

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง “การใช้ระบบข้อความสั้น (SMS) ในการสื่อสารภายในองค์กร: กรณีศึกษาลำดับงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประเภทข้อมูลข่าวสารขององค์กรที่ส่งผ่านระบบข้อความสั้น (SMS) และเพื่อศึกษากระบวนการคัดเลือกข้อมูลข่าวสารขององค์กรที่ใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านระบบข้อความสั้น (SMS) ของผู้บริหารและพนักงานกองลูกค้าสัมพันธ์ รวมทั้งเพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริหารและพนักงานของลำดับงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ต่อระบบข้อความสั้น (SMS)

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้แบ่งการวิจัยออกเป็น 2 ส่วน ส่วนที่ 1 เป็นการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ในเชิงปริมาณเพื่อศึกษาประเภทและเนื้อหาของข้อมูลข่าวสารของลำดับงานทรัพย์สินฯ ที่ใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านระบบข้อความสั้น (SMS) ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2550 – เดือนธันวาคม พ.ศ. 2551 (18 เดือน) มีจำนวนข้อความสั้นทั้งหมด 206 ข้อความ ส่วนที่ 2 เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ผู้ส่งสารซึ่งเป็นผู้บริหารและพนักงานกองลูกค้าสัมพันธ์ จำนวน 4 คน และสัมภาษณ์ผู้รับสารซึ่งเป็นผู้บริหารและพนักงานของลำดับงานทรัพย์สินฯ ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) คือ การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เฉพาะผู้บริหารและพนักงานที่ขอรับบริการระบบข้อความสั้น (SMS) จากนั้นจึงทำการสุ่มตัวอย่างแบบสัดส่วน (Proportional Allocation) โดยนำจำนวนผู้บริหารในแต่ละระดับ ตั้งแต่ระดับหัวหน้าแผนกจนถึงระดับหัวหน้าฝ่าย และจำนวนพนักงาน ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค มาคิดสัดส่วนตามจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 15 คน

ผลการศึกษาพบว่า เนื้อหาที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเชิญชวนร่วมกิจกรรมและการรณรงค์โครงการต่าง ๆ ขององค์กร มีจำนวนการนำเสนอมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 20.39 รองลงมา ได้แก่ ประเภทเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับลำดับงานทรัพย์สินฯ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น ผู้เช่า ชุมชน สื่อมวลชน บริษัทในเครือ ฯลฯ ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งให้ทราบ คิดเป็นร้อยละ 19.42 ประเภทเนื้อหาเกี่ยวกับข่าวสารองค์กรและกิจกรรมขององค์กรที่มีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งให้ทราบ คิดเป็นร้อยละ 16.02 ประเภทเนื้อหาเกี่ยวกับข่าวสารที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเชิญชวนร่วมกิจกรรมและการรณรงค์โครงการต่าง ๆ ระหว่างลำดับงานทรัพย์สินฯ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คิดเป็นร้อยละ 11.65 ประเภทเนื้อหาข่าวสารที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเชิญชวนร่วมกิจกรรมและการรณรงค์โครงการต่าง ๆ เกี่ยวกับสถาบันพระมหากษัตริย์ คิดเป็นร้อยละ 11.17 ประเภทเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับผู้บริหารและพนักงาน มีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งให้ทราบ คิดเป็นร้อยละ 9.22 ประเภทเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันพระมหากษัตริย์ มีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งให้ทราบ คิดเป็นร้อยละ 6.31 ประเภท

เนื้อหาข่าวสารที่จำเป็นต้องส่งในกรณีเร่งด่วน คิดเป็นร้อยละ 3.88 และประเภทเนื้อหาข่าวสารที่ส่งเพื่อให้หัวหน้ากองลูกค้าสัมพันธ์พิจารณาอนุมัติข้อความสั้น (SMS) ในกรณีที่ หัวหน้ากองติดประชุมหรือติดภารกิจราชการ คิดเป็นร้อยละ 1.94

ในส่วนของผลการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า กองลูกค้าสัมพันธ์มีหน้าที่และบทบาททางด้านการประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยแหล่งข้อมูลข่าวสารในการส่งข้อความสั้น (SMS) จะมาจาก 3 แหล่ง คือ 1) แหล่งข้อมูลจากผู้บริหารของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ 2) แหล่งข้อมูลจากกองลูกค้าสัมพันธ์ 3) แหล่งข้อมูลจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่มีหนังสือแจ้งมายังกองลูกค้าสัมพันธ์เพื่อขอสนับสนุนการประชาสัมพันธ์งานขององค์กรหรือกิจกรรมต่าง ๆ เมื่อหัวหน้ากองลูกค้าสัมพันธ์ได้ข้อมูลข่าวสารที่จะประชาสัมพันธ์ผ่านระบบข้อความสั้นแล้ว ก็จะส่งเรื่องต่อไปยังหัวหน้าแผนกลูกค้าสัมพันธ์ 2 เพื่อมอบหมายงานดังกล่าว ไปยังเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ที่รับผิดชอบการส่งข่าว โดยเจ้าหน้าที่จะทำการปรับ ตัดทอนข่าวสาร ให้มีความสั้น กระชับ ได้ใจความ แล้วจึงนำเสนอให้หัวหน้าแผนกลูกค้าสัมพันธ์ 2 และหัวหน้ากองลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อเห็นต่อนุมัติตามลำดับ

หลักเกณฑ์ในการคัดเลือกประเภทข้อมูลข่าวสารขององค์กรผ่านระบบข้อความสั้น (SMS) มีดังนี้ คือ

1. ประเภทข่าวสารหรือคำสั่งเร่งด่วน
2. ประเภทเนื้อหาของข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับองค์กรและกิจกรรมขององค์กร รวมทั้งการดำเนินงานของหน่วยงานและฝ่ายต่าง ๆ ของสำนักงานทรัพย์สินฯ
3. ประเภทเนื้อหาของข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder)
4. ประเภทเนื้อหาของข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมหรือการรณรงค์โครงการต่าง ๆ

นอกจากนี้จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารและพนักงานกองลูกค้าสัมพันธ์ พบว่า มีการแบ่งกลุ่มเป้าหมายทั้งหมดเป็น 6 กลุ่ม ได้แก่ ระดับผู้ช่วยผู้อำนวยการฯ ขึ้นไป ระดับหัวหน้าฝ่าย ระดับหัวหน้ากอง ระดับหัวหน้าแผนก ระดับพนักงานปฏิบัติการ และผู้บริหารและพนักงานในส่วนภูมิภาค และมีการพิจารณาจากเนื้อหาของข่าวสารว่ามีความเหมาะสมหรือมีความเกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมายมากน้อยเพียงใด

ปัจจัยที่ทำให้กลุ่มผู้รับสารมีความสนใจบริการระบบข้อความสั้น (SMS) เนื่องมาจากการรับข้อมูลข่าวสารขององค์กรผ่านระบบข้อความสั้น (SMS) นั้น ทำให้ผู้รับสารสามารถติดตามข่าวสารและความเคลื่อนไหวขององค์กรได้ รวมทั้งทำให้ทราบข้อมูลข่าวสารและกิจกรรมต่าง ๆ ที่สำนักงานทรัพย์สินฯ จัดขึ้นทั้งภายในและภายนอกสำนักงานทรัพย์สินฯ

ความชัดเจนหรือความเข้าใจในเนื้อหาข้อมูลข่าวสาร ถือว่ามีความชัดเจน สั้นกระชับ และได้ใจความครอบคลุมสมบูรณ์ดีแล้ว

ความเหมาะสมของเวลาการส่ง และความถี่ในการส่งข้อความสั้น (SMS) ในปัจจุบัน ถือว่ามีความเหมาะสมแล้ว ข่าวสารที่จำเป็นจะต้องแจ้งให้ผู้บริหารหรือพนักงานรับทราบสามารถส่งมาในวันเสาร์อาทิตย์หรือเวลาดนการราชการได้ ส่วนในเรื่องของความถี่ในการส่งนั้น ถือว่ามีความเหมาะสมแล้ว เพราะหากมีการส่งข้อความซ้ำก็ถือว่าเป็นการย้ำเตือนผู้รับสาร

ข้อดีหรือข้อเสียจากการขอรับบริการระบบข้อความสั้น (SMS) นั้น พบว่า การรับข้อมูลข่าวสารผ่านระบบข้อความสั้น (SMS) ทำให้ผู้รับสารสามารถติดตามข่าวสารของสำนักงานทรัพย์สินฯ ได้โดยสะดวก รวดเร็ว ได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นปัจจุบันพร้อมกัน และไม่มีข้อจำกัดทั้งเรื่องเวลา และสถานที่ รวมทั้งในสถานการณ์ฉุกเฉินที่ทุกคนจำเป็นต้องรู้ข้อมูลข่าวสารทันที ระบบข้อความสั้น (SMS) เป็นสื่อที่ส่งข้อมูลข่าวสารเพื่อแจ้งให้ทราบได้ นอกจากนี้ยังสามารถนำข่าว SMS ที่ได้รับมาคุยต่อในวงสนทนาได้ ส่วนข้อเสียกลุ่มส่วนใหญ่ทุกคนให้ความคิดเห็นว่ามี