความไม่เข้าใจระหว่างผู้บริหารและพนักงานได้ ดังนั้น ระบบการสื่อสารจึงมีความสำคัญมาก การสื่อสารตามสายการบังคับบัญชาจากข้างบนลงข้างล่างอาจมีการบิดเบือนของข่าวสารขึ้นในแต่ละระดับได้เนื่องจากความสามารถที่จะเข้าใจข่าวสาร การตีความ และการส่งต่อข่าวสารที่แตกต่างกัน ผู้บริหารที่ตระหนักถึงความสำคัญของปัญหานี้จึงควรใช้วิธีการสื่อสารแบบสองทาง(Two-way Communication) คือ มีทั้งทางขึ้นและทางลง เมื่อผู้บริหารสั่งงานลงมาแล้ว ผู้ใต้บังคับบัญชาก็จะเสนอรายงานขึ้นไปเพื่อให้ผู้บริหารตัดสินใจขั้นสุดท้าย

นอกจากนั้น Andrews และ Baird, 2000 ยังได้ให้ความเห็นไว้ว่า การสื่อสารทางเดียวแทนการสื่อสารหลายช่องทางจะทำให้การสื่อสารขององค์กรธุรกิจไม่มีประสิทธิภาพ เช่นเดียวกับแนวคิดของประเวศน์ มหารัตน์สกุล (ตะวัน สาดแสง) ,2548 ที่เห็นว่า การฟังความข้างเดียว หรือรับข้อมูลเพียงด้านเดียวแล้วสรุปผล จะเป็นผลร้ายต่อองค์กรได้

ดังนั้น องค์การธุรกิจจะต้องให้ความสำคัญกับการสื่อสาร โดยผู้ให้สัมภาษณ์ได้ให้ความเห็นว่า ต้องคำนึงถึงการไหลเวียนของข้อมูล/การกระจายข่าวสาร (Information flow) เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร โดยมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) เพื่อให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ รวดเร็ว ทันเวลา และแม่นยำด้วยการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ หรือใช้รูปแบบการสื่อสารใหม่ ๆ เช่น IMC/MARCOM ฯลฯ เพื่อพัฒนาระบบการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศในยุคปัจจุบัน และนอกจากมีการกระจายข่าวสารผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศแล้ว ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งได้เล่าว่าที่บริษัทใช้วิธีการพูดต่อหน้าทีประชุมในช่วงเช้า (Morning Speech) เพื่อฝึกภาวะผู้นำ และเพื่อให้แก่การสื่อสาร จะได้ทำงานกับผู้อื่นได้ราบรื่นยิ่งขึ้น และยังมีการใช้การสื่อสารแบบสองทาง(Two-way Communication) เพื่อรับฟังปัญหาในทุกระดับ โดยใช้การสื่อสารทางตรง (Direct Communication) เพื่อให้เกิดความรู้สึกที่ดีต่อกัน เป็นการใช้ประสาทสัมผัสของมนุษย์ (Human Touch) ทำให้ได้เห็นสีหน้า แววตา ได้ยินน้ำเสียง ฯลฯ ของคู่สนทนาทำให้สามารถรับรู้ความรู้สึกของผู้สื่อสารทั้งผู้ส่งและผู้รับได้ดีขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้อีกฝ่ายได้รับรู้ถึงความรู้สึกที่อยู่ในใจ ไม่ว่าจะเป็นความห่วงใย ความจริงใจ ฯลฯ ทำให้เป็นการใช้ใจสัมผัสใจ (Heart to Heart) ระหว่างผู้บริหารและพนักงาน หรือพนักงานต่อผู้บริหาร พนักงานต่อพนักงาน ผู้มีส่วนได้เสีย/บุคคลภายนอกไม่ว่าจะเป็นลูกค้า คู่ค้า หรือพันธมิตรธุรกิจอื่นๆภาครัฐบาล ฯลฯ บริษัทได้นำวิธีการสื่อสารเช่นนี้มาประยุกต์ใช้เป็นวัฒนธรรมองค์กร ซึ่งในประเด็นนี้ ผู้ให้สัมภาษณ์บางท่านเห็นว่า การสร้างวัฒนธรรมองค์กรเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารขององค์กรธุรกิจ เช่นเดียวกับการมีนโยบายสนับสนุนส่งเสริมการสื่อสารขององค์กรให้มีประสิทธิภาพ

ทั้งนี้ แนวคิดของผู้ให้สัมภาษณ์ดังกล่าวข้างต้นสอดคล้องกับแนวคิดของพจน์ ใจชาญสุขกิจ, 2548 ที่ได้กล่าวไว้ สรุปได้ว่า การมีวัฒนธรรมและพฤติกรรมการสื่อสารในองค์กรที่ดี จะสามารถสร้างความมั่นคง และเหนียวแน่นให้องค์กรคงอยู่ได้ ถึงแม้ว่าจะมีการแสดงออก หรือวิธีการดำเนินงานที่แตกต่างกัน แต่ท้ายที่สุดจะมีจุดมุ่งหมายเดียวกัน เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร ฉะนั้น การสื่อสารภายในองค์กรจะเป็นศูนย์กลางที่ทำให้บุคลากรรับรู้ และเข้าใจในสิ่งเดียวกัน ปัญหาที่พบในองค์กรของไทย คือ มักยึดติดอยู่กับค่านิยมในระดับผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชาผ่านการสั่งการในแนวดิ่ง ทำให้ขาดปฏิสัมพันธ์ที่ดีภายในองค์กร ดังนั้น CEO ควรทำให้การสื่อสารภายในองค์กรดีด้วยการให้ทุกคนได้รับรู้และรับทราบข้อมูลขององค์กร และสามารถสื่อสารกลับไปยังส่วนกลางได้ โดยควรใช้การสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) กับบุคลากรภายในองค์กร เช่นเดียวกับบุคคลภายนอก ไม่ควรมองว่าคนในด้วยกันคงรู้แล้ว หรือให้รับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับองค์กรของตนเองจากบุคคลภายนอก นอกจากนั้น การสื่อสารภายในองค์กรยังมีการสื่อสารอยู่หลายระดับ ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล การประชุม การฝึกอบรม การสัมมนา การชี้แจงด้วยวาจา การชี้แจงด้วยเอกสาร วารสาร หรือระบบ

Internet และ e-mail ภายในองค์กร การสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการ เป็นต้น ซึ่งทั้งหมดนี้ CEO ควรเข้าไปมีส่วนร่วมด้วย และมีใช้การสื่อสารระดับบริหารเท่านั้น ต้องทำให้ทุกระดับทั้งฝ่ายปฏิบัติการและฝ่ายบริหารรับทราบข้อมูลที่สอดคล้องกัน หรือรับรู้ปัญหาขององค์กรทั้งหมด ควรทำให้เป็นวัฒนธรรมองค์กรที่ให้ความสำคัญต่อการสื่อสารภายใน รับฟังปัญหาของบุคลากร แม้จะเป็นเรื่องนอกเหนือจากงาน CEO ควรเป็นศูนย์กลางหรือศูนย์รวมให้บุคลากรส่วนต่าง ๆ เข้ามาปรึกษาหารือได้ CEO ต้องทำตัวเป็นแบบอย่างที่ดี หาก CEO สามารถปรับค่านิยม ทักษะคติของตนเองให้ยอมรับฟัง และมีการแลกเปลี่ยนพูดคุยกับบุคลากรที่นอกเหนือจากฝ่ายบริหารด้วยกันแล้ว จะเป็นการสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงาน CEO จึงจำเป็นต้องใส่ใจในรายละเอียดในทุก ๆ ส่วนขององค์กร โดยเฉพาะในองค์กรที่มีบุคลากรเป็นจำนวนมาก และต่างสาขาวิชาชีพ CEO ต้องยอมรับความแตกต่างของบุคลากร ต้องใส่ใจในรายละเอียดอย่างรอบคอบและรอบด้าน เนื่องจากการทำงานต้องอาศัยส่วนงานหลาย ๆ ฝ่าย จึงจำเป็นต้องใช้การสื่อสารที่สามารถสื่อให้เข้าใจถึงภารกิจแต่ละด้านได้เป็นอย่างดี และควรรู้จักสภาพที่แท้จริงขององค์กรเป็นอย่างดี ตลอดจนรู้จักบุคลากรในแต่ละฝ่ายด้วย เนื่องจากจะสามารถส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ปรากฏต่อสายตาที่มองมาจากภายนอกได้

สำหรับประเด็นความคิดเห็นของพนักงานที่แตกต่างกับผู้บริหารนั้น ผู้ให้สัมภาษณ์ใช้วิธีการรับฟังความคิดเห็นผ่านทุกช่องทาง สรุปได้ดังนี้

1. ใช้นโยบายการเปิดประตู (Open-door Policy) ด้วยการให้พนักงานเข้าพบได้ตลอดเวลา
2. ใช้ระบบร้องเรียน
3. ใช้การระดมสมอง (Brain storming)
4. ใช้การควบคุม
5. ใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น e-mail เป็นต้น
6. ใช้การสื่อสารโดยตรง

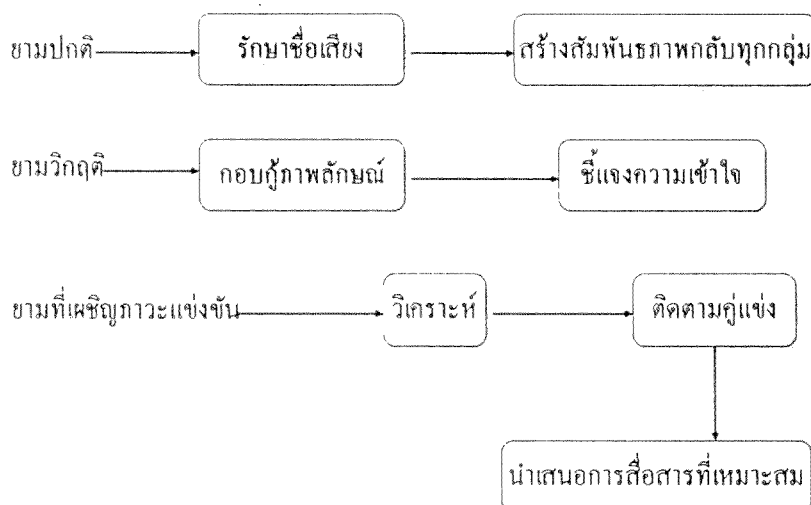
สำหรับการใช้นโยบายการเปิดประตู (Open – door Policy) ด้วยการให้พนักงานเข้าพบได้ตลอดเวลาของผู้ให้สัมภาษณ์นี้ เป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับงานวิจัยของระวิทย์ บุญสินสุข, 2534 ที่ว่า การสื่อสารในการบริหารงานภาคเอกชนส่วนใหญ่มักจะมีการติดต่อสื่อสารสองทางระหว่างผู้บริหาร (ผู้บังคับบัญชา) กับผู้ปฏิบัติการ (ผู้ใต้บังคับบัญชา) คือ ผู้บริหารส่วนใหญ่ใช้นโยบายเปิดประตู (Open-door Policy) โดยเปิดโอกาสให้ผู้ปฏิบัติการ (ผู้ใต้บังคับบัญชา) ได้พูดคุยและแสดงออกซึ่งความคิดเห็น ความรู้สึก และทักษะในเรื่องต่าง ๆ อย่างเปิดเผยและเสรีในระดับหนึ่ง โดยที่ผู้บริหาร (ผู้บังคับบัญชา) ส่วนใหญ่รับฟังและเต็มใจที่จะนำเอาข้อเสนอแนะไปพิจารณาตามความเหมาะสมต่อไป ส่งผลต่อการสร้างบรรยากาศให้เอื้ออำนวยต่อการติดต่อสื่อสารในการทำงาน หรือความรู้สึกพึงพอใจที่เกิดขึ้นจากการทำงาน โดยมุ่งถึงวัตถุประสงค์และผลสัมฤทธิ์ของงานเป็นสำคัญ ซึ่งแตกต่างจากระบบบริหารแบบราชการ ค่านิยมส่วนใหญ่มักยึดถือกฎเกณฑ์ ระเบียบ

ข้อบังคับอย่างเคร่งครัด และให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามกฎระเบียบมากกว่าผลสัมฤทธิ์ของงานทำให้เกิดระบบการใช้อำนาจและการควบคุมในลักษณะอัตตาธิปไตย 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

ในประเด็นความคิดเห็นที่ไม่ตรงกันนี้ แม้ผู้ให้สัมภาษณ์จะใช้วิธีการรับฟังที่หลากหลาย ดังกล่าวข้างต้น แต่สาเหตุที่เกิดขึ้น เป็นผลเนื่องมาจากการพื้นฐานการรับรู้ของบุคคลต่างกัน ทำให้แปรผล หรือเข้าใจแตกต่างกัน แต่หากมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น จะนำไปสู่ความเข้าใจที่ถูกต้อง และไม่ก่อให้เกิดความขัดแย้งขั้นรุนแรงที่มีผลทางลบ ดังนั้น เพื่อให้การแก้ปัญหาในเรื่องนี้ ประเวศน์ มหารัตน์สกุล (ตะวัน สาดแสง), 2548 ได้แนะนำให้ผู้บริหารและพนักงานใช้กรอบกติกาของการแสดงความคิดเห็นที่ขัดแย้งกัน ดังนี้

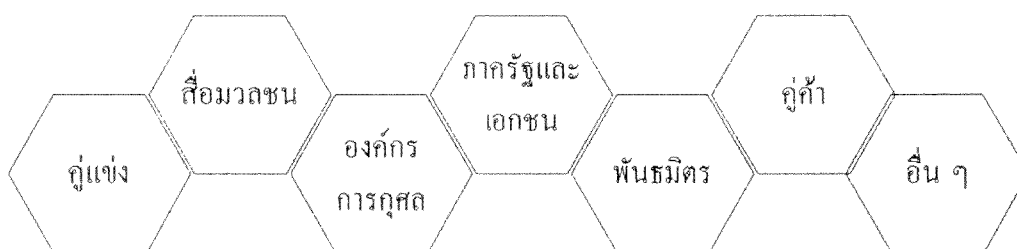
1. ยึดถือผลประโยชน์ร่วมกัน
2. ยอมผูกพันที่จะถกเถียงบนกติกาที่กำหนดร่วมกัน
3. ให้เกียรติซึ่งกันและกัน เปิดกว้างทางความคิด ยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น
4. หลีกเลี่ยงการพูดจาเสียดสี ประชดประชัน หรือข่มผู้อื่น
5. จัดรูปแบบโครงสร้างการถกเถียงหรือกำหนดระเบียบวาระ (Agenda) บนเวที คือ ต้องรู้ว่าประเด็นที่ถกเถียงนั้นเป็นข้อความจริง (Fact) หรือความรู้สึก (Feeling) หรือค่านิยม (Values) ฯลฯ
6. ไว้วางใจซึ่งกันและกัน เชื่อว่าทุกคนหวังดีต่อองค์กร
7. สร้างความเคารพน่าเชื่อถือให้ความเอื้อเฟื้อแก่ผู้ที่ด้อยกว่าตนและเทคนิคที่จะสร้างค่าน่าเชื่อถือ บางครั้งต้องแลกด้วยความเอื้อเฟื้อ

จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยยังพบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านให้ความสำคัญกับการติดต่อสื่อสารกับบุคคลภายนอก เช่น ลูกค้า คู่ค้า หุ้นส่วนและสังคมผ่านช่องทางการสื่อสารทุกช่องทางเพื่อรักษาสัมพันธภาพ และสร้างความศรัทธาให้แก่องค์กร ซึ่งแนวคิดเช่นนี้สอดคล้องกับแนวคิดของพจน์ ใจชาญสุขกิจ, 2550 ที่ได้อธิบายบทบาทของการสื่อสารในองค์กรไว้ ดังนี้



รูปที่ 12 การสร้างสัมพันธภาพและสร้างความศรัทธาที่ประชาชนมีต่อองค์กร (อ้างอิงในหน้า 17)

นอกจากนั้น พงษ์ ใจชาญสุขกิจ, 2550 ยังได้ให้ความเห็นอีกว่า การติดต่อสื่อสารมิใช่เพียงการออกข่าวตามประกาศเท่านั้น แต่จะต้องมีลักษณะของข่าวที่สะท้อนถึงภาพลักษณ์องค์กรในฐานะที่เป็นประชาชนของสังคม และมีส่วนรับผิดชอบต่อสังคม โดยใช้สื่อที่เหมาะสม ไม่ว่าองค์กรนั้นจะมีรูปแบบใดก็ตาม โดยผู้ประสานงานการติดต่อสื่อสารจะต้องมีศิลปะการสื่อความ การเจรจาต่อรอง และการแสวงหาโอกาสในการสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กรด้วยดังรูปที่ 12



รูปที่ 12 การประสานงานการติดต่อสื่อสาร (อ้างอิงในหน้า 18)

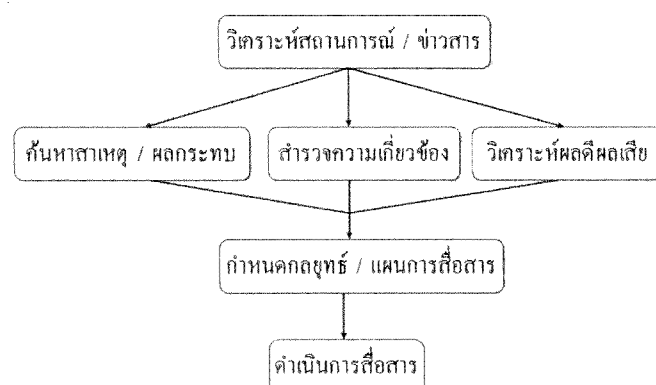
สำหรับประเด็นคำถามเกี่ยวกับการพัฒนาปรับปรุงประสิทธิภาพการสื่อสารภายในและภายนอก ตลอดจนแนวโน้มการสื่อสารในอนาคตขององค์กรธุรกิจนั้น ผู้ให้สัมภาษณ์ได้ให้ความคิดเห็นหลายประการ สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเครื่องมือในการสื่อสาร
2. วางระบบการสื่อสารให้สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจ
3. สร้างเครือข่ายการสื่อสาร

4. วางแผนการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ
5. วางกลยุทธ์ในการสื่อสาร
6. จัดกิจกรรมทางการสื่อสาร
7. ให้ความสำคัญกับคนโดยใช้ Human Touch สร้างความเข้าใจซึ่งกันและกัน
8. ขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ

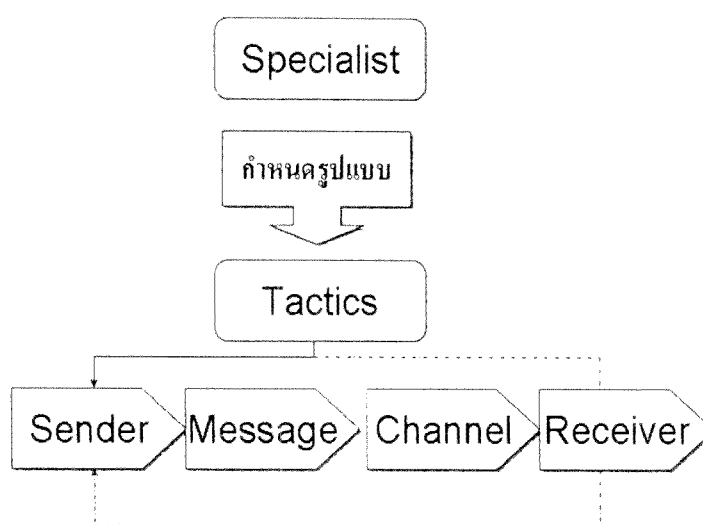
จากผลการสัมภาษณ์นี้ จะเห็นว่า ผู้ให้สัมภาษณ์เห็นความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศว่ามีความสำคัญต่อการดำเนินงาน เพราะทำให้ส่งข่าวถึงกันได้อย่างรวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์ และยังสามารถใช้ประโยชน์ด้านการเก็บข้อมูล ประมวลผล และใช้ข้อมูลเหล่านั้นประกอบการตัดสินใจหรือใช้ในการทำงานอื่น ๆ ได้ สอดคล้องกับที่ประเวศน์ มหารัตน์สกุล (ตะวัน สาดแสง), 2548 ได้กล่าวไว้ว่า ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศทำให้ต้องมีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างการบริหารงาน หรือออกแบบการบริหารงานใหม่ หรือแม้แต่กระบวนการปฏิบัติงานใหม่ เนื่องจากได้ทำลายมิติการทำงานที่อิงเวลาและสถานที่อย่างสิ้นเชิง ดังนั้น พนักงานในองค์กรต้องมีการปรับเปลี่ยนทัศนคติ และวิธีปฏิบัติงานโดยต้องใช้คอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติงานแทน ทั้งนี้ ในการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในองค์กร พนักงานต้องปรับตัวให้สามารถเข้าใจ และใช้เทคโนโลยีเพื่อไม่ให้มีทัศนคติต่อต้าน ฉะนั้น ก่อนนำเทคโนโลยีมาใช้ในองค์กร ผู้บริหารต้องศึกษาว่า พนักงานสามารถใช้และควบคุมเทคโนโลยีได้หรือไม่ เพียงใด

ส่วนความคิดเห็นในการวางกลยุทธ์การสื่อสารของผู้ให้สัมภาษณ์ สอดคล้องกับแนวคิดของพจน์ ใจชาญสุขกิจ, 2550 ว่า ในการวางแผนการสื่อสาร/กลยุทธ์ในการสื่อสาร ผู้บริหารระดับสูงจะกำหนดหรือดำเนินการในรูปนโยบายเพื่อให้บรรลุพันธกิจ (mission) ขององค์กร โดยกลยุทธ์จะบอกรายละเอียดว่า วัตถุประสงค์เป็นอย่างไร และใช้วิธีการอย่างไรเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว กลยุทธ์จะเป็นตัวกำหนดทิศทางของแผน และกลยุทธ์การสื่อสารจะปรากฏอยู่ในแผนการสื่อสาร ทั้งนี้ ผู้บริหารอาจนำเอากลยุทธ์ผนวกเป้าหมายและวิสัยทัศน์ (vision) ออกมาเป็นตัวชี้วัด (KPI) เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และส่งผลไปยังผลสัมฤทธิ์ของงานได้ดังรูปที่ 13



รูปที่ 13 การวิเคราะห์และศึกษาวิจัยปัญหา (อ้างอิงในหน้า 19)

สำหรับความคิดเห็นประเด็นการวางแผนการสื่อสารโดยผู้เชี่ยวชาญนั้น สอดคล้องกับแนวคิดของพจน์ ใจชาญสุขกิจ, 2550 ที่กล่าวไว้ว่า การวางแผนและการทำงานด้านการสื่อสารจำเป็นต้องอาศัยผู้รู้ หรือผู้มีความรู้ ความชำนาญ จะได้เข้าใจวิธีการดำเนินการสื่อสารอย่างถูกต้อง โดยเฉพาะในสถานการณ์ที่มีความเสี่ยง และต้องอาศัยการแข่งขันที่ค่อนข้างสูง เพราะการกำหนดส่วนประกอบต่าง ๆ ขึ้นมาเป็นแผนต่างมีความสำคัญ นับตั้งแต่เริ่มต้นกำหนดรูปแบบการวางแผน ขั้นตอนการวางแผน จนนำไปสู่ช่องทางของผู้รับสารเพื่อให้ผู้วางแผน และกลุ่มเป้าหมายสามารถรับรู้ในแนวทางเดียวกัน ดังรูปที่ 14



รูปที่ 14 การวางแผนโดยผู้เชี่ยวชาญ (อ้างถึงในหน้า 20)

ส่วนความคิดเห็นประเด็นของการจัดกิจกรรมนั้นพจน์ ใจชาญสุขกิจ, 2550 ได้อธิบายว่า หมายถึง การสร้างสรรค์วิธีการเผยแพร่เรื่องราวขององค์กร หรือออกมาในรูปแบบของการจัดกิจกรรม เช่น การจัดสัมมนา การจัดแสดงสินค้า การจัดประกวด รวมถึงการสร้างประโยชน์ให้กับชุมชน/สังคม สะท้อนให้เห็นถึงความรับผิดชอบต่อส่วนรวม และสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กร เช่น กิจกรรมด้านการศึกษาเยาวชน ศิลปวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม กีฬา ศาสนา เป็นต้น

สำหรับความคิดเห็นประเด็นการประเมินผลนั้น ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นว่า เป็นเรื่องสำคัญทำให้ได้รู้ว่า การสื่อสารมีประสิทธิภาพหรือไม่ และควรดำเนินการสื่อสารไปในแนวทางใดจึงจะเหมาะสมที่สุด ซึ่งในเรื่องนี้พจน์ ใจชาญสุขกิจ, 2550 ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการประเมินผลการสื่อสารไว้ว่า

1. เพื่อตรวจสอบผลการปฏิบัติงานตามแผนการสื่อสารว่า ได้ช่วยให้องค์กร/หน่วยงานได้รับผลสำเร็จตรงตามเป้าหมายที่วางไว้หรือไม่
2. เพื่อตรวจสอบว่า ผลงานการสื่อสารที่ได้ปฏิบัติไปได้ผลคุ้มค่ากับการลงทุนหรือไม่

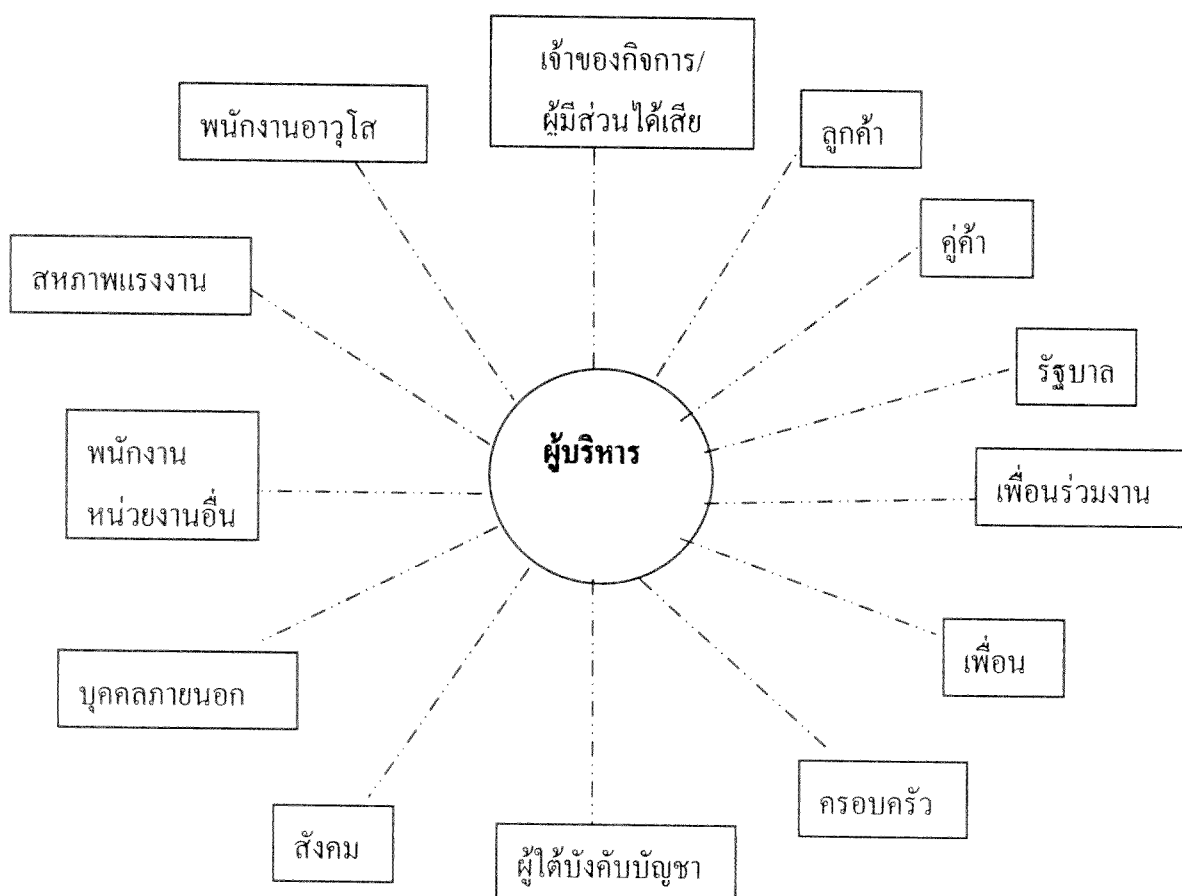
3. เพื่อให้เป็นข้อมูลพื้นฐานช่วยในการตัดสินใจของผู้บริหารได้ชัดเจนขึ้น จะได้วางแผนนโยบายในการบริหารงาน วางแผนงบประมาณในการปฏิบัติงานทางการสื่อสารว่า ควรเน้นไปในด้านใด
4. เพื่อศึกษาและประเมินกลุ่มเป้าหมายว่า มีปฏิกิริยาโต้ตอบอย่างไร มีความคิดเห็น ความรู้สึก ความต้องการอย่างไร
5. เพื่อต้องการทราบว่า ทรัพยากรมีเพียงพอหรือไม่

ดังนั้น การประเมินผลการสื่อสาร จึงเป็นเรื่องที่องค์กรธุรกิจจำเป็นต้องกระทำ เพราะนอกจากจะทำให้รู้ข้อมูลหลังจากการปฏิบัติงานจริงแล้ว ยังสามารถใช้ประโยชน์ในการวางแผน และการควบคุมงานให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ด้วย

ส่วนสุดท้ายของการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยได้ขอให้ผู้ให้สัมภาษณ์ทำการประเมินคุณลักษณะด้านการสื่อสารของตนเอง ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านกรุณาให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี และจากผลที่ได้รับทำให้ผู้วิจัยสามารถสรุปคุณลักษณะด้านการสื่อสารของผู้ให้สัมภาษณ์ได้ว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านให้ความสำคัญกับการสื่อสารอย่างมาก และเป็นผู้บริหารที่รับฟังความเห็นของผู้อื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งยินยอมให้ผู้ได้บังคับบัญชาสามารถสื่อสารชี้แจงข้อมูลต่างๆ ได้ อีกทั้งยังสนับสนุนให้พนักงานทุกคนสามารถแสดงความคิดเห็น/ ความรู้สึกต่างๆ ได้อีกด้วย จึงทำให้สามารถสรุปได้ว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ใช้แนวทางของการบริหารงานในลักษณะการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication) เพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านยังให้ความสำคัญกับการเปิดรับข้อมูลใหม่ ๆ ทำให้เป็นบุคคลที่พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง และสามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี ซึ่งคุณลักษณะด้านการสื่อสารของผู้ให้สัมภาษณ์ดังกล่าว จะเป็นในแนวทางเดียวกับผลงานวิจัยของรุ่งรัตน์ ชัยสำเริง, 2547 ที่ว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication) จะให้ความสำคัญกับการแลกเปลี่ยนข้อมูล และความคิดเห็นแบบสองทางที่สมดุล รวมทั้งเน้นการมีปฏิสัมพันธ์ต่อเนื่องระหว่างคู่สื่อสาร โดยอาศัยช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคลและสื่อขนาดเล็ก ที่สามารถครอบคลุมบุคคลเฉพาะกลุ่มอย่างทั่วถึง แทนกระบวนการสื่อสารที่มีการชี้นำแบบทางเดียว หรือใช้สื่อมวลชนซึ่งครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายในวงกว้าง

ข้อเสนอแนะของผู้วิจัยสำหรับผู้บริหาร

จากผลการวิจัยของกลุ่มตัวอย่าง และจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้บริหารระดับสูงขององค์กรธุรกิจที่เป็นสมาชิกของหอการค้าไทยแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับและสรุปผลเพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการนำเสนอรูปแบบการสื่อสาร (Communication Model) ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในองค์กรธุรกิจเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารขององค์กรธุรกิจให้ดียิ่งขึ้น เนื่องจากผู้วิจัยเล็งเห็นว่า องค์กรธุรกิจจำเป็นต้องมีรูปแบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับบุคคลหลายกลุ่มที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นบุคคลที่อยู่ภายในหรือภายนอกองค์กรธุรกิจรวมทั้งภาครัฐและสังคมเพื่อให้เกิดผลสำเร็จของงาน โดยผู้บริหารนั้นจะเป็นตัวแทนขององค์กรธุรกิจที่มีบทบาทหน้าที่ในการประสานความสัมพันธ์กับกลุ่มต่างๆ ทำให้ต้องเป็นผู้ที่มีทักษะในการสื่อสารที่ดี เพราะจะต้องเป็นผู้ที่สามารถใช้รูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องได้ ดังแนวคิดของ Evans, 1990 ที่สามารถนำมาประยุกต์ได้ ดังนี้



รูปที่ 15 การสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรธุรกิจ

(ประยุกต์จาก Desmond W Evans, 1990 : 65)

ฉะนั้น ในการเสนอแนะนี้ เพื่อให้ผลงานวิจัยสามารถใช้เป็นประโยชน์ต่อองค์กรธุรกิจได้ ผู้วิจัยใคร่ขอเสนอ **รูปแบบการสื่อสารสำหรับผู้บริหารที่มีประสิทธิภาพ** ภายใต้แนวคิดที่เรียกว่า **SMART CEO MODERN STYLE** เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้บริหารนำไปประยุกต์ใช้ในการสื่อสาร เพื่อส่งเสริมหรือสนับสนุนให้ผู้บริหารสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับบุคคลต่างๆที่เกี่ยวข้อง และสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างราบรื่น ซึ่งการเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารจะส่งผลไปถึงการเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กรธุรกิจเช่นกัน เนื่องจากการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจะช่วยให้ องค์กรธุรกิจสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายที่ต้องการได้ โดยแนวคิดในการสื่อสารด้วยการใช้ “**SMART CEO MODERN STYLE**” นั้น จะมีองค์ประกอบดังนี้

SMART	CEO	MODERN	STYLE
S - Skill ทักษะในการสื่อสาร	C - Communication Style แบบการสื่อสาร	M - Moral คุณธรรม/ ศีลธรรม	S - Strategy กลยุทธ์ที่ใช้ในการสื่อสาร
M - Media สื่อในการสื่อสาร	E - Encouragement การกระตุ้นสนับสนุน	O - Open-door Policy นโยบายการเปิดประตู	T - Two-way Communication การสื่อสารแบบสองทาง
A - Ability ความสามารถ	O - Openness การเปิดเผย	D - Design การออกแบบ	Y - Your Vision การมีวิสัยทัศน์ด้านการสื่อสาร
R - Responsibility ความรับผิดชอบ		E - Evaluation การประเมินผล	L - Listening การรับฟัง
T - Technology เทคโนโลยี		R - Reliability ความน่าไว้วางใจ	E - Event การจัดกิจกรรมการสื่อสาร
		N - Network การสร้างเครือข่าย	

รูปที่ 16 แสดงรายละเอียดแนวคิด SMART CEO MODERN STYLE (ทองทิพภา วิริยะพันธุ์, 2550)

องค์ประกอบของ SMART CEO MODERN STYLE จะมีรายละเอียด ดังนี้

S - Skill หมายถึง ทักษะในการสื่อสาร หรือ Communication Skill ถือเป็นคุณสมบัติสำคัญประการหนึ่งที่ผู้บริหารจำเป็นต้องมี และจะต้องฝึกฝนให้เกิดขึ้นในตัวเอง ทักษะในการสื่อสารที่พูดถึงนี้ ได้แก่ ความสามารถในการพูด การเขียน และความสามารถในการคิด และการใช้เหตุผล เป็นต้น หากผู้บริหารมีทักษะในการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ จะสามารถสื่อสารข้อมูลข่าวสาร แลกเปลี่ยนข้อมูล/ ความคิดเห็น/ปรึกษาหารือ ตลอดจนสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับบุคคลทั้งภายในและภายนอกองค์กร ทำให้ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในการสื่อสาร หรือมีทักษะในการสื่อสารที่มี

ประสิทธิภาพจะสามารถใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือในการสร้างความร่วมมือร่วมใจได้เป็นอย่างดี ส่งผลให้องค์กรประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ นอกจากนี้ ผู้บริหารจะสามารถใช้การสื่อสารสร้างความเข้าใจกับพนักงานหรือบุคลากรในองค์กรได้อีกด้วย เพราะเมื่อพนักงานเข้าใจเรื่องราวต่างๆ พนักงานจะไม่ตกเป็นเครื่องมือของผู้ปล่อยข่าวลือ หรือ ผู้ส่งข้อมูลข่าวสารที่มีวาระซ่อนเร้นเหล่านั้น

M – Media หมายถึง สื่อในการสื่อสาร การเลือกสื่อมีความสำคัญยิ่ง เพราะเป็นทิศทางในการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสาร และกลยุทธ์อื่น ๆ ให้มีความสอดคล้องกันทั้งเนื้อหา ช่องทางและการขยายผล รวมทั้งมีผลย้อนกลับมายังผู้ส่ง ทำให้ทราบสถานการณ์ ปฏิกริยาผู้รับสาร ตลอดจนภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้น

A – Ability หมายถึง ความสามารถ อันได้แก่ การเป็นบุคคลที่มีความรู้ความสามารถ และใช้ความรู้ความสามารถนั้นให้เป็นประโยชน์ต่อตนเองและหน่วยงาน ทั้งนี้ ผู้ที่มีความสามารถจะต้องเก่งด้านการสื่อสารด้วย จะได้สื่อความเป็นมืออาชีพให้ผู้อื่นได้รับรู้เพื่อให้ได้รับการยอมรับในความสามารถนั้นจากผู้ที่เกี่ยวข้องหรือสังคม

R – Responsibility หมายถึง ความรับผิดชอบ ผู้บริหารและพนักงานขององค์กรควรมีจิตสำนึกของความรับผิดชอบต่อองค์กร บุคคลในองค์กร และสังคมภายนอก เพื่อแสดงให้เห็นถึงความเป็นคนดี มีคุณธรรมและจริยธรรมเป็นที่ตั้ง และที่สำคัญที่สุด คือ การรับผิดชอบต่อคำพูดของตนเอง เพราะจะได้ไม่สร้างปัญหากับผู้อื่นอันจะเป็นเหตุแห่งความร้าวฉาน แยกแยะ ซึ่งจะส่งผลเสียต่อองค์กรและภาพลักษณ์ขององค์กร เนื่องจากทำให้ขาดความน่าเชื่อถือได้

T – Technology หมายถึง เทคโนโลยี ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้องค์กรแข่งขันกับองค์กรอื่นได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเทคโนโลยีสารสนเทศซึ่งเป็นเครื่องมือสมัยใหม่ที่เพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้ องค์กรธุรกิจจะต้องรู้จักการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อองค์กรธุรกิจสูงสุด

C – Communication Style หมายถึงแบบการสื่อสารที่เหมาะสมกับผู้ส่งและผู้รับสาร ซึ่งมีความแตกต่างทั้งในด้านทัศนคติ ความรู้ ระบบสังคม วัฒนธรรม และความชำนาญในการสื่อสาร ดังนั้น ภาษาและสื่อที่ใช้ควรพิจารณาให้เหมาะสมกับผู้รับ โดยควรเป็นภาษาที่เข้าใจง่าย ชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นภาษาพูด หรือภาษาเขียน และที่สำคัญต้องสื่อสารอย่างมีเมตตา ความเป็นกัลยาณมิตรที่ดีจึงจะทำให้การสื่อสารนั้นเป็นที่ประทับใจ น่าชื่นชมสรรเสริญ อีกทั้งยังช่วยลดความขัดแย้งที่อาจเกิดขึ้นได้

E – Encouragement หมายถึง การกระตุ้นสนับสนุน หรือการบำรุงรักษาน้ำใจเพื่อให้เกิดขวัญและกำลังใจที่ดี ทำให้เป็นการใช้การสื่อสารในเชิงบวก และในเชิงสร้างสรรค์ เพราะรู้จักใส่ใจผู้อื่น เอาใจเขามาใส่ใจเรา คิดถึงใจเขาใจเรา รู้จักการถนอมน้ำใจ และรู้จักการควบคุมอารมณ์ตนเอง ไม่ให้พูดหรือแสดงพฤติกรรมในทางที่ไม่เหมาะสม ทำให้สอดคล้องกับแนวทางของการใช้ Human

Touch หรือประสาทสัมผัสรับรู้อารมณ์/ ความรู้สึกของผู้อื่น เพราะตระหนักถึงคุณค่าของมนุษย์ จึงเห็นความสำคัญของการมีปฏิสัมพันธ์ที่ดี เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดและเพื่อสื่อถึงความเป็นมิตร มีความเข้าใจ ความเห็นอกเห็นใจ ทำให้รู้สึกว่าเป็นพวกเดียวกัน

O – Openness หมายถึง การเปิดเผย ซึ่งในที่นี้หมายถึงการเปิดเผยข้อมูล หรือข่าวสารต่อบุคคลอื่นด้วยความเต็มใจ และผู้รับข่าวสารที่ได้รับข้อมูลนั้น จะต้องเต็มใจแสดงปฏิกิริยาต่อข่าวสารที่เปิดเผยนั้นอย่างจริงใจไม่ว่าจะเป็นด้านบวกหรือด้านลบ คือ มีความตรงไปตรงมา เช่น หลังจากได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารแล้วอาจแสดงออกด้วยท่าทีของการไม่เห็นด้วย เป็นต้น นอกจากนั้นการเปิดเผยข้อมูลยังครอบคลุมไปถึงการแสดงความรับผิดชอบต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้เปิดเผยไปแล้วโดยไม่พยายามผลักความรับผิดชอบนั้นไปให้บุคคลอื่น เพราะจะเป็นเหตุให้เกิดความขัดแย้งบาดหมาง หรือมีปัญหาต่อกันในภายหลังได้

M – Moral หมายถึง คุณธรรม/ จริยธรรม ซึ่งในที่นี้หมายถึง การเป็นบุคคลที่มีคุณธรรม/ จริยธรรมในวิชาชีพของตน ไม่ว่าจะเป็นงานในบทบาทหน้าที่ใดก็ตามถึงความถูกต้องยุติธรรมและให้ความสำคัญกับการสร้างความไว้วางใจให้เกิดขึ้นแก่บุคคลที่เกี่ยวข้องเสมอ ฉะนั้น บุคคลที่มีคุณธรรม/จริยธรรมจะให้ความสำคัญกับการสื่อสารเชิงบวกและการสื่อสารในทางสร้างสรรค์เพื่อไม่ให้เกิดความขัดแย้งหรือความขุ่นข้องหมองใจ อันจะเป็นเหตุที่นำไปสู่ความแตกแยก/แตกความสามัคคี ผู้ที่มีคุณธรรม/จริยธรรมอยู่ในจิตใจจะระมัดระวังการพูด และการสื่อสารในรูปแบบอื่นๆ เพื่อไม่ให้ทำร้ายจิตใจของผู้อื่น เช่น ไม่พูดใส่ร้ายนินทา ส่อเสียด ประชดประชัน ฯลฯ ซึ่งล้วนส่งผลเสียต่อความสัมพันธ์และความรู้สึกที่ดีต่อกันทั้งสิ้น คุณธรรม/จริยธรรมจึงเป็นคุณสมบัติที่สำคัญยิ่งของบุคคล เพราะจะนำไปสู่ความสำเร็จ เนื่องจากจะทำให้ได้รับการยอมรับจากทุกฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นบุคคลที่อยู่ในองค์กร บุคคลภายนอก และสังคมโดยรวม

O – Open-door Policy หมายถึง การใช้นโยบายการเปิดประตู ซึ่งได้แก่ การที่ผู้บริหารเห็นความสำคัญของการสื่อสารแบบพบหน้า (Face-to-face Communication) ทำให้ใช้นโยบายให้ผู้ที่เกี่ยวข้องจะเข้ามาพบสามารถมาเยี่ยมชมในที่ทำงานได้ตลอดเวลา โดยใช้วิธีการเปิดประตูห้องทำงานเพื่อแสดงสัญลักษณ์ของการพร้อมต้อนรับผู้เข้ามาพบทุกคน ไม่ว่าผู้เข้าพบนั้นจะมีวัตถุประสงค์ใด เช่น เพื่อพูดคุยปรึกษาหารือ แสดงความคิดเห็น ร้องเรียน ฯลฯ ผู้บริหารที่ใช้นโยบายเช่นนี้จะมีปฏิสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดสนิทสนมกับผู้บังคับบัญชา ทำให้ผู้บังคับบัญชารู้สึกอบอุ่นที่สามารถเข้าพบผู้บังคับบัญชาได้ทุกเมื่อ และรู้สึกดีที่ผู้บังคับบัญชานับฟังเรื่องราวต่างๆ อย่างเต็มใจ ซึ่งข้อดีของการใช้นโยบายเช่นนี้จะทำให้ผู้บริหารรับทราบปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในองค์กรได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ เนื่องจากได้รับข้อมูลจากผู้ที่เกี่ยวข้องหลายด้าน ทำให้สามารถนำข้อมูลเหล่านั้นมาใช้ประโยชน์ในการวิเคราะห์ และตัดสินใจได้ดีขึ้น แต่นโยบายเช่นนี้ก็มิข้อเสียเช่นกัน เพราะทำให้เสียเวลาในการทำงานหรือทำให้ไม่สามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่อง

ดังนั้น วิธีการแก้ไขวิธีการหนึ่งก็คือ เปิดประตูเป็นเวลาเพื่อให้ผู้เข้าพบได้มาพบเฉพาะในเวลาที่กำหนด เป็นต้น

D – Design หมายถึง การออกแบบ ซึ่งในที่นี้หมายถึง การออกแบบรูปแบบ/กระบวนการสื่อสารให้สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจ และมีการวางแผนการสื่อสารให้เหมาะสมกับศักยภาพและทรัพยากรที่องค์กรมีอยู่ หากองค์กรใดมีการออกแบบรูปแบบการสื่อสาร/ มีการวางแผนการสื่อสาร และวางกลยุทธ์การสื่อสารที่ดีจะทำให้องค์กรธุรกิจนั้นบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการอย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพ และประหยัด

E – Evaluation หมายถึง การประเมินผล ซึ่งเป็นเรื่องที่ต้องกระทำยิ่ง เพราะจะได้สามารถวัดผลการสื่อสารว่า บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่ และคุ้มค่าแก่การลงทุนหรือไม่ จะได้นำมาใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงแก้ไขปัญหา/อุปสรรคที่เกิดขึ้น ตลอดจนจะได้ใช้เป็นแนวทางในการวางแผนต่อไปในอนาคต

R – Reliability หมายถึง ความน่าไว้วางใจ เชื่อถือได้ ทั้งนี้ การสื่อสารที่ดี มีประสิทธิภาพ ผู้ส่งสารจะต้องเป็นที่น่าไว้วางใจ และเชื่อถือได้ว่า ข้อมูลที่สื่อสารออกไปเป็นข้อมูลจริง ไม่หลอกลวง หรือไม่ได้อัดฉีดเปลี่ยนแปลงให้บิดเบือนไปจากข้อเท็จจริง/ความจริง เพราะจะส่งผลเสียต่อการทำงานและองค์กรโดยรวม

N – Network หมายถึง การสร้างเครือข่าย ไม่ว่าจะเป็นเครือข่ายภายในองค์กรหรือภายนอกองค์กรรวมทั้งลูกค้า/ผู้บริโภค/สังคมหรือแม้แต่ภาครัฐด้วยการใช้การสื่อสารที่สร้างสรรค์สื่อความหมายให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน รวมทั้งใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือในการติดต่อประสานงานกับบุคคลที่เกี่ยวข้องเพื่อผลสำเร็จของงาน การสร้างเครือข่ายจึงเป็นการประสานความสัมพันธ์ ประสานความร่วมมือ ประสานความคิด ฯลฯ ผ่านกระบวนการสื่อสาร

S – Strategy หมายถึง กลยุทธ์ที่ใช้ในการสื่อสาร ซึ่งปัจจุบัน องค์กรธุรกิจดำเนินธุรกิจยากลำบากขึ้นเพราะมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง ทำให้องค์กรธุรกิจต้องมีการวางแผนการสื่อสารให้เหมาะสมและสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายสูงสุด เพื่อให้การสื่อสารนั้นมีประสิทธิภาพจะได้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้และได้รับผลตอบแทนจากการสื่อสารนั้นคุ้มค่า คุ้มค่าแก่การลงทุน ทำให้ผู้บริหารจะต้องคำนึงถึงการสื่อสารเฉพาะกลุ่ม (Specific Communication) โดยมีการวางกลยุทธ์การสื่อสาร (Strategic Communication) อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะนอกจากจะสร้างสัมพันธภาพและสร้างความศรัทธาให้เกิดขึ้นแล้ว ยังสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ตนเอง หน่วยงาน องค์กร และสังคมในภาพรวม

T – Two-way Communication หมายถึง การสื่อสารแบบสองทาง ซึ่งเป็นการสื่อสารแบบเสมอภาค (Equalitarian Style) คือ มีข้อมูลไปและกลับระหว่างผู้ที่ส่งข่าวสารและผู้รับสาร ทั้งนี้ ผู้ส่งข่าวสารควรจะพยายามกระตุ้นให้ผู้รับสารแสดงความคิดเห็นหรือแสดงปฏิกิริยาตอบกลับ เพื่อจะได้รู้ว่าผู้รับสารรู้สึกอย่างไร หากมีปัญหาหรือข้อสงสัยข้องใจจะได้มีการชี้แจงหรือพยายาม

หาทางคลี่คลายปัญหา/อุปสรรค/ข้อขัดข้องเหล่านั้น ประเด็นสำคัญคือ การให้ทุกฝ่ายแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระภายใต้บรรยากาศของความเข้าใจและการยอมรับซึ่งกันและกัน การสื่อสารประเภทนี้จะไม่มีการใช้อำนาจ หรืออิทธิพลส่วนตัว แต่จะส่งเสริมให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลให้มากที่สุด และมีการรับฟังความคิดเห็นของทุกฝ่าย ทำให้ผลของการตัดสินใจเกิดจากความคิดเห็นของบุคคลส่วนใหญ่ไม่ใช่ความคิดเห็นของฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง การสื่อสารแบบนี้จะสร้างความรู้สึกของความใกล้ชิดและความเป็นกันเองให้แก่ผู้สื่อสารได้เป็นอย่างดี

Y – Your Vision หมายถึง การมีวิสัยทัศน์ด้านการสื่อสาร เนื่องจากคุณนี้เป็นบุคคลของข้อมูลข่าวสาร ทำให้การสื่อสารกลายเป็นการสร้างอำนาจให้แก่ผู้สื่อสารได้ (**Communication is Power**) เพราะผู้ที่รู้จักใช้การสื่อสารให้เป็นประโยชน์จะได้รับความรัก ความไว้วางใจ ความเชื่อมั่น ความศรัทธาจากผู้อื่น และยังเป็นผลดีต่อการทำงานอีกด้วย เนื่องจากผู้ที่มีความสามารถหรือมีความเชี่ยวชาญในการสื่อสารจะสามารถใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือในการชักจูงใจผู้อื่นให้ร่วมมือร่วมใจทำงานด้วยความมุ่งมั่น ตั้งใจทุ่มเท และเสียสละเพื่อผลสำเร็จของงานได้ ฉะนั้น ผู้ที่มีวิสัยทัศน์ทางการสื่อสารจะใช้ประโยชน์จากการสื่อสารได้อย่างเต็มที่ ทำให้ผู้ที่ติดต่อสื่อสารด้วยรู้สึกดี มีกำลังใจ และอยากทำงานให้ด้วยศักยภาพสูงสุดที่ตนมี ซึ่งสุดท้ายจะส่งผลดีต่อผลสัมฤทธิ์ของงาน ดังนั้น ผู้ที่มีวิสัยทัศน์ทางการสื่อสารควรให้ความสำคัญแก่การสื่อสาร ด้วยการมีวิสัยทัศน์ (Vision) และมีพันธกิจ (Mission) ที่ชัดเจน เนื่องจากจะทำให้การวางแผนสื่อสารและการวางกลยุทธ์การสื่อสารบรรลุวัตถุประสงค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ทำให้ผู้บริหารสามารถใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือในการบริหารงานที่สำคัญ และการมีวิสัยทัศน์นี้ยังส่งผลไปถึงการนำข้อมูลข่าวสารไปใช้ในการสร้างองค์ความรู้ ทำให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) ซึ่งจะนำไปสู่ภูมิปัญญา (Wisdom) ของคนในองค์กรด้วย

L – Listening หมายถึง การรับฟัง ซึ่งเป็นกระบวนการที่สร้างประสิทธิภาพให้แก่การสื่อสารยิ่ง เพราะการไม่รับฟัง หรือไม่ตั้งใจฟังจะทำให้เสียโอกาสที่จะได้รับรู้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ หรือข้อมูลที่จะสามารถนำมาใช้ในการทำงาน/การแก้ปัญหา/การตัดสินใจ ฯลฯ การรับฟังจึงเป็นศิลปะอย่างหนึ่งที่ผู้รับฟังจะต้องมีศิลปะในการฟังด้วย เพราะเมื่อได้ยินเรื่องราวแล้ว จะต้องรู้จักแปลความหมาย แยกแยะวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นจริง และเป็นประโยชน์ ตลอดจนมีระบบการเก็บรักษาข้อมูลให้เป็นระบบเพื่อให้สะดวกแก่การนำมาใช้เมื่อต้องการ นอกจากนั้น การรับฟังยังมีคุณค่าต่อจิตใจของผู้พูด เพราะเมื่อพูดแล้วมีผู้รับฟัง ผู้พูดจะรู้สึกว่าตนเองเป็นบุคคลที่มีความสำคัญ มีคุณค่า มีประโยชน์ ทำให้การรับฟังนอกจากจะได้รับประโยชน์ในแง่ของการได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารแล้ว ยังเป็นการสร้างมิตร สร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน เนื่องจากการแสดงให้เห็นถึงความใส่ใจ เห็นคุณค่า และให้เกียรติผู้พูด ทำให้การรับฟังสามารถใช้เป็นวิธีการอย่างหนึ่งของการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และยังใช้เป็นการสร้างเสน่ห์ให้แก่ผู้รับฟังได้อีกด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการรับฟังด้วยหัวใจ (Listen by Heart) เพราะจะนำไปสู่การใช้ใจซื่อใจ (Heart to Heart)

E – Event หมายถึง การจัดกิจกรรมหรือกิจกรรมการสื่อสารที่สามารถทำได้ในหลากหลายรูปแบบ อาทิเช่น จัดกิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์หน่วยงาน โดยมีการสื่อสารทั้งทางตรงและทางอ้อมให้ผู้รับสารได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารขององค์กรเพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ สร้างการรับรู้ สร้างทัศนคติที่ดี ซึ่งจะส่งผลไปถึงการประกอบการขององค์กรธุรกิจ เช่น ยอดขาย/การบริโภค รวมทั้งภาพลักษณ์ขององค์กรธุรกิจด้วย ซึ่งการจัดกิจกรรมนี้สามารถทำได้หลายวิธี เช่น จัดประกวด จัดสัมมนา ทัศนศึกษา ฯลฯ

ข้อเสนอแนะของผู้วิจัยสำหรับพนักงาน

นอกจากนั้น เพื่อให้ผลงานวิจัยนี้สามารถนำไปใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อองค์กรธุรกิจได้อย่างครบวงจร ผู้วิจัยใคร่ขอเสนอ **รูปแบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพสำหรับพนักงาน** ภายใต้แนวคิดของการสื่อสารที่เรียกว่า **“SMART SMILE STAFF”** โดยมีองค์ประกอบดังนี้

SMART	SMILE	STAFF
S - Skill ทักษะในการสื่อสาร	S - Style of Communication แบบการสื่อสาร	S - Sincerity ความจริงใจ
M - Media สื่อในการสื่อสาร	M - Moral คุณธรรม/ศีลธรรม	T - Two-way Communication การสื่อสารแบบสองทาง
A - Ability ความสามารถ	I - Information Flow การไหลเวียนของข้อมูล	A - Awareness การรับรู้
R - Responsibility ความรับผิดชอบ	L - Listening การรับฟัง	F - Feedback ปฏิกิริยาสนองตอบ/ข้อมูลย้อนกลับ
T - Technology เทคโนโลยี	E - Evaluation การประเมินผล	F - Friendship มิตรภาพ

รูปที่ 17 แสดงรายละเอียดแนวคิดของ SMART SMILE STAFF (ทองทิพภา วิริยะพันธุ์, 2550)

องค์ประกอบของ SMART SMILE STAFF จะมีรายละเอียด ดังนี้

S – Skill หมายถึง ทักษะในการสื่อสาร หรือ Communication Skill ถือเป็นคุณสมบัติสำคัญประการหนึ่งที่ผู้บริหารจำเป็นต้องมี และจะต้องฝึกฝนให้เกิดขึ้นในตัวเอง ทักษะในการสื่อสารที่พูดถึงนี้ ได้แก่ ความสามารถในการพูด การเขียน และความสามารถในการคิด และการใช้เหตุผล เป็นต้น หากผู้บริหารมีทักษะในการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจะสามารถสื่อสารข้อมูลข่าวสาร แลกเปลี่ยนข้อมูล/ ความคิดเห็น/ปรึกษาหารือ ตลอดจนสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับบุคคลทั้งภายในและภายนอกองค์กร ทำให้ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในการสื่อสาร หรือมีทักษะในการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจะสามารถใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือในการสร้างความร่วมมือร่วมใจได้เป็นอย่างดี

ส่งผลให้องค์กรประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ นอกจากนั้น ผู้บริหารจะสามารถใช้การสื่อสารสร้างความเข้าใจกับพนักงานหรือบุคลากรในองค์กรได้อีกด้วย เพราะเมื่อพนักงานเข้าใจเรื่องราวต่างๆ พนักงานจะไม่ตกเป็นเครื่องมือของผู้ปล่อยข่าวลือ หรือ ผู้ส่งข้อมูลข่าวสารที่มีวาระซ่อนเร้นเหล่านั้น

M – Media หมายถึง สื่อในการสื่อสาร การเลือกสื่อมีความสำคัญยิ่ง เพราะเป็นทิศทางในการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสาร และกลยุทธ์อื่น ๆ ให้มีความสอดคล้องกันทั้งเนื้อหา ช่องทางและการขยายผล รวมทั้งมีผลย้อนกลับมายังผู้ส่ง ทำให้ทราบสถานการณ์ ปฏิกริยาผู้รับสาร ตลอดจนภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้น

A – Ability หมายถึง ความสามารถ อันได้แก่ การเป็นบุคคลที่มีความรู้ความสามารถ และใช้ความรู้ความสามารถนั้นให้เป็นประโยชน์ต่อตนเองและหน่วยงาน ทั้งนี้ ผู้ที่มีความสามารถจะต้องมีความสามารถด้านการสื่อสารด้วย จะได้สื่อความเป็นมืออาชีพให้ผู้อื่นได้รับรู้เพื่อให้ได้รับการยอมรับในความสามารถนั้นจากผู้ที่เกี่ยวข้องหรือสังคม

R – Responsibility หมายถึง ความรับผิดชอบ ผู้บริหารและพนักงานขององค์กรควรมีจิตสำนึกของความรับผิดชอบต่อองค์กร บุคคลในองค์กร และสังคมภายนอก เพื่อแสดงให้เห็นถึงความเป็นคนดี มีคุณธรรมและจริยธรรมเป็นที่ตั้ง และที่สำคัญที่สุด คือ การรับผิดชอบต่อคำพูดของตนเองเพราะจะได้ไม่สร้างปัญหากับผู้อื่นอันจะเป็นเหตุแห่งความรำฉาน แดกแยก ซึ่งจะส่งผลเสียต่อองค์กรและภาพลักษณ์ขององค์กร เนื่องจากทำให้ขาดความน่าเชื่อถือได้

T – Technology หมายถึง เทคโนโลยี ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้องค์กรแข่งขันกับองค์กรอื่นได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเทคโนโลยีสารสนเทศซึ่งเป็นเครื่องมือสมัยใหม่ที่เพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้ องค์กรธุรกิจจะต้องรู้จักการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อองค์กรธุรกิจสูงสุด

S – Style of Communication หมายถึง แบบการสื่อสารที่เหมาะสมกับผู้ส่งและผู้รับสาร ซึ่งมีความแตกต่างทั้งในด้านทัศนคติ ความรู้ ระบบสังคม วัฒนธรรม และความชำนาญในการสื่อสาร ดังนั้น ภาษาและสื่อที่ใช้ควรพิจารณาให้เหมาะสมกับผู้รับ โดยควรเป็นภาษาที่เข้าใจง่าย ชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นภาษาพูด หรือภาษาเขียน และที่สำคัญต้องสื่อสารอย่างมีเมตตา ความเป็นกัลยาณมิตรที่ดีจึงจะทำให้การสื่อสารนั้นเป็นที่ประทับใจ นำชื่นชมศรัทธา อีกทั้งยังช่วยลดความขัดแย้งที่อาจเกิดขึ้นได้

M – Moral หมายถึง คุณธรรม/ จริยธรรม ซึ่งในที่นี้หมายถึง การเป็นบุคคลที่มีคุณธรรม/ จริยธรรมในวิชาชีพของตน ไม่ว่าจะทำงานในบทบาทหน้าที่ใดก็ตามถึงความถูกต้องยุติธรรมและให้ความสำคัญกับการสร้างความไว้วางใจให้เกิดขึ้นแก่บุคคลที่เกี่ยวข้องเสมอ ฉะนั้น บุคคลที่มีคุณธรรม/ จริยธรรมจะให้ความสำคัญกับการสื่อสารเชิงบวกและการสื่อสารในทางสร้างสรรค์เพื่อไม่ให้เกิดความขัดแย้งหรือความขุ่นข้องหมองใจ อันจะเป็นเหตุที่นำไปสู่ความแตกแยก/แตกความ

สามัคคี ผู้ที่มีคุณธรรม/จริยธรรมอยู่ในจิตใจจะระมัดระวังการพูด และการสื่อสารในรูปแบบอื่นๆ เพื่อไม่ให้ทำร้ายจิตใจของผู้อื่น เช่น ไม่พูดจาใส่ร้ายนินทา ส่อเสียด ประชดประชัน ฯลฯ ซึ่งล้วนส่งผลเสียต่อความสัมพันธ์และความรู้สึกที่ดีต่อกันทั้งสิ้น คุณธรรม/จริยธรรมจึงเป็นคุณสมบัติที่สำคัญยิ่งของบุคคล เพราะจะนำไปสู่ความสำเร็จ เนื่องจากจะทำให้ได้รับการยอมรับจากทุกฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นบุคคลที่อยู่ในองค์กร บุคคลภายนอก และสังคมโดยรวม

I – Information Flow หมายถึง การไหลเวียนของข้อมูล ซึ่งเป็นเรื่องสำคัญประการหนึ่งของกระบวนการสื่อสาร เพราะส่งผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารและการบริหารองค์กร ทำให้ผู้รับสารและผู้ส่งสารสามารถรับรู้และแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกัน หากองค์กรมีการไหลเวียนของข้อมูลข่าวสารที่ดี จะทำให้มีการกระจายข้อมูลไปยังบุคคลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้อย่างทั่วถึง ทำให้ทุกคนมีความเข้าใจที่ถูกต้องและมีข้อมูลเดียวกัน ทำให้ไม่สับสนในข้อมูลที่รับรู้ ซึ่งจะช่วยให้งานประสบความสำเร็จตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ และยังใช้เป็นวิธีการในการสร้างความสมานฉันท์ที่เกิดขึ้นในหน่วยงานได้อีกด้วย

L – Listening หมายถึง การรับฟัง ซึ่งเป็นกระบวนการที่สร้างประสิทธิภาพให้แก่การสื่อสารยิ่ง เพราะการไม่รับฟัง หรือไม่ตั้งใจฟังจะทำให้เสียโอกาสที่จะได้รับรู้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ หรือข้อมูลที่จะสามารถนำมาใช้ในการทำงาน/การแก้ปัญหา/การตัดสินใจ ฯลฯ การรับฟังจึงเป็นศิลปะอย่างหนึ่งที่ผู้รับฟังจะต้องมีศิลปะในการฟังด้วย เพราะเมื่อได้ยินเรื่องราวแล้ว จะต้องรู้จักแปลความหมาย แยกแยะวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นจริง และเป็นประโยชน์ ตลอดจนมีระบบการเก็บรักษาข้อมูลให้เป็นระบบเพื่อให้สะดวกแก่การนำมาใช้เมื่อต้องการ นอกจากนั้น การรับฟังยังมีคุณค่าต่อจิตใจของผู้พูด เพราะเมื่อพูดแล้วมีผู้รับฟัง ผู้พูดจะรู้สึกว่าตนเองเป็นบุคคลที่มีความสำคัญ มีคุณค่า มีประโยชน์ ทำให้การรับฟังนอกจากจะได้รับประโยชน์ในแง่ของการได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารแล้ว ยังเป็นการสร้างมิตร สร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน เนื่องจากการแสดงให้เห็นถึงความใส่ใจ เห็นคุณค่า และให้เกียรติผู้พูด ทำให้การรับฟังสามารถใช้เป็นวิธีการอย่างหนึ่งของการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และยังใช้เป็นการสร้างเสน่ห์ให้แก่ผู้รับฟังได้อีกด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการรับฟังด้วยหัวใจ (Listen by Heart) เพราะจะนำไปสู่การใช้ใจสื่อใจ (Heart to Heart)

E – Evaluation หมายถึง การประเมินผล ซึ่งเป็นเรื่องที่ต้องกระทำเป็นอย่างยิ่ง เพราะจะได้สามารถวัดผลการสื่อสารว่า บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่ และคุ้มค่าแก่การลงทุนหรือไม่ จะได้นำมาใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงแก้ไขปัญหา/อุปสรรคที่เกิดขึ้น ตลอดจนจะได้ใช้เป็นแนวทางในการวางแผนต่อไปในอนาคต

S-Sincerity หมายถึง ความจริงใจในบทบาทหน้าที่ของตนเอง คือ มีความจริงใจในการสื่อสารให้ทุกคนเข้าใจซึ่งกันและกันอันจะเป็นแนวทางที่จะช่วยให้ทุกคนทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีความสุข บุคคลที่ไม่มีความจริงใจในการสื่อสารอาจกระทำการต่างๆ ที่ก่อให้เกิดผลเสียต่อองค์กรได้ เช่น ให้อข้อมูลผิดพลาด ไม่เตรียมข้อมูลเพื่อทำงานตามที่ได้รับ

มอบหมายไม่ว่าจะเป็นงานใหญ่หรืองานเล็ก ฯลฯ ซึ่งความไม่จริงจังในการสื่อสารเหล่านี้ จะส่งผลเสียทั้งต่อผลงานและต่อองค์กรได้ ฉะนั้น ผู้ที่มีความจริงจังเป็นที่ยึดมั่นนอกจากจะแสดงให้เห็นถึงความตั้งใจในการทำงานแล้ว ยังแสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์ที่ดีของตนเองอีกด้วย

T – Two-way Communication หมายถึง การสื่อสารแบบสองทาง ซึ่งเป็นการสื่อสารแบบเสมอภาค (Equalitarian Style) คือ มีข้อมูลไปและกลับระหว่างผู้ที่ส่งข่าวสารและผู้รับสาร ทั้งนี้ ผู้ส่งข่าวสารควรจะพยายามกระตุ้นให้ผู้รับสารแสดงความคิดเห็นหรือแสดงปฏิกิริยาตอบกลับ เพื่อจะได้รู้ว่าผู้รับสารรู้สึกอย่างไร หากมีปัญหาหรือข้อสงสัยข้องใจจะได้มีการชี้แจงหรือพยายามหาทางคลี่คลายปัญหา/อุปสรรค/ข้อขัดข้องเหล่านั้น ประเด็นสำคัญ คือ การให้ทุกฝ่ายแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระภายใต้บรรยากาศของความเข้าใจและการยอมรับซึ่งกันและกัน การสื่อสารประเภทนี้จะไม่มีการใช้อำนาจ หรืออิทธิพลส่วนตัว แต่จะส่งเสริมให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลให้มากที่สุด และมีการรับฟังความคิดเห็นของทุกฝ่าย ทำให้ผลของการตัดสินใจเกิดจากความคิดเห็นของบุคคลส่วนใหญ่ไม่ใช่ความคิดเห็นของฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง การสื่อสารแบบนี้จะสร้างความรู้สึกรัก ความใกล้ชิดและความเป็นกันเองให้แก่ผู้สื่อสารได้เป็นอย่างดี

A -Awareness หมายถึง การรับรู้หรือการตระหนักถึงความสำคัญของการสื่อสารว่ามีบทบาทต่อผลสำเร็จของงานเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นเครื่องมือที่ช่วยสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลทั้งที่อยู่ภายในองค์กรและภายนอก อีกทั้งยังช่วยประสานงาน ติดตามงาน ตลอดจนนำไปสู่การพัฒนาและปรับปรุงงานให้ดีขึ้น ฉะนั้น ในการทำงานทุกคนจำเป็นต้องเรียนรู้วิธีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ จะได้นำมาใช้ประโยชน์ในการทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

F -Feedback หมายถึง ปฏิกิริยาสนองตอบ/ข้อมูลย้อนกลับ ซึ่งในที่นี้หมายถึงการตอบสนองของผู้รับข่าวสารที่มีต่อข่าวสารและส่งกลับไปยังแหล่งข่าวหรือผู้ส่งข่าวสาร ซึ่งจะทำให้เป็นการสื่อสารแบบสองทาง โดยข้อมูลย้อนกลับเหล่านี้จะสามารถใช้เป็นการวิเคราะห์หรือแยกแยะข่าวสารได้ เพราะทำให้รู้ว่าข้อผิดพลาดหรือมีข้อบกพร่องตรงไหนบ้างจะได้แก้ไขปรับปรุงเปลี่ยนแปลงได้ทันทั่วถึง ดังนั้น ข้อมูลย้อนกลับจึงเป็นเครื่องมือประเมินประสิทธิภาพของข่าวสารที่ผู้ส่งข่าวสารได้ส่งออกไปว่า การสื่อสารนั้นบรรลุเป้าหมายที่ต้องการหรือไม่ หากข้อมูลย้อนกลับเป็นในทางไม่ดี ผู้ส่งข่าวสารจะต้องรีบแก้ไขปรับปรุงพฤติกรรมทางการสื่อสารของตนเอง เพราะมีข้อบ่งชี้ให้เห็นว่า การสื่อสารนั้นไม่ประสบผลตามที่ต้องการ หากไม่มีการแก้ไขปรับปรุงพฤติกรรมทางการสื่อสารให้ดีขึ้นจะก่อให้เกิดความไม่ลงรอยระหว่างผู้ส่งข่าวสารกับผู้รับข่าวสารได้

F-Friendship หมายถึง การใช้การสื่อสารสร้างมิตรภาพ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดี (Good Relationship) สร้างความพึงพอใจ ซึ่งจะส่งผลไปถึงการสร้างเครือข่ายในการสื่อสาร (Communication Network) ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ทำให้เป็นประโยชน์ต่อการทำงาน และการติดต่อประสานงานกับบุคคลที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากจะทำให้ได้รับความร่วมมือจากทุกฝ่ายอย่างดี

ยิ่ง ฉะนั้น ผู้ที่ประสงค์ความสำเร็จของงาน จะต้องให้ความสำคัญกับการสื่อสารอย่างเป็นมิตร มีการแสดงออกอย่างมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ไม่ว่าจะอยู่ในฐานะผู้ส่งสารหรือผู้รับสารก็ตาม

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการเก็บข้อมูลประสิทธิภาพการสื่อสารขององค์กรธุรกิจที่ไม่ได้เป็นสมาชิกของหอการค้าไทยเพื่อเปรียบเทียบผลที่ได้รับ
2. ควรมีการศึกษาในเชิงลึกถึงช่องทาง และ กระบวนการสื่อสารขององค์กรธุรกิจในอนาคต
3. ควรทำการวิจัยประสิทธิภาพการสื่อสาร โดยแยกประเภทของธุรกิจให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น