

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “การใช้ระบบข้อความสั้น (SMS) ในการสื่อสารภายในองค์กร: กรณีศึกษาสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์” มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา ดังนี้

1. เพื่อศึกษาการส่งข้อมูลข่าวสารภายในองค์กร โดยลักษณะข้อความสั้น (SMS) ทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์
2. เพื่อศึกษาประเภทข้อมูลข่าวสารขององค์กรที่ส่งผ่านระบบข้อความสั้น (SMS)
3. เพื่อศึกษากระบวนการคัดเลือกข้อมูลข่าวสารขององค์กรที่ใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านระบบข้อความสั้น (SMS) ของผู้บริหารและพนักงานกองลูกค้าสัมพันธ์
4. เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริหารและพนักงานของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ต่อระบบข้อความสั้น (SMS)

การศึกษานี้ มีกรอบแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร ทฤษฎีผู้เฝ้าประตูสาร (Gatekeeper) และทฤษฎีการเปิดรับสาร (Selectivity Process) โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ในเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาประเภทและเนื้อหาของข้อมูลข่าวสารของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ที่ใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านระบบข้อความสั้น (SMS) ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2550 – เดือนธันวาคม พ.ศ. 2551 (18 เดือน) มีจำนวนข้อความสั้นทั้งหมด 206 ข้อความ และใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ศึกษากระบวนการคัดเลือกข้อมูลข่าวสารขององค์กรที่ใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านระบบข้อความสั้น (SMS) ของผู้บริหารและพนักงานกองลูกค้าสัมพันธ์ และเพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริหารและพนักงานของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ต่อระบบข้อความสั้น (SMS) โดยสัมภาษณ์ผู้บริหารและพนักงานกองลูกค้าสัมพันธ์จำนวน 4 คน และสัมภาษณ์ผู้บริหารและพนักงานของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ที่ขอใช้บริการระบบข้อความสั้น (SMS) จำนวน 15 คน

ผลที่ได้จากการวิเคราะห์เนื้อหาและการสัมภาษณ์ดังกล่าว สามารถสรุปผลการศึกษาและนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

1. การส่งข้อมูลข่าวสารภายในองค์กร โดยลักษณะข้อความสั้น (SMS) ทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์

จากการศึกษาพบว่า กองลูกค้าสัมพันธ์มีหน้าที่และบทบาททางด้านการประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกองค์กร สำหรับความรับผิดชอบด้านการส่งข้อมูลข่าวสารผ่านระบบข้อความสั้นนั้น แหล่งข้อมูลข่าวสารจะมาจาก 3 แหล่ง คือ

1. แหล่งข้อมูลจากผู้บริหารของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์
2. แหล่งข้อมูลจากกองลูกค้าสัมพันธ์
3. แหล่งข้อมูลจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่มีหนังสือแจ้งมายังกองลูกค้าสัมพันธ์เพื่อขอ

สนับสนุนการประชาสัมพันธ์งานขององค์กรหรือกิจกรรมต่าง ๆ

เมื่อได้ข้อมูลข่าวสารที่จะประชาสัมพันธ์ผ่านระบบข้อความสั้นแล้ว ก็จะส่งเรื่องต่อไปยังหัวหน้าแผนกลูกค้าสัมพันธ์ 2 เพื่อมอบหมายงานดังกล่าวไปยังเจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ที่รับผิดชอบการส่งข่าว โดยเจ้าหน้าที่จะทำการปรับ ตัดทอนข่าวสาร ให้มีความสั้น กระชับ ได้ใจความ แล้วจึงนำเสนอให้หัวหน้าแผนกลูกค้าสัมพันธ์ 2 และหัวหน้ากองลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อเห็นต่อนุมัติตามลำดับ

ส่วนการส่งข่าว SMS ไปยังโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริหารและพนักงานนั้น พนักงานระดับปฏิบัติงานของกองลูกค้าสัมพันธ์จะเข้าไปพิมพ์ข้อความที่จะส่งในเว็บไซต์ของดีแทค ซึ่งพนักงานของกองลูกค้าสัมพันธ์เท่านั้นที่จะทราบชื่อผู้ใช้ (user name) และรหัสผ่าน (password) เมื่อพิมพ์ข้อความและตรวจสอบความถูกต้องเรียบร้อยแล้วก็สามารถกดคำสั่งเพื่อส่งข้อความในทันที (send now) ข้อความสั้นดังกล่าวจะถูกส่งไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยทันที

ส่วนในกรณีที่ต้องการจะส่งข่าว SMS ในวันเสาร์อาทิตย์ หรือนอกเหนือเวลาทำงาน สามารถตั้งเวลาในการส่งข้อความสั้นได้ (set the time) โดยข้อความสั้นดังกล่าวจะถูกส่งไปยังกลุ่มเป้าหมายได้ตรงตามเวลาที่ได้กำหนดไว้เช่นกัน เมื่อส่งข่าว SMS เรียบร้อยแล้ว เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานจะบันทึกรายละเอียดของข้อความและรวบรวมเอกสารต่าง ๆ ที่ได้ทำการส่งไปแต่ละครั้งไว้เป็นข้อมูลอ้างอิง เช่น เนื้อหาของข้อความ จำนวนข้อความที่ส่ง ผู้ที่ได้รับข้อความ โดยแยกเก็บข้อมูลที่ได้ส่งไปแล้วเป็นรายเดือน

2. ประเภทและเนื้อหาของข้อมูลข่าวสารของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ที่ใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านระบบข้อความสั้น (SMS)

จากข้อมูลในตาราง พบว่า มีการปรากฏเนื้อหาประเภทต่าง ๆ ของข้อมูลข่าวสารที่ส่งผ่านระบบข้อความสั้น (SMS) จำนวนทั้งหมด 206 ข้อความ สามารถจัดอันดับได้ดังนี้

1. ประเภทเนื้อหาที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเชิญชวนร่วมกิจกรรมและการรณรงค์โครงการต่างขององค์กร มีจำนวนการนำเสนอมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 20.39
2. ประเภทเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานทรัพย์สินฯ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น ผู้เช่า ชุมชน สื่อมวลชน บริษัทในเครือ ฯลฯ ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งให้ทราบ คิดเป็นร้อยละ 19.42
3. ประเภทเนื้อหาเกี่ยวกับข่าวสารองค์กรและกิจกรรมขององค์กรที่มีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งให้ทราบ คิดเป็นร้อยละ 16.02
4. ประเภทเนื้อหาเกี่ยวกับข่าวสารที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเชิญชวนร่วมกิจกรรมและการรณรงค์โครงการต่าง ๆ ระหว่างสำนักงานทรัพย์สินฯ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คิดเป็นร้อยละ 11.65
5. ประเภทเนื้อหาข่าวสารที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเชิญชวนร่วมกิจกรรมและการรณรงค์โครงการต่าง ๆ เกี่ยวกับสถาบันพระมหากษัตริย์ คิดเป็นร้อยละ 11.17
6. ประเภทเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับผู้บริหารและพนักงาน มีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งให้ทราบ คิดเป็นร้อยละ 9.22
7. ประเภทเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันพระมหากษัตริย์ มีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งให้ทราบ คิดเป็นร้อยละ 6.31
8. ประเภทเนื้อหาข่าวสารที่จำเป็นต้องส่งในกรณีเร่งด่วน คิดเป็นร้อยละ 3.88
9. ประเภทเนื้อหาข่าวสารที่ส่งเพื่อให้หัวหน้ากองลูกค้าสัมพันธ์พิจารณาอนุมัติข้อความสั้น (SMS) ในกรณีที่หัวหน้ากองติดประชุม หรือติดภารกิจราชการ คิดเป็นร้อยละ 1.94

3. กระบวนการคัดเลือกข้อมูลข่าวสารขององค์กรที่ใช้ช่องทางการสื่อสาร ผ่านระบบข้อความสั้น (SMS) ของผู้บริหารและพนักงานกองลูกค้าสัมพันธ์

จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารและพนักงานกองลูกค้าสัมพันธ์พบว่า หลักเกณฑ์ในการคัดเลือกประเภทข้อมูลข่าวสารขององค์กรผ่านระบบข้อความสั้น (SMS) มีดังนี้ คือ

1. ประเภทข่าวสารหรือคำสั่งเร่งด่วน เพื่อให้ผู้รับสารสามารถปฏิบัติตัวได้ถูกต้อง อาทิเช่น ข่าวสำนักงานทรัพย์สินฯ ปิดทำการ เนื่องจากเกิดเหตุการณ์ความไม่สงบบริเวณใกล้เคียง

หรือข่าวเรื่องการแต่งกายชุดสุภาพสีดำ ในวันสิ้นพระชนม์สมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอเจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนาฯ เป็นต้น

2. ประเภทเนื้อหาของข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับองค์กรและกิจกรรมขององค์กร หมายถึง เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับองค์กรและการดำเนินงานขององค์กร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งให้ทราบ อาทิเช่น การได้รับโล่เกียรติคุณ การมอบเงินสนับสนุนองค์กรและมูลนิธิต่าง ๆ และการดำเนินงานของหน่วยงานฝ่ายต่าง ๆ ของสำนักงานทรัพย์สินฯ อาทิเช่น การประชุม การสัมมนา หรือการอบรม เป็นต้น

3. ประเภทเนื้อหาของข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) หมายถึง เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน การสนับสนุน หรือการทำกิจกรรมร่วมกันเพื่อสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีระหว่างสำนักงานทรัพย์สินฯ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ ได้แก่ ผู้เช่าของสำนักงานทรัพย์สินฯ ชุมชนบนพื้นที่สำนักงานทรัพย์สินฯ สื่อมวลชน บริษัทในเครือ อาทิเช่น การจัดพิธีมอบโล่ผู้เช่าดีเด่น การมอบคอมพิวเตอร์พร้อมเครื่องพิมพ์ให้แก่ชุมชนบนพื้นที่สำนักงานทรัพย์สินฯ การฝึกอบรมอาชีพการจักสานกระเป๋าสตางค์ให้แก่ชาวชุมชน การพาสื่อมวลชนเยี่ยมชมตลาดทำนาและรับฟังนโยบายการพัฒนาเชิงอนุรักษ์ เป็นต้น รวมทั้งเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่สำนักงานทรัพย์สินฯ

4. ประเภทเนื้อหาของข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมหรือการรณรงค์โครงการต่าง ๆ (Campaign) เพื่อเชิญชวนให้ผู้บริหารและพนักงานเข้ามามีส่วนร่วม เช่น การเชิญร่วมกิจกรรมสงฆ์พระในวันสงกรานต์ การเชิญร่วมพิธีบรรพชาและอุปสมบทหมู่เฉลิมพระเกียรติ การเชิญเข้าร่วมกิจกรรมฝึกจิตนั่งสมาธิ การร่วมรณรงค์โครงการลดโลกร้อน เป็นต้น

4. ทักษะของผู้บริหารและพนักงานของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ต่อระบบข้อความสั้น (SMS)

จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้รับสารซึ่งเป็นผู้บริหารและพนักงานของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ที่ขอรับบริการระบบข้อความสั้น (SMS) มีประเด็นการศึกษาที่น่าสนใจ ดังนี้

10. ปัจจัยที่ทำให้กลุ่มผู้รับสารมีความสนใจบริการระบบข้อความสั้น (SMS) เนื่องมาจากการรับข้อมูลข่าวสารขององค์กรผ่านระบบข้อความสั้น (SMS) นั้น ทำให้ผู้รับสารสามารถติดตามข่าวสารและความเคลื่อนไหวขององค์กรได้ รวมทั้งทำให้ทราบข้อมูลข่าวสารและกิจกรรมต่าง ๆ ที่สำนักงานทรัพย์สินฯ จัดขึ้นทั้งภายในและภายนอกสำนักงาน เช่น ข่าวสารเกี่ยวกับผู้เช่าและข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม นอกจากนี้ยังทำให้ผู้บริหารและพนักงานของ

สำนักงานทรัพย์สินฯ ส่วนกลางสามารถรับรู้และติดตามข่าวสารของสำนักงานทรัพย์สินฯ ต่างจังหวัดได้ ในขณะที่เดียวกันผู้บริหารและพนักงานของสำนักงานทรัพย์สินฯ ต่างจังหวัดก็สามารถรับรู้และติดตามข่าวสารของสำนักงานทรัพย์สินฯ ส่วนกลางได้ในเวลาเดียวกัน

1. ความชัดเจนหรือความเข้าใจในเนื้อหาข้อมูลข่าวสาร ถือว่ามีความชัดเจน สั้น กระชับ และได้ใจความครอบคลุมสมบูรณ์ดีแล้ว

2. ประเภทเนื้อหาข้อมูลข่าวสารที่จะเป็นต้องส่งในกรณีเร่งด่วนมีความเหมาะสมในการส่งข้อความสั้น (SMS) มากที่สุด ส่วนประเภทเนื้อหาข่าวสารต่าง ๆ ที่ส่งมา ทั้งข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับองค์กร กิจกรรม ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ถือว่ามีความน่าสนใจดี

3. ความเหมาะสมของเวลาการส่ง และความถี่ในการส่งข้อความสั้น (SMS) ในปัจจุบัน ถือว่ามีความเหมาะสมแล้ว ข่าวสารที่จำเป็นจะต้องแจ้งให้ผู้บริหารหรือพนักงานรับทราบก็สามารถส่งมาในวันเสาร์อาทิตย์หรือเวลานอกราชการได้ ส่วนในเรื่องของความถี่ในการส่งนั้น ถือว่ามีความเหมาะสมแล้ว เพราะหากมีการส่งข้อความซ้ำก็ถือว่าเป็นการย้ำเตือนผู้รับสาร

4. ข้อดีหรือข้อเสียจากการขอรับบริการระบบข้อความสั้น (SMS) นั้น พบว่า การรับข้อมูลข่าวสารผ่านระบบข้อความสั้น (SMS) ทำให้ผู้รับสารสามารถติดตามข่าวสารของสำนักงานทรัพย์สินฯ ได้โดยสะดวก รวดเร็ว ได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นปัจจุบันพร้อมกัน และไม่มีข้อจำกัดทั้งเรื่องเวลาและสถานที่ รวมทั้งในสถานการณ์ฉุกเฉินที่ทุกคนจำเป็นต้องรู้ข้อมูลข่าวสารทันที ระบบข้อความสั้น (SMS) เป็นสื่อที่ส่งข้อมูลข่าวสารเพื่อแจ้งให้ทราบได้ นอกจากนี้ยังสามารถนำข่าว SMS ที่ได้รับมาคุยต่อในวงสนทนาได้ ส่วนข้อเสียกลุ่มส่วนใหญ่ทุกคนให้ความคิดเห็นว่า ไม่มี

5. ผู้รับสารมีความรู้สึกที่ดีต่อผู้ส่งสาร โดยผู้ส่งสารให้ความเห็นว่า ผู้บริหารและพนักงานกองลูกค้าสัมพันธ์มีความรู้และความสามารถในการปฏิบัติงานที่อยู่ในความรับผิดชอบ ตั้งใจและทุ่มเทเพื่อพัฒนาปรับปรุงระบบการทำงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น รวมทั้งเสียสละในการทำงานให้กับพนักงานส่วนรวม

6. คำแนะนำเพิ่มเติมเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารที่ส่งผ่านระบบข้อความสั้น (SMS) ในปัจจุบัน

- ควรมีการส่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันพระมหากษัตริย์ วันนักขัตฤกษ์ และวันสำคัญต่าง ๆ เพิ่มเติม โดยอาจส่งมาเป็นเกร็ดความรู้
- ควรมีการส่งข้อมูลข่าวสารเพิ่มเติมเกี่ยวกับเรื่องของสุขภาพ สารความรู้ หรือเรื่องที่มีประโยชน์ต่อผู้รับสาร
- ควรมีการส่งข้อมูลข่าวสารเพิ่มเติมเกี่ยวกับการดำเนินงานของผู้อำนวยการฯ หรือผู้บริหารมากขึ้น

- ในการส่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมขององค์กร บางครั้งเวลาในการส่งข้อความสั้นค่อนข้างกระชั้นชิดไป ทำให้อาจไม่สามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้ ดังนั้นควรมีการประสานงานกับต้นสังกัดให้เร็วขึ้น เพื่อให้พนักงานมีเวลาเตรียมตัวในการเข้าร่วมกิจกรรม

อภิปรายผลการศึกษา

ผลที่ได้จากการศึกษาการใช้ระบบข้อความสั้น (SMS) ในการศึกษาภายในองค์กร: กรณีศึกษาลำดับงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ในครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงประเภทของข้อมูลข่าวสารของลำดับงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ที่ใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านระบบข้อความสั้น (SMS) กระบวนการคัดเลือกข้อมูลข่าวสารผ่านระบบข้อความสั้น (SMS) และทัศนคติของผู้บริหารและพนักงานขององค์กรที่ได้ขอรับบริการดังกล่าวว่าซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารในองค์กร แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ ทฤษฎีระบบราชการ (Bureaucracy Theory) ทฤษฎีผู้เฝ้าประตู (Gatekeeper) และทฤษฎีการเปิดรับสาร (Selectivity Process)

การส่งข้อมูลข่าวสารภายในองค์กร โดยลักษณะข้อความสั้น (SMS) ทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลำดับงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์

กองลูกค้าสัมพันธ์ ฝ่ายส่งเสริมธุรกิจ ลำดับงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ มีบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบด้านการประชาสัมพันธ์องค์กร ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค กำหนดแผนงานและกลยุทธ์ด้านการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทั้งภายในและภายนอกลำดับงานทรัพย์สินฯ เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องและความสัมพันธ์อันดีต่อผู้เข้าหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนสังคมโดยรวม ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ โดยแผนลูกค้าสัมพันธ์ 2 มีบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบด้านการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวสารกิจกรรมของลำดับงานทรัพย์สินฯ ไปยังกลุ่มเป้าหมายภายในองค์กร จึงมีหน้าที่ความรับผิดชอบการส่งข้อมูลข่าวสารผ่านระบบข้อความสั้น (SMS) โดยหัวหน้ากองลูกค้าสัมพันธ์จะมอบหมายงานมาให้หัวหน้าแผนกลูกค้าสัมพันธ์ 2 ต่อมา หัวหน้าแผนกลูกค้าสัมพันธ์ 2 ก็จะมอบหมายงานมาให้พนักงานปฏิบัติงานด้านการส่งข่าวผ่านระบบข้อความสั้น เมื่อผู้ปฏิบัติงานดำเนินการเสร็จแล้ว จึงเสนองานโดยจัดทำเป็นเอกสารให้หัวหน้าแผนกพิจารณาลงนามรับทราบ หากหัวหน้าแผนกลูกค้าสัมพันธ์ 2 เห็นควรมีการปรับ แก้ไข พนักงานปฏิบัติงานก็จะไปดำเนินการปรับแก้ และเสนองานเป็นเอกสาร

อีกครั้งหนึ่ง หากหัวหน้าแผนกลูกค้าสัมพันธ์ 2 เห็นชอบ ก็จะยื่นเรื่องต่อเพื่อเสนอหัวหน้ากองลูกค้าสัมพันธ์ลงนามอนุมัติการจัดส่งข้อมูลข่าวสารดังกล่าวผ่านระบบข้อความสั้น (SMS) เมื่อลงนามอนุมัติแล้ว จะส่งเรื่องมาที่หัวหน้าแผนกลูกค้าสัมพันธ์ 2 เพื่อมอบหมายงานให้พนักงานปฏิบัติงานดำเนินการต่อไป การติดต่อสื่อสารหรือการประสานงานกันภายในองค์กรสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์และภายในกองลูกค้าสัมพันธ์ เกี่ยวกับการส่งข้อมูลข่าวสารผ่านระบบข้อความสั้น (SMS) นั้น เป็นการติดต่อสื่อสารที่สอดคล้องกับทฤษฎีระบบราชการ (Bureaucracy Theory) ของแมกซ์ เวเบอร์ (Weber, อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์, สมชาย หิรัญภิตติ, และ สมศักดิ์ วานิชยากรณ์, 2545, น. 64-67) ที่กล่าวว่า ระบบราชการมีโครงสร้างแบบลำดับชั้นสายการบังคับบัญชา (Hierarchical structure) และมีโครงสร้างตามอำนาจหน้าที่ (Authority structure) หมายถึง โครงสร้างที่ต้องจะเกี่ยวข้องกับกฎระเบียบ (Rule) การไม่ยึดติดหลักตายตัว (Impersonality) และการแบ่งงานกันทำ (Division of Labor) ซึ่งเป็นกระบวนการของการแบ่งแยกหน้าที่เพื่อให้เกิดความชัดเจนงานที่มีลักษณะเฉพาะจะทำให้องค์การสามารถใช้ทรัพยากรบุคคลและการบริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งผู้บริหารและพนักงานจะได้รับการมอบหมายให้ปฏิบัติหน้าที่ตามลักษณะของงาน และความชำนาญของบุคคล (Personal Expertise) โครงสร้างตามลำดับชั้นสายการบังคับบัญชา (Hierarchical structure) จะเป็นการกำหนดว่าใครเป็นผู้มีอำนาจการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ ที่มีความสำคัญภายในองค์การ

ประเภทและเนื้อหาของข้อมูลข่าวสารของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ที่ใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านระบบข้อความสั้น (SMS)

จากการศึกษาพบว่า ลักษณะเนื้อหาที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเชิญชวนร่วมกิจกรรมและการรณรงค์โครงการต่าง ๆ ขององค์กร มีจำนวนการนำเสนอมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 20.39 รองลงมาคือ ประเภทเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานทรัพย์สินฯ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น ผู้เช่า ชุมชน สื่อมวลชน บริษัทในเครือ ฯลฯ ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งให้ทราบ คิดเป็นร้อยละ 19.42 ซึ่งมีการปรากฏในจำนวนใกล้เคียง

เหตุผลที่ประเภทเนื้อหาที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเชิญชวนร่วมกิจกรรมและการรณรงค์โครงการต่าง ๆ ขององค์กร และประเภทเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงานทรัพย์สินฯ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น ผู้เช่า ชุมชน สื่อมวลชน บริษัทในเครือ ฯลฯ ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งให้ทราบ มีความถี่ในการนำเสนอมาก เนื่องจากเนื้อหาประเภทแรก มีสาระสำคัญสอดคล้องตามแนวคิดการประชาสัมพันธ์ภายในของ วิรัช ลภีรัตนกุล (2540, น. 152-154) ที่ได้กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ภายใน

นั่นเป็นการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มเป้าหมายภายในสถาบันหรือภายในองค์กร จุดประสงค์ที่ต้องมีการดำเนินการประชาสัมพันธ์ภายในก็เพื่อประโยชน์ในการช่วยเหลือ ความร่วมมือ หรือสนับสนุนการบริหารงานขององค์กร ตลอดจนรักษาสัมพันธ์ภาพอันดีระหว่างฝ่ายบริหารกับ พนักงาน ส่วนเนื้อหาประเภทที่สองนั้น มีสาระสำคัญสอดคล้องกับตามแนวคิดวัตถุประสงค์ทั่วไปของการสื่อสารเพื่อแจ้งให้ทราบหรือการบอกให้รู้ ของ กิติมา สุรสนธิ (2547, น. 23-25) ที่กล่าวว่า วัตถุประสงค์เพื่อแจ้งให้ทราบนั้น เป็นวัตถุประสงค์ที่ผู้ส่งสารต้องการจะบอกเล่าหรือแจ้งเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นหรือข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่รับรู้มาเพื่อนำมาถ่ายทอดให้แก่ผู้รับสารได้ทราบ และจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้รับสารปัจจัยในการรับบริการระบบข้อความสั้น (SMS) นั้น กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ก็ให้ความคิดเห็นที่ตรงกัน คือ เพื่อให้ทราบข่าวสาร ความเคลื่อนไหว และกิจกรรมขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์โดยทั่วไปของการสื่อสาร กล่าวคือ เพื่อทราบเรื่องราวหรือติดตามข้อมูล เหตุการณ์ ข่าวสารต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ทั้งที่มีผลกระทบต่อตนเองและไม่มีผลกระทบต่อตนเอง รวมทั้งเป็นการตอบสนองความรู้สึกอยากรู้อยากเห็น อันเป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์

ผลการวิเคราะห์ดังกล่าว มีความสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้ส่งสาร ในประเด็นของวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานของสำนักงานทรัพย์สินฯ ได้รับทราบ ข่าวสารการดำเนินงานและกิจกรรมของสำนักงานทรัพย์สินฯ ส่วนในประเด็นของผู้รับสารนั้น ผู้รับสารส่วนใหญ่ได้รับรู้และจดจำข่าวสารที่ได้รับการนำเสนอมากที่สุด ในขณะที่ประเภทเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันพระมหากษัตริย์ ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งให้ทราบ คิดเป็นร้อยละ 6.31 นั้น มีการปรากฏของข่าวสารไม่มากนัก กลุ่มผู้รับสารบางคนจึงให้ความเห็นว่า ข่าวประเภทดังกล่าวมีการนำเสนอในปริมาณที่น้อยไป อย่างไรก็ตาม ประเภทเนื้อหาข่าวสารที่จำเป็นต้องส่งในกรณีเร่งด่วน คิดเป็นร้อยละ 3.88 ซึ่งถือว่าการปรากฏของการนำเสนอไม่มาก แต่กลับมีผลสำคัญต่อกลุ่มผู้รับสารและกลุ่มผู้ส่งสาร ทั้งนี้ การสื่อสารเนื้อหาข่าวสารกรณีเร่งด่วนสอดคล้องกับแนวคิดการสื่อสารทางเดียวนั้นของ เสนาะ ดิยาว (2541, น. 197) ที่กล่าวว่า ทิศทางการสื่อสารเป็นการสื่อสารแบบทางเดียว (One-way communication) คือ การติดต่อสื่อสารที่ผู้ส่งข่าวสารถ่ายทอดข่าวสารต่าง ๆ ไปยังผู้รับสารหรือบุคลากรเพียงฝ่ายเดียว โดยไม่เปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้ซักถามข้อสงสัยหรือแสดงความคิดเห็น มักจะอยู่ในรูปของคำสั่ง ข้อกำหนด และแนวนโยบาย ส่วนใหญ่จะอยู่ในลักษณะที่เป็นทางการ การสื่อสารแบบนี้มีลักษณะเป็นเส้นตรงจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารโดยตรง ปราศจากการตอบปฏิกิริยาได้กลับจากผู้รับสาร ทำให้ปริมาณของข้อมูลสะท้อนกลับ (Feedback) จากผู้รับสารมีน้อยหรือไม่มีเลย หรือผู้ส่งสารไม่ใส่ใจกับปฏิกิริยาสะท้อนกลับนั้น ซึ่งการสื่อสารในลักษณะนี้จะออกมาในรูปของนโยบาย แผนงาน คำสั่งต่าง ๆ ของผู้บริหารระดับสูงลงมาสู่

ผู้ปฏิบัติงานระดับล่าง โดยผ่านทางสื่อชนิดต่าง ๆ ขององค์กร โอกาสที่จะใช้การสื่อสารทางเดียวนั้น ส่วนใหญ่เป็นเรื่องที่ต้องการจะสื่อสารเป็นเรื่องที่เข้าใจง่าย และเป็นเรื่องที่อยู่ในสถานการณ์รับด่วน จำเป็นต้องตัดสินใจอย่างรวดเร็วอย่างหนึ่ง ซึ่งการส่งข่าว SMS ในกรณีเร่งด่วนนั้น ข้อความที่ผู้ส่งสารส่งไปยังผู้รับสารเป็นเรื่องที่เข้าใจง่าย เมื่อผู้รับสารได้อ่านสารแล้วก็จะทราบในทันทีว่า จะต้องปฏิบัติอย่างไร หรือข่าวเกี่ยวกับข้อปฏิบัติของพนักงานนั้น เช่น การขอให้เจ้าหน้าที่สำนักงานทรัพยากรฯ ทุกท่านสวมสายคล้องคอบัตรประจำตัวบุคคล เพื่อแสดงความเป็นหนึ่งเดียวกันและสร้างมาตรฐานที่ดีให้กับสำนักงานทรัพยากรฯ โดยพร้อมเพรียง ซึ่งเมื่อผู้บริหารและพนักงานได้รับคำสั่งหรือนโยบายดังกล่าว ก็สามารถที่จะปฏิบัติตามกฎระเบียบได้อย่างถูกต้อง โดยไม่มีข้อซักถามและไม่จำเป็นต้องมีข้อมูลสะท้อนกลับ เนื่องจากสามารถทำความเข้าใจในเนื้อหาสารได้ในทันที

กระบวนการคัดเลือกข้อมูลข่าวสารขององค์กรที่ใช้ช่องทางการสื่อสาร ผ่านระบบข้อความสั้น (SMS) ของผู้บริหารและพนักงานกองลูกค้าสัมพันธ์

จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารและพนักงานกองลูกค้าสัมพันธ์พบว่า ผู้บริหารและพนักงานผู้ปฏิบัติงานมีหน้าที่ในการคัดเลือกข้อมูลข่าวสารขององค์กรที่จะทำการประชาสัมพันธ์ผ่านระบบข้อความสั้น (SMS) และมีหน้าที่ในการพิจารณาปรับข้อความเพื่อให้มีความเหมาะสมกับการส่งข่าว SMS รวมทั้งมีอำนาจหน้าที่ในการกำหนดช่วงเวลาและความถี่ในการส่งข้อความสั้น (SMS) ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีผู้เฝ้าประตูสาร (Gatekeeper Theory) ของ เคิร์ท เลวิน (Lewin, อ้างถึงใน สมบัติ สนธิธรรมากุล, 2539, น. 27) ที่กล่าวว่า ผู้เฝ้าประตู คือ บุคคลหรือกลุ่มบุคคลซึ่งมีอำนาจที่จะตัดสินใจว่า ข่าวหนึ่ง ๆ ควรปล่อยให้ผ่านไปหรือจะจับไม่ปล่อยให้ผ่านไป ดังนั้น ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการทำงานของประตูจะเท่ากับทำให้เกิดความเข้าใจในปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการตัดสินใจของผู้เฝ้าประตูด้วย ทั้งนี้ แรงกดดันภายในประตูของช่องทางที่ข่าวสารไหลผ่านไปในนั้น จะมีการเปลี่ยนแปลงค่อนข้างมาก และขึ้นอยู่กับผู้เฝ้าประตูและสถานการณ์ทั้งหมดภายในช่องทางนั้น กล่าวโดยสรุป ก็คือว่า บุคคลบางคนมีสถานภาพ และอยู่ในตำแหน่งที่สามารถจะมีอิทธิพลต่อขึ้นข่าวที่จะไหลไปตามช่องทางข่าวสารได้ดีกว่าบุคคลอื่น และบุคคลดังกล่าวก็อยู่ในตำแหน่งสำคัญ คือ ตำแหน่ง “ประตู” ซึ่งความเข้าใจในระบบการทำงานของ “ประตู” ย่อมจะกลายเป็นความเข้าใจในปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ “ผู้เฝ้าประตู” ด้วยเช่นกัน หน้าที่ของผู้เฝ้าประตูสาร (Gatekeeper) ไม่เพียงแต่เลือก หรือปฏิเสธสารต่าง ๆ ที่เข้ามาเท่านั้น เขายังทำหน้าที่จัดสรรนั้น ๆ ให้อยู่ในรูปที่เขาต้องการ ตลอดจนกระทั่งกำหนดการนำเสนอข่าวสาร เวลานั้นหรือเสนอ

สารทั้งหมดซ้ำ ๆ กัน หรือเลือกเสนอบางส่วนเท่านั้น ในการศึกษาครั้งนี้จึงวิเคราะห์ได้ว่าผู้บริหาร กองลูกค้าสัมพันธ์ คือ บุคคลที่ทำหน้าที่อยู่ในตำแหน่ง “ประตุ” ซึ่งความเข้าใจในระบบการทำงาน ย่อมจะกลายเป็นความเข้าใจในปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ “ผู้เฝ้าประตุ” ก็คือ หัวหน้าแผนกลูกค้าสัมพันธ์ 2 และพนักงานปฏิบัติงานที่สังกัดแผนกลูกค้าสัมพันธ์ 2

ทัศนคติของผู้บริหารและพนักงานของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ต่อระบบ ข้อความสั้น (SMS)

จากการแสดงความคิดเห็นของผู้รับสารบางท่านสามารถนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ จากการประชาสัมพันธ์ผ่านระบบข้อความสั้น (SMS) ไปชี้แจงและทำความเข้าใจกับผู้เช่า ชุมชน หรือผู้ที่ไม่เข้าใจบทบาทการดำเนินงานของสำนักงานทรัพย์สินฯ เพื่อให้ทราบว่าสำนักงาน ทรัพย์สินฯ มีนโยบายที่จะดูแลผู้เช่า ชุมชน ตลอดจนให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนสังคม ส่วนรวมมาโดยตลอด ดังนั้นผู้ที่อาจมีความเข้าใจคลาดเคลื่อนในบทบาทและภารกิจ การดำเนินงานของสำนักงานทรัพย์สินฯ ก็สามารถรับทราบและทำความเข้าใจได้อย่างถูกต้อง จน ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างสำนักงานทรัพย์สินฯ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมทั้งสามารถ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสำนักงานทรัพย์สินฯ

นอกจากนี้ข้อมูลข่าวสารที่ส่งผ่านระบบข้อความสั้น ยังสามารถเป็นประเด็นในการ พูดคุยกันระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชา และระหว่างเพื่อนร่วมงาน ซึ่งสอดคล้องกับ แนวความคิดของแม็คคอมส์ และ เบคเกอร์ (McCombs & Becker, 1979, p. 51) ที่กล่าวว่ามนุษย์ ต้องการข้อมูลประกอบการสนทนา พูดคุยในชีวิตประจำวัน และเพื่อต้องการมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ ต่าง ๆ และความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัว ทั้งนี้การได้รับข่าวสารผ่านระบบข้อความสั้น SMS นั้น ผู้รับสารในแต่ละหน่วยงานจะได้รับแจ้งข่าว SMS ในเวลาไล่เลี่ยกัน โดยประเภทของข้อมูลข่าวสาร ที่นำมาสนทนากันมากที่สุด คือ ประเภทข้อมูลข่าวสารที่เชิญชวนร่วมกิจกรรมหรือโครงการรณรงค์ ต่าง ๆ ขององค์กร ทำให้พนักงานในองค์กรสามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้มากขึ้นเป็นผลให้เกิด ความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันและทำให้เกิดความร่วมมือภายในองค์กร ตลอดจนทำให้ผู้บริหารและ พนักงานทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาคมีความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันมากขึ้น เนื่องจาก สามารถติดตามข้อมูลข่าวสารและความเคลื่อนไหวของทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาคได้พร้อมกัน

จากการสัมภาษณ์พนักงานที่ปฏิบัติหน้าที่ในส่วนของภูมิภาคพบว่า การได้รับข่าว SMS นั้น ทำให้บุคลากรในส่วนภูมิภาครู้สึกมีความเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรมากขึ้น แม้ว่าจะอยู่สำนักงาน ต่างจังหวัด แต่ก็สามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารของสำนักงานทรัพย์สินฯ ส่วนกลางได้ โดยเฉพาะการที่

ได้รับข่าว SMS พร้อมกันกับพนักงานในส่วนกลาง ทำให้พนักงานในส่วนภูมิภาครู้สึกดีเป็น อย่างยิ่ง เพราะหากเป็นการส่งข้อมูลข่าวสารผ่านสื่ออื่น ๆ มักจะได้รับข้อมูลข่าวสารหลังจากส่วนกลาง ในขณะเดียวกัน สำนักงานทรัพย์สินฯ ส่วนกลางก็มีโอกาสรับรู้ข้อมูลข่าวสารและกิจกรรมต่าง ๆ ใน ส่วนภูมิภาคเช่นกัน อีกทั้งการที่พนักงานภายในสถาบันมีความเข้าใจในนโยบายและการดำเนินงาน ของสถาบันเป็นอย่างดี ก็จะเป็นกำลังสำคัญในการสร้างประสิทธิภาพแก่การประชาสัมพันธ์ ภายนอกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์โดยทั่วไปประการหนึ่งในการประชาสัมพันธ์ของวิรัช ลภีรัตนกุล (2540, น. 152-154) ก็คือ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ของกลุ่มประชาชนภายในหน่วยงาน อันได้แก่กลุ่มผู้บริหาร พนักงาน เจ้าหน้าที่ และลูกจ้างภายในองค์การหรือสถาบัน ให้เกิดมีความ รักใคร่กลมเกลียว สามัคคีกันในหมู่เพื่อนร่วมงาน รวมทั้งด้านการเสริมสร้างขวัญ และความ จงรักภักดีต่อหน่วยงาน การประชาสัมพันธ์ภายในจึงมีความสำคัญมาก เพราะความสัมพันธ์อันดี ภายในหน่วยงาน จะมีผลสะท้อนไปกับการสร้างความสัมพันธ์ภายนอกด้วย และการสร้าง ความสัมพันธ์อันดีภายในหน่วยงานยังเอื้ออำนวยให้การบริหารและการดำเนินงานขององค์การ สถาบันเป็นไปด้วยความราบรื่น คล่องตัว และมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ในส่วนของผู้รับสารนั้น ผู้ศึกษาได้ใช้กรอบแนวคิดทฤษฎีการเปิดรับสารมาเป็นกรอบ ในการศึกษา ซึ่งจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้รับสารนั้นพบว่า ผู้ที่จะขอรับข้อมูลข่าวสารของ องค์การผ่านระบบข้อความสั้น (SMS) นั้น จะต้องกรอกเอกสารขอรับการบริการดังกล่าวที่กองลูกค้าสัมพันธ์มีหนังสือเวียนแจ้งไปตามกองต่าง ๆ กองลูกค้าสัมพันธ์ถือว่า สื่อ SMS เป็นสื่อที่เปิดกว้าง ไม่ใช่สื่อที่ยัดเยียด ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการเปิดรับสารของมาสโลว์ (Maslow, อ้างถึงใน เสรี วงษ์มณฑา, 2540, น. 6) ที่กล่าวว่า มนุษย์จะแสวงหาข่าวสาร ไม่ได้ถูกยัดเยียดให้อ่าน ดู หรือฟัง มนุษย์มีทางเลือกที่จะหลบหลีกข่าวสารได้

ผู้รับสารส่วนใหญ่มีความเห็นว่า การรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านระบบข้อความสั้น (SMS) ทำให้รู้สึกว่าตนเองมีความทันสมัย ไม่ตกข่าวที่สำคัญ ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นปัจจุบันตลอดเวลา และสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อตนเอง รวมทั้งมีความรู้รอบตัวมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของแม็คคอมบส์ และ เบคเกอร์ (McCombs & Becker, 1979, p. 51) ในเรื่องความต้องการรับรู้ข่าวสารนั้น ที่กล่าวว่า โดยทั่วไปมนุษย์ต้องการรับรู้ข่าวสาร เพื่อต้องการ รู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยติดตามความเคลื่อนไหวต่าง ๆ เพื่อให้รู้ เท่าทันต่อเหตุการณ์ ให้ ทันสมัย และรู้ว่าอะไรมีความสำคัญที่จะต้องเรียนรู้

อีกทั้งยังพบว่าผู้รับสารต้องการจะรับทราบข้อมูลข่าวสารประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจาก ประเภทข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับองค์กร อาทิเช่น ต้องการทราบข่าวสารเกี่ยวกับผู้อำนวยความสะดวก สำนักงานทรัพย์สินฯ โดยอยากทราบว่าแต่ละวันท่านมีงานหรือภารกิจใดบ้าง หรือต้องการทราบ

ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับพระราชพิธีสำคัญ ข่าวสารเกี่ยวกับพระบรมวงศานุวงศ์ วันสำคัญของพระบรมวงศานุวงศ์ วันสำคัญของชาติ หรือวันนักขัตฤกษ์ต่าง ๆ รวมทั้งต้องการทราบข้อมูลข่าวสารทั่วไปที่มีสาระและมีประโยชน์ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของเมอร์วิล และ โลเวนสไตน์ (Merrill & Lowenstein, 1979, p. 134) เกี่ยวกับแรงผลักดันที่ทำให้เลือกรับสื่อ ซึ่งให้ทัศนะว่ามนุษย์มีความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่าง ๆ ทั้งเรื่องที่ใกล้ตัวไปจนถึงเรื่องที่ไกลตัวออกไป เพราะสัญชาตญาณของมนุษย์ที่ต้องการจะรับรู้ข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการอยากรู้ ไม่ว่าสิ่งที่ยากรู้นั้นจะส่งผลกระทบต่อตนเองหรือไม่ก็ตาม

นอกจากนี้ยังพบว่าผู้รับสารต้องการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสุขภาพเพิ่มเติม เพราะในการทำงานนั้น อาจทำให้เกิดความเครียดและความกดดัน ผู้รับสารจึงต้องการเกร็ดความรู้หรือข้อแนะนำด้านต่าง ๆ ที่ส่งมาแล้วทำให้เกิดความรู้สึกผ่อนคลาย ลดความตึงเครียดหรือความกดดันที่เกิดจากการปฏิบัติงานได้ อาทิเช่น เกร็ดความรู้เกี่ยวกับการบริหารร่างกายขณะนั่งทำงาน การพักสายตาและพักผ่อนสมองระหว่างทำงาน เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของแม็คคอมบส์ และ เบคเกอร์ (McCombs & Becker, 1979, p. 51) ที่กล่าวว่ามนุษย์ต้องการรับข่าวสารเพื่อความบันเทิง ความเพลิดเพลิน และผ่อนคลายอารมณ์

ปัจจัยหนึ่งที่ทำให้การเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านระบบข้อความสั้น (SMS) ประสบผลสำเร็จและได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ก็คือ ผู้รับสารสามารถรับทราบข่าวสารได้โดยสะดวก โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเทียบกับสื่ออื่น ๆ อาทิเช่น บอร์ดประชาสัมพันธ์ หรือวารสารสำนักงานทรัพย์สินฯ เนื่องจากผู้รับสารอาจติดภารกิจการทำงานทำให้ไม่สามารถติดตามข่าวสารขององค์กรได้ หรือผู้รับสารจะต้องเสาะแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อดังกล่าวด้วยตนเอง นอกจากนี้ผู้รับสารต้องการให้เพิ่มข้อมูลข่าวสารที่มีความเหมาะสม ซึ่งจะเป็นข่าวอะไรก็ได้ที่คิดว่าพนักงานหรือกลุ่มผู้รับสารควรจะรับรู้ รวมทั้งต้องการให้ส่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข่าวรอบนอกสำนักงานทรัพย์สินฯ หรือข่าวสารทั่วไป เนื่องจากความรับผิดชอบในการทำงานทำให้ผู้รับสารไม่มีเวลาติดตามข่าวสารจากโทรทัศน์ วิทยุ หรือ หนังสือพิมพ์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของเมอร์วิล และ โลเวนสไตน์ (Merrill & Lowenstein, 1979, p. 135) เกี่ยวกับการเลือกรับสื่อว่า มนุษย์จะแสวงหาข่าวสารและใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ของตนเอง เพื่อช่วยให้ความคิดของตนบรรลุ การช่วยให้ตนเองสะดวกสบาย หรือให้ความบันเทิงแก่ตน มนุษย์จะเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด แต่ได้ผลประโยชน์ตอบแทนที่ดีที่สุด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะต่อองค์กร

1. จากการศึกษาครั้งนี้ ทำให้พบว่า พนักงานบางท่านที่ขอรับบริการระบบข้อความสั้น (SMS) ไม่ทราบว่า หากต้องการจะเปลี่ยนเบอร์โทรศัพท์ในการขอรับบริการดังกล่าว จะสามารถติดต่อกับพนักงานท่านใด หน่วยงานใด ดังนั้นกองลูกค้าสัมพันธ์ควรประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเพิ่มเติม และในกรณีที่พนักงานเข้าใหม่ก็ควรทำการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการขอรับบริการระบบข้อความสั้น (SMS) ให้รับทราบอย่างต่อเนื่อง

2. ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมขององค์กร บางครั้งช่วงเวลาในการส่งกระชั้นเกินไป ทำให้พนักงานบางท่านไม่สามารถเตรียมตัวเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมได้ โดยสาเหตุของความล่าช้าในการส่งข้อความนั้น อาจะมาจากกองต้นสังกัดส่งข้อมูลข่าวสารที่จะให้ประชาสัมพันธ์ล่าช้า จึงทำให้กองลูกค้าสัมพันธ์ไม่สามารถส่งข้อความได้ล่วงหน้า ดังนั้น กองลูกค้าสัมพันธ์จึงควรเน้นย้ำกับกองต้นสังกัดอีกครั้งหนึ่ง โดยอาจส่งหนังสือเวียนเพื่อให้ทุกกองรับทราบว่า หากต้องการส่งข้อมูลข่าวสารมาเพื่อประชาสัมพันธ์ผ่านระบบข้อความสั้น (SMS) ควรทำหนังสือมาถึงกองลูกค้าสัมพันธ์ล่วงหน้า 2-3 วัน เพื่อให้กองลูกค้าสัมพันธ์เตรียมดำเนินการส่งข้อมูลข่าวสารไปยังผู้บริหารและพนักงานได้ในเวลาที่เหมาะสม

3. ควรมีการประเมินผลการประชาสัมพันธ์ภายใน โดยศึกษาเปรียบเทียบสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภท อาทิเช่น เอกสารประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร (Fact Sheet) วารสารสำนักงานทรัพย์สินฯ บอร์ดประชาสัมพันธ์ อินทราเน็ต เป็นต้น เพื่อให้ทราบว่าสื่อประเภทใดที่มีประสิทธิภาพและผลตอบรับจากผู้รับสารมากที่สุด รวมทั้งสื่อใดที่มีประสิทธิภาพและผลตอบรับน้อยที่สุด เพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในองค์กรดำเนินไปได้อย่างเหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุด

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

1. การศึกษาผู้รับสารในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลและความคิดเห็นที่หลากหลายในการศึกษารั้งต่อไป อาจทำการศึกษาผู้รับสารในเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อศึกษาความพึงพอใจและประโยชน์จากการใช้บริการระบบข้อความสั้น (SMS) ขององค์กร เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

2. การศึกษาครั้งนี้ ได้เลือกศึกษาการใช้ระบบข้อความสั้น (SMS) ในการสื่อสารภายในกรณีศึกษา: สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์เท่านั้น ในการศึกษาครั้งต่อไป อาจทำการขยายขอบเขตการศึกษาให้มากขึ้นกว่าเดิม โดยอาจเลือกศึกษาองค์กรของรัฐ องค์กรรัฐวิสาหกิจ หรือ องค์กรเอกชน

3. ควรมีการศึกษาปัจจัยและข้อจำกัดในการนำสื่อระบบข้อความสั้น (SMS) มาใช้เป็นช่องทางการสื่อสารภายในองค์กร

4. การเลือกกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เฉพาะผู้บริหารและพนักงานที่ขอรับบริการระบบข้อความสั้น (SMS) เท่านั้น ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้บริหารและพนักงานที่ไม่ขอรับบริการระบบข้อความสั้น (SMS) ด้วย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและสามารถนำแนวคิดมาศึกษาเปรียบเทียบ

5. การศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์เนื้อหาข้อมูลข่าวสารของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ที่ใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านระบบข้อความสั้น (SMS) ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2550 – เดือนธันวาคม พ.ศ. 2551 (18 เดือน) รวมทั้งได้สอบถามทัศนคติจากผู้บริหารและพนักงานที่ขอรับบริการดังกล่าว ในเดือนพฤษภาคม 2552 ซึ่งเป็นช่วงที่เพิ่งผ่านเหตุการณ์ความไม่สงบบริเวณรอบสำนักงานทรัพย์สินฯ (การชุมนุมประท้วง) มาไม่นาน ผลตอบรับในการขอรับบริการระบบดังกล่าวจึงถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ดีมาก ดังนั้น ควรมีการศึกษาประเภทเนื้อหาข้อมูลข่าวสารที่ส่งผ่านระบบข้อความสั้น (SMS) รวมทั้งทัศนคติของผู้บริหารและพนักงานที่ขอรับบริการในช่วงเวลาถัดไป เพื่อศึกษาเปรียบเทียบและดูแนวโน้มว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างจากการศึกษาครั้งนี้หรือไม่อย่างไร