

แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย

บัว เย็นที่

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (นโยบายสาธารณะและการจัดการภาครัฐ)
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2558

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย

ปี ๒๐๒๓

นางสาวบัว เย็นที่

ผู้วิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ภัทร์ พลอยแหวน,

Ph.D. (Development Education)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

รองศาสตราจารย์สมบูรณ์ ศิริสรหิรัญ,

Ph.D. (Educational Administration)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์นภเรณู สัจจรักษ์ ธีระจิตติ,

Ph.D. (Politics and International Studies)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ศาสตราจารย์บรรจง มไหสวริยะ,

พ.บ., ว.ว. ออร์โทปิดิกส์

คณบดี

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล

รองศาสตราจารย์สมบูรณ์ ศิริสรหิรัญ, Ph.D.

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต

นโยบายสาธารณะและการจัดการภาครัฐ

คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์

มหาวิทยาลัยมหิดล

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (นโยบายสาธารณะและการจัดการภาครัฐ)

วันที่ 25 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2558

บัว วัฒน

นางสาวบัว เย็นที่

ผู้วิจัย

ด-น

รองศาสตราจารย์ศิริพร แย้มนิล,

Ph.D. (Human Resource Development)

ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

ส ๒

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ภัทร์ พลอยแหวน,

Ph.D. (Development Education)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์

ด.น. ใส

อาจารย์สายสุดา เตียเจริญ,

Ph.D. (Educational Administration)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์

ด.น. วัฒน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์นภเรณู สัจจรักษ์ ธีระจิตติ,

Ph.D. (Politics and International Studies)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์

ด.น. นร

ศาสตราจารย์บรรจง มไหสวริยะ,

พ.บ.,ว.ว. ออร์โทปิดิกส์

คณบดี

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล

ด.น. นร

รองศาสตราจารย์สมบูรณ์ ศิริสรหิรัญ,

Ph.D. (Educational Administration)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์

ด.น. นร

รองศาสตราจารย์วิริยา ชินวรรณ, Ph.D.,

คณบดี

คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์

มหาวิทยาลัยมหิดล

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ภัทร์ พลอยแหวน อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก ที่ได้สละเวลาทั้งใน ราชการและนอกราชการ เพื่อช่วยตรวจสอบ ให้คำแนะนำ และข้อคิดเห็นในการปรับปรุง แก้ไข ข้อบกพร่องของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ อีกทั้งยังให้ความห่วงใยและเอาใจใส่ผู้วิจัยเสมอมา ผู้วิจัยรู้สึก ซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่ง จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์สมบูรณ์ ศิริสรหรือริฎ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ นภเรณู สัจจรักษ์ ธีระฐิติ ที่ได้ให้เกียรติเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วมและคอยให้ ความช่วยเหลือ รวมทั้งคำแนะนำแก่ผู้วิจัยในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ศิริพร แยมนิล และอาจารย์สายสุดา เตียเจริญ ที่ได้ให้เกียรติเป็นคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์และให้คำแนะนำแก่ผู้วิจัย ในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ขอกราบขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์กมลพร สอนศรี ที่ได้ให้คำปรึกษาที่ดียิ่งในเรื่อง การใช้สถิติในการวิเคราะห์ และอาจารย์ทุกท่านที่คอยให้คำแนะนำแก่ผู้วิจัยตลอดระยะเวลาการศึกษา

ขอขอบพระคุณ ฝ่ายสื่อสารองค์กร การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย ผู้บริหารทุกท่าน ที่ให้ความกรุณาเสียสละเวลาอันมีค่าในการให้ข้อมูลแก่ผู้วิจัยในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ขอขอบพระคุณ หน่วยวิจัยโครงสร้างและการทำงานของโปรตีน คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล อาจารย์ เจ้าหน้าที่ และสมาชิกทุกท่านที่ได้คอยให้คำปรึกษา กำลังใจ และการสนับสนุนแก่ผู้วิจัยตลอดระยะเวลาการศึกษาและทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา และครอบครัว ที่ให้การสนับสนุน โอกาสใน การศึกษา รวมทั้งความรัก และกำลังใจแก่ผู้วิจัย จนทำให้ผู้วิจัยประสบความสำเร็จในการศึกษาครั้งนี้

ขอขอบคุณ เพื่อนนักศึกษา รป.ม. รุ่นที่ 5 คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล และเพื่อนทุกคนที่คอยให้ความช่วยเหลือ เป็นกำลังใจ และร่วมทุกข์ ร่วมสุขด้วยกัน ตลอดมาตลอดระยะเวลาการศึกษา

สุดท้ายนี้ ขอขอบคุณกลุ่มตัวอย่างทุกท่าน ที่เสียสละเวลาอันมีค่ามาเข้าร่วมในการวิจัย จนทำให้การวิจัยประสบความสำเร็จออกมาเป็นวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

บัว เย็นที่

แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารของการไฟฟ้าผลิตแห่งประเทศไทย

APPROACHES FOR COMMUNICATION EFFICIENCY DEVELOPMENT OF EGAT

บัว เย็นที่ 5637083 SHPP/M

รป.ม. (นโยบายสาธารณะและการจัดการภาครัฐ)

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : กัทร์ พลอยแหวน, Ph.D., สมบูรณ์ ศิริสรวิทย์, Ph.D., นกเรณู ศัจจรักษ์ ชีระจิตติ, Ph.D.

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการสื่อสารและประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. 2) เพื่อศึกษาองค์ประกอบการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. 3) เพื่อสร้างสมการพยากรณ์อิทธิพลขององค์ประกอบการสื่อสารที่มีต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. 4) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยใช้เครื่องมือแบบสอบถามกับประชาชนใน อ.วังน้อย จ.พระนครศรีอยุธยา จำนวน 397 คน วิเคราะห์โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความถี่และร้อยละ รวมถึงใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหาวิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบเป็นขั้นตอน ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารในฝ่ายสื่อสารองค์กร กฟผ. จำนวน 3 คน วิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการสื่อสารมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยที่มากที่สุดคือ ด้านผู้ส่งสาร(3.98) รองลงมาคือ ด้านช่องทางการสื่อสาร(3.96) ด้านผู้รับสาร(3.94) และด้านสาร(3.78) ตามลำดับ ระดับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการสื่อสารมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยที่มากที่สุดคือ ด้านความน่าเชื่อถือ(4.01) รองลงมาคือ ด้านความสม่ำเสมอและต่อเนื่อง(3.95) และด้านความเหมาะสม(3.90) ตามลำดับ 2) องค์ประกอบการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. คือ ผู้รับสาร ผู้ส่งสาร สาร และช่องทางการสื่อสาร มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 3) สมการพยากรณ์อิทธิพลขององค์ประกอบการสื่อสารที่มีต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. คือ ประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. = $14.98 + .45(\text{ผู้รับสาร}) + .36(\text{ผู้ส่งสาร}) + .39(\text{สาร}) + .43(\text{ช่องทางการสื่อสาร})$ สามารถพยากรณ์ประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. ได้ร้อยละ 47.50 4) แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. เป็นดังนี้ ด้านความน่าเชื่อถือ เน้นให้ประชาชนเชื่อถือ กฟผ. โดยการพิจารณาบทวนการนำเสนอข่าวสาร ซึ่งข่าวสารต้องมีแหล่งที่มาและใช้สื่อที่ประชาชนเข้าถึงง่าย ด้านความเหมาะสม เน้นความเหมาะสมทั้งกับประชาชนและ กฟผ. ในเรื่องของเนื้อหาข่าวสารและสื่อที่ใช้ ด้านความสม่ำเสมอและต่อเนื่อง เน้นให้ข่าวสารและ กฟผ. เป็นที่จดจำและนำมาซึ่งการยอมรับจากประชาชน

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย สำหรับ กฟผ. ในเรื่องการสื่อสารต่อประชาชน 1) กำหนดนโยบาย เป้าหมาย การดำเนินงาน และแผนการดำเนินงานเรื่องการสื่อสารของ กฟผ. ต่อประชาชน ให้ชัดเจน ครอบคลุมการดำเนินงานทั้งในระยะสั้นและระยะยาว โดยเน้นให้มีการกำหนดนโยบายที่สนับสนุนการส่งเสริมความสามารถของพนักงาน โดยการจัดการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาความสามารถด้านการสื่อสาร 2) สร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการสื่อสารต่อประชาชน กับหน่วยงานอื่นที่มีการดำเนินงานใกล้เคียงกันเช่น การไฟฟ้านครหลวง หรือ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ซึ่งถือเป็นการยกระดับขีดความสามารถในการสื่อสารต่อประชาชนของทั้ง กฟผ. และหน่วยงานอื่นๆ ให้เพิ่มมากขึ้น ทั้งยังทำให้ประชาชนได้รับประโยชน์จากความร่วมมือดังกล่าวอีกด้วย

คำสำคัญ : การไฟฟ้าผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) / ประสิทธิภาพการสื่อสาร / แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพ

APPROACHES FOR COMMUNICATION EFFICIENCY DEVELOPMENT OF EGAT

BUA YENTEE 5637083 SHPP/M

M.P.A. (PUBLIC POLICY AND PUBLIC MANAGEMENT)

THESIS ADVISORY COMMITTEE : PHUT PLOYWAN, Ph.D., SOMBOON SIRISUNHIRUN, Ph.D., NOPRAENUE SAJJARAX DHIRATHITI, Ph.D.

ABSTRACT

This Research aimed 1) to study the level of the opinions on communication elements and communication efficiency of Electricity Generating Authority of Thailand (EGAT); 2) to study communication elements affecting the communication efficiency of EGAT; 3) to create an equation to forecast influence of the communication elements affecting the communication efficiency of EGAT; and 4) to offer an approaches for communication efficiency development of EGAT. This Research was a quantitative and qualitative research design. Questionnaires were used to collected data. The sample consisted of 397 individuals who live in the Wang Noi district of Phra Nakhon Si Ayutthaya province, aged 18 years or more. Mean, standard deviation (S.D.), frequency, percentage and stepwise multiple regression were used to analyze the data for quantitative research. Also, for qualitative research, the researcher used In-dept interviews were performed with 3 executives in the organizational communication division of EGAT which was analyzed using the content analysis method.

According to the results of the Research : 1) the level of the opinions to communication elements was high; the sender was the highest level (3.98) followed by channel (3.96), receiver (3.94) and message (3.78) respectively. the level of the opinions to communication efficiency were high, reliability was highest level (4.01) followed by constancy and continue (3.95) and appropriateness (3.90) respectively; 2) communication elements that affected the communication efficiency of EGAT is receiver, sender, message and channel and affecting the communication efficiency of EGAT respectively at the statistical significance level of .05; 3) the equation to forecast influence of the communication elements affecting the communication efficiency of EGAT was communication efficiency of EGAT = 14.98 + .45(receiver) + .36(sender) + .39(message) + .43(channel) could forecast the communication efficiency of EGAT at the rate of 47.50%; and 4) the approaches for communication efficiency development of EGAT as follows : Reliability; EGAT should focus on developing reliable people at EGAT by focusing on the reverence of information. The information must have a source and the channel should be easy to access. Appropriateness; EGAT should focus on appropriateness for people and EGAT, on information texts and media used. Consistency and continuity; EGAT should focus on providing information and EGAT to be remembered and accepted by people.

Recommendations from the results of the research for EGAT on communication to people are as follows : 1) policies and action plans of EGAT should be set out in a clear manner and could cover short and long term period, and focus on the policies that support staff ability, such as providing for training to improve their communication ability. 2) EGAT should create collaborative networks on communicate to public with other organizations which have similar operation, such as Metropolitan Electricity Authority (MEA) or Provincial Electricity Authority (PEA). This process will increase the ability to communicate of EGAT and other organizations and people will gain the benefits from that cooperation.

KEYWORDS : ELECTRICITY GENERATING AUTHORITY OF THAILAND (EGAT) /
COMMUNICATION EFFICIENCY / APPROACHES FOR
COMMUNICATION EFFICIENCY DEVELOPMENT

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญรูปภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	5
1.4 สมมุติฐานการวิจัย	5
1.5 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	5
1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย	6
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม	8
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร	8
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพการสื่อสาร	31
2.3 ข้อมูลองค์การของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย	38
2.4 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	44
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	57
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	57
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	60
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	63
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	63

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า	
บทที่ 4	ผลการวิจัย	65
	4.1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	65
	4.2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบการสื่อสารและประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ.	68
	4.3 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ.	75
	4.4 ผลการวิเคราะห์การสร้างสรรค์สมการพยากรณ์อิทธิพลขององค์ประกอบการสื่อสารที่มีต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ.	77
	4.5 ผลการวิเคราะห์คำถามปลายเปิดและการสัมภาษณ์	80
	4.6 แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ.	83
บทที่ 5	การอภิปรายผล	85
	5.1 อภิปรายผลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบการสื่อสารและประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ.	85
	5.2 อภิปรายผลองค์ประกอบการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ.	92
	5.3 อภิปรายผลสมการพยากรณ์อิทธิพลขององค์ประกอบการสื่อสารที่มีต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ.	95
	5.4 อภิปรายผลแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารองค์กรของ กฟผ.	96
บทที่ 6	สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	99
	6.1 สรุปผลการวิจัย	99
	6.2 ข้อเสนอแนะการวิจัย	104

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทสรุปแบบสมบูรณ์ภาษาไทย	106
บทสรุปแบบสมบูรณ์ภาษาอังกฤษ	120
บรรณานุกรม	134
ภาคผนวก	141
ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	142
ภาคผนวก ข ผลการหาค่า IOC ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	151
ภาคผนวก ค เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมวิจัย	156
ภาคผนวก ง การรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน	161
ประวัติผู้วิจัย	162

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
2.1	สรุปคำอธิบายลักษณะของตัวแปรอิสระ	55
2.2	สรุปคำอธิบายลักษณะของตัวแปรตาม	56
3.1	จำนวนประชากรในอำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ณ เดือนธันวาคม ปี พ.ศ. 2556	58
3.2	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละตำบล ด้วยการคำนวณเป็นสัดส่วน ตามจำนวนประชากร	59
4.1	ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	66
4.1	ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)	67
4.2	ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบการสื่อสาร	69
4.3	ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบการสื่อสาร ด้านผู้ส่งสาร (Sender)	69
4.4	ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบการสื่อสาร ด้านสาร (Message)	70
4.5	ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบการสื่อสาร ด้านช่องทางการสื่อสาร (Channel)	71
4.6	ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบการสื่อสาร ด้านผู้รับสาร (Receiver)	72
4.7	ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการสื่อสาร	73
4.8	ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการสื่อสาร ด้านความน่าเชื่อถือ	73
4.9	ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการสื่อสาร ด้านความเหมาะสม	74
4.10	ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการสื่อสาร ด้านความสม่ำเสมอและต่อเนื่อง	75
4.11	การวิเคราะห์องค์ประกอบการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพ การสื่อสารของ กฟผ.	76
4.12	การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพล ต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ.	78
4.13	การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณองค์ประกอบการสื่อสาร ที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ.	79

สารบัญญรูปภพ

รูปภพ		หน้า
1.1	กรอบแนวคิในการวิจัย	6
2.1	แบบจำลอง SMCR ของเบอร์โ้โด Berlo's SMCR Model of Communication	17
2.2	โครงสร้างองค์การของ กฟผ.	43

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การสื่อสารเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการดำเนินการในสิ่งต่างๆ เพราะจะเป็นสิ่งที่ทำหน้าที่ให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ เชื่อมโยง และประสานงานให้การดำเนินการนั้นๆเป็นไปตามวัตถุประสงค์ จึงเป็นสิ่งที่ทุกภาคส่วนควรให้ความสำคัญต่อกระบวนการสื่อสารและการสื่อสารถือได้ว่ามีความสำคัญต่อการบริหารงานขององค์กร ในส่วนงานการบริหารใดๆล้วนแล้วแต่ต้องอาศัยการสื่อสารเพื่อให้ประสบผลสำเร็จและเกิดประสิทธิภาพ ซึ่งสมควร กวียะ (2546 : 22) กล่าวว่ามนุษย์มีการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจให้ตรงกัน การนิยามความหมายของการสื่อสารจึงเป็นความเข้าใจร่วมกัน จากความหมายดังกล่าวทำให้เข้าใจได้ว่า การสื่อสารเป็นการสร้างความเข้าใจให้ตรงกันขององค์กรว่าวัตถุประสงค์คืออะไร รวมไปถึงสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับบุคลากรขององค์กรได้ การสื่อสารเป็นปัจจัยที่จะส่งผลกระทบต่อความสำเร็จขององค์กรว่าจะมากหรือน้อยเพียงใด ถ้าองค์กรใดไม่มีการสื่อสารที่ดี มีปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารมาก ก็จะส่งผลให้การบริหารองค์กรนั้นๆล้มเหลวได้ ดังนั้นองค์กรใดๆจะต้องให้ความสำคัญกับการสื่อสารเพื่อให้องค์กรประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งเอาไว้ ทำให้เกิดการพัฒนาขององค์กรไปในรูปแบบของการเติบโตที่มีความยั่งยืนได้ ซึ่งมีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความสนใจในการศึกษาเรื่องของการสื่อสาร

Berlo เป็นนักวิชาการที่ได้สร้างแบบจำลอง SMCR ของ Berlo (1960 : 7) ไว้เพื่ออธิบายถึงองค์ประกอบของการสื่อสาร 4 องค์ประกอบ ที่จะทำให้การสื่อสารเกิดประสิทธิภาพ ซึ่งองค์ประกอบเหล่านั้นคือ ผู้ส่งสาร (Sender) สาร (Message) ช่องทางการสื่อสาร (Channel) และผู้รับสาร (Receiver) นอกจากนี้ Berlo ยังได้มีการกล่าวว่า การสื่อสารในทุกครั้งจะต้องมีวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร ซึ่งอาจแตกต่างกันไป ผู้วิจัยจึงขอเสนอเรื่องการสื่อสารองค์กร ซึ่งมีวัตถุประสงค์คือ การนำเสนอข่าวสารขององค์กร ซึ่งธงชัย สันติวงษ์ และชนาธิป สันติวงษ์ (2542 : 86) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การสื่อสารองค์กร มีความหมายที่กว้าง สามารถสื่อความหมายถึงเรื่องของ การสื่อสารภายในและภายนอกองค์กร ดังเช่นเรื่องการสื่อสารของผู้บริหาร องค์กรที่มีวัตถุประสงค์ในการสื่อสารที่ชัดเจนคือ การถ่ายทอดภารกิจ นโยบาย วิสัยทัศน์ของ

องค์การ ซึ่งพจน์ ใจชาญสุขกิจ (ดร.พจน์ คอทคอม <http://www.drphot.com> เข้าถึงเมื่อวันที่ 17 มิถุนายน 2557) ที่ได้กล่าวไว้ในการบรรยายของ โครงการพัฒนาผู้บริหารของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย : EGAT Learning Society หัวข้อ “กลยุทธ์การสื่อสารผ่านสื่อสารมวลชน” ว่า การสื่อสารของผู้บริหารองค์กร เป็นส่วนสำคัญทั้งเพื่อการสื่อความที่ถูกต้อง ชัดเจนเหมาะสม ถ่ายทอดภารกิจ นโยบาย วิสัยทัศน์ องค์ความรู้ขององค์กรให้เกิดทั้งภาพลักษณ์ ประชาสัมพันธ์ เพื่อพัฒนาไปสู่ความร่วมมือที่ดีขององค์กร ไปยังเครือข่ายสื่อมวลชน ย่อมส่งผลให้การดำเนินงาน นโยบายและการแก้ไขปัญหาให้ประสบความสำเร็จ ซึ่งการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย หรือ กฟผ. เป็นอีกองค์กรหนึ่งที่ทำให้ความสำคัญกับการสื่อสารองค์กรด้วยเช่นกัน

กฟผ. มีการจัดตั้งฝ่ายสื่อสารองค์กรเพื่อทำหน้าที่สื่อสารข่าวสารขององค์กรทั้ง ภายในและภายนอกโดยเฉพาะ รวมถึงเพื่อรับฟังข้อร้องเรียนความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม จากทั้งภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งกระบวนการทำงานของฝ่ายสื่อสารองค์กรของ กฟผ. มีความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะมีการดำเนินงานเพื่อการทำให้บุคลากรในทุกระดับของ กฟผ. และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับ กฟผ. มีความเข้าใจที่ตรงกันถึงวัตถุประสงค์และเป้าหมายของ กฟผ. และเกิดการร่วมมือกันกับ กฟผ. ในการดำเนินงานต่างๆ ซึ่งทั้งหมดจะส่งผลต่อความสำเร็จของ กฟผ. ทั้งนี้ฝ่ายสื่อสารองค์กรของ กฟผ. ยังเป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ให้กับ กฟผ. ในสายตาของคนภายนอก อีกด้วย เช่น ในการจัดโครงการ เยาวชนสร้างสรรค์ สื่อภาพยนตร์สั้น ในหัวข้อ “ผลิตไฟฟ้าเพื่อความสุขของคนไทย” ที่ กฟผ. ร่วมกับ มหาวิทยาลัยมหาสารคามจัดขึ้น เพื่อสร้างจิตสำนึกให้คนรุ่นใหม่เห็นความสำคัญของพลังงานไฟฟ้า และยังเป็นการเผยแพร่ข่าวสารไปยังประชาชนทั่วไปให้ได้รับรู้ถึงภารกิจของ กฟผ. (กฟผ. <http://www.egat.co.th> เข้าถึงเมื่อวันที่ 13 มิถุนายน 2557) ซึ่งในการจัดทำโครงการนี้ ฝ่ายสื่อสาร องค์กรได้ทำหน้าที่ในการประสานงานด้านการนำเสนอโครงการ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า กฟผ. ได้ให้ความสำคัญกับด้านภาพลักษณ์ขององค์กรเป็นอย่างมาก เพราะ กฟผ. เป็นองค์กรระดับชาติที่มีการดำเนินงานในเรื่องของ ไฟฟ้า ซึ่งเป็นสิ่งที่มีผลต่อชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน จึงเป็นที่มา ของการจัดทำโครงการดังกล่าวเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้ กฟผ.

ฝ่ายสื่อสารองค์กรของ กฟผ. จะต้องมีความสามารถในการนำเสนอที่ดี เพื่อส่ง ข่าวสารที่มีเนื้อหาที่ครอบคลุมในเรื่องของข่าวสารองค์กรของ กฟผ. และข่าวสารอื่นๆที่มีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของ กฟผ. ซึ่งได้รับคัดเลือกแล้วว่าจะเป็นประโยชน์ต่อประชาชน เช่น ความรู้เรื่องพลังงานไฟฟ้า ความรู้เรื่องเขื่อน ความรู้เรื่องโรงไฟฟ้า ไปยังผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งหมด โดยที่ข่าวสารเหล่านี้ฝ่ายสื่อสารองค์กรของ กฟผ. จะต้องมีการจัดการข่าวสารให้มีภาษา

ที่สื่อความหมายได้ชัดเจนและส่งข่าวสารเหล่านี้ผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วารสาร เพื่อที่จะทำให้เกิดประสิทธิภาพในการสื่อสาร

นอกจากนี้ ยังมีข่าวสารที่แสดงถึงรูปแบบการทำงานของฝ่ายสื่อสารองค์กร กฟผ. คือ การกล่าวถึงการสร้างโรงไฟฟ้าพลังงานถ่านหินที่ภาคใต้ โดยหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ (2556, กันยายน 1 : 4) ซึ่งเนื้อหาของข่าวระบุว่า คนไทยเมื่อได้ยินคำว่าสร้างโรงไฟฟ้าก็จะอยากรู้ว่าจะก่อสร้างบริเวณไหน อย่างไร เพราะคิดไปถึงผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่จะต้องเผชิญ ยิ่งเมื่อได้ยินว่าเป็นโรงไฟฟ้าพลังงานถ่านหินก็ยิ่งวิตก เพราะเคยเกิดปัญหาด้านมลภาวะทางอากาศกับพื้นที่บริเวณโรงไฟฟ้าพลังงานถ่านหินซึ่งหมายถึง โรงไฟฟ้าแม่เมาะ ซึ่งจากข่าวดังกล่าวนี้นำให้ผู้อำนวยการฝ่ายสื่อสารองค์กรของ กฟผ. ได้ให้สัมภาษณ์และกล่าวถึงข่าวดังกล่าวว่า ข่าวปัญหามลภาวะทางสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นบริเวณโดยรอบโรงไฟฟ้าแม่เมาะนั้นเคยเกิดขึ้นจริง แต่ได้มีการเฝ้าระวังรักษาเกิดขึ้นแล้ว ทั้งยังกล่าวถึงข้อกังวลต่อการสร้างโรงไฟฟ้าพลังงานถ่านหินบริเวณพื้นที่ภาคใต้ของกลุ่มชุมชนและกลุ่มเอ็นจีโอในพื้นที่นั้น โดยเฉพาะเรื่องเรื่องปัญหาฝุ่นละอองที่อาจเกิดจากโรงไฟฟ้าพลังงานถ่านหิน ว่า กฟผ. ต้องเร่งสร้างความเข้าใจกับชุมชนให้มากขึ้น ซึ่งจากข่าวยังได้มีการระบุว่า กฟผ. ได้มีการศึกษาข้อมูลการสร้างโรงไฟฟ้าจากประเทศญี่ปุ่นซึ่งเป็นประเทศที่มีเทคโนโลยีการสร้างโรงไฟฟ้าที่ทันสมัยและลดผลกระทบต่อชุมชน เพื่อนำมาเป็นต้นแบบในการก่อสร้างโรงไฟฟ้าของ กฟผ. อีกด้วย ซึ่งจากข่าวนี้นำมาให้เห็นถึงปัญหาในเรื่องของความไม่เข้าใจในรายละเอียดของการก่อสร้างโรงไฟฟ้า ผลกระทบ และการจัดการโรงไฟฟ้าของประชาชนโดยทั่วไป จากข่าวที่ผู้วิจัยได้มีการนำเสนอมาทั้งหมดข้างต้นนั้นจะเห็นได้ว่าฝ่ายสื่อสารองค์กรของ กฟผ. ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการจัดการกับปัญหาดังกล่าว ในแง่ของการรวบรวมข่าวสารจากฝ่ายงานต่างๆ และทำการเผยแพร่ออกไป ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดในเรื่องนี้ ซึ่งยังรวมไปถึงการรับฟังข้อร้องเรียนจากประชาชนที่ได้รับผลกระทบโดยตรงแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้อง

จากการดำเนินงานของฝ่ายสื่อสารองค์กร กฟผ. นั้นจึงทำให้ ฝ่ายสื่อสารองค์กร กฟผ. ต้องมีกระบวนการในการสื่อสารที่ครอบคลุม เพื่อให้เหมาะสมกับผู้รับสารในทุกกลุ่ม ซึ่งประชาชนทั่วไปหรือองค์กรใดๆที่ได้รับรู้ในสิ่งที่ กฟผ. สื่อสารมาจะเกิดความเข้าใจและสามารถนำความรู้ที่ได้มานั้นไปต่อยอดเพื่อให้เกิดการพัฒนาต่อตนเองในด้านต่างๆ ต่อชุมชนที่อยู่อาศัยที่สามารถพัฒนาเพื่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจกันในการดำเนินงานที่เป็นส่วนรวม ซึ่งจะทำให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน รวมไปถึงองค์กรต่างๆก็สามารถนำความรู้ที่ได้มาปรับใช้เพื่อให้องค์กรเกิดการพัฒนาไปในทิศทางที่คืออย่างยั่งยืนได้เช่นกัน การพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารจึงเป็นสิ่งที่ กฟผ. ให้ความสำคัญไม่น้อยไปกว่าการพัฒนางานการบริหารในด้านอื่นๆ ซึ่งมี

ความสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ของ กฟผ. ปี พ.ศ.2555 – 2559 (<http://www.egat.co.th> เข้าถึงเมื่อวันที่ 15 มิถุนายน 2557) ที่ระบุไว้ในรายละเอียดภายใต้กรอบของการเสริมสร้างขีดความสามารถการแข่งขันของธุรกิจหลักว่า การสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อการสร้างโรงไฟฟ้าใหม่และภายใต้กรอบของหัวข้อ เป็นองค์การสมรรถนะสูงที่พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง ที่ระบุว่าเสริมสร้าง กฟผ. ให้เป็นองค์การแห่งการเรียนรู้และองค์การแห่งคุณภาพพร้อมทั้งส่งเสริมการดำเนินงานนวัตกรรม สามารถนำระบบข้อมูลสารสนเทศมาสนับสนุนการบริหารเพื่อเพิ่มมูลค่าขององค์การ ซึ่งจากแผนยุทธศาสตร์นี้ จึงทำให้เรื่องประสิทธิภาพการสื่อสารเป็นเรื่องที่ กฟผ. ได้ให้ความสำคัญในการพัฒนาเป็นอย่างมาก

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงเลือกจัดทำการวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย” โดยจะศึกษาระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการสื่อสารและประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. องค์ประกอบการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. เพื่อนำมาสร้างสมการพยากรณ์อิทธิพลขององค์ประกอบการสื่อสารที่มีต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. และเพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. ซึ่งผู้วิจัยได้เลือก อำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นกรณีศึกษา ซึ่งผลการวิจัยที่จะได้จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยหวังว่าจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. ต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการสื่อสารและประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ.
2. เพื่อศึกษาองค์ประกอบการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ.
3. เพื่อสร้างสมการพยากรณ์อิทธิพลขององค์ประกอบการสื่อสารที่มีต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ.
4. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ.

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาเฉพาะการสื่อสารองค์การของ กฟผ. ตามความคิดเห็นของประชาชน ตามหลักทฤษฎีการสื่อสาร SMCR ของเบอร์โล (David K. Berlo) ซึ่งประกอบไปด้วยองค์ประกอบการสื่อสารคือ ผู้ส่งสาร (Sender) สาร (Message) ช่องทางการสื่อสาร (Channel) และผู้รับสาร (Receiver)

1.3.2 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรคือ ประชาชนในอำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งเป็นอำเภอที่อยู่ในพื้นที่ให้บริการของ กฟผ. และผู้ให้ข้อมูลสำคัญคือ ผู้บริหารในฝ่ายสื่อสารองค์การของ กฟผ. ที่ กฟผ. อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี

1.3.3 ขอบเขตด้านสถานที่การศึกษาและระยะเวลาที่ใช้ทำการวิจัย

ฝ่ายสื่อสารองค์การ กฟผ. อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี และพื้นที่อำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ช่วงเดือนกรกฎาคม 2557 - เดือนกุมภาพันธ์ 2558

1.4 สมมุติฐานการวิจัย

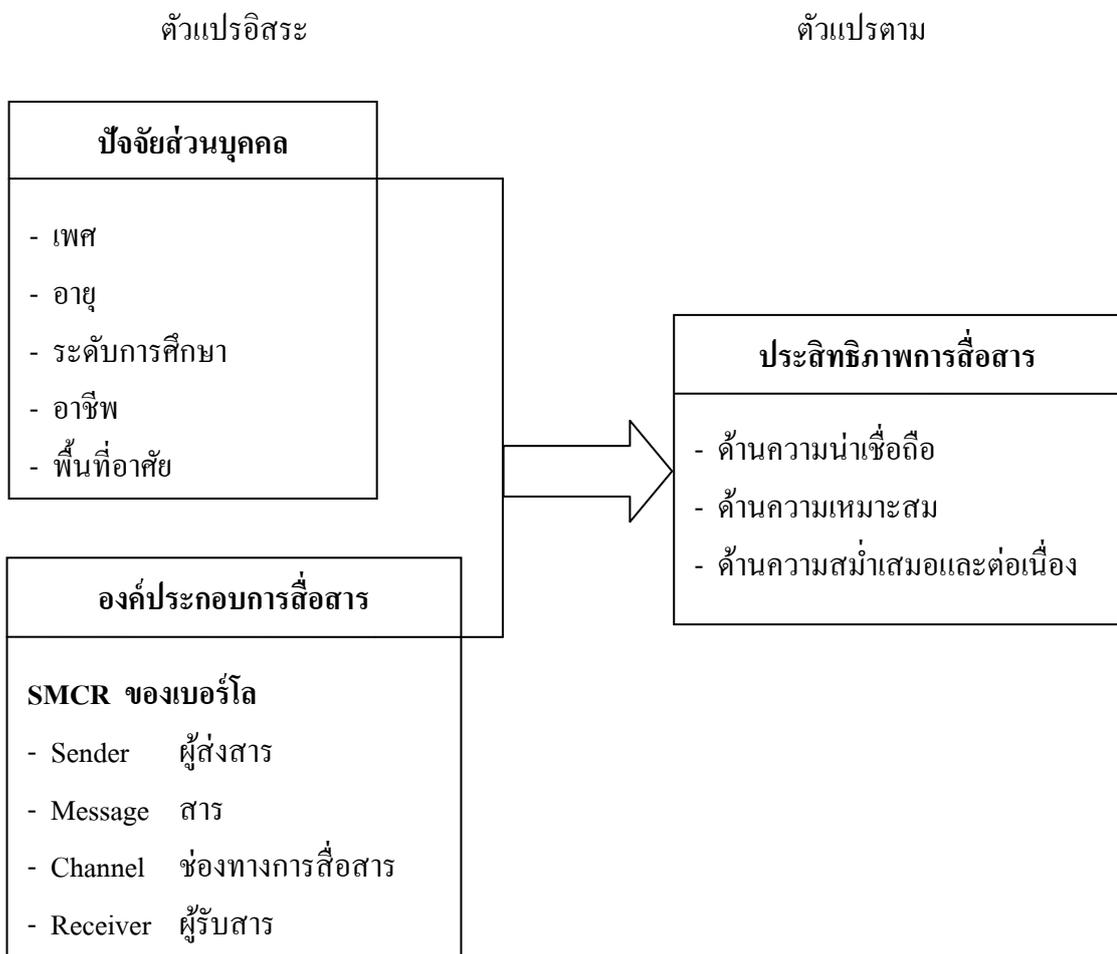
องค์ประกอบการสื่อสาร ซึ่งประกอบด้วย ผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการสื่อสาร และผู้รับสาร มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ.

1.5 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

1. องค์ประกอบการสื่อสาร หมายถึง องค์ประกอบที่ทำให้เกิดการสื่อสารตามหลักทฤษฎีการสื่อสาร SMCR ของเบอร์โล (David K. Berlo) ซึ่งประกอบไปด้วย ผู้ส่งสาร (Sender) สาร (Message) ช่องทางการสื่อสาร (Channel) และผู้รับสาร (Receiver)

2. ประสิทธิภาพการสื่อสาร หมายถึง การสื่อสารที่มีการเลือกใช้ทรัพยากร หรือ ปัจจัยในกระบวนการสื่อสารได้อย่างคุ้มค่าที่สุด ซึ่งตามแนวคิดของ วิจิตร อวະกุล แบ่งได้ เป็น 3 ด้าน ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้คือ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความเหมาะสม ด้านความสม่ำเสมอ และต่อเนื่อง

1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการสื่อสารและประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ.
2. ทราบองค์ประกอบการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ.
3. ได้แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการดำเนินงานด้านการสื่อสารองค์การของ กฟผ. และอาจนำไปประยุกต์ใช้กับหน่วยงานอื่นทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อหน่วยงานนั้นๆ ได้

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากนั้นจึงได้สรุปเป็นประเด็นแนวคิดดังหัวข้อที่จะนำเสนอต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารองค์การ
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพการสื่อสาร
- 2.3 ข้อมูลองค์การของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย
- 2.4 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารองค์การ

2.1.1 ความหมายของการสื่อสาร

ได้มีนักวิชาการให้ความหมายของคำว่า “การสื่อสาร” เอาไว้หลายท่าน ดังนี้

ดวงพร คำคุณวัฒน์ และวาสนา จันทร์สว่าง (2536 : 18) กล่าวว่า จากผลของการศึกษาความหมายคำว่า การสื่อสาร ในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2525 ได้ให้ความหมายไว้ว่า การสื่อสารคือ การนำหนังสือข้อความจากฝ่ายหนึ่งไปสู่อีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งเป็นกระบวนการของการถ่ายทอดข่าวสารและอื่นๆ ผ่านสัญลักษณ์ ซึ่งมีหลายรูปแบบเช่น คำพูด ภาพเพลง เป็นต้น

สมควร กวียะ (2546 : 22) กล่าวว่า การสื่อสาร ซึ่งในภาษาอังกฤษคือคำว่า Communication มีรากศัพท์มาจากภาษาละตินคือ Communicate ซึ่งก็ตรงกับคำว่า Communicate ในภาษาอังกฤษ การแปลความหมายตรงตามตัวอักษรว่า Make Common จะหมายถึง การทำให้มีสภาพร่วมกัน ซึ่งตามธรรมชาติของการสื่อสารก็ได้ให้ความหมายที่ตรงกันว่า การสื่อสารคือ การทำให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน กล่าวได้ว่า มนุษย์มีการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจให้ตรงกัน

การนิยามความหมายของการสื่อสารจึงเป็น ความเข้าใจร่วมกัน ซึ่งจะเป็นไปตามพื้นฐานของรากศัพท์เดิม

Shannon and Weaver (1949 : 379) กล่าวว่า คำว่าการสื่อสารมีความหมายครอบคลุมไปจนถึงเรื่องของวิธีการที่ทำให้จิตใจของมนุษย์คนหนึ่งส่งผลกระทบต่อจิตใจของมนุษย์อีกคนหนึ่ง โดยผ่านพฤติกรรมของมนุษย์ เช่น การพูด การเขียน รูปภาพ ดนตรี ละครต่างๆ หรืออาจจะให้ความหมายว่า การสื่อสารเป็นการกระทำใดๆที่ทำให้กลไกอย่างหนึ่งส่งผลไปยังกลไกอีกอย่างหนึ่ง

Miller (1951 : 6) กล่าวว่า ได้ให้ความหมายของการสื่อสารว่าคือ การถ่ายทอดสารจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง

Hovland Janis and Kelly (1953 : 12) ได้แสดงความคิดเห็นว่า การสื่อสารหมายถึง กระบวนการของบุคคลหนึ่งที่ส่งสิ่งเร้าเพื่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลอื่นๆ

Osgood (1954 : 46) กล่าวว่า คำว่าการสื่อสารให้ความหมายที่กว้างมาก และจะเกิดขึ้นต่อเมื่อแหล่งของสารมีอิทธิพลมากกว่าจุดหมายซึ่งก็คืออีกระบบหนึ่ง มีการส่งสัญญาณออกตามสื่อและมีการควบคุมสัญญาณดังกล่าว

Cherry (1957 : 219) การสื่อสารหมายถึง การกระทำของเครื่องหมายอันแรก ทำให้เกิดเครื่องหมายอันที่สองตามมา ปฏิกริยาขึ้นอยู่กับผู้ตอบสนองสิ่งเร้าแตกต่างกันเป็นรายๆว่าจะตอบสนองออกมาในรูปแบบใด ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับลักษณะนิสัยและประสบการณ์ ในเรื่องการสื่อสารของผู้ตอบสนอง

Aristotle (quoted in Berlo. 1960 : 7) ได้ให้ความหมายของการสื่อสารว่า หมายถึง การแสวงหาวิธีในการชักจูงจิตใจที่มีอยู่ในทุกรูปแบบ

Schramm (1974 : 13) กล่าวว่า การสื่อสารคือ การแลกเปลี่ยนสัญญาณระหว่างกันของบุคคล แต่การแลกเปลี่ยนต้องตั้งอยู่บนความสัมพันธ์ของมนุษย์ ทำให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน

พรศุติ พิบูลศาสนสกุล (2554 : 11) ได้มีการสรุปความหมายของการสื่อสารจากนักวิชาการหลายท่านว่า การสื่อสาร หมายถึง การถ่ายทอดประสบการณ์ ความคิด และความรู้ต่างๆของตนเองส่งไปยังอีกบุคคล รวมทั้งการรับรู้ในความคิดที่ส่งมาจากบุคคลอื่น เพื่อมาปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและการแสดงออกของตนเอง ซึ่งกระบวนการในการสื่อสาร มี 3 ลักษณะดังนี้

1. การใช้รหัสสัญญาณ ในรูปแบบของภาษา ท่าทาง สัญลักษณ์ต่างๆ ที่เป็นการกระทำของผู้ถ่ายทอดการสื่อสารและผู้รับการถ่ายทอดการสื่อสาร

2. การใช้เครื่องมือถ่ายทอดการสื่อสาร โดยเครื่องมือดังกล่าวมีอยู่หลากหลาย เช่น คอมพิวเตอร์ วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น

3. การถ่ายทอดผ่านกระบวนการของสังคม มีในหลายรูปแบบ เช่น การสืบทอดทางวัฒนธรรม ประเพณี ศาสนา เป็นต้น

2.1.2 รูปแบบการสื่อสาร

พรศุติ พินุลศาสนสกุล (2554 : 11) เสนอในการแบ่งรูปแบบของการสื่อสาร แบ่งออกเป็น 3 รูปแบบการจำแนก ดังนี้

2.1.2.1 จำแนกตามกระบวนการของข่าวสาร

แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. การสื่อสารทางเดียว (One – way Communication) คือ การสื่อสารที่มีการส่งสารเป็นไปทางเดียวกัน ไม่มีการตอบกลับจากผู้รับสาร เช่น การสื่อสารผ่านหนังสือพิมพ์ การสื่อสารผ่านวิทยุและการสื่อสารโทรทัศน์ รวมไปถึงการออกคำสั่ง การมอบหมายงานที่ผู้รับไม่มีโอกาสในการแสดงความคิดเห็น ซึ่งผู้รับก็อาจจะเข้าใจหรือไม่เข้าใจสารเจตนาของผู้ส่งสารได้ และการปรับปรุงการสื่อสารจากผู้ส่งสารไม่สามารถทำได้ เพราะผู้ส่งสารไม่ทราบถึงปฏิกิริยาของผู้รับสาร ส่งผลให้การสื่อสารนี้เหมาะสมกับการสื่อสารที่มีเนื้อหาสาระที่สามารถเข้าใจได้ง่าย เพราะมีความรวดเร็วในการสื่อสาร

2. การสื่อสารสองทาง (Two – way Communication) คือ การสื่อสารที่มีการส่งข่าวสารตอบกลับกันไปมาระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ทำให้ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารในเวลาเดียวกัน สามารถทราบผลของการสื่อสารได้ เพราะสามารถทราบปฏิกิริยาระหว่างกันได้ ทำให้สามารถปรับเปลี่ยนให้การสื่อสารมีความเหมาะสมกับสถานการณ์ต่างๆ ได้ เช่น การพูดคุย การออกคำสั่งที่ผู้รับคำสั่งสามารถแสดงความคิดเห็นได้ การสื่อสารรูปแบบนี้จะประสบความสำเร็จได้ง่ายมากกว่าการสื่อสารรูปแบบอื่นๆ

2.1.2.2 จำแนกตามทิศทางการสื่อสาร

แบ่งได้ 3 ทิศทาง ดังนี้

1. จากระดับบนลงไปสู่ระดับล่าง (Downward Communication) คือ การส่งข้อมูลที่มาจากผู้บังคับบัญชาหรือผู้ที่ดำรงตำแหน่งสูงกว่า ไปยังผู้ใต้บังคับบัญชาหรือผู้ที่ดำรงตำแหน่งต่ำกว่า มักจะเป็นการสื่อสารแบบเป็นทางการ เช่น การสั่งการ การควบคุม เพื่อให้ได้ทราบถึงนโยบายและวัตถุประสงค์ขององค์การ การสื่อสารส่วนใหญ่ใช้ลายลักษณ์อักษร ทั้งการประกาศนโยบาย การกล่าวสุนทรพจน์ การประชุม เป็นต้น การสื่อสารลักษณะนี้ไม่ควรเป็นแบบทิศทางเดียว

เพราะถ้าหากไม่มีการตอบสนองของผู้รับสาร จะทำให้ผู้ส่งสารไม่สามารถทราบได้ว่าสารได้ถูกส่งไปถึงผู้รับสารหรือไม่ การสื่อสารลักษณะนี้อาจเกิดข้อผิดพลาดขึ้นได้จากการตีความสารที่ผิดไปจากเจตนาของผู้ส่งสารที่เป็นผู้บริหารระดับบนซึ่งมักจะไม่ชอบอธิบายรายละเอียดของคำสั่งให้ชัดเจน ส่งผลให้พนักงานระดับปฏิบัติการไม่สามารถซักถามเพื่อขอคำอธิบายใดๆได้ ทำให้ประสิทธิภาพการสื่อสารลดลงมาก

2. จากระดับล่างขึ้นไประดับบน (Upward Communication) คือ การส่งข้อมูลที่มาจากผู้ใต้บังคับบัญชาหรือผู้บังคับบัญชา ไปยังผู้ใต้บังคับบัญชาหรือผู้บังคับบัญชา ซึ่งข้อมูลที่ขึ้นไปจะมีทั้งข้อมูลเชิงบวกและเชิงลบ ในส่วนของข้อมูลเชิงบวกผู้บริหารเมื่อรับทราบแล้วก็จะนำไปตัดสินใจดำเนินการใดๆ ส่วนข้อมูลในเชิงลบผู้บริหารจะต้องแก้ไขตามปัญหาที่เกิดขึ้น การสื่อสารลักษณะนี้แสดงถึงการปฏิบัติงานที่ผู้ปฏิบัติงานมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานด้วย เป็นวิธีการเปิดโอกาสจากผู้บังคับบัญชาให้ผู้ใต้บังคับบัญชาได้มีการแสดงออกถึงความคิดเห็นได้ การสื่อสารลักษณะนี้จะมีการแก้ไขและเปลี่ยนแปลงจากผู้ใต้บังคับบัญชาเอง ข่าวสารจึงมีโอกาสถูกบิดเบือนได้ง่าย เพื่อที่จะได้ถูกใจผู้บังคับบัญชา ทำให้ข่าวสารถูกบั่นทอนเนื้อหา ผู้บริหารระดับสูงจึงมีโอกาสที่จะไม่ได้รับข้อมูลที่แท้จริงจากผู้ปฏิบัติงานที่ส่งข้อมูลมาได้

3. แบบแนวราบหรือแนวนอน (Horizontal Communication) หมายถึง การส่งข้อมูลจากผู้ใต้บังคับตำแหน่งเสมอกันหรือใกล้เคียงกัน ไม่มีกลไกที่แน่นอน ขึ้นอยู่กับตัวของแต่ละบุคคล มีความมุ่งหมายในเรื่องของการประสานงาน มอบหมายงาน และการให้ข้อมูลของกิจกรรมต่างๆ การสร้างความเข้าใจร่วมกันและการร่วมมือกันแก้ไขปัญหา เป็นการแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลโดยอาศัยพื้นฐานของความไว้วางใจซึ่งกันและกัน ต้องอาศัยความสมัครใจของแต่ละบุคคลโดยไม่มีการจูงใจใดๆ แต่ความแตกต่างกันเรื่องประสบการณ์และทักษะของผู้สื่อสาร รวมไปถึงบรรยากาศของการแข่งขันที่เกิดขึ้นภายในองค์กร ก็อาจทำให้เกิดปัญหาในการสื่อสารลักษณะนี้ได้เช่นกัน

2.1.2.3 จำแนกตามความเป็นทางการและไม่เป็นทางการ แบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

1. การสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Communication) คือ การสื่อสารที่จะเกิดขึ้นตามตำแหน่งหน้าที่การงานที่ปฏิบัติ และจะเกิดจากการปฏิบัติงานตามหน้าที่ที่ได้รับผิดชอบ เป็นการสื่อสารระหว่างกันที่มีวัตถุประสงค์เพื่อให้การปฏิบัติงานบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งเอาไว้ มีลักษณะของการสื่อสารส่วนใหญ่โดยใช้ลายลักษณ์อักษรและมีการใช้ภาษาที่เป็นทางการในภาษาเขียน โดยส่วนใหญ่จะสื่อออกมาเช่น หนังสือคำสั่ง หนังสือชี้แจง

หนังสือเวียน เป็นต้น แต่ในการสื่อสารออกมาในรูปแบบอื่นเช่น การกล่าวเปิดงาน การกล่าวชี้แจงนโยบาย จะใช้ภาษาพูดที่เป็นทางการ

2. การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication) คือ การสื่อสารที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกับหน้าที่การทำงานที่ปฏิบัติ เป็นการสื่อสารระหว่างกันที่มุ่งเน้นความสัมพันธ์ของผู้ติดต่อสื่อสาร ซึ่งการเกี่ยวพันกันระหว่างบุคคลทำให้ทิศทางของการสื่อสารคาดเดาได้ยาก ส่วนใหญ่จะเป็นการสื่อสารโดยใช้วาจา มีความเป็นอิสระจากตำแหน่งหน้าที่การทำงาน มีการส่งข่าวสารที่รวดเร็ว แต่มีความถูกต้องและน่าเชื่อถือน้อยกว่าการสื่อสารแบบเป็นทางการ

2.1.3 ประเภทการสื่อสาร

Argenti (2003 : 23) ได้แบ่งประเภทการสื่อสารไว้ 2 ประเภท ดังนี้

1. การสื่อสารภายใน (Internal Communication) คือ การติดต่อสื่อสารภายในองค์การของบุคคลภายในองค์การ เพื่อให้เกิดความรู้และความเข้าใจร่วมกันของคนในองค์การ ถือเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่เป็นตัวกำหนดความสำเร็จขององค์การ เนื่องมาจากว่าถ้าคนในองค์การนั้นเกิดความเข้าใจในวัตถุประสงค์ขององค์การแล้ว ก็จะให้ความร่วมมือ ลดการต่อต้านที่อาจจะเกิดขึ้น การสื่อสารภายในเป็นได้ทั้งการให้ข้อมูล การสร้างทัศนคติและการรับฟังความคิดเห็นของคนในองค์การ ผ่านทาง ป้ายประกาศ โทรศัพท์ หรือเสียงตามสาย เป็นต้น

2. การสื่อสารภายนอก (External Communication) คือ การสื่อสารที่ก่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกันกับบุคคลภายนอกองค์การ หรือองค์การภายนอก เพื่อให้กลุ่มบุคคลหรือองค์การภายนอกเหล่านี้เกิดความรู้ ความเข้าใจในสิ่งที่องค์การต้องการสื่อสาร รวมไปถึงให้การสนับสนุนกิจกรรมใดๆขององค์การ โดยสามารถกระทำผ่านหลายช่องทาง เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น

2.1.3.1 แบ่งตามสถานการณ์การสื่อสาร

Dominick (1993 : 27) ได้แบ่งประเภทการสื่อสารออกเป็น 3 ประเภท โดยแบ่งตามสถานการณ์การสื่อสาร ดังนี้

1. การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication)

การสื่อสารระหว่างบุคคลคือการสื่อสารของคนสองคนที่มีปฏิสัมพันธ์กันโดยตรง โดยการอาศัยประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การได้ยิน มองเห็น ได้กลิ่น สัมผัส และการลิ้มรส ทั้งยังมีปฏิกิริยาตอบสนองอีกฝ่ายแบบปัจจุบัน ในขณะที่ พัทณี เษจรรยา, เมตตา วิวัฒนาบุญด และ ถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์ (2538 : 61) ได้อธิบายการสื่อสารระหว่างบุคคลว่าเป็นสถานการณ์การสื่อสารของผู้ที่ส่งสารที่ส่งสัญญาณ สัญลักษณ์เพื่อการติดต่อกันในวัตถุประสงค์

ใดๆไปยังผู้รับสาร เป็นได้ทั้งการสนทนาของคน 2 คน หรือในลักษณะของกลุ่มย่อยที่มีลักษณะเป็นแบบการเผชิญหน้า ผู้ส่งสารและผู้รับสารมีอิสระในการสื่อสารของตัวเอง ส่วนใหญ่คือการสื่อสารที่มีเนื้อหาสารเป็นเรื่องส่วนตัว และการเผชิญหน้าถือเป็นช่องทางการสื่อสารที่ทำให้ทราบปฏิกิริยาตอบกลับของกลุ่มสนทนาได้

2. การสื่อสารแบบกึ่งกลาง (Machine – Assisted Interpersonal Communication)

การสื่อสารแบบกึ่งกลางเป็นสถานการณ์การสื่อสารระหว่างการสื่อสารระหว่างบุคคลและการสื่อสารมวลชน เนื่องด้วยเงื่อนไขเรื่องเวลา สถานที่ ส่งผลให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารไม่มีการเผชิญหน้ากัน ต้องอาศัยเครื่องมือเชื่อมโยงเช่น การพูดทางโทรศัพท์ การส่งจดหมาย เพื่อให้สามารถสื่อสารกันได้ซึ่ง พัทณี เจริญรยา, เมตตา วิวัฒนานุกูล และ ถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์ (2538 : 67) กล่าวว่า การสื่อสารแบบกึ่งกลางทำให้การส่งข่าวสารเป็นไปได้ในระยะเวลา เป็นได้ทั้งการสื่อสารแบบเป็นทางการและการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ แต่การสื่อสารนี้เป็นการสื่อสารที่ต้องมีค่าใช้จ่ายเกิดขึ้น ซึ่งจากเงื่อนไขเรื่องเวลา สถานที่ รวมไปถึงประสบการณ์ ความแตกต่างระหว่างผู้ส่งสาร และผู้รับสาร ทำให้ไม่สามารถเกิดปฏิกิริยาตอบสนองได้ทันที

3. การสื่อสารมวลชน (Mass Communication)

การสื่อสารมวลชนเป็นสถานการณ์การสื่อสารที่มุ่งเน้นไปที่ผู้รับที่มีจำนวนมาก และมีความแตกต่างของผู้รับที่ค่อนข้างมาก การถ่ายทอดสารเป็นไปอย่างเปิดเผย มีการกำหนดเวลาในการถ่ายทอดสารไปยังผู้รับพร้อมกัน จะเป็นการสื่อสารในองค์การเป็นส่วนใหญ่ มีความซับซ้อนและมีค่าใช้จ่ายในการสื่อสารที่มาก ด้าน พัทณี เจริญรยา, เมตตา วิวัฒนานุกูล และ ถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์ (2538 : 69) ได้มีการสรุปถึงสถานการณ์ของการสื่อสารมวลชนว่า องค์การที่มีขนาดใหญ่ มีโครงสร้างองค์การที่ชัดเจน มีระบบการปฏิบัติงานชัดเจนจะเป็นผู้ส่งสาร ข่าวในหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ และวิทยุกระจายเสียง จะเป็นข่าวจากสื่อมวลชน ข่าวสารที่จะสื่อสารออกมานั้นเป็นผลมาจากการระดมความคิดจากทีมงานมากกว่า 2 คน ซึ่งจะต้องมีกระบวนการของการคัดเลือกสาร รูปแบบการสื่อสาร และมีวิธีการนำเสนอที่เป็นขั้นตอนอย่างชัดเจน สารจึงจะส่งไปถึงผู้รับอย่างเปิดเผยและเกิดการรับรู้ข่าวสารนั้นพร้อมกัน ซึ่งเนื้อหาของข่าวสารส่วนใหญ่จะเป็นข่าวสารเพื่อสาธารณชน ซึ่งจะทำให้เกิดปฏิกิริยาตอบรับที่ช้าและเกิดอุปสรรคคือสภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสาร

2.1.3.2 แบ่งตามวิธีการสื่อสาร

อุมาพร นิลทวิก (2553 : 9) ได้สรุปการแบ่งประเภทของการสื่อสารตามวิธีการสื่อสารออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. การสื่อสารด้วยลายลักษณ์อักษร คือ การสื่อสารที่แสดงออกผ่านการเขียน จะอยู่ในรูปของตัวอักษรหรือตัวเลขก็ได้ เช่น บันทึกรายชื่อ ความประกาศ คู่มือ แผ่นปลิววารสาร และสิ่งตีพิมพ์ต่างๆ ซึ่งต้องอาศัยการพิจารณาอย่างรอบคอบ เพราะว่าการสื่อสารด้วยการเขียนมีความยาก ซึ่งอาจจะทำให้เกิดข้อผิดพลาดได้ง่ายกว่าการพูดและการสื่อสารด้วยการเขียนจะมีลักษณะเป็นการสื่อสารทางเดียว

2. การสื่อสารด้วยวาจา คือ การสื่อสารด้วยวิธีการพูด เช่น การสนทนาต่อหน้า การสนทนาทางโทรศัพท์ การอบรม การสัมมนา การประชุม เป็นต้น การสื่อสารด้วยวาจาเป็นวิธีการสื่อสารที่ใช้มากที่สุดในการนำเสนอข้อมูลต่างๆจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง แต่การใช้คำพูดถือเป็นปัญหาที่เกิดขึ้น ทำให้การสื่อสารด้วยวาจาก็ต้องมีการพิจารณาให้รอบคอบในการใช้คำพูดที่เหมาะสมกับทั้งผู้พูด และยังมีความเหมาะสมกับผู้ฟังอีกด้วยเช่นกัน โดยที่ สุชาติ นิภานันท์ (2548 : 193) ได้กล่าวว่า การสื่อสารด้วยวาจามี 3 รูปแบบ ดังนี้

(1) การสนทนา แบ่งเป็น การสนทนาในเรื่องทั่วไปและการสนทนาในลักษณะของการให้คำปรึกษา

(2) การสนทนาทางโทรศัพท์ ที่มีความรวดเร็วและประหยัด

(3) การประชุม เป็นกิจกรรมที่สร้างการมีส่วนร่วมให้กับคนในองค์กร ซึ่งได้ทำให้ออกให้เกิดประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานมาก

3. การสื่อสารที่ต้องอาศัยเทคโนโลยี ซึ่งเป็นเครื่องมือทางเทคนิค ที่มีประโยชน์กับมนุษย์ในกลุ่มหนึ่งเป็นอย่างมาก มีความแตกต่างในเรื่องของแนวคิดและคุณสมบัติการใช้งาน เช่น การบันทึกข่าวสารและการเผยแพร่ข่าวสาร

2.1.4 กระบวนการสื่อสาร

2.1.4.1 ความหมายและลักษณะของกระบวนการสื่อสาร

วนิดา ทิรภาส (2552 : 8) ให้ความหมายเรื่องของกระบวนการสื่อสาร และลักษณะของกระบวนการสื่อสาร ดังนี้

1. การสื่อสารจะมีลักษณะที่เป็นกระบวนการ เพราะว่าการสื่อสารจะมีลักษณะที่เป็นกิจกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงที่ต่อเนื่องกัน จากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง และมี

การดำเนินกิจกรรมไปอย่างต่อเนื่อง ไม่สามารถระบุจุดเริ่มต้นหรือจุดสิ้นสุดที่แท้จริงได้ เป็นการกระทำกิจกรรมที่ไปข้างหน้าเท่านั้น ไม่สามารถย้อนกลับมาได้และไม่สามารถแก้ไขได้

2. การสื่อสารมีความสัมพันธ์กับกระบวนการทางจิตวิทยา เพราะว่าการสื่อสารไม่สามารถเกิดขึ้นได้ด้วยตัวเอง มีความเกี่ยวข้องกับกระบวนการในการรับรู้ การเรียนรู้ การคิด ที่มนุษย์มีต่อสิ่งต่างๆ โดยที่ใช้ภาษา การคิด การส่งและรับสารต่างๆ การแลกเปลี่ยนสิ่งต่างๆเพื่อความเข้าใจร่วมกัน ก็ประกอบอยู่ในกระบวนการสื่อสารด้วย

3. การสื่อสารมีความสัมพันธ์กับกระบวนการทางสังคมและวัฒนธรรม เพราะธรรมชาติของมนุษย์จะอยู่อาศัยรวมกันเป็นกลุ่ม ซึ่งกลุ่มทางสังคมในระดับที่แตกต่างกันจะทำให้เกิดสถานภาพและบทบาทที่แตกต่างกัน ในเรื่องของพฤติกรรมที่มีความแตกต่างกันออกไป จะมีระบบค่านิยม ปทัสถาน เจตคติของกลุ่มเป็นตัวกำหนด

4. การสื่อสารมีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมทางกายภาพของมนุษย์ พฤติกรรมการสื่อสารและผลของการสื่อสารที่มีความแตกต่างกัน เป็นผลมาจากสถานการณ์และสภาพแวดล้อมที่มีความแตกต่างกัน

2.1.4.2 องค์ประกอบการสื่อสาร

Berlo (1960 : 7) ได้สร้างทฤษฎีการสื่อสารที่อธิบายถึงองค์ประกอบของการสื่อสาร 4 องค์ประกอบ เรียกว่า แบบจำลอง SMCR ของเบอร์โล Berlo's SMCR Communication Model ซึ่งแต่ละองค์ประกอบมีความหมาย ดังนี้

1. S Sender ผู้ส่งสาร

ผู้ส่งสารคือ บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่เป็นผู้เริ่มต้นในการส่งสารไปยังอีกบุคคลหนึ่ง หรืออีกกลุ่มบุคคลหนึ่ง โดยจะเป็นความตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ได้ มีหน้าที่ในการส่งสารไปยังผู้รับสารผ่านช่องทางการสื่อสารใดๆ บทบาทที่สำคัญของผู้ส่งสารคือ เป็นผู้ชี้นำพฤติกรรม การสื่อสารในสถานการณ์หนึ่ง ว่าควรจะมีรูปแบบอย่างไร รวมทั้งเป็นผู้กระตุ้นให้เกิดการตอบสนองจากผู้รับสาร ผู้ส่งสารจะต้องมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนในการสื่อสาร มีความเข้าใจในเนื้อหาสารที่จะสื่อสาร กระบวนการสื่อสาร และมีทักษะการสื่อสาร ซึ่งผู้ส่งสารสามารถเรียกได้อีกชื่อว่า ผู้เข้ารหัส หมายถึง ผู้ที่มีหน้าที่ในการใช้รหัส สัญลักษณ์ เพื่อนำความคิดจากแหล่งสารส่งไปยังผู้ที่ต้องการสื่อสารด้วย เรียกวิธีการนี้ว่า การเข้ารหัส ทั้งนี้ผู้ส่งสารต้องมีทัศนคติที่ดีต่อผู้รับสารและสารที่จะส่งไป รวมไปถึงความสามารถเรื่องการปรับปรุงข้อมูลให้มีความเหมาะสมกับผู้รับสาร เพื่อให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจในเนื้อหาของสารได้อย่างดี

2. M Message สาร

สาร คือ สิ่งที่ผู้ส่งสารส่งไปยังผู้รับสารในรูปของรหัส ซึ่งหมายถึง สัญลักษณ์ กลุ่มสัญลักษณ์ที่มีความหมายต่อบุคคลหรือกลุ่มบุคคล รวมไปถึงสัญญาณต่างๆอีกด้วย ซึ่งผู้รับสารจะสามารถเข้าใจความหมายของรหัสที่ส่งมาได้ด้วยการถอดความหมายของรหัสที่ถูกส่งมา ทั้งนี้สิ่งที่เป็นการถ่ายทอดความรู้ ความรู้สึก ความคิด ความต้องการ และวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารซึ่งเป็นสัญลักษณ์ หรือเป็นสัญญาณนั้น อาจแสดงออกผ่านรูปแบบของรูปภาพ ตัวอักษร คำพูด กิริยาต่างๆก็ได้ แต่ส่วนใหญ่ที่พบ สารก็คือ ภาษา และสารที่ดีควรรใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย

สารสามารถแบ่งเนื้อหาของสารออกได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

(1) รหัสสารที่ใช้คำ หมายถึง ภาษาซึ่งถือเป็นระบบหนึ่งของสัญลักษณ์ หรือสัญญาณที่มนุษย์ใช้สื่อสารระหว่างกัน ภาษาได้รับการพัฒนาจากมนุษย์จนทำให้มีโครงสร้าง ซึ่งได้ทำให้ส่วนประกอบต่างๆรวมกันจนทำให้เกิดความหมาย ซึ่งส่วนประกอบ เช่น เสียง คำ เครื่องหมาย เป็นต้น ซึ่งเมื่อนำส่วนประกอบต่างๆมาเรียงกันจะทำให้เกิดเป็นประโยค หรือวลีที่มีความหมาย โดยมีกฎของโครงสร้างภาษาต่างๆควบคุมอีกทีหนึ่ง

(2) รหัสสารที่ไม่ใช้คำ หมายถึง ระบบหนึ่งของสัญลักษณ์หรือสัญญาณที่มนุษย์ใช้สื่อสารระหว่างกันโดยไม่มีการใช้ถ้อยคำ เช่น ดนตรี ภาพวาด การเต้น และการแสดงท่าทางต่างๆ ซึ่งจะมียอค์ประกอบย่อยที่เมื่อรวมกันแล้วจะทำให้เกิดความหมาย

3. C Channel ช่องทางการสื่อสาร

ช่องทางการสื่อสาร หมายถึง ตัวกลางที่ช่วยนำสารจากผู้ส่งสารส่งไปยังผู้รับสาร การส่งผ่านข่าวสารไปยังผู้รับสารโดยอาศัยประสาทสัมผัสทั้ง 5 หรือใช้เพียงประสาทสัมผัสเพียงส่วนหนึ่ง ซึ่งประกอบด้วย การสัมผัส การดู การฟัง การได้กลิ่น และการลิ้มรส การสื่อสารใดๆสิ่งที่มีความสำคัญมากอย่างหนึ่งคือ การเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารให้เหมาะสมกับสารที่จะสื่อ ความสามารถของผู้ส่งสารและผู้รับสาร เพื่อสารที่ต้องการจะส่งไปยังผู้รับสารจะทำให้ผู้รับสารได้รับสารได้อย่างตรงตามวัตถุประสงค์ของผู้ที่ส่งสารมา โดยสามารถแบ่งประเภทของช่องทางการสื่อสารได้ 3 ประเภท ดังนี้

(1) ช่องทางที่เป็นตัวกลางในการส่งสารจากผู้ส่งสารไปให้ถึงผู้รับสาร เป็นช่องทางที่อาศัยเทคโนโลยีเป็นส่วนใหญ่ เช่น โทรเลข โทรศัพท์ วิทยุ คลื่นเสียง เป็นต้น

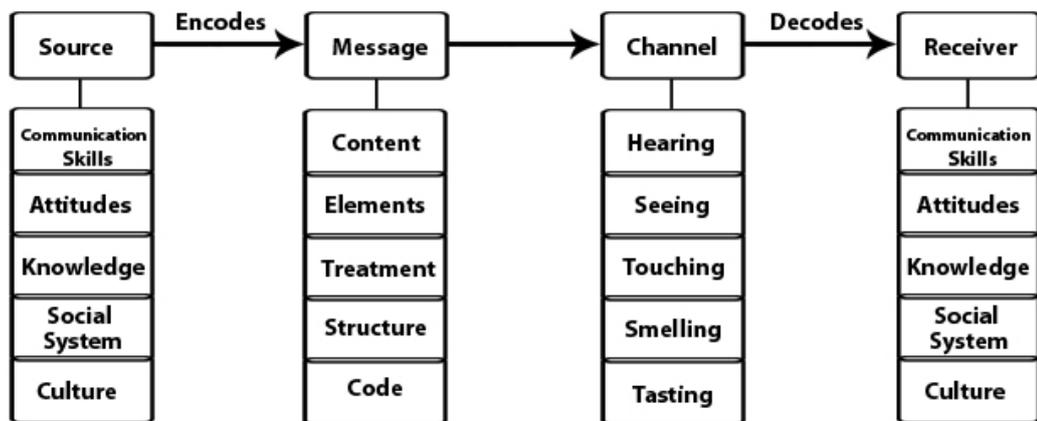
(2) ช่องทางที่เป็นพาหนะของสิ่งที่ทำหน้าที่นำสาร ซึ่งช่องทางประเภทนี้จะพบในกระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคล เช่น อากาศนำคลื่นเสียงไปสู่ประสาทสัมผัสของบุคคลเพื่อให้เกิดความรู้สึกและการรับรู้ต่างๆ หรือจะเป็นประสาทสัมผัสทั้ง 5 ก็ได้

(3) วิธีการเข้ารหัสและถอดรหัส วิธีการนี้ไม่มีนักทฤษฎีคนใดได้นิยามช่องทางการสื่อสารสำหรับความหมายของวิธีการนี้ วิธีการนี้มีดังเช่น วิธีเขียน วิธีพูด

4. R Receiver ผู้รับสาร

ผู้รับสารเป็นองค์ประกอบท้ายสุดของกระบวนการสื่อสาร ผู้รับสารจำเป็นต้องมีความสามารถในการสื่อสาร มีความสามารถในการถอดรหัสสาร วิเคราะห์ และทำความเข้าใจวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารได้ รวมถึงมีทัศนคติที่ดีต่อสาร ผู้ส่งสาร ทั้งยังต้องเป็นผู้ที่ต้องมีความคล้ายกันกับผู้ส่งสารในเรื่องของความรู้และวัฒนธรรม อันจะส่งผลให้การสื่อสารนั้นได้ผล ผู้รับสารถ้าไม่สามารถรู้ความหมายของสาร หรือไม่สามารถตอบสนองต่อสารด้วยวิธีการใดๆได้เลย จะถือว่าการสื่อสารนั้นไม่ประสบผลสำเร็จ ผู้รับสารก็คือผู้ที่รับสารจากบุคคลหนึ่งหรือกลุ่มบุคคลหนึ่งแล้วตีความ หรือตอบสนองต่อสารนั้น ไม่ว่าจะโดยตั้งใจหรือไม่ก็ตาม ผู้รับสารคือผู้ที่ทำหน้าที่ถอดรหัสสัญลักษณ์หรือสัญญาณที่ผู้เข้ารหัสได้ส่งมา หรือเรียกว่า ผู้ถอดรหัส

Berlos's SMCR Model of communication



รูปภาพที่ 2.1 แบบจำลอง SMCR ของเบอร์โล Berlo's SMCR Model of Communication

ที่มา : Communication Theory (2010). Berlo's SMCR Model of Communication.

<http://www.communicationtheory.org> เข้าถึงเมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2557

นอกจากนี้ มณฑล ไบบัว (2536 : 33) ก็ได้กล่าวถึง องค์ประกอบ 4 ประการของการสื่อสารดังนี้

1. ผู้ส่งสาร หมายถึง ผู้เริ่มต้นส่งสารไปยังผู้รับสาร โดยที่มีวิธีการในการเข้ารหัส ให้สารอยู่ในรูปสัญญาณหรือสัญลักษณ์เพื่อแทนความคิด ผู้ส่งสารอาจเป็นได้ทั้งบุคคลหนึ่ง หรือองค์การหนึ่ง ผู้ส่งสารจะต้องเป็นผู้ที่มีทัศนคติที่ดีต่อสารและผู้รับสาร จะต้องเป็นผู้มีความรู้และความเข้าใจในสาร เป็นผู้ที่ต้องมีความพยายามในการเข้าใจผู้รับสาร โดยพิจารณาถึงความประสงค์ พื้นฐานความรู้ ประสบการณ์ และเจตคติของผู้รับสาร รวมไปถึงรู้วิธีการในการสื่อสารกับผู้รับสาร ทั้งหมดเพื่อทำให้การสื่อสารประสบผลสำเร็จ

2. สาร หมายถึง ข้อมูล เรื่องราวที่มีการแสดงออกที่แตกต่างกันออกไป ที่อาศัยสัญลักษณ์หรือภาษาในการแสดงออกเพื่อให้เกิดความเข้าใจและการรับรู้ร่วมกัน สารจะขึ้นอยู่กับผู้ส่งสารผ่านการเข้ารหัสสาร สารมีส่วนประกอบที่สำคัญ 3 ประการคือ

(1) รหัสสาร เช่น ภาษาหรือสัญลักษณ์ แบ่งเป็นรหัสสารที่ใช้คำและไม่ใช้คำ

(2) เนื้อสาร เช่น ความรู้ ประสบการณ์ของบุคคลที่ได้รับการถ่ายทอดออกมา แบ่งเป็น ข้อเท็จจริง ข้อวินิจฉัย และข้อคิดเห็น

(3) การจัดสาร คือ การเรียบเรียงสารของผู้ส่งสาร เพื่อเป็นการกำหนดรูปแบบของสารที่จะส่งไปยังผู้รับสาร

3. ช่องทางการสื่อสาร หมายถึง สิ่งที่น่าสารไปยังผู้รับสาร แบ่งเป็นประเภทต่างๆ ดังนี้

(1) สื่อธรรมชาติ เช่น บรรยากาศต่างๆ

(2) สื่อมนุษย์ คือ บุคคลที่ทำหน้าที่สื่อสารไปยังผู้รับสาร

(3) สื่อสิ่งพิมพ์ คือ สื่อทุกชนิดที่อาศัยเทคโนโลยีการพิมพ์ในการผลิต

(4) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ คือ สื่อที่มีการพัฒนาขึ้นมาโดยมีการใช้ระบบเครื่องกลและระบบไฟฟ้าเป็นหลัก

(5) สื่อระคน คือ สื่อที่มีความสามารถในการนำสารได้ แต่ไม่สามารถจัดไว้ใน 4 ประเภทข้างต้นได้ เช่น สื่อพื้นบ้าน หรือ วัตถุจารึก

4. ผู้รับสาร หมายถึง ผู้ฟัง จุดหมายปลายทางของสาร เป้าหมายของผู้ส่งสาร ผู้รับสารต้องมีความรู้และประสบการณ์เพื่อการตีความสารที่ส่งมาโดยการถอดรหัสสาร รวมทั้งต้องมีเจตคติที่ดีต่อสารและผู้รับสารอีกด้วย

2.1.5 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อจัดการ

พรศุติ พิบูลศาสนสกุล (2554 : 15) ได้มีการสรุปความหมายของการสื่อสารเพื่อจัดการว่าเป็นการรวบรวมกิจกรรมการสื่อสารเพื่อจัดการสิ่งต่างๆ รวมถึงการดำเนินกิจกรรมใดๆ เป็นการเลือกใช้ช่องทางการสื่อสาร หรือสื่อต่างๆที่มีความสัมพันธ์กับสถานการณ์ของการสื่อสารต่างๆ เพื่อนำไปจัดระเบียบขององค์กร โดยได้มีการสรุปออกมาเป็นหัวข้อสำคัญ 3 หัวข้อ ดังนี้

2.1.5.1 กิจกรรมการสื่อสาร

กิจกรรมการสื่อสาร คือ การเลือกใช้ช่องทางหรือการเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมกับการสื่อสารและการดำเนินกิจกรรมต่างๆขององค์กร ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 องค์ประกอบ ดังนี้

1. สื่อพื้นฐานภายใน เช่น นโยบาย ประกาศ คำสั่ง หรือระเบียบต่างๆ กิจกรรมการสื่อสารประเภทนี้จะตอบสนองสำหรับการประสานงาน และการประสานงานของบุคคลเป็นส่วนใหญ่ เป็นกิจกรรมการสื่อสารพื้นฐานที่ใช้โดยทั่วไปในหลายๆองค์กร

2. สื่อเพื่อพัฒนาภาพลักษณ์ภายนอก เป็นกิจกรรมการสื่อสารที่ส่งเสริมการปฏิบัติงานและเน้นให้คนภายนอกองค์กรได้รับรู้ แฝงการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร เช่น นามบัตร สัญลักษณ์ หัวจดหมาย โฆษณาหรือการประชาสัมพันธ์ต่างๆ

3. สื่อเพื่อการชี้แจง สื่อนี้จะทำหน้าที่ในการอธิบายสิ่งต่างๆตามวัตถุประสงค์ขององค์กรเพื่อให้เกิดความเข้าใจ เป็นการเสนอข้อเท็จจริงผ่านสื่อ เช่น แผ่นพับ คู่มือ เป็นต้น

4. สื่อเพื่อการผลักดัน สื่อนี้จะมุ่งเน้นในการสร้างแรงกดดันให้เกิดขึ้นในองค์กร เพื่อให้บรรยากาศในการปฏิบัติงานขององค์กรเป็นไปตามทิศทางที่ต้องการ เช่น กฎหมาย สัญญา หรือข่าวลือ ซึ่งสามารถส่งผลได้ทั้งในทางบวกและส่งผลทางลบ

5. สื่อสนทนา เช่น การสนทนาผ่านโทรศัพท์ การสนทนาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต หรือการสนทนาต่อหน้า มีหลักคือเป็นกิจกรรมการสื่อสารที่มีการสนทนาตอบโต้กันไปมาระหว่างคู่สนทนาหรือมีปฏิกิริยาตอบสนองซึ่งกันและกัน

2.1.5.2 บริบทของกิจกรรมการสื่อสาร

บริบทของกิจกรรมการสื่อสาร หมายถึง ปัจจัยที่เป็นเงื่อนไขในกิจกรรมการสื่อสาร ปัจจัยใดๆที่ไม่ใช่สิ่งที่ใช้ในการสื่อสารหรือกิจกรรมการสื่อสาร ประกอบด้วยเนื้อหา 5 ส่วน ดังนี้

1. เนื้อหาในการสื่อสาร คือ ข้อมูลข่าวสารต่างๆที่มีเนื้อหาที่มีความเกี่ยวข้องกับการนำไปใช้เพื่อการปฏิบัติงานหรือเพื่อกำหนดกิจกรรมต่างๆ ดังนี้

(1) การสั่งงานและการรับคำสั่ง การสื่อสารในองค์การเรื่องนี้ถือเป็นเรื่องหลักที่จำเป็นจะต้องมีระบบ เครือข่ายที่สามารถรองรับปริมาณคนที่มีจำนวนมากได้ มีความแตกต่างของตัวบุคคลและรองรับสถานการณ์ที่แตกต่างกันออกไปด้วย

(2) การประเมินผลและการต่อรอง คือ ส่วนหนึ่งของเนื้อหาของงาน ซึ่งผู้บังคับบัญชามีความต้องการที่จะประเมินผลผู้ใต้บังคับบัญชา ในขณะที่เดียวกันการต่อรองถือเป็นความต้องการของผู้ใต้บังคับบัญชาที่มีต่อผู้บังคับบัญชา

(3) การประสานงานและการขอความช่วยเหลือ มีการเน้นตัวบุคคลเพื่อช่วยเหลือในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ โดยมีการอาศัยการขอความช่วยเหลือ

(4) ระเบียบวินัย เพื่อเป็นการรักษากฎระเบียบต่างๆ และวินัย ทั้งของงานและตัวบุคคลผู้ปฏิบัติงาน ให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย

(5) สถานการณ์แวดล้อม คือ เสี่ยงสะท้อนจากสิ่งต่างๆ ที่มีต่อการสื่อสารเพื่อการปฏิบัติงานต่างๆ ทำให้ผู้ที่ดำเนินกิจกรรมต่างๆต้องหมั่นตรวจตราความคิดเห็นจากผู้ที่มีส่วนในการดำเนินกิจกรรม ซึ่งอาจนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงของการสื่อสารเพื่อการจัดการได้

2. วิธีการสื่อสาร หมายถึง วิธีการในการนำข่าวสารจากผู้ส่งสารส่งไปยังผู้รับสาร ซึ่งอาจจะแตกต่างกันในเรื่องของช่องทางการสื่อสาร ซึ่งประกอบด้วยวิธีการต่างๆ ดังนี้

(1) การสื่อสารด้วยวัจนภาษา คือ การสื่อสารโดยใช้ภาษาพูด หรือภาษาเขียน โดยภาษาพูดจะมีความรวดเร็ว เช่น การพูดคุย การสัมภาษณ์ เป็นการสื่อสารที่มีความสะดวกต่อผู้สื่อสาร สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันได้ และภาษาเขียนซึ่งเป็นการสื่อสารที่มีหลักฐานที่เป็นลายลักษณ์อักษร เป็นการสื่อสารที่เป็นทางการ เช่น บันทึกราชการ ประกาศทางราชการ เป็นต้น

(2) การสื่อสารด้วยอวัจนภาษา เช่น การแสดงออกทางสายตา น้ำเสียง ความเร็วในการพูด หรือท่าทางต่างๆ เป็นการใช้รหัสสัญญาณต่างๆในการสื่อสาร

(3) การสื่อสารด้วยกิจกรรม คือ การอาศัยสื่อต่างๆมาผสมผสานกัน เพื่อให้ผู้รับสารเกิดความเข้าใจโดยการสร้างเหตุการณ์ในรูปแบบต่างๆ เช่น นิทรรศการ โครงการต่างๆ เป็นต้น

(4) การสื่อสารโดยใช้เครื่องมือสื่อสาร คือ การใช้เครื่องมือสื่อสารเพื่อการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น ซึ่งมีความจำเป็นต้องใช้เครื่องมือเข้าช่วย เช่น การใช้อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์ เป็นต้น

(5) การสื่อสารโดยสาย คือ การสื่อสารโดยที่มีการอาศัยสายการบังคับบัญชา ซึ่งข้อมูลข่าวสารที่ไหลตามช่องทางการสื่อสารนี้ จะทำให้การสื่อสารของสายงานนั้นๆ ประสบความสำเร็จได้ง่าย

3. บุคคลที่สื่อสารด้วย หมายถึง การสื่อสารใดๆ ที่สถานภาพของผู้สื่อสารถือเป็นบริบทที่สำคัญต่อการสื่อสาร ซึ่งสามารถแบ่งเนื้อหาได้ ดังนี้

(1) การสื่อสารกับคนระดับบน เช่น การเขียนรายงาน การร้องทุกข์ ซึ่งเป็นการสื่อสารกับผู้บังคับบัญชาหรือผู้มีอำนาจในองค์กร

(2) การสื่อสารกับคนระดับล่าง เช่น การแจ้งข้อมูลข่าวสาร หรือการออกคำสั่ง ซึ่งเป็นการสื่อสารไปยังบุคคลที่มีระดับหน้าที่ในการปฏิบัติงานต่ำกว่าหรือเป็นผู้ใต้บังคับบัญชา

(3) การสื่อสารกับคนระดับเดียวกัน คือ การสื่อสารกับผู้ที่มีระดับหน้าที่การงานในองค์กรที่เท่ากัน พบมากในองค์กรที่ไม่ชัดเจนเรื่องโครงสร้างองค์กรและจะอยู่ในรูปของการประสานงานกัน

(4) การสื่อสารกับคนภายนอก เช่น การสื่อสารกับคนทั่วไป หรือลูกค้าขององค์กร จะมีเนื้อหาของสารที่เป็นความรู้สำหรับผู้ที่มาร้องขอข้อมูลเป็นส่วนใหญ่

4. ระดับการสื่อสาร คือ ขอบเขตของการสื่อสาร ซึ่งแบ่งได้ ดังนี้

(1) การสื่อสารภายใน เป็นการสื่อสารเฉพาะคน เพื่อให้ทราบถึงกระบวนการทางความคิด ทศนคติต่างๆว่าเป็นอย่างไร

(2) การสื่อสารระหว่างบุคคล คือ การสื่อสารระหว่างคน 2 คนขึ้นไป ซึ่งจะมีการแลกเปลี่ยนสารโดยตรงระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร มีการตอบสนองซึ่งกันและกันทำให้ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถปรับปรุงการสื่อสารได้

(3) การสื่อสารในกลุ่มเล็ก เช่น การสื่อสารกับกลุ่มเพื่อน หรือกลุ่มของผู้ที่ประชุมร่วมกัน โดยที่บุคคลสามารถแสดงกิริยาต่างๆแบบซึ่งหน้ากับบุคคลอื่นได้มากตามความสามารถของมนุษย์โดยเฉลี่ยทั่วไป

(4) การสื่อสารในกลุ่มใหญ่ เช่น การพูดในที่สาธารณะ หรือการสื่อสารภายในองค์กร จะเป็นการสื่อสารกับผู้คนจำนวนมากที่มีอยู่ภายในองค์กร แต่มี

จำนวนที่ไม่มากเท่ากับการสื่อสารมวลชน ต้องอาศัยเทคโนโลยีและเครื่องมือต่างๆเข้าช่วยในการสื่อสาร

(5) การสื่อสารมวลชน คือ การสื่อสารที่เน้นผู้รับสารจำนวนมาก เช่น การสื่อสารจากสื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ การสื่อสารมีลักษณะในการโน้มน้าวใจผู้รับสาร เพื่อให้มีความคิดเห็นที่ตรงกัน เป็นการสื่อสารไปยังผู้คนจำนวนมากจากแหล่งสาร

5. ความสำเร็จในการสื่อสาร สามารถพิจารณาตามมิติต่างๆได้ ดังนี้

(1) ความรวดเร็ว การใช้ เว็บไซต์ อีเมล ที่มีการย้อนกลับของสารได้ รวดเร็ว ร่วมกับเทคโนโลยีการสื่อสารต่างๆ เพื่อสร้างความรวดเร็วในการสื่อสารขององค์กร และการแข่งขันกับองค์กรต่างๆเป็นสิ่งจำเป็นในการแสดงถึงประสิทธิภาพการสื่อสารขององค์กร

(2) ความประหยัด การประเมินประสิทธิภาพการสื่อสารขององค์กร โดยที่มีการใช้ทรัพยากรที่มีอย่างคุ้มค่าที่สุด ไม่สิ้นเปลืองยังเลือกใช้นวัตกรรมที่มีความเหมาะสมกับการปฏิบัติงานการสื่อสารต่างๆ ถือเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่องค์กรต่างๆใช้ในการประเมินประสิทธิภาพการสื่อสารขององค์กร

(3) การมีประสิทธิผล ได้แก่ การขจัดปัญหาต่างๆ ความพึงพอใจ การบรรลุเป้าหมาย คือปัจจัยที่สามารถอธิบายประสิทธิผลการสื่อสารขององค์กรนอกเหนือจากการมีประสิทธิภาพการสื่อสาร

2.1.5.3 อุปสรรคและความล้มเหลวในการสื่อสาร

อุปสรรคการสื่อสารอาจเกิดได้จากหลายสาเหตุในกระบวนการสื่อสาร ซึ่งการเอาใจใส่ในปัญหาที่เกิดขึ้นจะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ ซึ่งอุปสรรคต่างๆอาจเกิดได้จากสาเหตุต่างๆ ดังนี้

1. การขาดการวางแผน ทั้งในเรื่องการวางแผนการสื่อสารทั้งหมด วัตถุประสงค์ในการสื่อสาร ช่องทางการสื่อสาร เวลา และสถานที่ที่มีความเหมาะสม

2. สมมุติฐานไม่ชัดเจน ทำให้การสื่อสารถูกบิดเบือน มีเนื้อหาไม่ครบถ้วนไม่สร้างให้เกิดความเข้าใจร่วมกันของผู้สื่อสาร

3. การบิดเบือนความหมาย ก่อให้เกิดความเข้าใจที่ไม่ถูกต้องของความหมายของสาร ซึ่งอาจเกิดขึ้นแบบจงใจและไม่จงใจ

4. ข่าวสารไม่ชัดเจน ซึ่งมีสาเหตุมาจากการเลือกรหัสสารไม่เหมาะสม ใ้ภาษาและจัดระบบของข้อมูลไม่ถูกต้อง สามารถแก้ไขได้โดยที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารทำให้เกิดความเข้าใจ

5. สภาพแวดล้อมระหว่างประเทศ สาเหตุสำคัญคือ ภาษาที่แตกต่างกัน ออกไปในแต่ละประเทศ รวมไปถึงประเพณีวัฒนธรรม ที่ทำให้เกิดความยุ่งยากในการสื่อสาร ทำให้ผู้สื่อสารต้องมีความรอบคอบในการสื่อสารมาก เพื่อไม่ให้เกิดความเข้าใจในความหมายของสารที่คลาดเคลื่อน

6. การสูญเสียขณะส่งข้อมูลและขาดการย้ำข้อมูล การสูญหายของข่าวสารทำให้ความถูกต้องของข่าวสารที่ถูกส่งออกไปลดน้อยลงเรื่อยๆ ผู้ส่งสารจึงมีหน้าที่ในการย้ำข้อมูลข่าวสาร รวมไปถึงการใช้ช่องทางสื่อสารต่างๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจในความหมายของสารที่ตรงกัน

7. การฟังและการประเมินที่ไม่มีคุณภาพ เกิดจากการขาดสมาธิในการรับสารและแปลรหัสสาร ผู้รับสารจึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจกับผู้ส่งสารเพื่อหลีกเลี่ยงการประเมินข้อมูลที่มีการสื่อสารมาด้วยความรวดเร็วจนเกินไป

8. การสื่อสารที่ขาดความเป็นกันเอง การสื่อสารที่มีความกดดัน ซ้ำซ้อนไม่มีความจริงใจ ทำให้การสื่อสารไม่มีประสิทธิภาพ แต่การสื่อสารแบบง่ายๆ และไม่ซ้ำซ้อนจะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ สามารถทำได้โดย การสนทนาอย่างเปิดเผยและมีความจริงใจในการสื่อสาร

9. ความไม่ไว้วางใจ ความกลัว และการข่มขู่ ทำให้บรรยากาศในการสื่อสารไม่ดี ความอึดอัดที่เกิดขึ้นส่งผลต่อพฤติกรรมสื่อสาร ทำให้การสื่อสารไม่ประสบความสำเร็จตามต้องการ

10. ข้อมูลข่าวสารมีปริมาณมากเกินไป ปริมาณที่มากเกินไปของข้อมูลข่าวสาร ทำให้เกิดอุปสรรคในการเลือกใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารต่างๆ ทำให้ผู้ส่งสารจำเป็นต้องเลือกสาร ส่งผลให้ข่าวสารที่ถูกส่งออกไปไม่ครบถ้วนในบางครั้ง

11. อุปสรรคอื่นๆ เช่น ความเชื่อ ความรู้ ทักษะของผู้ส่งสาร ถือเป็นอีกอุปสรรคสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อสื่อสารที่สร้างปัญหาในเรื่องความเข้าใจในสาร รวมถึงการทำให้สารมีความสมบูรณ์

2.1.6 การสื่อสารองค์การ

ธงชัย สันติวงษ์ และชนาธิป สันติวงษ์ (2542 : 86) ได้กล่าวถึงความหมายของการสื่อสารองค์การ (Organization Communication) เอาไว้ว่า การสื่อสารองค์การมีความหมายที่กว้าง สื่อความหมายถึงเรื่องของ การสื่อสารภายในและภายนอกองค์การ การโฆษณา

การประชาสัมพันธ์ รวมไปถึงการสร้างความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมภายนอกองค์การผ่าน การทำกิจสาธารณะกิจ การสื่อสารกับตลาดแรงงาน

นอกจากนี้ยังกล่าวถึงลักษณะสำคัญของการสื่อสารองค์การว่า การสื่อสารองค์การเป็น การกระทำที่มุ่งผลต่อกลุ่มเป้าหมายขององค์การ ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีความสัมพันธ์กับ องค์การในทางอ้อมอยู่เสมอ เช่น ชุมชนรอบข้างองค์การ องค์การอื่น ๆ ที่มีความร่วมมือต่อกัน ตลาดแรงงาน เป็นต้น ซึ่งการสื่อสารองค์การจะมีจุดเด่นคือ ไม่มีจุดมุ่งหมายว่าต้องมี ผลแพ้หรือชนะในการสื่อสาร แต่จุดมุ่งหมายที่หวังเป็นสิ่งที่ตอบแทนจากการสื่อสารคือ ความเข้าใจ อันดีต่อองค์การ ซึ่งจุดเด่นอีกประการของการสื่อสารองค์การคือ ข้อมูลข่าวสารที่ใช้สื่อสารจะ ไม่ใช่ข้อมูลข่าวสารทางการตลาด โดยที่ข้อมูลข่าวสารโดยเฉพาะในส่วนของ การสื่อสาร ภายนอกองค์การจะมีอยู่ที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ส่วนข้อมูลอื่นๆจะกระจายตัวอยู่ในหน่วยงาน ต่างๆภายในองค์การ

อนึ่ง นักวิชาการหลายท่านได้มีการให้คำนิยามความหมายของการสื่อสารองค์การ ในหลายมุมมองไว้ดังนี้

Blauw (1986 quoted in Riel and Fombrun, 2007 : 25) กล่าวว่า การสื่อสาร องค์การคือ การบูรณาการองค์การ ซึ่งเป็นการรวมการดำเนินงานด้านการสื่อสารทั้งหมดของ องค์การ มีกลุ่มเป้าหมายคือ ประชาชนทุกกลุ่มที่มีความเกี่ยวข้องกับองค์การ การถ่ายทอดของการ สื่อสารเน้นที่เรื่องอัตลักษณ์องค์การ

Riel and Fombrun (2007 : 25) กล่าวว่า การสื่อสารองค์การคือ ชุดกิจกรรมต่างๆ ขององค์การที่มีความเกี่ยวข้องกับการประสานงาน และจัดการงานต่างๆขององค์การด้วยความ ละเอียดของการสื่อสารภายในการสื่อสารภายนอกองค์การ เพื่อสร้างให้เกิดความพึงพอใจกับผู้ที่ มีส่วนได้ส่วนเสียต่อองค์การ

Cornelissen (2011 : 5) กล่าวว่า การสื่อสารองค์การคือ หนึ่งในภารกิจขององค์การที่ ช่วยกำหนดกรอบงาน สำหรับการประสานงานกันของหน่วยงานทั้งภายในภายนอกองค์การ มีเป้าหมายสำคัญคือ การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีการรักษาภาพลักษณ์ที่ดีขององค์การ กับผู้ที่มีส่วนได้ ส่วนเสียต่อองค์การ

2.1.6.1 คุณลักษณะการสื่อสารองค์การ

ธงชัย และชนาธิป (2542 : 86) ในการศึกษาเพื่อให้เข้าใจเรื่อง การสื่อสารองค์การ และมองเห็นถึงความแตกต่างจากพฤติกรรมอื่นๆที่เกิดขึ้นภายในองค์การ จะต้องมีการกำหนดขอบเขตของคุณสมบัติ ลักษณะของการสื่อสารองค์การให้ชัดเจน ดังนี้

1. การสื่อสารองค์การมุ่งเน้นการประสานงานของคนทำงาน ควบคู่ไปกับการมุ่งถึงเป้าหมายของทุกหน่วยงานในองค์การ เนื่องจากการสื่อสารองค์การจะเกิดภายใต้กรอบของการดำเนินงานขององค์การ การประสานงานกันในองค์การจึงเป็นหัวใจสำคัญของความสำเร็จขององค์การ และภายใต้กรอบดังกล่าวการสื่อสารองค์การก็จะมีความสัมพันธ์โดยตรงกับหน่วยงานในองค์การ ซึ่งถือได้ว่ามีเป้าหมายร่วมกันคือ ความสำเร็จขององค์การ

2. การสื่อสารองค์การเกิดขึ้นบนพื้นฐานที่อยู่ภายในกรอบของระบบองค์การที่จัดไว้ในรูปของโครงสร้างคือ ความสัมพันธ์ระหว่างกันของหน่วยงานต่างๆในองค์การจะมีลักษณะที่เป็นโครงสร้างทั้งที่เป็นทางการไม่เป็นทางการ ซึ่งถือว่าเป็นอีกส่วนที่สามารถส่งเสริมสนับสนุนความสำเร็จในการสื่อสารองค์การได้ จึงกล่าวได้ว่าโครงสร้างเหล่านี้ส่งผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารขององค์การได้ด้วยอิทธิพลของความสัมพันธ์ด้านอำนาจ ที่อ้างอิงอำนาจตามโครงสร้างเป็นสำคัญ

3. การสื่อสารองค์การมีความแตกต่างกับการสื่อสารอื่นๆ เนื่องจากการสื่อสารองค์การจะมีลักษณะสำคัญ มีความเกี่ยวข้องกับสภาพลักษณะขององค์การ โดยที่กระบวนการสื่อสารองค์การนั้น ผลกระทบจะเกิดอยู่ในสภาพแวดล้อมขององค์การมีความสัมพันธ์กันอย่างเป็นระบบ มองในมุมกว้าง การสื่อสารองค์การก็หมายถึงการสื่อสารระหว่างองค์การได้ มองอย่างละเอียด การสื่อสารองค์การมีผลกระทบต่อการหว่านล้อมสมาชิกใหม่ขององค์การก็ย่อมได้

2.1.6.2 ประเภทของการสื่อสารองค์การ

Argenti (2003 : 44) ได้แบ่งประเภทของการสื่อสารองค์การเอาไว้ทั้งหมด 9 ประเภท ซึ่งพอจะได้เขียนอธิบายไว้ในหนังสือเรื่อง Corporate Communication ซึ่งรายละเอียดของแต่ละประเภทมี ดังนี้

1. งานสร้างภาพลักษณ์และเอกลักษณ์ การสะท้อนความจริงผ่านมุมมองของผู้รับข่าวสารและข้อมูลขององค์การคือ การสร้างภาพลักษณ์ต้องการสร้างความโดดเด่นแตกต่างจากองค์การอื่นๆ ให้กับองค์การหรือที่เรียกว่าเอกลักษณ์ไปพร้อมๆ กันด้วย

2. โฆษณาและสนับสนุนองค์การ การสะท้อนภาพลักษณ์ขององค์การผ่านการโฆษณาองค์การจะมีความแตกต่างจากการโฆษณาสินค้าหรือบริการโดยทั่วไป เพราะว่าการโฆษณาองค์การจะมีความแตกต่างกันในเรื่องของความพยายามในการสื่อความเป็นตัวตนเฉพาะขององค์การ พยายามที่จะมุ่งเน้นให้ผู้รับสารได้รับรู้ถึงสิ่งที่องค์การต้องการจะสื่อสาร

3) สื่อมวลชนสัมพันธ์ การเผยแพร่ข้อมูลใดๆขององค์กรสู่สาธารณะนั้นสามารถทำได้สะดวกขึ้นโดยการอาศัยการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับสื่อมวลชน ซึ่งต้องมีการดำเนินงานในลักษณะเชิงรุก ต้องอาศัยการใช้เทคโนโลยีที่มีความทันสมัยในการสื่อสารกับสื่อมวลชนเพื่อความเร็วในการสื่อสาร

4. การสื่อสารการตลาด เป็นการสื่อสารทางการตลาดที่อาศัยการจัดกิจกรรมในหลายรูป มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการขายสินค้าบริการต่างๆ จะจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายคู่กับการโฆษณา การจัดกิจกรรมพิเศษ หรือการใช้พนักงานขาย

5. การสื่อสารทางการเงิน สามารถเรียกได้อีกชื่อว่า การสร้างความสัมพันธ์กับนักลงทุน โดยที่จะต้องมีการสื่อสารกับนักลงทุนผู้ถือหุ้นเพื่อเสนอให้มีการสนับสนุนในการลงทุนเพื่อจะทำให้การตัดสินใจลงทุนเป็นไปได้ง่ายขึ้น จะต้องมีการนำเสนอถึงผลของการดำเนินงานขององค์กรด้วย

6. พนักงานสัมพันธ์ องค์กรใดๆเมื่อต้องการให้พนักงานทุ่มเททั้งแรงกายและแรงใจในการปฏิบัติงานในองค์กร องค์กรนั้นๆจะต้องมีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับพนักงาน โดยอาศัยการสื่อสารเป็นตัวช่วยในการกระตุ้นแรงกายและแรงใจให้เกิดกับตัวของพนักงานแต่ละคน รวมไปถึงการสื่อสารเพื่อให้เกิดการจูงใจในการเข้ามาสมัครงานกับองค์กรนั้นๆอีกด้วย

7. ชุมชนสัมพันธ์ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อชุมชนนั้นเป็นเรื่องที่หลายองค์กรให้ความสำคัญ โดยอาศัยการสื่อสารองค์กรเป็นตัวช่วยสำคัญ องค์กรต่างๆจะต้องมีการสื่อสารองค์กรด้านชุมชนสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องเพื่อการขอความร่วมมือในการดำเนินการใดๆขององค์กรจะมีความสะดวกมากขึ้น ทั้งยังเป็นการสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างองค์กรกับชุมชน ซึ่งจะต้องมีการวางแผนการดำเนินงานที่ดี มีการคำนึงถึงผลประโยชน์ร่วมกันของทั้งฝ่ายองค์กรและฝ่ายชุมชนด้วย เช่น การจัดกิจกรรมการกุศล การสนับสนุนทุนด้านการศึกษา เป็นต้น

8. รัฐสัมพันธ์ หมายถึง การทำกิจกรรมร่วมกันขององค์กรกับรัฐบาลและเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับรัฐบาล การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีกับองค์กรกับรัฐบาลสามารถทำได้เช่น การให้ความช่วยเหลือหน่วยงานราชการต่างๆ ในการสื่อสารกับรัฐบาลจะมีส่วนที่รัฐบาลจะเป็นผู้กำหนดกิจกรรมที่มีความสำคัญขององค์กร การให้การอนุญาตในการดำเนินงานบางอย่างที่อาจจะส่งผลกระทบต่อองค์กรโดยตรง เช่น การขอใบอนุญาต หรือการขอยกเลิกกฎใดๆ จะต้องมีผู้มีหน้าที่ในการชี้แจงต่อเจ้าหน้าที่ภาครัฐ เพื่อความราบรื่นในการดำเนินงานขององค์กร

9. การจัดการภาวะวิกฤต หมายถึง การสื่อสารเมื่อเกิดภาวะวิกฤตที่เกิดขึ้นแบบไม่คาดคิด ซึ่งจะต้องได้รับการแก้ไข ต้องวางแผนการดำเนินงานร่วมกับหน่วยงานอื่นๆขององค์กร เพื่อที่จะสามารถรักษาภาพลักษณ์ของบริษัทในระยะยาวได้ อาศัยหลักคือ จะต้องแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ โดยที่มีความเสียหายน้อยที่สุดและมีความรวดเร็วที่สุด

2.1.6.3 เครื่องมือของการสื่อสารองค์กร

จากที่การสื่อสารองค์กรเน้นเรื่องการสื่อสารแบบผสมผสาน แนวทางในการสื่อสารองค์กรจึงมีการใช้เครื่องมือที่เป็นการประยุกต์จาก Riel and Fombrun (2007 : 26) ที่ รุ่งรัตน์ ชัยสำเริง (2555 : 1) ได้สรุปไว้ดังนี้

1. การใช้ระบบอัตลักษณ์เชิงประจักษ์ คือ เป็นการสื่อสารองค์กรเพื่อให้คนภายนอกองค์กรรับรู้ได้โดยตรงถึงภาพลักษณ์ขององค์กรตามที่องค์กรต้องการ ผ่านทางการแสดงออกในรูปแบบของ ตราสัญลักษณ์องค์กร เครื่องหมายการค้า เสียง ซึ่งองค์กรใหญ่จะมีการสร้างคู่มือสำหรับการสื่อสารอัตลักษณ์องค์กรไว้อย่างชัดเจน

2. การสื่อสารด้วยวิถีแบบบูรณาการ คือ การใช้เครื่องมือที่พัฒนามาจากแนวคิดทางด้านการตลาด ที่จะยึดหลักการที่ว่า ลูกค้านี่คือศูนย์กลาง แนวคิดแบบบูรณาการจะทำให้แนวคิดการสื่อสารมีความครอบคลุมกิจกรรมของหน่วยงานต่างๆขององค์กร โดยที่จะเป็นไปอย่างกลมกลืนกัน ซึ่งเป็นหนทางในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เน้นให้เป็นไปในระยะยาว โดยที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียก็จะได้รับประโยชน์ด้วยเช่นกัน ซึ่งจุดมุ่งหมายหลักที่สำคัญของการดำเนินงานนี้คือ การสร้างการยอมรับในตัวองค์กรอย่างยั่งยืน

3. การอาศัยการประสานงานกันอย่างเข้มแข็งของทีมงานต่างๆ คือ เครื่องมือสำคัญที่ช่วยเรื่องการบูรณาการการสื่อสาร เพราะการประสานงานกันอย่างลงตัว การทำงานที่ไหลลื่น เป็นการลดแรงเสียดทานได้อย่างดี ดำเนินการโดยการกำหนดนโยบายและการประเมินผลร่วมกันอย่างเป็นระบบระหว่างหน่วยงานต่างๆขององค์กร ซึ่งอาจอยู่ในรูปของการจัดตั้งทีมงานการสื่อสารภายในหน่วยงาน เพื่อการประสานงานที่ลงตัว ซึ่งนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายขององค์กร

4. การใช้ระบบการวางแผนแบบศูนย์รวม คือ การใช้ระบบของการวางแผนการสื่อสาร เพื่อเป็นเครื่องมือสำหรับการเตรียมการการสื่อสารต่างๆขององค์กร ที่มุ่งการเข้าถึงประชาชนเป็นหลัก ซึ่งการวางแผนในลักษณะนี้จะทำให้การสื่อสารองค์กรมีความเป็นเอกภาพและสามารถควบคุมทรัพยากรในการดำเนินงานได้

2.1.7 การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

Argenti (2003 : 44) ได้แบ่งประเภทของการสื่อสารองค์การเอาไว้ทั้งหมด 9 ประเภท ซึ่งพอได้เขียนอธิบายไว้ในหนังสือเรื่อง Corporate Communication ซึ่งรายละเอียดของแต่ละประเภทมี ดังนี้

2.1.7.1 การเปิดรับสื่อ

Assael (1998 : 218) กล่าวว่า การเปิดรับ หมายถึง การเลือกสิ่งเร้าที่ตรงกับความต้องการของผู้รับสื่อที่ถูกระตุ้นประสาทสัมผัส โดยที่ผู้รับสื่อจะมีการหลีกเลี่ยงในสิ่งเร้าที่ไม่มีความสำคัญ ไม่ต้องการและไม่มีความสนใจ การเปิดรับสื่อเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการสื่อสาร เพราะมีผลทางด้านเป็นปัจจัยภายใน ด้านจิตวิทยาต่อผู้รับสารและปัจจัยภายนอก เช่น โอกาสในการเข้าถึงสื่อต่างๆ ความใกล้ชิดไกลในการเข้าถึงสื่อ การเข้าถึงสื่อในเชิงสังคม และฐานะทางเศรษฐกิจมีความเอื้ออำนวยต่อการซื้อข่าวสารมากหรือน้อยเพียงใด ทั้งนี้แบบแผนที่ส่งผลต่อกระบวนการสื่อสารแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

1. พฤติกรรมการรับสื่อเชิงเครื่องมือ การรับสารลักษณะนี้ผู้รับสารมีความตั้งใจจะเปิดรับและมีจุดมุ่งหมายในการนำเอาสารที่ได้รับไปใช้ประโยชน์
2. พฤติกรรมการรับสื่อเชิงพิธีกรรม การรับสารลักษณะนี้ผู้รับสารไม่ได้มีเป้าหมายหรือความตั้งใจในการเปิดรับ ไม่ได้มีความตั้งใจว่าจะนำประโยชน์ที่ได้จากการรับสารไปใช้อย่างไร

นอกจากนี้พฤติกรรมการเปิดรับยังสามารถจำแนกได้ 3 รูปแบบ ดังนี้

1. การแสวงหาข้อมูล หมายถึง การแสวงหาข่าวสารของบุคคลหนึ่งในเรื่องที่มีความต้องการทราบข้อมูล
2. การเปิดรับข้อมูล หมายถึง การเปิดรับข่าวสารจากบุคคลหนึ่ง เพราะต้องการทราบข้อมูลต่างๆที่มีความน่าสนใจและตนเองมีความอยากรู้ เช่น การดูข่าวสารจากโทรทัศน์ในช่วงเวลาที่ชอบ การฟังรายการเพลงวิทยุที่ชื่นชอบ เป็นต้น
3. การเปิดรับประสบการณ์ หมายถึง การเปิดรับข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการหรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์ของบุคคลหนึ่ง ซึ่งรวมถึงการต้องการเรียนรู้ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอีกด้วย

พรทิพย์ วรกิจโกคาทร (2529 : 292) กล่าวว่า ผู้รับสารเลือกที่จะเปิดรับสื่อตามคุณลักษณะต่อไปนี้

1. เลือกรับสื่อที่สามารถจัดหาได้ เพราะธรรมชาติของมนุษย์นั้นจะมีความพยายามในระดับหนึ่งเท่านั้น สิ่งใดที่หามายากหรือต้องใช้ความพยายามมากมนุษย์มักจะไม่เลือกที่จะทำ ดังนั้นโดยปกติผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสื่อโดยที่ตนเองไม่ต้องใช้ความพยายามมากนัก
2. เลือกเปิดรับสื่อที่สอดคล้องกับตนเอง ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสื่อที่มีความเหมาะสมกับระดับความรู้ ประสบการณ์ และทัศนคติของตนเอง
3. เลือกรับสื่อที่สะดวก ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสื่อที่สะดวกต่อตนเอง เช่น ผู้รับสารที่ไม่มีความสะดวกในการออกไปซื้อหนังสือพิมพ์จะเลือกวิธีการเปิดรับสื่อคือเปิดโทรทัศน์ดูรายการข่าว
4. เลือกรับสื่อตามความเคยชิน ผู้รับสารบางคนจะติดกับการเปิดรับสื่อในแบบเดิมๆ จนเกิดเป็นความเคยชิน ทำให้ไม่มีความสนใจในสื่อใหม่ๆ ซึ่งมักจะเกิดขึ้นกับผู้ที่มีอายุมาก
5. เลือกเปิดรับสื่อตามลักษณะเฉพาะของสื่อ เพราะคุณลักษณะมีผลต่อการเลือกเปิดรับสื่อของผู้รับสารเป็นอย่างมาก เช่น บางคนมีความชอบที่จะเปิดข่าวสารบ่อยครั้ง จึงเลือกสื่อที่สามารถพกพาได้ เช่น หนังสือพิมพ์หรือนิตยสาร เป็นต้น

McLeod and Keefe (1972 : 123) กล่าวว่า สำหรับพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อสามารถวัดได้จากตัวชี้วัดที่ใช้วัดกัน 2 ปัจจัย คือ วัดเวลาที่ใช้กับสื่อและวัดจากความถี่ของการใช้สื่อ ซึ่งการวัดเวลาที่ใช้กับสื่อ จะขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง ทั้งในเรื่องความสนใจที่มีต่อสาร เวลาว่างที่มี ความใกล้ชิดไกลของสื่อ และความสามารถการเข้าถึงสื่อของผู้รับสาร แต่แต่ละคนที่มีความแตกต่างกัน แต่ด้วยความไม่ชัดเจนของการวัดเวลาที่ใช้กับสื่อ จะใช้การวัดตัวแปรของการเปิดรับสื่อ โดยใช้การวัดความถี่ในการเปิดรับสื่อแต่ละตัวของแต่ละบุคคล

2.1.7.2 การรับรู้ข่าวสาร

Mowen and Minor (1998) กล่าวว่า การรับรู้ หมายถึง กระบวนการเข้าใจของบุคคลที่มีต่อโลกที่อาศัยอยู่ การรับรู้จะแสดงออกผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การมองดู การได้กลิ่น การลิ้มรส การสัมผัส และการได้ยิน การรับรู้ของแต่ละคนจะแตกต่างกันออกไปตามปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก เช่น ปัจจัยภายในคือ ความเชื่อ ประสบการณ์ และความต้องการ ส่วนปัจจัยภายนอกคือ สิ่งกระตุ้น ซึ่งการรับรู้จะถูกอิทธิพลของปัจจัยเหล่านั้นผ่านทางประสาทสัมผัส ส่วนมากจะเป็นเรื่องที่มีความเกี่ยวข้องกับผู้รับสาร

ชินจิตต์ แจ้งเจนกิจ (2545 : 50) กล่าวว่า บางครั้งบางคนอาจเปิดรับและประมวลผลข่าวสารของโปรแกรมการสื่อสารการตลาด แต่จะไม่มีปฏิกิริยาตอบกลับในทันที อาจจะมีการจัดเก็บข้อมูลในส่วนนี้ไว้เผื่ออนาคต ซึ่งจะมีการเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสารนี้ไว้กับ

ความคิดที่มีอยู่ในความทรงจำของตนเอง เช่น กลุ่มของความคิดในอนาคต ตราสัญลักษณ์ หรือ รูปสัญลักษณ์ภายนอก

Murray (1991 : 120) กล่าวว่า แหล่งข้อมูลของผู้บริโภคมาจาก 2 แหล่งคือ ข้อมูลจากแหล่งภายในและแหล่งภายนอก แหล่งข้อมูลภายในจะมาจากความจำของตนเอง ซึ่งเป็นข้อมูลเริ่มแรกที่มีผลต่อการตัดสินใจ หรืออาจจะเป็นประสบการณ์ที่เคยเกิดขึ้นเองที่นำมาประกอบการตัดสินใจ ซึ่งในบางครั้งข้อมูลจากแหล่งภายในอาจไม่เพียงพอต่อการตัดสินใจ จึงต้องมีการหาข้อมูลจากแหล่งภายนอก เช่น การประชาสัมพันธ์ การโฆษณาต่างๆ และ อาจจะเป็นจากประสบการณ์ของผู้ที่เคยใช้บริการเหล่านั้นหรือประสบการณ์ที่ได้รับการบอกต่อ เป็นต้น

Foxall, Goldsmith and Brown (1998 : 73) กล่าวว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภค สรุปเป็นปัจจัยสำคัญได้ 4 ข้อ ดังนี้

1. ลักษณะของสิ่งกระตุ้น ซึ่งแต่ละคนจะยอมรับสิ่งกระตุ้นแตกต่างกัน และจากความแตกต่างทำให้มีการพิจารณาถึงลักษณะที่มีผลต่อผู้บริโภค สามารถแบ่งได้เป็นลักษณะที่มีผลต่อความรู้สึก ซึ่งส่งผลต่อประสาทสัมผัส เช่น กลิ่น เสียง สี เป็นต้น การสื่อสารในบางลักษณะเป็นไปได้ยาก เช่น ธุรกิจบริการที่จะต้องสื่อสารให้ผู้บริโภครับรู้ถึงประโยชน์ให้ได้ก่อนจึงจะเกิดความพึงพอใจและการทำให้ผู้บริโภคเลือกใช้บริการ จำเป็นต้องมีการใช้ปัจจัยที่จับต้องได้ เช่น การใช้ร่มเป็นสัญลักษณ์ของธุรกิจประกันภัย มีความหมายแฝงว่าสามารถดูแลผู้บริโภคได้

2. ลักษณะของเนื้อหาข้อมูล มีความสำคัญต่อกระบวนการรับรู้เกี่ยวกับการประมวลผลที่จะทำให้เกิดความเข้าใจในธุรกิจต่างๆ เช่น อาหารเสริม ก็จะต้องกล่าวถึงสารอาหารที่ผู้บริโภคจะได้รับและผลที่จะตามมาจะเป็นอย่างไร เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถประเมินคุณค่าของสินค้าหรือบริการนั้นได้

3. ลักษณะโดยรวมของธุรกิจ การรับรู้ในสิ่งกระตุ้นจะมีอิทธิพลมาจากลักษณะโดยรวมที่ตัวผู้บริโภคเองสามารถประเมินได้ เช่น สถานที่ตั้ง สัญลักษณ์ ขนาดธุรกิจ พนักงาน เป็นต้น ซึ่งธุรกิจต่างๆจะต้องให้ความสำคัญ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค

4. ลักษณะของผู้บริโภค จากการที่ผู้บริโภคเองก็มีความรู้สึกและความรู้ต่างๆมาก่อน จึงทำให้เกิดความคาดหวังต่อการให้บริการและความคาดหวังก็มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคว่าจะได้รับการบริการตามที่คาดหวังไว้

จากการศึกษาเรื่องแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารองค์การ สรุปได้ดังนี้ การสื่อสารคือ กระบวนการในการถ่ายทอดสารจากจุดเริ่มต้นไปสู่ปลายทาง โดยอาศัยปัจจัยต่างๆที่มีความแตกต่างกันออกไปและจากการพิจารณาข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าเรื่องการสื่อสารนั้น ผู้วิจัยจึงได้เลือกทำวิจัยตามหลักทฤษฎีการสื่อสารของ Berlo (1960 : 7) ซึ่งมีองค์ประกอบ 4 องค์ประกอบคือ ผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการสื่อสาร และผู้รับสาร เนื่องจากมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการทำวิจัยเรื่องนี้ ส่วนการสื่อสารองค์การคือ การดำเนินการด้านการสื่อสารทั้งหมดที่มีเป้าหมายเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อองค์การทุกคน ซึ่งทั้งหมดล้วนส่งผลต่อความสำเร็จขององค์การ เพราะการสื่อสารคือ ตัวขับเคลื่อนการดำเนินงานทุกอย่างขององค์การ ดังนั้นการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยควรมีการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารขององค์การเพราะเป็นสิ่งจำเป็นที่ทุกองค์การควรให้ความสำคัญ เพื่อให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพและส่งผลให้องค์การประสบความสำเร็จตามที่ตั้งเป้าหมายไว้

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพการสื่อสาร

2.2.1 ความหมายของประสิทธิภาพ

Herbert A. Simon (1960 อ้างใน ชุตติมา ม่วงมณี 2554 : 3) ได้ให้ทัศนคติเกี่ยวกับประสิทธิภาพไว้ดังนี้ ประสิทธิภาพสูงสุดวัดได้จากความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยนำเข้า กับผลผลิตที่ได้ ซึ่งอาจเขียนแสดงเป็นสูตรได้ ดังนี้

$$E = (O - I) + S$$

E = Efficient ประสิทธิภาพของงาน

O = Output ผลผลิตหรือผลงานที่ได้

I = Input ปัจจัยนำเข้าหรือทรัพยากรที่ได้ใช้ไป

S = Satisfaction ความพึงพอใจในผลงานที่ได้

Robbins (1986 : 822) กล่าวว่า ประสิทธิภาพคือ การคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรต่างๆให้เกิดประโยชน์อย่างสูงสุด คุ่มค่ามากที่สุด แต่มีการสิ้นเปลืองทรัพยากรน้อยที่สุด

ธงชัย สันติวงษ์ (2538 : 29) กล่าวว่า ประสิทธิภาพ หมายถึง การเปรียบเทียบทรัพยากรที่ได้ใช้ไปกับผลที่ได้จากการทำงาน ว่าดีขึ้นอย่างไร แค่ไหน ในขณะที่กำลังทำงานตามเป้าหมายขององค์การ

ทิพาวดี เมฆสวรรค์ (2539 : 15) กล่าวว่า ประสิทธิภาพ หมายถึง การเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยนำเข้า กับผลผลิต ได้แก่ การสร้างผลผลิตได้สูงกว่าปัจจัยนำเข้า โดยที่ประสิทธิภาพวัดได้โดยการนำปัจจัยนำเข้าจริงหารด้วยผลผลิตจริง หากได้ค่าน้อย แสดงว่าผลผลิตเพิ่มขึ้นมากกว่าปัจจัยนำเข้า หมายถึง ประสิทธิภาพที่เกิดขึ้น

สมใจ สวดยสม (2542 อ้างใน ชาญณรงค์ รุ่งโรจน์สุวรรณ 2553 : 21) ได้กล่าวว่า ประสิทธิภาพ หมายถึง การใช้ปัจจัยและกระบวนการในการดำเนินงานต่างๆ ซึ่งมีผลผลิตเป็นตัวกำหนดการแสดงผลประสิทธิภาพของการดำเนินงาน ซึ่งการแสดงผลประสิทธิภาพอาจเป็นในลักษณะของการเปรียบเทียบในเรื่องของค่าใช้จ่าย ต้นทุนและผลกำไรที่ได้ ซึ่งพิจารณาจากกำไรที่ได้ ถ้ากำไรที่ได้มีค่าสูงมากเท่าใด ย่อมแสดงถึงประสิทธิภาพที่มีมากเท่านั้น การแสดงถึงประสิทธิภาพในบางครั้งอาจไม่จำเป็นต้องแสดงออกมาเป็นตัวเลข แต่อาจจะอยู่ในรูปแบบของการบันทึกลักษณะในของการใช้คน วัสดุ เงิน และเวลาในการปฏิบัติงาน ที่มีการใช้อย่างคุ้มค่า เกิดการเสียหายน้อยที่สุด

ณัฐชัย ถนักรบ (2545 : 10) กล่าวว่า ประสิทธิภาพ (Efficiency) หมายถึง การกระทำต่างๆของบุคคลที่มีความพร้อม ความสามารถ และความพยายามในการปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ ด้วยความมีระเบียบ และเป็นไปตามกฎเกณฑ์ต่างๆ สามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว เสร็จตามเวลาที่กำหนด มีคุณภาพและมาตรฐานตรงตามข้อกำหนดที่กำหนด

ชาญณรงค์ รุ่งโรจน์สุวรรณ (2553 : 7) กล่าวว่า พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2525 ได้ระบุความหมายของคำว่า ประสิทธิภาพ ว่าหมายถึง ความสามารถที่ทำให้เกิดผลในการปฏิบัติงาน

อุมาพร นิลทวิก (2553 : 17) กล่าวว่า ประสิทธิภาพ หมายถึง ความชำนาญในการใช้ทรัพยากรคือ แรงงาน เครื่องจักร และวัตถุดิบ สามารถได้ผลผลิตที่มีคุณภาพ ด้วยวิธีที่ดีที่สุด ใช้ระยะเวลาในการดำเนินงานสั้นที่สุดและใช้ต้นทุนน้อยที่สุด

ดิน ปรัชญพฤษ์ (2555 : 130) ได้ให้ความหมายของคำว่า ประสิทธิภาพ หมายถึง การสนับสนุนวิธีการใดๆก็ตามที่จะทำให้การบริหารงานได้รับผลที่ดีมากที่สุด มีค่าใช้จ่ายในการดำเนินการใดๆน้อยที่สุดและยังมีความรวดเร็วในการดำเนินการ

ทิพาวดี เมฆสวรรค์ (2540 : 13) ได้กล่าวว่า ประสิทธิภาพสามารถวัดได้ในหลายมิติตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการพิจารณา ดังนี้

1. มิติของต้นทุนการผลิต คือ มีการใช้ทรัพยากรทั้งทางด้านการเงิน วัสดุ คน เทคโนโลยีต่างๆอย่างประหยัดและเกิดความเสียหายน้อยที่สุด

2. มิติของกระบวนการบริหาร คือ มีการปฏิบัติงานที่ได้มาตรฐานตามที่กำหนด มีความรวดเร็ว มีการใช้เทคนิคที่สะดวกกว่าเดิม และมีความถูกต้อง

3. มิติของผลลัพธ์ คือ จากการปฏิบัติงานที่มีคุณภาพ มาตรฐาน สามารถสร้างประโยชน์ให้กับสังคม และเกิดผลกำไร

Plowman and Peterson (1962 : 28) ได้สรุปแนวคิดองค์ประกอบของประสิทธิภาพไว้ทั้งหมด 4 ข้อ ดังนี้

1. คุณภาพของงาน จะต้องมีความสูง หมายถึง ผู้ผลิต ผู้ใช้ได้ประโยชน์อย่างคุ้มค่าและเกิดความพึงพอใจ

2. ปริมาณงาน โดยที่งานที่เกิดขึ้นจะต้องเป็นไปตามที่หน่วยงานคาดหวังไว้

3. เวลา หมายถึง เวลาที่ใช้ในการดำเนินงานจะต้องเป็นไปตามหลักการที่ถูกต้อง ต้องมีความเหมาะสมกับงาน รวมไปถึงมีความทันสมัย

4. ค่าใช้จ่าย หมายถึง การดำเนินงานใดๆจะต้องใช้ทุนน้อยที่สุด แต่ได้กำไรมากที่สุด ซึ่งการดำเนินงานทั้งหมดจะต้องมีความเหมาะสมกับงานและวิธีการดำเนินงานอีกด้วย

2.2.2 ประสิทธิภาพการสื่อสาร

ดวงพร คำณัฐวัฒน์ และวาสนา จันทร์สว่าง (2536 : 37) กล่าวถึงความหมายของการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพไว้ว่าคือ การสื่อสารที่ผู้ส่งสารสามารถส่งสารผ่านสื่อได้เหมาะสมกับผู้รับสารและทำให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้ อีกทั้งผู้ส่งสารควรมีความรู้และความเข้าใจในเรื่องที่มีความเกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อสาร เพื่อให้การสื่อสารเกิดประสิทธิภาพ

ศูนย์ฝึกอบรมทักษะการสื่อสาร ฝ่ายกุมารเวชศาสตร์ โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์. (2553 : 1) ได้กล่าวถึงประสิทธิภาพการสื่อสารไว้ว่า การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ คือ การสื่อสารที่ต้องมีความเข้าใจในกระบวนการสื่อสาร ทั้งการสร้างสัมพันธภาพ การเข้าสู่ประเด็น การทำความเข้าใจและการแก้ไขปัญหาเรื่องการสื่อสาร เพื่อให้การสื่อสารนั้นบรรลุผลตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

2.2.2.1 ข้อพิจารณาของประสิทธิภาพการสื่อสาร

ดวงพร คำณัฐวัฒน์ และวาสนา จันทร์สว่าง (2536 : 38) ได้เสนอข้อพิจารณาของประสิทธิภาพการสื่อสารที่ผู้ส่งสารจะต้องมีความรู้และความเข้าใจ ไว้ดังนี้

1. วัตถุประสงค์ในการสื่อสาร คือ โดยปกติแล้วการสื่อสารใดๆย่อมมีวัตถุประสงค์ของการสื่อสารในทุกครั้งและไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารกับใคร ที่ไหน ก็จะทำให้ผู้ส่งสารสามารถปรับวิธีในการสื่อสารได้อย่างเหมาะสม เพื่อให้การสื่อสารนั้นเกิดความเข้าใจ

ร่วมกันที่ตรงกัน ฉะนั้นวัตถุประสงค์ของการสื่อสารจึงเป็นเรื่องสำคัญ ที่ผู้ที่อยู่ในกระบวนการสื่อสารจำเป็นต้องทราบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งคือ ผู้ส่งสาร

2. เนื้อหาสาระของสารที่ต้องการส่ง คือ โอกาสในการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้นย่อมเกิดขึ้นได้ง่าย หากว่าผู้ส่งสารรู้ว่ากำลังจะส่งสารเรื่องอะไร รวมถึงการมีความรู้และความเข้าใจในเรื่องสารนั้นเป็นอย่างดี ซึ่งสารที่ผู้ส่งสารควรเตรียมนั้นควรจะต้องมีความพอดีทั้งปริมาณ ซึ่งหมายถึง ความถี่ในการส่งสารจะต้องไม่บ่อยครั้งจนเกินไปในสารเรื่องเดียวกัน คุณภาพ ซึ่งหมายถึง ความทันสมัย ความถูกต้อง ความชัดเจน อ้างอิงแหล่งที่มาได้ และครบถ้วนของเนื้อหาสาระของสาร คุณค่า ซึ่งหมายถึง สารจะต้องมีประโยชน์ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น ประชาชนทั่วไป องค์กร หรือชุมชน เป็นต้น เพราะยังมีปัจจัยอีกหลายประการเช่น เวลา ความสนใจของผู้รับสาร และเนื้อที่ซึ่งมีผลต่อการสื่อสาร

3. ประเภทและคุณสมบัติของสื่อ คือ เนื่องจากการสื่อสารต้องอาศัยสื่อทำให้สื่อมีความสำคัญอย่างมาก ดังนั้นผู้ส่งสารจะต้องมีความรู้ ความสามารถในการใช้สื่อได้อย่างเหมาะสม เพราะว่าสื่อมีอยู่หลายประเภท ควรมีการเลือกใช้สื่อที่มีความทันสมัย เชื่อถือได้ เนื่องจากสื่อมีการพัฒนาอยู่ตลอด การเลือกใช้สื่อให้ถูกต้องจะส่งผลต่อการสื่อสาร เช่น ถ้าผู้ส่งสารเลือกใช้สื่อที่สามารถส่งสารไปยังผู้รับสารได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร การสื่อสารนั้นก็ถือว่าประสบความสำเร็จ ในทางตรงกันข้าม ถ้าผู้ส่งสารเลือกใช้สื่อที่ไม่ถูกต้อง การสื่อสารนั้นก็อาจจะไม่ประสบความสำเร็จ ซึ่งสื่อคือ สิ่งที่จะทำให้ผู้รับสารสามารถรับสารที่ส่งมาจากผู้ส่งสารได้ สำหรับสื่อที่ใช้สื่อสารกับคนจำนวนมาก จะเรียกว่า สื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น

4. รายละเอียดเกี่ยวกับผู้รับสาร คือ ถ้าผู้ส่งสารยังรู้จักผู้รับสารมากเท่าใด การสื่อสารก็จะมีโอกาสเกิดประสิทธิภาพมากเท่านั้น เพราะผู้ส่งสารจะเลือกสารและเลือกใช้สื่อที่มีความเหมาะสมกับผู้รับสาร ซึ่งจะส่งผลดีมากกว่าการที่ผู้ส่งสารเลือกส่งสารและเลือกสื่อตามใจตนเอง โดยที่ผู้ส่งสารจะต้องคำนึงถึงทักษะ ทักษะคิด ความรู้ ระบบสังคม และพื้นฐานทางวัฒนธรรมของผู้รับสาร เพราะว่าผู้รับสารคือ วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร ดังนั้นการศึกษาข้อมูลของผู้รับสารจึงเป็นเรื่องจำเป็น ถ้าหากผลตอบรับของผู้รับสารคือ ผู้รับสารสามารถรับรู้และเข้าใจในสาร มีความพึงพอใจ หรือสามารถนำสารที่ได้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ หรือนำไปต่อยอดในการเรียนรู้อื่นๆได้ ถือว่าการสื่อสารนี้มีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จมาก

5. ศักยภาพของผู้ส่งสาร คือ การดำเนินการสื่อสารให้บรรลุเป้าหมายนั้น นอกจากจะต้องรู้ข้อมูลของผู้รับสารแล้ว ยังต้องรู้ถึงศักยภาพในตัวของผู้ส่งสารเองด้วย โดยการสำรวจความพร้อมของผู้ส่งสารเองว่ามีความรู้ในเรื่องที่จะสื่อสารหรือไม่ มีเวลาใน

การสื่อสารมากเพียงใด มีความพร้อมในด้านงบประมาณ กำลังคนหรือไม่ ซึ่งทั้งหมดจะใช้เป็นพื้นฐานการดำเนินงานด้านการสื่อสารเพื่อให้มีประสิทธิภาพในการสื่อสาร

6. จิตวิทยาการสื่อสาร คือ จากการที่การสื่อสารเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ และยังเป็นการดำเนินงานที่มีขั้นตอน แต่การดำเนินงานตามขั้นตอนนั้นยังต้องอาศัยความสามารถเฉพาะตัว ซึ่งเป็นเหตุให้การสื่อสารเกิดผลที่แตกต่างกัน ในบางสถานการณ์การสื่อสารไม่สามารถใช้สูตรสำเร็จตายตัวได้ แต่อาจต้องอาศัยหลักจิตวิทยาที่เกี่ยวข้อง เช่น จิตวิทยาการรับรู้ จิตวิทยาการเรียนรู้ เพื่อความเข้าใจในผู้รับสารและเพื่อการวางแผนการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพ

2.2.2.2 หลักสำคัญในการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ

วิจิตร อวระกุล (2526 : 106) ได้สรุปถึงหลักสำคัญในการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพไว้ทั้งหมด 7 ประการ ดังนี้

1. ความน่าเชื่อถือ หมายถึง การสื่อสารให้ประสบความสำเร็จนั้นจะต้องมีความเชื่อถือได้ในเรื่องของผู้ส่งข่าวสาร แหล่งข่าวสาร ที่จะต้องมีการอ้างอิงเพื่อให้ผู้รับสารเกิดความมั่นใจในการรับฟังข่าวสารและเชื่อถือในการเสนอข่าวสารครั้งต่อไป

2. ความเหมาะสม หมายถึง ความเหมาะสมและความกลมกลืนกับทางด้านวัฒนธรรมของสังคม ถือเป็นตัวชี้วัดสำคัญถึงการสื่อสารที่ดี โดยมีการใช้เครื่องมือสื่อสารเป็นส่วนประกอบ ความสำคัญจะอยู่ที่การใช้ภาษา ท่าทาง และคำพูดที่มีความเหมาะสมกับวัฒนธรรม หรือสภาพแวดล้อมนั้นๆ

3. เนื้อหาสาระ หมายถึง ข่าวสารที่มีเนื้อหาสาระถูกต้อง ครบถ้วน ทันสมัย มีความหมาย มีประโยชน์ต่อสังคม องค์กร หรือประชาชนโดยทั่วไป ถือเป็นข่าวสารที่ดี แต่ต้องมีการพิจารณาถึงกลุ่มเป้าหมายด้วย เนื่องจากว่าข่าวสารบางอย่างอาจมีประโยชน์กับคนกลุ่มหนึ่ง แต่อาจไม่มีประโยชน์สำหรับคนอีกกลุ่มหนึ่งก็ได้

4. สม่าเสมอและต่อเนื่อง หมายถึง การส่งข่าวสารกันอย่างสม่ำเสมอ และต่อเนื่อง ไม่ทำให้การส่งข่าวสารขาดหายและไม่ต่อเนื่อง การย้ำ หรือการซ้ำ เพื่อเตือนความจำ หรือเปลี่ยนทัศนคติ จะทำให้การสื่อสารเกิดประโยชน์ได้อย่างสูงสุด

5) ช่องทางข่าวสาร หมายถึง การเผยแพร่ข่าวสารที่ได้นั้นจะต้องมีการส่งข่าวสารผ่านช่องทางการสื่อสารที่มีเทคโนโลยีทันสมัย สามารถส่งสารไปยังผู้รับสารได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร มีความเหมาะสมสำหรับข่าวสารที่ต้องการจะเผยแพร่ มีความเหมาะสมสำหรับความสามารถของผู้ส่งสารและผู้รับสาร ที่จะทำให้การสื่อสารได้ผลเร็ว

6. ความสามารถของผู้รับสาร หมายถึง ผู้รับสารมีการใช้แรงงานที่น้อยที่สุดและมีการใช้ความพยายามน้อยที่สุด ถือได้ว่าการสื่อสารนั้นได้ผล ความสะดวกในการ

สื่อสารนั้น ความสามารถของผู้รับข่าวสารถือว่ามีส่วนสำคัญ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย เช่น ความสามารถในการรับรู้สาร ความรู้ พื้นฐานความเข้าใจ และความพึงพอใจในผู้ส่งสาร สารสถานที่ เป็นต้น ซึ่งผลการตอบสนองที่ดีของผู้รับสารคือ ผู้รับสารสามารถนำสารที่ได้รับไปใช้ให้เกิดประโยชน์ได้

7. ความชัดเจนของข่าวสาร หมายถึง ข่าวสารที่จะสื่อสารต้องง่ายต่อการเข้าใจ การใช้ภาษา และคำศัพท์ที่สูงมากเกินไปไม่ทำให้เกิดประโยชน์ ดังนั้น จึงควรเลือกใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย มีความชัดเจน ไม่ต้องมีการตีความในหลายแง่

2.2.2.3 ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสาร

ปรมะ สตะเวทิน (2546 : 61) กล่าวว่า ประสิทธิภาพของการสื่อสารมีตัวกำหนดคือ องค์ประกอบของกระบวนการสื่อสาร ซึ่งวัดได้จากว่า ถ้าองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสารมีประสิทธิภาพสูง ประสิทธิภาพของการสื่อสารจะมากตามไปด้วย ในทางตรงกันข้ามถ้าประสิทธิภาพองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสารต่ำ ประสิทธิภาพของการสื่อสารก็จะต่ำไปด้วย ซึ่งองค์ประกอบกระบวนการสื่อสารจะมีปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารดังนี้

1. ปัจจัยของผู้ส่งสาร

(1) ทักษะในการสื่อสาร มีอิทธิพลต่อความสามารถในการวิเคราะห์ วัตถุประสงค์และเจตนารมณ์ของผู้ส่งสารเอง หรือเรียกได้ว่า ความคิดของผู้ส่งสารมีอิทธิพลต่อความสามารถในการเข้ารหัสสารของผู้ส่งสารเอง จะต้องสามารถถ่ายทอดสารไปยังผู้รับสารให้สามารถถอดรหัสสารและเข้าใจสารได้ง่าย

(2) ทศนคติต่อตัวเอง จะต้องเชื่อมั่นในตนเองว่าสามารถทำการสื่อสารได้ ทศนคติต่อสารที่จะสื่อออกไป จะต้องมีความเชื่อมั่นในสารและมีความอยากที่จะส่งสารนั้นออกไปและทศนคติต่อผู้รับสาร จะมีอิทธิพลอย่างมากต่อพฤติกรรมการสื่อสารของผู้ส่งสาร ที่ผู้ส่งสารจะต้องมีทศนคติในด้านบวกต่อผู้รับสาร ซึ่งจะทำการส่งสารประสบผลสำเร็จ ผู้รับสารจะเกิดความพึงพอใจต่อสารจากผู้ส่งสาร

(3) ความรู้ ผู้ส่งสารนั้นจำเป็นที่จะต้องมีความรู้ ทั้งในเรื่องที่จะสื่อสาร ถ้าผู้ส่งสารมีความรู้ในเรื่องนี้และความรู้เรื่องกระบวนการสื่อสาร โอกาสในการสื่อสารให้ประสบความสำเร็จก็มีเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย เพราะการสื่อสารมีองค์ประกอบต่างๆที่สามารถจะทำให้การสื่อสารเป็นไปด้วยดี

(4) สถานภาพในสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการสื่อสารของผู้ส่งสารโดยตรง สถานภาพที่แตกต่างกันย่อมทำให้การสื่อสารแตกต่างกันด้วย

2. ปัจจัยของสาร

(1) รหัสสาร สารที่ส่งออกไปเพื่อถ่ายทอดความคิด วัตถุประสงค์ ต้องอาศัยรหัสในการสื่อสาร เช่น ภาพวาด ดนตรี ภาษา และจากโครงสร้างที่ทำให้ส่วนประกอบต่างๆรวมกันออกมาเป็น ดนตรี หรือภาษา ซึ่งจะทำให้มองเห็นถึงความแตกต่างของผู้ส่งสารได้

(2) เนื้อหาสาร ซึ่งมีโครงสร้างที่รวมเนื้อหา สาระ ประเด็นของสาร ทำให้ได้เนื้อหาสารทั้งหมดที่จะสื่อสาร

(3) การจัดสาร ซึ่งจะเกิดจากการตัดสินใจของผู้ส่งสารในการเลือก เรียบเรียงรหัสและเนื้อหาสาร ซึ่งบุคลลิกภาพ ทักษะของผู้ส่งสารที่ทำให้การจัดสารมีความแตกต่างกันออกไป ซึ่งผู้รับสารจะต้องมีการกำหนดเป้าหมายของผู้รับสาร เพื่อที่ผู้ส่งสารจะได้จัดสรรสารให้เหมาะสมกับเป้าหมาย

3. ปัจจัยของช่องทางการสื่อสาร

(1) ผู้ส่งสาร ที่จะต้องมีการพิจารณาถึงความสามารถในการเข้ารหัสสาร และทักษะในการสื่อสารด้วย

(2) สาร โดยจะต้องมีการพิจารณาว่าสารที่จะสื่อมีรหัสสาร เนื้อหาสารและการจัดการสารว่ามีความเหมาะสมที่จะใช้สื่อแบบใด

(3) สื่อ ต้องมีการพิจารณาถึงความสามารถของสื่อว่าจะนำสารไปส่งยังผู้รับสารได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารหรือไม่ จะต้องพิจารณาว่าสื่อใดสามารถใช้ได้ ต้องใช้งบประมาณเท่าไร สามารถเข้าถึงผู้รับสารได้แต่ใช้งบประมาณไม่สูงเกินไปและมีอิทธิพลมากหรือน้อยเพียงไร สื่อมีความเหมาะสมกับสาร วัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารหรือไม่

(4) ผู้รับสาร ซึ่งจะต้องมีการพิจารณาว่าเป็นใคร มีความสามารถในการรับสารและมีความสามารถในการถอดรหัสสารเป็นอย่างไร มากหรือน้อยเพียงไร

4. ปัจจัยของผู้รับสาร

(1) ทักษะในการสื่อสาร มีอิทธิพลต่อความสามารถในการรับสาร ประกอบด้วย ทักษะด้านการถอดรหัสสารและทักษะด้านภาษา ซึ่งจะทำให้ผู้รับสารรับรู้และเข้าใจสารได้

(2) ทักษะคิดต่อตัวเอง จะต้องเชื่อมั่นในตนเองว่าสามารถถอดรหัสสารได้ จะทำให้สามารถถอดรหัสสารได้มาก ทักษะคิดต่อสาร จะต้องมีความเชื่อมั่นในสาร และไม่คิดว่าเป็นเรื่องที่น่าเบื่อหรือยากเกินไป โอกาสในการเข้าใจสารก็จะมีมากขึ้น และทัศนคติต่อผู้ส่งสารที่ส่งผลต่อโอกาสในการสื่อสารที่ประสบความสำเร็จ ผู้รับสารจำเป็นจะต้องเชื่อมั่นในความสามารถและความจริงใจของผู้ส่งสาร

(3) ความรู้ ผู้รับสารจำเป็นต้องมีความรู้ในเรื่องของสาร เพื่อที่จะได้วิเคราะห์ความหมายได้ถูกต้องและต้องมีความรู้เรื่องกระบวนการสื่อสาร เพื่อป้องกันการเข้าใจผิดจากการถอดรหัสสาร

(4) สถานภาพในสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งจะส่งผลกับผู้รับสาร ในเรื่องการตีความหมายสารของผู้รับสารและส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการสื่อสารด้วย

จากการศึกษาข้างต้น จึงสรุปได้ว่า ประสิทธิภาพคือ กระบวนการในการดำเนินการใดๆให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งเอาไว้ โดยการใช้ทรัพยากรต่างๆอย่างคุ้มค่า ซึ่งทุกองค์การควรต้องมีการให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพในทุกๆด้านของการดำเนินงาน เพื่อให้ห้องค์การประสบความสำเร็จ ดังนั้น ประสิทธิภาพการสื่อสารก็คือ การสื่อสารที่มีการเลือกใช้ทรัพยากร หรือปัจจัยในกระบวนการสื่อสารได้อย่างคุ้มค่ามากที่สุด เพื่อให้เกิดผลคือ การสื่อสารที่รวดเร็ว ผู้รับสารได้รับสารที่มีคุณภาพ ผ่านสื่อที่เหมาะสม ทำให้ผู้รับสารเข้าใจในวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร ซึ่งการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย ควรให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพในการดำเนินงานในทุกๆด้านขององค์การด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะประสิทธิภาพด้านการสื่อสารขององค์การ เพื่อให้้องค์การเกิดการพัฒนาและทำให้องค์การประสบความสำเร็จ

2.3 ข้อมูลองค์การของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย

ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าประวัติองค์การของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ. <http://www.egat.co.th> เข้าถึงเมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2557) ทำให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลประวัติของ กฟผ. ดังต่อไปนี้

2.3.1 ประวัติองค์การ

เมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม 2512 รัฐบาลได้รวบรวมกิจการรัฐวิสาหกิจที่รับผิดชอบในการจัดหาไฟฟ้า ซึ่งได้แก่ การลิกไนท์ (กลน.) การไฟฟ้าอันฮี (กฟย.) และการไฟฟ้าตะวันออกเฉียงเหนือ (กฟ. อน.) รวมให้เป็นงานเดียวกันคือ “การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย” มีชื่อย่อว่า “กฟผ.” (Electricity Generating Authority of Thailand “EGAT”) มีนายเกษม จาติกวณิช เป็นผู้ว่าการการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยคนแรก มีอำนาจหน้าที่ในการผลิตและส่งไฟฟ้าให้แก่ การไฟฟ้านครหลวงและการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เพื่อจัดจำหน่ายให้แก่ประชาชนต่อไป

ในปีแรกของการจัดตั้ง กฟผ. เป็นปีที่ประเทศไทยมีความต้องการใช้พลังงานไฟฟ้าเพิ่มสูงขึ้นถึง ร้อยละ 29 ทำให้ กฟผ. ได้มีการเร่งสร้างแหล่งผลิตไฟฟ้าเพิ่มขึ้น โดยในปี 2512 กฟผ. ได้ก่อสร้างหน่วยผลิตไฟฟ้าพลังงานความร้อนขนาดใหญ่ 200 เมกะวัตต์ ขึ้นที่บริเวณโรงไฟฟ้าพระนครใต้ จ.สมุทรปราการ และในปี 2513 ในเขตนครหลวง กฟผ. ได้ติดตั้งเครื่องผลิตไฟฟ้ากังหันแก๊สขนาด 15 เมกะวัตต์ ขึ้นที่โรงไฟฟ้าพระนครเหนือ จ.นนทบุรี จำนวน 2 เครื่อง และอีกที่บริเวณโรงไฟฟ้าพระนครใต้จำนวน 2 เครื่อง ซึ่งได้มีการเชื่อมโยงสายส่งไฟฟ้าแรงสูงระหว่างภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ทั้งยังเชื่อมโยงสายส่งระหว่าง จ.หนองคายกับเวียงจันทน์ เมืองหลวงของประเทศลาว และดำเนินการส่งไฟฟ้าให้ประเทศลาวในปี 2514 สำหรับใช้ในการก่อสร้างเขื่อนน้ำจิม ซึ่งเขื่อนน้ำจิมเสร็จแล้วจึงผลิตกระแสไฟฟ้าคืนไทย และจำหน่ายกระแสไฟฟ้าให้กับประเทศไทยต่อมาจนถึงปัจจุบัน บริเวณภาคใต้ ในปี 2514 ได้มีการสร้างโรงไฟฟ้ากังหันแก๊สขนาดใหญ่ขึ้นที่ จ.สงขลา ในปี 2516 มีการสร้างโรงไฟฟ้าพลังงานความร้อน จ.สุราษฎร์ธานี และได้มีการย้ายเครื่องกำเนิดไฟฟ้าดีเซลไปติดตั้งที่บริเวณ จ.นครศรีธรรมราช พร้อมทั้งขยายระบบส่งไฟฟ้าอีกด้วย ต่อมาในปี 2517 การสร้างเขื่อนสิริกิติ์ที่ จ.อุตรดิตถ์แล้วเสร็จ และดำเนินการติดตั้งหน่วยผลิตไฟฟ้าพลังน้ำที่เขื่อนแก่งกระจานของชลประทานที่จังหวัดเพชรบุรี รวมทั้งย้ายเครื่องกังหันแก๊สและเครื่องดีเซลจากภาคกลางไปภาคเหนือและใต้เพื่อเสริมกำลังผลิตไฟฟ้า

การพัฒนาแหล่งผลิตของประเทศไทยนั้นเป็นไปตามลำดับ เช่น มีการขยายหน่วยผลิตไฟฟ้าที่โรงไฟฟ้าแม่เมาะ จ.ลำปาง และเมื่อมีการพัฒนาก๊าซธรรมชาติที่อ่าวไทย ก็ได้นำก๊าซธรรมชาติมาผลิตไฟฟ้าที่โรงไฟฟ้าบางปะกง จ.ฉะเชิงเทรา การขยายแหล่งผลิตไฟฟ้าดำเนินไปตามความต้องการไฟฟ้าที่เพิ่มขึ้น เช่น เขื่อนท่าทุ่งนา จ.กาญจนบุรี เขื่อนห้วยกุ่ม จ.ชัยภูมิ เขื่อนเขาแหลม จ.กาญจนบุรี และเครื่องผลิตไฟฟ้ากังหันแก๊ส จำนวน 4 เครื่อง ที่โรงไฟฟ้าพระนครใต้ จ.สมุทรปราการ

ปี 2514-2525 เกิดวิกฤตราคาน้ำมัน ซึ่งเป็นช่วงที่ราคาน้ำมันมีการปรับตัวเพิ่มขึ้นถึง 10 เท่าตัว เพิ่มขึ้นจากลิตรละ 40 สตางค์ เป็น 4 บาทกว่า ซึ่งส่งผลกระทบต่อกิจการไฟฟ้า เพราะกิจการไฟฟ้ามีส่วนในการใช้น้ำมันเตาในอัตราสูงถึง ร้อยละ 70 วิกฤตราคาน้ำมันที่ส่งผลกระทบนี้ ถือได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นของการปรับตัวและเป็นจุดเริ่มต้นของวางแผนสำหรับการใช้เชื้อเพลิงในการผลิตไฟฟ้าเพื่อลดการใช้น้ำมันลงให้ได้มากที่สุด นับได้ว่าเป็นโชคดีของประเทศไทยที่ได้มีการค้นพบก๊าซธรรมชาติในบริเวณอ่าวไทย ทำให้ประวัติศาสตร์ได้มีการจารึกไว้ถึง “วันแห่งความโชคดีช่วงชั่วนิรันดร์” ที่ประเทศไทยได้มีการเปิดการใช้ก๊าซธรรมชาติเป็นครั้งแรก กฟผ. นั้นได้เป็นผู้นำในการใช้ก๊าซธรรมชาติสำหรับการผลิตไฟฟ้าเป็น

รายแรกของประเทศไทย โดยมีการรับซื้อก๊าซธรรมชาติทั้งหมดจากบริษัท ปตท. และ กฟผ. ได้ก่อสร้างโรงไฟฟ้าบางปะกง จ.ฉะเชิงเทรา ขึ้นสำหรับใช้ก๊าซธรรมชาติ และทำการปรับปรุงโรงไฟฟ้าพระนครใต้ บริเวณ จ.สมุทรปราการ ทั้งยังก่อสร้างโรงไฟฟ้าระยอง หลังจากนั้น ได้มีการค้นพบก๊าซธรรมชาติอีกก็คือ บริเวณแหล่งน้ำพอง จ.ขอนแก่น และอีกที่ บริเวณลานกระบือ จ.กำแพงเพชร กฟผ. ได้มีการก่อสร้างโรงไฟฟ้าขึ้นที่ทั้งสองแห่งดังกล่าวอีกด้วย

กฟผ. ได้ให้ความสำคัญกับการเร่งรัดพัฒนาไฟฟ้าให้มีปริมาณเพียงพอตลอดเวลา ซึ่งการพัฒนาไฟฟ้าพลังน้ำนั้น ยังมีบทบาทที่สำคัญต่อแนวทางการลดการพึ่งพาการใช้น้ำมันลงอยู่ การพัฒนาไฟฟ้าพลังน้ำจึงได้หันไปใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ ซึ่งเหมาะสมกับประเทศไทยมากขึ้น ดังเช่น โรงไฟฟ้าพลังน้ำแบบสูบกลับ โดยที่ไม่ต้องสร้างเขื่อนเพิ่มขึ้น รวมทั้งการใช้เครื่องกำเนิดไฟฟ้าพลังน้ำแบบน้ำไหลผ่าน (Run off river) ให้มาติดตั้งที่บริเวณพื้นที่ของเขื่อนปากมูล จ.อุบลราชธานี ซึ่งทำให้หลังจากนั้น กฟผ. ก็ได้ทำการก่อสร้างสายส่งขนาด 500,000 โวลต์ ขึ้นในเส้นทางหลักๆ ในอีกหลายวงจร จากการเชื่อมโยงทุกภาคในประเทศไทยไปสู่การเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านคือ ประเทศลาวที่แต่เดิมได้มีการเชื่อมโยงกันที่บริเวณ จ.หนองคาย จ.นครพนม และ จ.มุกดาหาร ซึ่งต่อมาได้มีการเพิ่มวงจรการเชื่อมโยงแบบไฟฟ้ากระแสตรงแรงดันสูง (HVDC : High Voltage Direct Current) ขึ้นระหว่างบริเวณสถานีไฟฟ้าแรงสูงคลองแวง จ.สงขลา กับสถานีกูรุน ในประเทศมาเลเซีย

ในปี 2540 ประเทศไทยได้เกิดวิกฤติการณ์ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำอย่างรุนแรงที่สุด อีกทั้งเกิดการลดลงของค่าเงินบาท ทำให้ประวัติศาสตร์ต้องบันทึกไว้ว่า เป็นครั้งแรกที่ประเทศไทยเกิดภาวะความต้องการใช้ไฟฟ้าลดลงมาก ทั้งยังทำให้เกิดการขาดสภาพคล่องทางการเงิน ซึ่งจากผลกระทบที่ได้เกิดขึ้นต่อกิจการไฟฟ้าของประเทศไทย ทำให้ต้องมีการปรับแผนการดำเนินงานใหม่ มีการนำมาตรการประหยัดพลังงานไฟฟ้ามาใช้อย่างเคร่งครัด เพื่อเป็นการประหยัดประคองให้กิจการไฟฟ้าดำเนินกิจการอยู่ได้และเพื่อการให้บริการตามมาตรฐานกับประชาชน

ต่อมารัฐบาลได้มีนโยบายเพื่อเพิ่มบทบาทของภาคเอกชนในการผลิตไฟฟ้า ซึ่งเปิดโอกาสให้ กฟผ. สามารถร่วมลงทุนกับภาคเอกชนในการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับ กฟผ. ได้ ทำให้ในปี 2535 ได้มีการจัดตั้งบริษัท ผลิตไฟฟ้า จำกัด (มหาชน) และมีการกระจายหุ้นในตลาดหลักทรัพย์ รวมทั้งมีการซื้อโรงไฟฟ้าระยองและขนอม ไปจาก กฟผ. ถือได้ว่าเป็นโรงไฟฟ้าเอกชนโรงแรกของประเทศไทย จากนั้นในปี 2543 ได้มีการจัดตั้งบริษัท ผลิตไฟฟ้าราชบุรีโฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) ซึ่งได้ซื้อโรงไฟฟ้าราชบุรีไปจาก กฟผ.

แนวทางสำหรับการพัฒนาไฟฟ้าของประเทศไทย ได้เน้นการพัฒนาอย่างยั่งยืน เพื่อมุ่งให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดทั้งด้านการจัดหาพลังงานไฟฟ้า การจัดการด้านการใช้ไฟฟ้า และสร้างการมีส่วนร่วมกับประชาชนในการดำเนินงาน ซึ่งมีเป้าหมายหลักคือ การประหยัดทรัพยากรพลังงาน และการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ที่เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางไปทั่วโลกว่าเป็นแนวทางที่เหมาะสมที่สุด ที่จะส่งผลต่อการพัฒนาพลังงานไฟฟ้าเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีของประชากรโลกอย่างยั่งยืน ในสภาวะที่เกิดความสมดุลของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

นอกจากประวัติข้างต้นแล้ว ผู้วิจัยยังได้ศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม เรื่องข้อมูลทั่วไปขององค์การของ กฟผ. จากรายงานประจำปี 2556 กฟผ. (กฟผ.: 2) ทำให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลของ กฟผ. ดังต่อไปนี้

2.3.2 วิสัยทัศน์องค์กร

“เป็นองค์กรชั้นนำในกิจการไฟฟ้าในระดับสากล”

ซึ่ง กฟผ. ได้กำหนดเป้าหมายของการเป็นองค์กรชั้นนำรวม 5 ด้าน ประกอบด้วย

- 1) Good Corporate Governance เป็นองค์กรที่มีธรรมาภิบาล
- 2) High Performance Organization เป็นองค์กรที่มีการบริหารงานที่ดี มีประสิทธิภาพสูง
- 3) Operational Excellence เป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพการดำเนินงานเป็นเลิศ
- 4) National Pride เป็นองค์กรที่สังคมไว้วางใจและเป็นความภูมิใจของชาติ
- 5) Financial Viability เป็นองค์กรที่มีฐานะการเงินมั่นคงเพียงพอต่อการขยายงาน

2.3.3 พันธกิจองค์กร

ผลิต จัดหาให้ได้มา จัดส่ง จำหน่าย พลังงานไฟฟ้า และประกอบธุรกิจเกี่ยวเนื่อง รวมถึงการผลิตและขายถิกไนต์

2.3.4 วัฒนธรรมองค์กร

รักองค์กร มุ่งงานเลิศ เทิดคุณธรรม

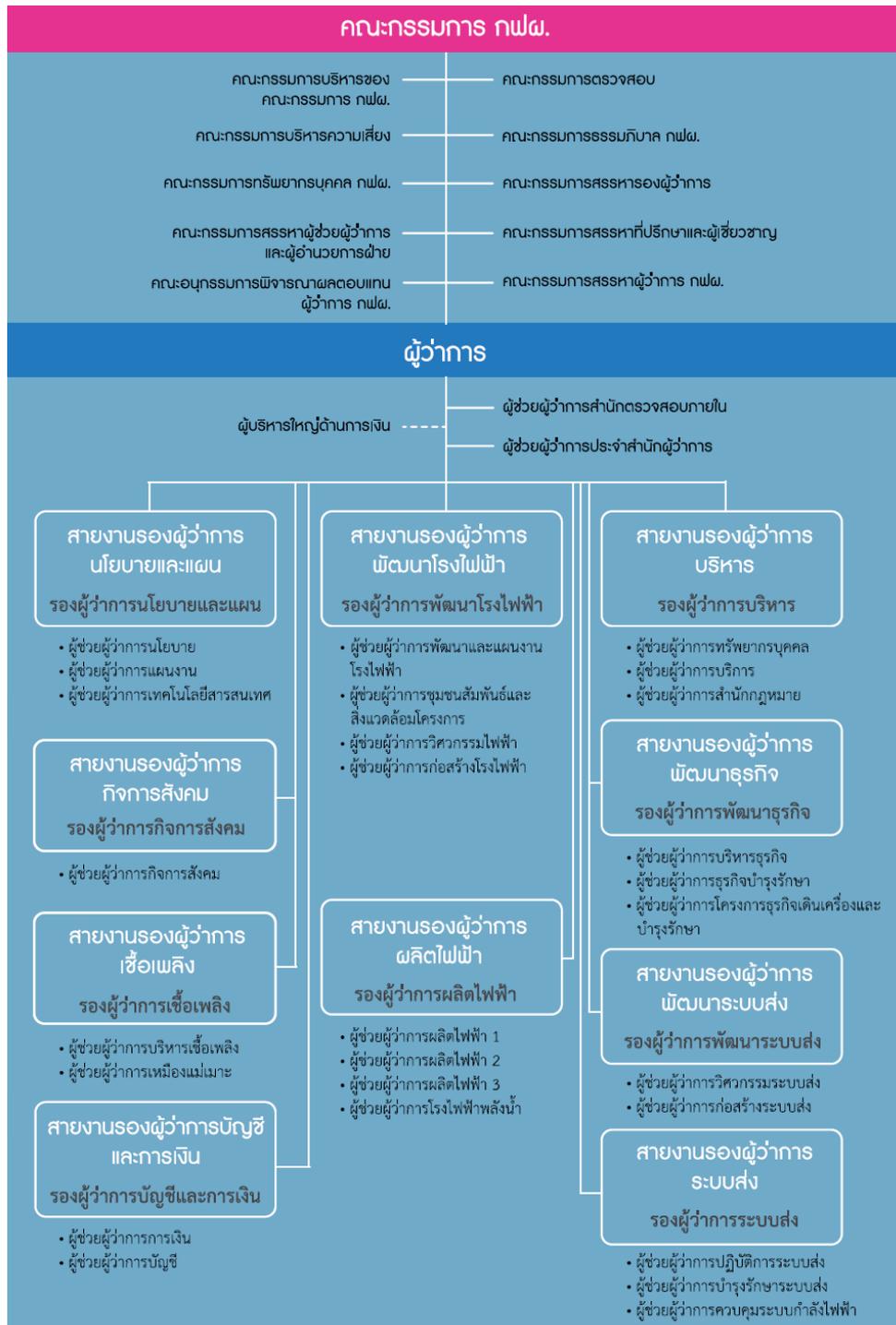
2.3.5 กรอบยุทธศาสตร์หลักขององค์กร

- 1) เสริมสร้างขีดความสามารถการแข่งขันของธุรกิจหลัก
- 2) สร้างการเจริญเติบโตของบริษัทในเครือและธุรกิจเกี่ยวเนื่อง
- 3) เป็นองค์กรที่ห่วงใยสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม
- 4) เป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูง

2.3.6 ฝ่ายสื่อสารองค์กร

ตั้งอยู่ที่ ที่ กฟผ. อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ภารกิจของฝ่ายสื่อสารองค์กรคือนำเสนอข้อมูลข่าวสาร ข้อเท็จจริง และภารกิจเกี่ยวกับ กฟผ. รวมทั้งตอบข้อสงสัยต่างๆ ที่เกี่ยวกับภารกิจของ กฟผ

2.3.7 โครงสร้างองค์กร



รูปภาพที่ 2.2 โครงสร้างองค์กรของ กฟผ.

ที่มา : รายงานประจำปี 2556 กฟผ.

2.4 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.4.1 งานวิจัยในประเทศ

ทองทิพพา วิริยะพันธุ์ (2550 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารขององค์กรธุรกิจ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารขององค์กรธุรกิจ มีทั้งหมด 7 ด้าน คือ 1. ด้านปริมาณข้อมูลข่าวสาร หมายถึง ปริมาณข้อมูลข่าวสารที่สื่อสารถึงกัน หรือที่ได้รับสามารถใช้ให้เป็นประโยชน์ได้ 2. ด้านคุณภาพของข้อมูล หมายถึง ข้อมูลที่ส่งไปถึงผู้รับรวดเร็ว ทันต่อความต้องการ 3. ด้านประสิทธิภาพของสื่อ / ช่องทางการสื่อสาร หมายถึง อีเมลล์ โทรศัพท์ภายใน การติดประกาศของบริษัทและการแจ้งในที่ประชุม 4. ด้านประโยชน์และคุณค่าของข้อมูลข่าวสาร หมายถึง ข้อมูลข่าวสารสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ 5. ด้านข้อมูลข่าวสารไม่ถูกคัดแปลง หมายถึง ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับนั้นเชื่อถือได้โดยไม่ถูกคัดแปลง 6. ด้านระดับความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร หมายถึง ผู้ส่งข่าวสารเป็นบุคคลที่มีความน่าเชื่อถือ 7. ด้านศักยภาพ / เทคโนโลยีที่ใช้ในการสื่อสาร หมายถึง เทคโนโลยีที่ใช้ในการสื่อสารมีศักยภาพดีและทันสมัย

กาญจนา หาญศรีวรพงศ์ (2551 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ผลกระทบของประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กรที่มีต่อความสำเร็จ ในการดำเนินงานของ สำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริหารมีความคิดเห็นด้วยในระดับมาก ทั้งเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการมีประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กร ทั้งโดยรวมและเป็นรายด้าน ด้านการเผยแพร่ข่าวสาร ความพอใจการสื่อสารภายในองค์กร บรรยากาศการสื่อสาร เรื่องที่เกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินงานรายด้าน ได้แก่ ด้านการบรรลุเป้าหมาย ด้านการสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ที่เกี่ยวข้อง และด้านการคิดเชิงระบบ ผู้บริหารสาขาที่มีสถานที่ตั้งของสำนักงานแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความสำเร็จในการดำเนินงาน ด้านการคิดเชิงระบบที่มีความแตกต่างกัน สรุปได้ว่าประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กร มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อความสำเร็จของการดำเนินงานของสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาในประเทศไทย หน่วยงานจึงควรให้ความสำคัญกับด้านการสื่อสารภายในองค์กรในทุกๆด้าน ตั้งแต่การกำหนดนโยบายไปจนถึงการวางแผนกระบวนการปฏิบัติ การพัฒนาทักษะในการติดต่อสื่อสารให้กับบุคลากรในองค์กร ซึ่งจะทำให้องค์กรเกิดผลสำเร็จ เป็นการพัฒนาองค์กรไปสู่ระดับสากล ซึ่งจะสร้างความมั่นคงให้กับประเทศชาติ

เกรียงศักดิ์ เจติย์เปง (2551 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาประสิทธิภาพ การสื่อสารภายในองค์กร สำนักประชาสัมพันธ์เขต 3 กรมประชาสัมพันธ์ ผลการวิจัยพบว่า สภาพปัจจุบันของการสื่อสารภายในองค์กรของ สำนักประชาสัมพันธ์เขต 3 กรมประชาสัมพันธ์ มีภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ด้านช่องทางการสื่อสาร การใช้วารสารสิ่งพิมพ์ และด้านข่าวสาร การพิมพ์หรือการเขียนที่ใช้สื่อสารได้ชัดเจน มีสภาพการสื่อสารภายในองค์กรที่สูงสุด ซึ่งผล การศึกษามีข้อเสนอแนะว่า เพื่อไม่ให้ข้อมูลข่าวสารสูญหายจากการส่งต่อหลายทอด ไม่ควรใช้ การสื่อสารทางวาจามากเกินไป ควรมีบุคลากรรับผิดชอบด้านการส่งข่าวสารโดยเฉพาะและควรมี การนำเทคโนโลยีมาใช้ในเรื่องการสื่อสารขององค์กร ซึ่งจะทำให้การพัฒนาการสื่อสารภายใน องค์กรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้กิจกรรมใดๆขององค์กรประสบความสำเร็จได้

พรรณปพร โตะวิเศษกุล (2551 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษา ประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กรของหน่วยงานบริหาร พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน กรณีศึกษาพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัยพบว่า การสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดคือ การสื่อสารส่วนบุคคล ซึ่งมีประสิทธิภาพ ในเรื่องของความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน ส่วนการสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ น้อยที่สุดคือ การสื่อสารที่ผู้บังคับบัญชาขึ้นไปให้ผู้บังคับบัญชาและขาดประสิทธิภาพในด้ว การเปิดเผยข้อมูลต่อผู้บังคับบัญชา สื่อสิ่งพิมพ์มีประสิทธิภาพน้อยกว่าและเข้าถึงยากกว่าสื่อ อิเล็กทรอนิกส์ ปัญหาการสื่อสารภายในจากบนลงล่างเป็นปัญหาเดียวที่พบ พนักงานต้อนรับ บนเครื่องบินขาดความใส่ใจในการติดตามข่าวสารที่มีการเผยแพร่ และไม่ทราบว่าช่องทางการ สื่อสารมีทางไหนบ้าง รวมถึงไม่กล้าที่จะสื่อสารกลับมายังผู้บังคับบัญชา ในส่วนของ ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยคือ ควรมีการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ให้มี ประสิทธิภาพเท่าเทียมกัน ควรมีช่องทางการสื่อสารที่เพิ่มมากขึ้น รวมถึงทำให้มีการสื่อสาร แบบสองทาง ซึ่งทั้งหมดจะส่งผลต่อการบริหารงานขององค์กรให้ประสบผลสำเร็จได้

ปิยะนันท์ ไกลกล่อม (2552 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การรับรู้ด้านการสื่อสาร การตลาดเชิงบูรณาการและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนในศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์ โรงเรียนอินเทอร์เน็ตและการออกแบบ (เน็ตดีไซน์) ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนของเน็ตดีไซน์ ซึ่งเป็นเพศชาย มากที่สุด มีอายุระหว่าง 15-24 ปี และมีอายุระหว่าง 25-34 ปี รองลงมา ตามลำดับ เป็นผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มากที่สุด มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ไม่เกิน 10,000 บาท และ 10,001-20,000 บาท รองลงมา ตามลำดับ เรื่องคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตเป็นเรื่องที่ได้รับความสนใจมากที่สุด สื่อที่กลุ่ม ตัวอย่างมีความถนัดในการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับเน็ตดีไซน์มากที่สุดคือ สื่ออินเทอร์เน็ต เนื้อหา

ข้อมูลที่มีความเกี่ยวข้องกับเน็ตดีไซน์ที่ในกลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้มากที่สุดคือ ข้อมูลที่เกี่ยวกับหลักสูตรโปรแกรมที่มีการเปิดสอน ตารางเวลาเรียน โดยเหตุผลที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างได้ตัดสินใจเลือกเรียนคือ เหตุผลจากปัจจัยส่วนบุคคล เพราะต้องการที่จะเพิ่มเติมความรู้ให้กับตนเอง ปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดเป็นเหตุผลรองลงมา ซึ่งมีการพิจารณาจากปัจจัยด้านสถาบันหลักสูตร และความต้องการในการสร้างโอกาสก้าวหน้าทางอาชีพเป็นเหตุผลจากปัจจัยด้านสังคม

พรรณทิมา สรรพศิรินันท์ (2552 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การจัดการสื่อสารเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อมของศูนย์การค้าครบวงจรในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ศูนย์การค้าแบบครบวงจรในประเทศไทย ทั้ง 3 องค์กร มีการจัดองค์ประกอบเป็นระบบ มีการกำหนดหน้าที่และแผนงานในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างชัดเจน การจัดการสื่อสารความรับผิดชอบต่อสังคม ในด้านสิ่งแวดล้อมเป็นไปในรูปแบบเดียวกันคือ มีการจัดการสื่อสารที่ควบคู่กันไประหว่าง การสื่อสารภายในและภายนอกองค์กรเพื่อความครบถ้วนในการดำเนินการ โดยในส่วนของสื่อสารภายในองค์กร มีอยู่ในรูปแบบการสื่อสารในระนาบเดียวกัน การสื่อสารจากบนลงล่างและการสื่อสารจากล่างขึ้นบน รวมทั้งการสื่อสารแบบเป็นและไม่เป็นทางการ มีช่องทางของการสื่อสารที่แตกต่างกันออกไป โดยการที่วัตถุประสงค์หลักคือ การขับเคลื่อนองค์กรให้ปฏิบัติตามที่นโยบายกำหนด เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมและการรับรู้ภายในองค์กร เพื่อให้ได้รับความร่วมมือจากภายในและภายนอกองค์กร การสื่อสารภายนอกองค์กร มีการใช้สื่อที่หลากหลาย ทั้งในรูปแบบของการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย การใช้พนักงาน การโฆษณา และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการกระตุ้นกลุ่มเป้าหมายให้เกิดความตระหนักในปัญหา รวมถึงเกิดความสนใจในเรื่องของความรับผิดชอบต่อสังคม

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการจัดการสื่อสารเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม ในด้านของสิ่งแวดล้อม มีทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ปัจจัยภายในคือ การสร้างการมีส่วนร่วม การสร้างการยอมรับ และการสร้างการรับรู้ ปัจจัยภายนอกคือ การเมือง วัฒนธรรมและเทคโนโลยี ซึ่งเป็นปัจจัยแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อการวางแผนการดำเนินงาน ซึ่งปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการดำเนินงานคือ การได้รับการสนับสนุนในด้านงบประมาณและด้านต่างๆ

วนิดา ศิริภาส (2552 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การบริหารการสื่อสารในภาวะวิกฤติเศรษฐกิจของกระทรวงการคลัง ผลการวิจัยพบว่า กระทรวงการคลังได้จัดตั้งคณะกรรมการติดตามเศรษฐกิจในภาวะฉุกเฉิน ขึ้นมาเพื่อดูแลสถานการณ์ที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะ เป็นความร่วมมือของกระทรวงการคลังและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีดำเนินการแถลงข่าวและรายงานความคืบหน้าของสถานการณ์ที่เกิดขึ้น โดยสื่อแรกคือ การดำเนินการผ่านสื่อมวลชน เพราะมีความรวดเร็ว ทั้ง

ยังเป็นการส่งสารไปถึงผู้คนจำนวนมาก และมีการแจ้งข้อมูลโดยละเอียดในรูปแบบของข่าวและบทความ ผ่านอีเมลล์และเว็บไซต์ ซึ่งผู้ดูแลคือกลุ่มประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้กระทรวงการคลังและนายกรัฐมนตรี มีการร่วมมือกันสื่อสารถึงความคืบหน้าของสถานการณ์ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อระบบเศรษฐกิจ ผ่านสื่อมวลชนแขนงต่างๆ และมีการให้รายละเอียดเพิ่มเติมผ่านเว็บไซต์และอีเมลล์

สุวิทย์ โพธิ์พะเนาว์ (2552 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาการสื่อสารในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานครราชสีมา เขต 2 ผลการวิจัยพบว่า สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานครราชสีมา เขต 2 มีการพัฒนาการสื่อสารโดยใช้กลยุทธ์การประชุมระดมความคิด การศึกษาดูงานและการฝึกอบรม ด้านการสื่อสารวาจา ซึ่งทำให้นักกลางเห็นความสำคัญของการสื่อสารด้วยวาจามากขึ้น มีการเพิ่มช่องทางในการติดต่อประสานงานที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้การสื่อสารเป็นไปด้วยความสมบูรณ์มากขึ้น แต่ก็ยังคงมีนักกลางที่ยังปฏิบัติงานด้วยความเคยชินเช่นเดิม ในรอบที่ 2 โดยการใช้กลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ด้วยโปสเตอร์ แผ่นพับ ทำให้นักกลางเห็นความสำคัญของการพัฒนาการสื่อสาร ทำให้เกิดความร่วมมือมากขึ้น โดยการพัฒนาตนเองและเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ให้มากขึ้น เพื่อการสร้างบรรยากาศที่ดีในการปฏิบัติงาน สรุปได้ว่า การพัฒนาการสื่อสารในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานครราชสีมา เขต 2 ในทุกรูปแบบทำให้นักกลางเห็นความสำคัญของการพัฒนาการสื่อสารและให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามได้เป็นอย่างดี หน่วยงานจึงควรสนับสนุนให้นำกลยุทธ์ทั้ง 4 ไปใช้ในการพัฒนานักกลางในหน่วยงาน

กัญญา ลลิตกุลธร (2553 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กร กรณีศึกษา ธนาคารทีสโก้ จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นของพนักงานประจำสาขา เกี่ยวกับประสิทธิภาพในการสื่อสารภายในองค์กร ของธนาคารทีสโก้ จำกัด (มหาชน) มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีปัจจัยส่วนบุคคล คือ ระดับการศึกษา ประสบการณ์การปฏิบัติงาน ตำแหน่งในการปฏิบัติงาน สาขาที่ปฏิบัติงานแตกต่างกันและมีความสัมพันธ์ที่แตกต่างกับประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กร ปัจจัยองค์ประกอบ ในด้านผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการสื่อสาร และผู้รับสาร มีความสัมพันธ์ที่ต่างกับกับประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กร

นพดล ชิวปรีชา (2553 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบและวิธีการสื่อสารความรับผิดชอบต่อสังคมที่ปรากฏในนิตยสารเนชั่นแนลจีโอกราฟฟิก ฉบับภาษาไทย ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในประเทศไทยที่พบจะอยู่ในรูปแบบของการส่งเสริมประเด็นสังคมมากที่สุด ซึ่งที่น้อยที่สุดคือ การบริจาครายได้ส่วนหนึ่งจากการทำกิจกรรมใดๆ เพื่อสังคม โดยบริษัทที่ประกอบธุรกิจในด้านพลังงาน จะมีการนำเสนอกิจกรรมเพื่อสังคมมากที่สุด ซึ่งที่น้อยที่สุดคือ สถาบันด้านการเงินกับบริษัทที่ประกอบธุรกิจด้าน

การผลิตยางรถยนต์ โดยวัตถุประสงค์ของการนำเสนอกิจกรรมที่พบมากที่สุดคือ เพื่อปลูกจิตสำนึก ซึ่งน้อยที่สุดคือการปกป้องชื่อเสียงขององค์กร ในเรื่องของวิธีการสื่อสารความรับผิดชอบต่อสังคม ที่ปรากฏในหนังสือ มีการนำเสนอเรื่องราวของกิจกรรมเพื่อสังคมมากที่สุดในเดือน ก.ค. 2550 - มิ.ย. 2551 มีการนำเสนอผ่านรูปแบบของการโฆษณามากที่สุด บทความเผยแพร่ลงมาและข่าวเป็น วิธีการนำเสนอที่น้อยที่สุด ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยเรื่องนี้คือ สำหรับนิตยสาร สื่อมวลชนควร มีความระมัดระวังและใส่ใจในการนำเสนอข้อมูลที่ถูกต้องและแม่นยำมากที่สุด เพื่อเป็นการ ส่งเสริมการสร้างความรู้ด้าน CSR ให้กับสังคมไทย รวมทั้งทางนิตยสารควรส่งเสริมการเผยแพร่ ข่าวสารของกิจกรรมเพื่อสังคมอย่างเต็มที่ แต่ต้องแยกแยะให้ได้ว่ากิจกรรมใดเป็นกิจกรรมเพื่อ สังคมอย่างแท้จริง สำหรับองค์กรภาคธุรกิจ ควรมีการเลือกประเภทของกิจกรรมเพื่อสังคมให้ เหมาะสมกับองค์กร ซึ่งจะทำได้เช่นไรได้อย่างเต็มที่ ควรเปิดโอกาสให้หลายๆ ฝ่ายเข้ามามี ส่วนร่วมและควรใช้วิธีการสื่อสารที่เหมาะสมต่อทุกๆ ฝ่าย

พงษ์ศักดิ์ เพ็ชรช่อจินดา (2553 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาการสื่อสาร ของแผนกการพิมพ์และจัดทำเล่ม กองการภาพ และผลิตสื่อ กรมกิจการพลเรือนทหารอากาศ ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการสื่อสารทั้งจากบนลงล่าง ล่างขึ้นบน และในระนาบเดียวกัน ซึ่งแหล่งที่มาของการสื่อสารส่วนใหญ่มาจากผู้บังคับบัญชา โดยที่เนื้อหาของข่าวสารมี ทั้งหมด 4 ประเภท คือ สารปฏิบัติงาน สารธำรงรักษา สารมนุษยสัมพันธ์ และสารนวัตกรรม การบอกกล่าวเป็นวิธีการรับรู้ข่าวสารที่ใช้เป็นส่วนใหญ่ กิจกรรมการสื่อสารส่วนใหญ่จะ เกิดขึ้นจากช่วงเวลาในการรับประทานอาหาร ส่วนในด้านปัญหาที่พบคือผู้บังคับบัญชาขาดกลวิธี ในการสื่อสารอย่างมืออาชีพ จนทำให้เนื้อหาข่าวสาร ไม่ชัดเจนว่าต้องการสื่ออะไร ส่วนช่องทาง ข่าวสารคือ เสียงตามสายที่ไม่มีการเปิดการใช้งานและบอร์ดติดประกาศที่มีขนาดเล็กเกินไป ไม่ เพียงพอต่อความต้องการในการใช้งาน รวมไปถึงไม่มีช่องทางการสื่อสารสำหรับผู้ปฏิบัติงานที่จะ สามารถสื่อสารกลับไปให้ผู้บังคับบัญชาได้ ซึ่งแนวทางการพัฒนาที่ได้จากงานวิจัยคือ ผู้บังคับบัญชาควรมีวิธีการในการถ่ายทอดข่าวสารที่ดีกว่าเดิมเพื่อประสิทธิภาพของการสื่อสารที่ ดีที่จะเริ่มต้นจากผู้บังคับบัญชา เช่น การพูดด้วยเสียงที่ดังฟังชัดและพูดให้ครบถ้วนเนื้อความของ สิ่งที่ต้องการจะสื่อความออกมา ควรพัฒนาช่องทางการสื่อสารให้มากขึ้นโดยมีการเปิดใช้งาน เสียงตามสายอย่างสม่ำเสมอ ไม่ทิ้งช่วงระยะเวลาที่นานจนเกินไป และขยายบอร์ดติดประกาศ ให้มีขนาดใหญ่ขึ้นให้เหมาะสมกับการใช้งาน ให้เพียงพอต่อปริมาณสารที่ต้องการจะสื่อ ซึ่งการ พัฒนาในกระบวนการดังกล่าวนี้ จะทำให้การดำเนินกิจกรรมของหน่วยงานประสบความสำเร็จได้

อรพรรณ มีวงศ์ไฉน (2553 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบการสื่อสาร และความพึงพอใจต่อการสื่อสารในองค์กรของพนักงานบริษัท เคมสตาร์ ชิปปิ้ง จำกัด ผลการวิจัยพบว่า พนักงานส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี มีการศึกษาในระดับที่ต่ำกว่าปริญญาตรี มีอายุการปฏิบัติงานน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี ปฏิบัติงานอยู่ส่วนงานกองเรือ ตำแหน่งระดับปฏิบัติการ รายได้รวมต่อเดือนอยู่ที่ 10,001 - 20,000 บาท มีรูปแบบการศึกษาทั้งแบบบนลงล่าง ล่างขึ้นบน และระนาบเดียวกัน มีการสั่งงานด้วยวาจาผ่านสายงานจากผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา การแจ้งในเรื่องนโยบายของบริษัทอยู่ในระดับมากและการรายงานผลสำเร็จของงานในระดับมาก ในส่วนของการสื่อสารจากผู้ใต้บังคับบัญชาไปสู่ผู้บังคับบัญชา ในส่วนของการสื่อสารในระนาบเดียวกัน มีการแลกเปลี่ยนข่าวสารกันระหว่างพนักงานอยู่ในระดับมาก พนักงานมีความพึงพอใจต่อการสื่อสารในองค์กรในระดับปานกลาง ทั้งด้านข้อมูลของบริษัท และด้านบรรยากาศการสื่อสารที่มีความร่วมมือกันภายในบริษัท รูปแบบการสื่อสารจากผู้บังคับบัญชามายังผู้ใต้บังคับบัญชามีความแตกต่างกัน ซึ่งเป็นผลมาจากเพศ ส่วนงาน ระดับของตำแหน่งงานที่แตกต่างกัน รูปแบบของการสื่อสารจากผู้ใต้บังคับบัญชาไปสู่ผู้บังคับบัญชาแตกต่างกัน อันเป็นผลมาจากระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน และรายได้รวมต่อเดือนที่แตกต่างกัน สำหรับรูปแบบการสื่อสารในระนาบเดียวกัน ความแตกต่างเป็นผลมาจากพนักงาน อายุการปฏิบัติงาน ระดับการศึกษา และเพศที่ต่างกัน ส่วนรูปแบบการสื่อสารในองค์กรมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ โดยรวมพบว่าเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เมื่อแยกรูปแบบพบว่ามีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจในการสื่อสารขององค์กร ในส่วนความถี่ในการสื่อสารแบบบนลงล่างและในระนาบเดียวกัน

โชติรัตน์ ศรีสุข (2554 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารและการรับรู้รูปแบบ โครงการความรับผิดชอบต่อสังคม ของบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัยพบว่า บริษัทได้มีการให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมไว้เป็นลายลักษณ์อักษร มุ่งเน้นการสร้างสรรค์สิ่งที่ดีให้กับสิ่งแวดล้อม ให้กับสังคม รูปแบบโครงการจะเป็นรูปแบบของการบริจาคเพื่อการกุศลเป็นส่วนมาก กลยุทธ์การสื่อสาร จะแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ การสื่อสารภายใน ในรูปแบบการสื่อสารจากบนลงล่าง ซึ่งจะเป็นการสื่อสารจากผู้บริหารสูงสุดลงมาและการสื่อสารภายนอก ซึ่งอาศัยเครื่องมือทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ประกอบไปด้วย สื่อโฆษณา ภาพยนตร์ ป้ายโฆษณา สื่อกลางแจ้ง สื่อสิ่งพิมพ์ การจัดกิจกรรมพิเศษ การสนับสนุนเงินต่อกิจกรรม และสื่อออนไลน์ ส่วนการรับรู้รูปแบบของโครงการ ผู้บริโภคทราบว่า เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีกับบริษัท กิจกรรมที่รับรู้มากที่สุดคือ การบริจาคสิ่งของ ข้อเสนอแนะของงานวิจัยเรื่องนี้คือ องค์กรควรมีการกำหนดรูปแบบของกิจกรรมให้

ชัดเจนและมีรูปแบบการส่งเสริมกิจกรรมแบบยั่งยืน การสื่อสารภายในควรเริ่มตั้งแต่การกำหนดนโยบาย วิสัยทัศน์จากผู้บริหาร ซึ่งจะส่งผลไปถึงผลการปฏิบัติงานของพนักงานในทุกระดับ ควรมีการสื่อสารที่พอเหมาะ เพื่อป้องกันการมองจากภายนอกว่า ทำเพื่อภาพลักษณ์ขององค์กรเพียงอย่างเดียว ควรมีการเปิดเผยข้อมูลด้านการเงินเพื่อความโปร่งใสในการดำเนินกิจกรรมและแนวทางที่มีความน่าสนใจของการจัดกิจกรรมคือ การเชิญชวนให้บุคคลภายนอกได้เข้ามามีส่วนร่วม เพื่อให้คนเหล่านั้นได้รับรู้ถึงวัตถุประสงค์การดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมที่แท้จริงขององค์กร

พรศุณี พิบูลศาสนสกุล (2554 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การสื่อสารเพื่อการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร ของบริษัท ทียูวีโรนแลนด์ (ประเทศไทย) จำกัด ผลการวิจัยพบว่า บริษัทมีนโยบายในเรื่องของการสื่อสารที่เหมือนกัน ทั้งการสื่อสารภายในและการสื่อสารภายนอกองค์กร จะมีการแจ้งข้อมูลให้พนักงานและลูกค้าได้ทราบ เพื่อสร้างความไว้วางใจ มีรูปแบบการสื่อสารที่มีการตอบโต้ระหว่างกันได้ ระดับของการสื่อสารเริ่มจากระดับบุคคลไปถึงระดับมวลชน การสื่อสารจะใช้ภาษาที่เป็นทางการ เป็นวัจนภาษา เนื้อหาที่ใช้สื่อสารจะเป็นไปเพื่อการชี้แจงข้อมูล ให้ข้อมูล สั่งการ และเพื่อประเมินผล โดยสื่อสารผ่านช่องทางหลัก ทั้งโทรศัพท์ โทรศัพท์เคลื่อนที่ ทางบริษัทมุ่งเน้นความพึงพอใจของลูกค้าจึงมีการกำหนดทิศทางของการสื่อสารเพื่อให้มีความสอดคล้องกับนโยบาย โดยให้มีการสื่อสารในหลายๆระดับ มีการเพิ่มช่องทางการสื่อสาร ซึ่งทั้งหมดก็คือ การบริหารองค์ประกอบการสื่อสาร เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของทุกๆฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

ปัญหาและอุปสรรคการสื่อสารที่พบ เริ่มจากการพิจารณาจุดแข็งของบริษัทคือ โครงสร้าง ภาพลักษณ์ และสวัสดิการที่ดี มีหน่วยงานรับรองจากประเทศเยอรมัน ความสามารถของบุคลากร มีรูปแบบของการสื่อสาร เครื่องมือ และช่องทางการสื่อสารที่มีความเหมาะสมกับทั้งภายในและภายนอกองค์กร แต่จุดอ่อนที่พบคือ นโยบายการสื่อสารที่ยังไม่ชัดเจน มีการใช้เงินลงทุนสูง ซึ่งปัจจัยที่ทำให้เกิดปัญหาและอุปสรรคในเรื่องการสื่อสาร ได้แก่ ปัจจัยด้านการบริหารงานองค์กร วัฒนธรรม บุคลากร รวมไปถึงความเปลี่ยนแปลงขององค์กร การแก้ปัญหาคือการนำ TQM มาใช้เพื่อให้ลูกค้าและพนักงานเกิดความพอใจ รวมไปถึงการเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องได้มีการแสดงความคิดเห็น ทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจเพิ่มมากขึ้น แต่ลูกค้าก็ยังคงต้องการให้มีการสื่อสารที่ต่อเนื่อง ด้านแนวโน้มของการสื่อสารพบว่า จะมีการเปิดโอกาสให้กับพนักงานเพื่อมีส่วนร่วมในการสื่อสารภายในองค์กรมากขึ้น รวมทั้งมีการปรับปรุงแผนการดำเนินงานการสื่อสารเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายมากขึ้น

อรจิรา วรรณะศิริพงษ์ (2554 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กร กรณีศึกษา ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบและกระบวนการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลง จะใช้รูปแบบการสื่อสาร

เพื่อการเปลี่ยนแปลงผ่านทางเครื่องแบบพนักงาน อาคารสำนักงาน เครื่องใช้ และระบบเทคโนโลยี เพื่อเป็นการกระตุ้นให้พนักงานได้เห็นถึงความสำคัญขององค์กร รวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงวิสัยทัศน์และเอกลักษณ์ขององค์กรให้มีความทันสมัย โดยมีฝ่ายสื่อสารองค์กรของธนาคารอาคารสงเคราะห์เป็นผู้ดูแลรับผิดชอบโดยตรง กระบวนการสื่อสารที่พบมีทั้งการสื่อสารแบบบนลงล่าง การสื่อสารแบบล่างขึ้นบน มีการใช้ระบบอินเทอร์เน็ตในการส่งต่อข้อมูลมากที่สุดเพราะมีความสะดวกและรวดเร็วเป็นที่พอใจของพนักงาน มีการจัดการประชุมในระดับผู้บริหาร เป็นลำดับรองลงมา ปัญหาที่พบคือ การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างภายในองค์กรไม่ชัดเจน การสื่อสารภายในมีความล่าช้ากว่าการสื่อสารภายนอกองค์กร รวมไปถึงการที่มีกลุ่มต่อต้านซึ่งไม่ยอมมีการสื่อสารกับฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ทำให้การสื่อสารเกิดความล่าช้า แนวทางแก้ไขคือ การจัดการประชุมเพื่อให้เกิดความชัดเจนในแต่ละฝ่ายงาน การให้ความสำคัญเรื่องความรวดเร็วของการสื่อสารเป็นลำดับรองลงมา มีการมอบหมายให้สหภาพแรงงานของธนาคารอาคารสงเคราะห์เป็นผู้เจรจากับกลุ่มต่อต้านถึงข้อขัดแย้งที่เกิดขึ้น

2.4.2 งานวิจัยต่างประเทศ

Theresa and Stuart (2000) ได้ทำการศึกษาเรื่องเทคโนโลยีสารสนเทศและการปรับโครงสร้างองค์กรสาธารณะกับการไม่ยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่มีผลต่อโครงสร้างการสื่อสารและการตัดสินใจขององค์กร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบว่าการปรับโครงสร้างดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพขององค์กรในเรื่องโครงสร้าง การสื่อสาร และการตัดสินใจขององค์กรหรือไม่ ผลการศึกษาพบว่า การนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาปรับใช้ในองค์กรส่งผลให้โครงสร้างองค์กร การสื่อสาร และการตัดสินใจขององค์กรเปลี่ยนแปลงไป โครงสร้างองค์กรจะเปลี่ยนแปลงและเห็นได้ชัดที่สุดในเรื่องบทบาทหน้าที่ของผู้บริหารที่มีความหลากหลายขึ้น แต่สามารถลดจำนวนผู้บริหารลงได้ การตัดสินใจของผู้มีอำนาจทำได้สะดวกขึ้น เนื่องจากการสื่อสารในองค์กรจะมีช่องทางที่สะดวกและรวดเร็วขึ้น แต่จะมีการตรวจสอบที่เข้มงวดน้อยลง การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาปรับใช้ระหว่างองค์กรภาครัฐและเอกชนจะมีความเข้มงวดที่แตกต่างกันซึ่งเป็นผลมาจากทุนการดำเนินงานที่แตกต่างกัน ส่วนการไม่ยอมรับจะมาจากผู้ที่ไม่ต้องการการเปลี่ยนแปลง รวมถึงความกังวลของผู้บริหารที่มีต่อหนี้ที่อาจจะเกิดขึ้นสรุปได้ว่า การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาปรับใช้ส่งผลให้เกิดทั้งข้อดีคือ องค์กรมีประสิทธิภาพการดำเนินงานที่ดีขึ้นและข้อเสียคือ อาจก่อให้เกิดหนี้จากการลงทุนนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาปรับใช้ ข้อเสนอแนะของการศึกษาคือ การตรวจสอบการดำเนินงานที่มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาปรับใช้ควรเข้มงวด เพื่อให้การปรับใช้เกิดประโยชน์สูงสุด

Wouter (2002) ได้ทำการศึกษาเรื่องอำนาจและการสื่อสารในองค์กร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาหลักของการสื่อสาร ซึ่งแสดงถึงหลักการที่สมควรในการมอบหมายอำนาจ การตัดสินใจในการสื่อสารให้ตัวแทนของข้อมูลมากกว่าที่จะสั่งการผ่านตัวแทนนั้นๆ ผลการศึกษาพบว่า การมอบหมายอำนาจการตัดสินใจในการสื่อสารให้ตัวแทนนั้นจะต้องเป็นในการสื่อสารเรื่องที่มีกลุ่มของผู้รับสารไม่ใหญ่มากนัก มีการกระจายของกลุ่มผู้รับสารที่สม่ำเสมอ เพราะในกลุ่มคนที่มีความหลากหลาย อาจก่อให้เกิดอคติกับตัวแทน แต่ในขณะที่ถ้าเป็นกลุ่มของผู้รับสารที่มีขนาดไม่มากนัก ตัวแทนจะเป็นตัวช่วยที่ดีในการควบคุมการสื่อสารต่างๆ แต่ทั้งนี้ตัวแทนก็ต้องได้รับการคัดกรอง ข่าวสารที่ตัวแทนจะสื่อสารออกไปต้องมีสัดส่วนที่เหมาะสมกับความสามารถของตัวแทนด้วย ถ้าการให้ข้อมูลคือการสื่อสารอย่างหนึ่งแล้ว การมอบอำนาจการตัดสินใจในเรื่องของการสื่อสารให้ตัวแทน ถือว่าเป็นการสื่อสารที่ดีกว่า สรุปได้ว่า การมอบอำนาจการสื่อสารในเรื่องที่มีผู้รับสารจำนวนไม่มากคือ การสื่อสารที่ดี ข้อเสนอแนะจากการศึกษาคือ ควรคัดกรองในเรื่องของตัวแทนการสื่อสารให้รอบคอบ เพื่อที่จะได้ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับองค์กรที่มีการใช้รูปแบบของการมอบหมายอำนาจการตัดสินใจในการสื่อสารให้ตัวแทน

Elizabeth et al (2004) ได้ทำการศึกษาเรื่องการสื่อสารองค์กร : ความท้าทายสำหรับศตวรรษใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทฤษฎี หลักการ บทบาท การจัดการปัญหา โครงสร้างองค์กรสมัยใหม่ กับการสื่อสารของการเปลี่ยนองค์กร รวมถึง ศึกษาความหลากหลายของกลุ่มการสื่อสาร ผลการศึกษาพบว่า การรวบรวมทฤษฎีและวิพากษ์การสื่อสารในระดับต่างๆขององค์กรในสมัยใหม่ จะทำให้พบความหลากหลายของกลุ่มการสื่อสารในองค์กร โดยควรมีการมองจากมุมมองของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียเพิ่มมากขึ้น เพื่อการแก้ไขปัญหาที่ครอบคลุม การสื่อสารจะเปลี่ยนแปลงไปตามความสามารถและทักษะการสื่อสารของผู้สื่อสาร รวมทั้งในการสื่อสารขององค์กรควรมีการรับฟังความคิดเห็นจากหลายๆด้าน เพื่อก่อให้เกิดจริยธรรมของการสื่อสาร สรุปได้ว่า การเปลี่ยนแปลงในเรื่องการสื่อสารองค์กรมีส่วนที่สำคัญคือการเปิดรับฟังความคิดเห็นจากผู้อื่น ข้อเสนอแนะจากการศึกษาคือ นักวิชาการการสื่อสารควรมีการพิจารณาเพื่อตั้งรับกับความท้าทายในเรื่องการสื่อสารที่อาจจะเกิดขึ้น แม้จะมีข้อจำกัดจากทฤษฎีหรือหลักการในอดีตก็ตาม

John and Joshua (2006). ได้ทำการศึกษาเรื่องสถาบันทฤษฎีของการสื่อสารองค์กร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอข้อเสนอจากสถาบันการสื่อสาร เพื่อเติมเต็มช่องว่างในเรื่องความกังวลเกี่ยวกับการสื่อสารขององค์กร ผลการศึกษาพบว่า สถาบันทฤษฎีของการสื่อสารให้ความเห็นตรงกันว่า การปฏิบัติอย่างยั่งยืนในด้านการสื่อสารคือสิ่งที่องค์กรต่างๆควรให้ความสำคัญ ถึงแม้ว่าจะมีข้อจำกัดมาก แต่ก็ถือเป็นการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพได้อย่างดี โดยที่

คุณสมบัติขององค์การก็เป็นตัวกำหนดคุณภาพของการสื่อสารเช่นกัน การสร้างปฏิสัมพันธ์ภายนอกองค์การก็เป็นสิ่งที่จะต้องให้ความสำคัญ โดยที่สถาบันทฤษฎีของการสื่อสารหลายองค์การได้ชี้ให้เห็นถึงองค์การต่างๆเห็นถึงปลายทางว่า จากสิ่งที่เป็นข้อแตกต่างในเรื่องการสื่อสารของแต่ละองค์การอาจถูกกำหนดมาจากหลายสิ่ง เช่น ประเพณี วัฒนธรรม การประชุม สุดท้ายแล้วสิ่งที่ได้ก็คือ กฎ ซึ่งออกมาเป็นรูปของกระดาษ ใบประกาศ ก็เป็นการสื่อสารอย่างหนึ่ง สรุปได้ว่าการสื่อสารขององค์การจะมีประสิทธิภาพหรือไม่ขึ้นอยู่กับปฏิบัติ โดยมีคุณสมบัติขององค์การซึ่งอยู่ในรูปของ กฎ ข้อกำหนด โครงสร้างความสัมพันธ์เป็นอีกหนึ่งตัวเสริม ข้อเสนอแนะจากการศึกษาคือ องค์การใดๆต้องให้ความสนใจกับสิ่งที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารขององค์การ เช่น การสร้างปฏิสัมพันธ์อันดีทั้งภายในและภายนอก เพื่อการปฏิบัติอย่างยั่งยืน

Marya et al (2010) ได้ทำการศึกษาเรื่องบทบาทของวิวัฒนาการของการสื่อสารระหว่างองค์การ : การสร้างแบบจำลองทางสังคมในบริบทภัยพิบัติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบการสื่อสารระหว่างองค์การในการอำนวยความสะดวกหลังเกิดพายุเฮอริเคนแคทรีนา เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างองค์การผ่านการสื่อสารที่แตกต่างกัน เพื่อยืนยันแนวคิดที่ว่าระบบขององค์การสร้างจากการสื่อสารที่ดี ผลการศึกษาพบว่า การสื่อสารระหว่างองค์การที่เกิดขึ้นในการอำนวยความสะดวกหลังเกิดพายุนั้นเป็นไปเพื่อสร้างความชัดเจนเรื่องข้อมูล แต่การเข้าถึงข้อมูลยังไม่สมบูรณ์ด้วยเหตุผลของแต่ละองค์การ มีการลำเอียงเรื่องข้อมูล องค์การขนาดใหญ่จะมีข้อมูลที่ครบมากกว่า เรื่องความสัมพันธ์ ข้อมูลที่เผยแพร่เป็นการแสดงรูปแบบการสื่อสารที่ความสัมพันธ์ขององค์การที่มีความแตกต่างกันมีบทบาทในการอำนวยความสะดวก ทั้งหมดส่งผลให้แนวคิดที่ว่าระบบขององค์การสร้างจากการสื่อสารที่ดีนั้นเป็นจริงมากขึ้น เนื่องจากผลการศึกษาพบว่าความสำเร็จขององค์การขึ้นอยู่กับสื่อสาร ความสำเร็จของการสื่อสารขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพการสื่อสาร การสื่อสารทำให้้องค์การเกิดความเข้าใจต่อชุมชนในยามที่มีภัยพิบัติ สรุปได้ว่า การสื่อสารคือศูนย์กลางของการดำเนินงานขององค์การ ความสำเร็จขององค์การมีการสื่อสารเป็นกุญแจสำคัญ ข้อเสนอแนะจากการศึกษาคือ องค์การใดๆควรให้ความสำคัญกับการสื่อสารระหว่างองค์การ เพื่อสร้างผลประโยชน์ร่วมกันขององค์การ ทั้งด้านการพัฒนาการสื่อสารขององค์การและการสื่อสารขององค์การต่อภายนอก

จากการศึกษางานวิจัยดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่า การสื่อสารคือสิ่งที่ขับเคลื่อนทุกๆ การดำเนินงานให้มีความก้าวหน้า รวมถึงการดำเนินการใดๆขององค์การล้วนแต่ต้องมีการสื่อสารเป็นตัวเชื่อม การสื่อสารเป็นสิ่งที่ส่งผลโดยตรงกับการพัฒนาขององค์การ ซึ่งการสื่อสารขององค์การจะมีประสิทธิภาพได้หรือไม่ขึ้นอยู่กับหลายๆสิ่ง ทั้งโครงสร้าง นโยบาย และบุคลากร

ขององค์กรเอง ดังนั้นองค์กรต่างๆจะต้องให้ความสำคัญกับการสื่อสารขององค์กร ทั้งการสื่อสารภายในและภายนอกองค์กร เพื่อให้้องค์กรได้รับการพัฒนาอย่างยั่งยืน

จากการทบทวนแนวความคิด ทฤษฎีข้างต้น ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ข้อมูลที่ได้เพื่อกำหนดตัวแปร ดังนี้ ตัวแปรอิสระ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และพื้นที่อยู่อาศัย และองค์ประกอบการสื่อสาร ยึดตามหลักทฤษฎีการสื่อสาร SMCR ของเบอร์โล (David K. Berlo) ซึ่งประกอบไปด้วยองค์ประกอบของการสื่อสารคือ ผู้ส่งสาร (Sender) สาร (Message) ช่องทางการสื่อสาร (Channel) และผู้รับสาร (Receiver) กำหนดตัวแปรตามคือ ประสิทธิภาพการสื่อสาร ซึ่งผู้วิจัยได้คัดเลือกและดัดแปลงจากแนวคิดของ วิจิตร อาวะกุล ออกมาเป็นประสิทธิภาพการสื่อสาร 3 ด้าน คือ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความเหมาะสม และด้านความสม่ำเสมอและต่อเนื่อง ซึ่งทั้งหมดนี้เพียงพอ เหมาะสมและตรงกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยเรื่องนี้ ซึ่งผู้วิจัยได้พิจารณาแล้วว่าผลการวิจัยที่จะได้จากประสิทธิภาพการสื่อสารทั้ง 3 ด้านนี้ สามารถใช้สรุปได้ว่าการสื่อสารองค์กรของ กฟผ. มีประสิทธิภาพมากน้อยแค่ไหน อย่างไร

จากการทบทวนแนวความคิด ทฤษฎีข้างต้น สามารถสรุปเป็นตารางสรุปคำอธิบายลักษณะของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ได้ดังนี้

ตารางที่ 2.1 สรุปคำอธิบายลักษณะของตัวแปรอิสระ

องค์ประกอบการสื่อสาร

องค์ประกอบการสื่อสาร	คำอธิบายลักษณะ
ผู้ส่งสาร	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีความสามารถในการสื่อสาร 2. มีการสร้างความคิด ความรู้สึกเชิงบวก 3. มีความรู้ ความเข้าใจเนื้อหา 4. มีการแสดงความรู้สึกร่วม 5. มีการแสดงออกถึงพฤติกรรมเชิงบวก
สาร	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีความสมบูรณ์ของเนื้อหา 2. มีการแสดงถึงรูปแบบการจัดข้อมูล
ช่องทางการสื่อสาร	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีการใช้สื่อหลากหลายประเภท 2. มีรูปแบบของการใช้สื่อที่หลากหลาย
ผู้รับสาร	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีความสามารถในการรับข้อมูล 2. มีการสร้างความคิด ความรู้สึกเชิงบวก 3. มีความรู้ ความเข้าใจเนื้อหา 4. มีการแสดงความรู้สึกร่วม 5. มีการแสดงออกถึงพฤติกรรมเชิงบวก

ตารางที่ 2.2 สรุปคำอธิบายลักษณะของตัวแปรตาม

ประสิทธิภาพการสื่อสาร

ประสิทธิภาพการสื่อสาร	คำอธิบายลักษณะ
ด้านความน่าเชื่อถือ	<ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้ส่งสารมีการสื่อสารอย่างตรงไปตรงมา 2. สารมีการอ้างอิงแหล่งที่มา 3. สื่อที่ใช้นำส่งข้อมูลได้อย่างถูกต้อง 4. ผู้รับสารเกิดการยอมรับและไว้วางใจ
ด้านความเหมาะสม	<ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้ส่งสารใช้วิธีการในการสื่อสารที่เหมาะสม 2. สารมีปริมาณที่ไม่มากเกินไปและมีเนื้อหาที่เหมาะสม 3. สื่อที่ใช้เข้าถึงได้ง่าย รวดเร็ว 4. ผู้รับสารมีการนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ได้จริง
ด้านความสม่ำเสมอและต่อเนื่อง	<ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้ส่งสารมีการย้ำการสื่อสารเป็นประจำ 2. สารมีปริมาณที่เพียงพอ 3. สื่อใช้ได้บ่อยครั้งและต่อเนื่อง 4. ผู้รับสารมีการจดจำและเข้าใจข้อมูล

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. เป็นการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ หรือแบบผสม (Mixed Methods) ซึ่งมีวิธีดำเนินการวิจัยดังหัวข้อที่จะนำเสนอต่อไปนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยเชิงปริมาณ มีประชากรคือ ประชาชนในอำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยาและในการวิจัยเชิงคุณภาพ มีผู้ให้ข้อมูลสำคัญคือ ผู้บริหารในฝ่ายสื่อสารองค์กร กฟผ. ที่ กฟผ. อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

3.1.1 การวิจัยเชิงปริมาณ

3.1.1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชาชนในอำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งเป็นพื้นที่ในการให้บริการของ กฟผ. โดยเลือกจากข้อมูล ณ เดือนธันวาคม ปี พ.ศ. 2556 (สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง, www.dopa.go.th เข้าถึงเมื่อวันที่ 3 เมษายน 2557) ซึ่งระบุว่าประชาชนมีจำนวนทั้งหมด 50,292 คน ซึ่งแบ่งตามแต่ละตำบลที่มีพื้นที่ไม่ทับซ้อนกับตำบลอื่นได้ทั้งหมด 9 ตำบล รายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 3.1 จำนวนประชากรในอำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ณ เดือนธันวาคม
ปี พ.ศ. 2556

ตำบล	ประชากร (คน)
ตำบลบ่อตาโล่	5,742
ตำบลวังน้อย	5,029
ตำบลลำไทร	7,911
ตำบลสนับทึบ	4,025
ตำบลพยอม	12,913
ตำบลหันตะเภา	3,247
ตำบลวังจุฬา	3,938
ตำบลข้าวงาม	2,391
ตำบลชะแมบ	5,096
รวม	50,292

ที่มา : สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง www.dopa.go.th
เข้าถึงเมื่อวันที่ 3 เมษายน 2557

3.1.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้ กลุ่มประชาชนในอำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ใช้จำนวนประชากร 397 คน โดยวิธีการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ Taro Yamane (1973 : 52) ที่ค่าความน่าจะเป็นของความผิดพลาดที่ยอมรับให้เกิดได้ เท่ากับ 0.05 ดังนี้

$$\text{สูตร } n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

เมื่อ N = ฐานประชากรหรือจำนวนหน่วยทั้งหมด

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างหรือจำนวนตัวอย่าง

e = ความน่าจะเป็นของความผิดพลาดที่ยอมรับให้เกิดได้

ขนาดของประชากรที่เป็นประชาชนในอำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีจำนวน 50,292 ดังนั้น ขนาดกลุ่มตัวอย่าง (Sample size) คือ

$$\text{แทนค่า } n = \frac{50,292}{1+50,292(0.05)^2} = 397 \text{ คน}$$

จากผลการคำนวณข้างต้น ผู้วิจัยจึงนำมาคำนวณเป็นสัดส่วนตามจำนวนประชากร ได้ดังนี้

ตารางที่ 3.2 ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละตำบล ด้วยการคำนวณเป็นสัดส่วนตามจำนวนประชากร

ตำบล	ประชากร (คน)	กลุ่มตัวอย่าง (คน)
ตำบลบ่อตาโล่	5,742	45
ตำบลวังน้อย	5,029	40
ตำบลลำไทร	7,911	62
ตำบลสนับทึบ	4,025	32
ตำบลพยอม	12,913	102
ตำบลหันตะเภา	3,247	26
ตำบลวังจุฬา	3,938	31
ตำบลข้าวงาม	2,391	19
ตำบลชะแมบ	5,096	40
รวม	50,292	397

ในการเก็บข้อมูลผู้วิจัยจะเริ่มจากใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งประเภท (Stratified Random Sampling) จากประชาชนในอำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ตามจำนวนสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละตำบล จากนั้นจะใช้วิธีการสอบถามในคัดเลือกเฉพาะประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปี ขึ้นไป เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณ แล้วจึงจะดำเนินการแจกแบบสอบถาม

3.1.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง ได้แก่ ผู้บริหารในฝ่ายสื่อสารองค์กร กฟผ. ที่ กฟผ. อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี จำนวน 3 คน ได้แก่

1. ผู้อำนวยการฝ่ายสื่อสารองค์กร
2. หัวหน้ากองสื่อสารภายนอก
3. หัวหน้าแผนกกลยุทธ์และแผนสื่อสารองค์กร

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ในการวิจัยเชิงปริมาณคือ แบบสอบถาม และการวิจัยเชิงคุณภาพคือ แบบสัมภาษณ์ ซึ่งมีขั้นตอนการสร้าง ดังนี้

3.2.1 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1.1 การวิจัยเชิงปริมาณ

1) ผู้วิจัยทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่จะศึกษา แล้วรวบรวมแนวคิด ทฤษฎีต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารองค์กรและประสิทธิภาพการสื่อสาร จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมมาสรุปเพื่อใช้ประกอบการสร้างแบบสอบถาม ให้มีเนื้อหาและขอบเขตที่ครอบคลุมกับสิ่งที่ต้องการจะศึกษา

2) ผู้วิจัยนำแบบสอบถาม ไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและความเหมาะสมของเนื้อหา จากนั้นจึงทำการปรับแก้แบบสอบถามตามคำแนะนำ

แบบสอบถามเป็นเครื่องมือการวิจัยที่ใช้วิจัยข้อมูลในเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากประชาชนในอำเภอบางกรวย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา สอบถามเรื่องระดับความคิดเห็นต่อการสื่อสารองค์กรของ กฟผ. ต่อประชาชนซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 สอบถามข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และพื้นที่อยู่อาศัย

ส่วนที่ 2 สอบถามระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการสื่อสารตามหลักทฤษฎีการสื่อสาร SMCR ของเบอร์โล แบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผู้ส่งสาร (Sender) ด้านสาร (Message) ด้านช่องทางการสื่อสาร (Channel) และด้านผู้รับสาร (Receiver)

ส่วนที่ 3 สอบถามระดับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการสื่อสาร แบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความเหมาะสม และด้านความสม่ำเสมอ และต่อเนื่อง

ส่วนที่ 4 คำถามปลายเปิด สอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะและความคิดเห็นอื่นๆ

แบบสอบถามจะมีลักษณะแบบมาตราส่วนประเมินค่า ซึ่งผู้วิจัยได้มีการกำหนดเกณฑ์ในการประเมินระดับความคิดเห็น ดังการวัดตามแบบของ Likert Scale โดย Likert (1957 : 43) ซึ่งแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

คำตอบ	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

การแปลผลระดับคะแนนเฉลี่ย ผู้วิจัยยึดหลักการกระจายแบบปกติ มีหลักเกณฑ์การให้คะแนนตาม Best and Kahn (1993 : 246) ดังนี้

ระดับคะแนน	ความหมาย
4.51 – 5.00	ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด
3.51 – 4.50	ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
2.51 – 3.50	ความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
1.51 – 2.50	ความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
1.00 – 1.50	ความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

3.2.1.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ

1) ผู้วิจัยทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่จะศึกษา แล้วรวบรวมแนวคิด ทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารองค์กรและประสิทธิภาพการสื่อสาร จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมมาสรุป เพื่อใช้ประกอบการสร้างแบบสัมภาษณ์ ให้มีเนื้อหาและขอบเขตที่ครอบคลุมกับสิ่งที่ต้องการจะศึกษา

2) ผู้วิจัยนำแบบสัมภาษณ์ ไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและความเหมาะสมของเนื้อหา จากนั้นจึงทำการปรับแก้แบบสัมภาษณ์ตามคำแนะนำ

แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือการวิจัยที่ใช้วิจัยข้อมูลในเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลจากผู้บริหารในฝ่ายสื่อสารองค์กร กฟผ. เรื่องการสื่อสารองค์กรของ กฟผ. ต่อประชาชน แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 สถานภาพผู้ให้สัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 การสื่อสารองค์กรของ กฟผ. ต่อประชาชน

3.2.2 วิธีการตรวจสอบเครื่องมือ

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

3.2.2.1 การวิจัยเชิงปริมาณ

1) การหาความตรง (Validity)

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ไปเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 คน เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) และความตรงเชิงภาษา (Verbal Validity)

จากนั้นจึงดำเนินการหาค่า IOC (Index of Item - Objective Congruence) แต่ละข้อคำถามจะต้องมีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป ซึ่งในแบบสอบถามนี้ค่า IOC ที่ได้ มีค่าเท่ากับ 1 จำนวน 33 ข้อ และมีค่าเท่ากับ 0.60 จำนวน 5 ข้อ ถือว่าผ่านเกณฑ์ค่า IOC จากนั้นจึงดำเนินการในขั้นต่อไป

2) การวิเคราะห์ความเที่ยงของเครื่องมือ (Reliability)

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างเพื่อทดสอบให้เกิดความเข้าใจและปรับปรุงแก้ไข หลังจากนั้นจึงนำไปหาค่าความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับประชาชนในอำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งมีลักษณะเดียวกันกับกลุ่มของประชากรในการวิจัย จำนวน 30 คน จากนั้นจึงนำไปวิเคราะห์หาค่าความเที่ยง โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient Alpha) ของคอนบราค (Cronbach) โดยถือเกณฑ์การทดสอบที่ค่า Alpha มีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป ซึ่งค่า Alpha ที่หาได้จากแบบสอบถามนี้มีค่าเท่ากับ 0.98 จึงสรุปได้ว่าแบบสอบถามนี้ใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ได้

3.2.2.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ

1) การหาความตรง (Validity)

ผู้วิจัยนำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้น ไปเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 คน เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) และความตรงเชิงภาษา (Verbal Validity)

จากนั้นจึงดำเนินการหาค่า IOC (Index of Item - Objective Congruence) แต่ละข้อคำถามจะต้องมีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป ซึ่งแบบสัมภาษณ์นี้ค่า IOC ที่ได้ มีค่าเท่ากับ 1 ถือว่าผ่านเกณฑ์ค่า IOC จึงสรุปได้ว่าแบบสัมภาษณ์นี้ใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ได้

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลหลังจากการขอรับการพิจารณารับรองจริยธรรมการวิจัยในคน จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคนของมหาวิทยาลัยมหิดล (MU-IRB) โดยมีขั้นตอน ดังนี้

3.3.1 การวิจัยเชิงปริมาณ

ดำเนินการแจกแบบสอบถามด้วยตนเองแก่ประชาชนในอำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทั้งหมด 9 ตำบล ซึ่งแบ่งตามตำบลที่มีพื้นที่ไม่ทับซ้อนกับตำบลอื่น จำนวน 397 คน และดำเนินการเก็บรวบรวมแบบสอบถาม ตรวจสอบความสมบูรณ์ด้วยตนเอง จากนั้นจึงนำไปลงรหัส แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์

3.3.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ

1) ติดต่อภาควิชาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล เพื่อขอหนังสือถึงผู้อำนวยการฝ่ายสื่อสารองค์กร กฟผ. เพื่อขออนุญาตจัดเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้บริหารในฝ่ายสื่อสารองค์กร กฟผ. จำนวน 3 คน

2) ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้บริหารในฝ่ายสื่อสารองค์กร กฟผ. จำนวน 3 คน จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.4.1 การวิจัยเชิงปริมาณ

แบบสอบถาม ในส่วนที่ 1-3 ซึ่งประกอบด้วย การวัดระดับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล และการวัดระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการสื่อสารตามหลักทฤษฎีการสื่อสาร SMCR

ของเบอร์โล รวมถึงการวัดระดับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการสื่อสาร ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติในเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยใช้ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) กับความถี่ (Frequency Distributions) และร้อยละ (Percentage)

ในส่วนที่ 4 คือ การสอบถามข้อเสนอแนะและความคิดเห็นอื่นๆ ที่มีต่อการสื่อสารของ กฟผ. ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) จากคำตอบที่ได้

การหาค่าประจักษ์การสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. และการสร้างสมการพยากรณ์อิทธิพลขององค์ประกอบการสื่อสารที่มีต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) แบบเป็นขั้นตอน (Stepwise) และการสร้างสมการพยากรณ์อิทธิพลขององค์ประกอบ การสื่อสารจะกำหนดให้มีตัวแปรเกณฑ์ หรือ Y ที่เป็นตัวแปรต่อเนื่องมีเพียงตัวเดียวและตัวแปรพยากรณ์ หรือ X มีหลายตัวแปร โดยกำหนดระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

3.4.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ

แบบสัมภาษณ์ เรื่องการสื่อสารองค์การของ กฟผ. ต่อประชาชน ใช้การวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ที่ได้จากการสัมภาษณ์ ซึ่งจะมีการนำผลที่ได้มาจำแนกข้อมูล แยกหมวดหมู่ของข้อมูล จัดประเภทของข้อมูลและหาข้อสรุป จากนั้นจะนำผลการวิจัยเชิงคุณภาพนี้มาวิเคราะห์เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. โดยมีผลการวิจัยเชิงปริมาณเป็นข้อมูลเสริมต่อไป

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. เป็นการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ หรือแบบผสม (Mixed Methods) ซึ่งผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามจากประชากรคือ ประชาชนในอำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 397 คน เก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้แบบสัมภาษณ์ มีผู้ให้ข้อมูลสำคัญคือ ผู้บริหารในฝ่ายสื่อสารองค์กร กฟผ. ที่ กฟผ. อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี จำนวน 3 คน โดยจะนำเสนอผลการวิจัยดังหัวข้อต่อไปนี้

- 4.1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.2 ระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการสื่อสารและประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ.
- 4.3 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ.
- 4.4 ผลการวิเคราะห์การสร้างสมการพยากรณ์อิทธิพลขององค์ประกอบการสื่อสารที่มีต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ.
- 4.5 ผลการวิเคราะห์คำถามปลายเปิดและการสัมภาษณ์
- 4.6 แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ.

4.1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างคือ ประชาชนในอำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทั้งหมด 9 ตำบล ซึ่งแบ่งตามตำบลที่มีพื้นที่ไม่ทับซ้อนกับตำบลอื่น เก็บได้จำนวน 397 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 วิเคราะห์และนำเสนอเป็น ความถี่ (Frequency Distributions) และร้อยละ (Percentage) ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

n = 397

ปัจจัยส่วนบุคคล	ความถี่	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	194	48.90
หญิง	203	51.10
2. อายุ		
18 - 27 ปี	87	21.90
28 - 37 ปี	80	20.20
38 - 47 ปี	103	25.90
48 - 57 ปี	74	18.60
ตั้งแต่ 58 ปี ขึ้นไป	53	13.40
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	47	11.80
มัธยมศึกษาตอนต้น	44	11.10
มัธยมศึกษาตอนปลาย	36	9.10
อนุปริญญา	57	14.40
ปริญญาตรี	151	38.00
สูงกว่าปริญญาตรี	50	12.60
อื่นๆ	12	3.00

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

n = 397

ปัจจัยส่วนบุคคล	ความถี่	ร้อยละ
4. อาชีพ		
ข้าราชการ	49	12.30
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	37	9.30
พนักงานบริษัท	50	12.60
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	66	16.60
ลูกจ้าง/รับจ้างทั่วไป	44	11.10
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	31	7.80
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	51	12.90
เกษตรกร/ประมง	59	14.90
อื่นๆ	10	2.50
5. พื้นที่อาศัย		
ตำบลบ่อตาโล่	45	11.30
ตำบลวังน้อย	40	10.10
ตำบลลำไทร	62	15.60
ตำบลสนับทึบ	32	8.10
ตำบลพยอม	102	25.70
ตำบลหันตะเภา	26	6.50
ตำบลวังจุก	31	7.80
ตำบลข้าวางาม	19	4.80
ตำบลชะแมบ	40	10.10

จากตารางที่ 4.1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 397 คน ผลการวิจัยมีข้อค้นพบดังนี้

เพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 51.10 และกลุ่มตัวอย่างเพศชาย มีจำนวน 194 คิดเป็นร้อยละ 48.90

อายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 38-47 ปี จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.90 รองลงมาคือ อายุ 18-27 ปี อายุ 28-37 ปี อายุ 48-57 ปี และอายุตั้งแต่ 58 ปี ขึ้นไป ตามลำดับ

ระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมาคือ ระดับการศึกษานุปริญญา ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย และระดับการศึกษาอื่นๆ (ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง, ไม่ได้ศึกษา) ตามลำดับ

อาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.60 รองลงมาคือ อาชีพเกษตรกร/ประมง อาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน อาชีพพนักงานบริษัท อาชีพข้าราชการ อาชีพลูกจ้าง/รับจ้างทั่วไป อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา และอาชีพอื่นๆ (พนักงานรัฐ, ลูกจ้างของรัฐ, ว่างาน) ตามลำดับ

พื้นที่อาศัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพื้นที่อาศัยอยู่ในตำบลพะยอม จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.70 รองลงมาคือ ตำบลลำไทร ตำบลบ่อตาโล่ ตำบลวังน้อย ตำบลชะแมบ ตำบลสนับทึบ ตำบลวังจุกพา และตำบลข้างงาม ตามลำดับ

4.2 ระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการสื่อสารและประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ.

4.2.1 ระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการสื่อสาร

ระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการสื่อสารตามหลักทฤษฎีการสื่อสาร SMCR ของเบอร์โล แบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผู้ส่งสาร (Sender) ด้านสาร (Message) ด้านช่องทางการสื่อสาร (Channel) และด้านผู้รับสาร (Receiver) วิเคราะห์และนำเสนอเป็น ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และมีการประเมินระดับความคิดเห็น โดยแสดงเป็นผลรวมของทุกด้านและจำแนกเป็นรายด้าน ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.2 ระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการสื่อสาร

n = 397

องค์ประกอบการสื่อสาร	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านผู้ส่งสาร (Sender)	3.98	.62	มาก
ด้านสาร (Message)	3.78	.63	มาก
ด้านช่องทางการสื่อสาร (Channel)	3.96	.53	มาก
ด้านผู้รับสาร (Receiver)	3.94	.60	มาก
รวม	3.91	.44	มาก

จากตารางที่ 4.2 ระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการสื่อสาร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{x} 3.91, S.D. .44) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยที่มากที่สุดคือ ด้านผู้ส่งสาร รองลงมาคือ ด้านช่องทางการสื่อสาร ด้านผู้รับสาร และด้านสาร ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 ระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการสื่อสาร ด้านผู้ส่งสาร (Sender)

n = 397

ด้านผู้ส่งสาร (Sender)	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. กฟผ. มีความรู้ ความเข้าใจ และข้อมูลเกี่ยวกับข่าวสารที่ต้องนำเสนอ	3.92	.74	มาก
2. กฟผ. มีวิธีการถ่ายทอดและการนำเสนอข่าวสารที่เหมาะสม	3.97	.67	มาก
3. กฟผ. มีความพร้อมในการนำเสนอข่าวสาร	3.93	.80	มาก
4. กฟผ. มีทัศนคติที่ดีต่อการนำเสนอข่าวสาร	4.01	.79	มาก
5. กฟผ. นำเสนอข่าวสารที่ถูกต้อง เป็นจริงและเชื่อถือได้	4.11	.79	มาก
รวม	3.98	.62	มาก

จากตารางที่ 4.3 ระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการสื่อสาร ด้านผู้ส่งสาร (Sender) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{x} 3.98, S.D. .62) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อคำถามพบว่า ทุกข้อคำถามอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยที่มากที่สุดคือ กฟผ. นำเสนอข่าวสารที่ถูกต้อง เป็นจริงและ

เชื่อถือได้ รองลงมาคือ กฟผ. มีทัศนคติที่ดีต่อการนำเสนอข่าวสาร มีวิธีการถ่ายทอดและการนำเสนอข่าวสารที่เหมาะสม มีความพร้อมในการนำเสนอข่าวสาร และมีความรู้ ความเข้าใจ และข้อมูลเกี่ยวกับข่าวสารที่ต้องนำเสนอ ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการสื่อสาร ด้านสาร (Message)

n = 397

ด้านสาร (Message)	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. เนื้อหาข่าวสารมีการใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ชัดเจน ตรงประเด็น	3.69	.80	มาก
2. เนื้อหาข่าวสารมีความเหมาะสมสอดคล้องกับผู้อ่าน	3.65	.84	มาก
3. เนื้อหาข่าวสารมีการใช้รูปภาพ สัญลักษณ์ ประกอบการนำเสนอให้เข้าใจง่ายขึ้น	3.70	.84	มาก
4. เนื้อหาข่าวสาร มีการจัดลำดับที่ดี ไม่สลับซับซ้อน	3.87	.75	มาก
5. เนื้อหาข่าวสารมีความถูกต้องและเหมาะสม ต่อเนื่อง ทันสมัย	4.02	.71	มาก
รวม	3.78	.63	มาก

จากตารางที่ 4.4 ระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการสื่อสาร ด้านสาร (Message) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{x} 3.78, S.D. .63) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อคำถามพบว่า ทุกข้อคำถามอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยที่มากที่สุดคือ เนื้อหาข่าวสารมีความถูกต้องและเหมาะสม ต่อเนื่อง ทันสมัย รองลงมาคือ เนื้อหาข่าวสาร มีการจัดลำดับที่ดี ไม่สลับซับซ้อน มีการใช้รูปภาพ สัญลักษณ์ ประกอบการนำเสนอให้เข้าใจง่ายขึ้น มีการใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ชัดเจน ตรงประเด็น และมีความเหมาะสมสอดคล้องกับผู้อ่าน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการสื่อสาร ด้านช่องทางการสื่อสาร (Channel)

n = 397

ด้านช่องทางการสื่อสาร (Channel)	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. กฟผ. มีการนำเสนอข่าวสารและรับฟังความคิดเห็นผ่านการพูดคุย ทั้งแบบรายบุคคลและเป็นกลุ่ม	3.82	.72	มาก
2. กฟผ. มีการนำเสนอข่าวสารและรับฟังความคิดเห็นผ่านเว็บไซต์ / สื่อสังคมออนไลน์	4.02	.67	มาก
3. กฟผ. มีการนำเสนอข่าวสารผ่านวิทยุ / โทรทัศน์ / โปสเตอร์ / แผ่นพับ / วารสาร / หนังสือพิมพ์	3.91	.75	มาก
4. กฟผ. มีการเปิดรับฟังความคิดเห็นผ่านผู้รับความคิดเห็น	3.98	.74	มาก
5. กฟผ. มีการนำเสนอข่าวสารผ่านช่องทางที่หลากหลายและเหมาะสมกับข่าวสารและผู้อ่าน	4.09	.68	มาก
รวม	3.96	.53	มาก

จากตารางที่ 4.5 ระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการสื่อสาร ด้านช่องทางการสื่อสาร (Channel) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{x} 3.96, S.D. .53) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อคำถามพบว่าทุกข้อคำถามอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยที่มากที่สุดคือ กฟผ. มีการนำเสนอข่าวสารผ่านช่องทางที่หลากหลายและเหมาะสมกับข่าวสารและผู้อ่าน รองลงมาคือ มีการนำเสนอข่าวสารและรับฟังความคิดเห็นผ่านเว็บไซต์ / สื่อสังคมออนไลน์ มีการเปิดรับฟังความคิดเห็นผ่านผู้รับความคิดเห็น มีการนำเสนอข่าวสารผ่านวิทยุ / โทรทัศน์ / โปสเตอร์ / แผ่นพับ / วารสาร / หนังสือพิมพ์ และมีการนำเสนอข่าวสารและรับฟังความคิดเห็นผ่านการพูดคุย ทั้งแบบรายบุคคลและเป็นกลุ่มตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการสื่อสาร ด้านผู้รับสาร (Receiver)

n = 397

ด้านผู้รับสาร (Receiver)	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ท่านมีความรู้ในเรื่องข่าวสารที่ได้รับ	3.94	.76	มาก
2. ท่านมีความพร้อมและเชื่อมั่นในข่าวสารที่ได้รับ	3.88	.81	มาก
3. ท่านสามารถรับฟัง คิด และเข้าใจข้อมูลที่ได้รับ	3.84	.80	มาก
4. ท่านนำข่าวสารที่ได้รับไปแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น	3.91	.73	มาก
5. ท่านมีทัศนคติที่ดีในการรับข่าวสารจาก กฟผ.	4.14	.71	มาก
รวม	3.94	.60	มาก

จากตารางที่ 4.6 ระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการสื่อสาร ด้านผู้รับสาร (Receiver) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{x} 3.94, S.D. .60) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อคำถามพบว่าทุกข้อคำถามอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยที่มากที่สุดคือ ท่านมีทัศนคติที่ดีในการรับข่าวสารจาก กฟผ. รองลงมาคือ ท่านมีความรู้ในเรื่องข่าวสารที่ได้รับ มีการนำข่าวสารที่ได้รับไปแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น มีความพร้อมและเชื่อมั่นในข่าวสารที่ได้รับ และสามารถรับฟัง คิด และเข้าใจข้อมูลที่ได้รับ ตามลำดับ

4.2.2 ระดับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการสื่อสาร

ระดับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการสื่อสาร แบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความเหมาะสม และด้านความสม่ำเสมอและต่อเนื่อง วิเคราะห์และนำเสนอเป็นค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และมีการประเมินระดับความคิดเห็น โดยแสดงเป็นผลรวมของทุกด้านและจำแนกเป็นรายด้าน ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.7 ระดับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการสื่อสาร

n = 397

ประสิทธิภาพการสื่อสาร	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านความน่าเชื่อถือ	4.01	.54	มาก
ด้านความเหมาะสม	3.90	.65	มาก
ด้านความสม่ำเสมอและต่อเนื่อง	3.95	.54	มาก
รวม	3.95	.44	มาก

จากตารางที่ 4.7 ระดับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการสื่อสาร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{x} 3.95, S.D. .44) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยที่มากที่สุดคือ ด้านความน่าเชื่อถือ รองลงมาคือ ด้านความสม่ำเสมอและต่อเนื่อง และด้านความเหมาะสม ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ระดับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการสื่อสาร ด้านความน่าเชื่อถือ

n = 397

ด้านความน่าเชื่อถือ	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. กฟผ. มีการนำเสนอข่าวสารอย่างเปิดเผย ตรงไปตรงมา	3.88	.63	มาก
2. ข่าวสารมีการอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลที่น่าเชื่อถือและตรวจสอบได้	4.01	.63	มาก
3. กฟผ. มีการนำเสนอข่าวสารผ่านสื่อที่สามารถส่งข่าวสารมาถึงท่านได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน ไม่ตกหล่น	4.04	.71	มาก
4. ท่านเชื่อถือ กฟผ. ว่าเป็นองค์กรที่ดำเนินงานเพื่อผลประโยชน์ของชาติ	4.14	.77	มาก
รวม	4.01	.54	มาก

จากตารางที่ 4.8 ระดับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการสื่อสาร ด้านความน่าเชื่อถือ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{x} 4.01, S.D. .54) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อคำถามพบว่า ทุกข้อคำถามอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยที่มากที่สุดคือ ท่านเชื่อถือ กฟผ. ว่าเป็นองค์กรที่ดำเนินงาน

เพื่อผลประโยชน์ของชาติ รองลงมาคือ กฟผ. มีการนำเสนอข่าวสารผ่านสื่อที่สามารถส่งข่าวสารมาถึงท่านได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน ไม่ตกหล่น ข่าวสารมีการอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลที่นำเชื่อถือและตรวจสอบได้ และ กฟผ. มีการนำเสนอข่าวสารอย่างเปิดเผย ตรงไปตรงมาตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 ระดับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการสื่อสาร ด้านความเหมาะสม

n = 397

ด้านความเหมาะสม	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. กฟผ. นำเสนอข่าวสารที่สอดคล้องกับการดำเนินงานของตนเอง	3.81	.82	มาก
2. ข่าวสารมีเนื้อหาที่ไม่มากเกินไปและตรงกับความสนใจของผู้อ่าน	3.85	.84	มาก
3. กฟผ. มีการนำเสนอข่าวสารผ่านสื่อประเภทต่างๆ ที่ท่านเข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็ว	3.92	.80	มาก
4. ท่านนำความรู้จากข่าวสารที่ได้รับไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อตัวท่านเองและผู้อื่น	4.03	.77	มาก
รวม	3.90	.65	มาก

จากตารางที่ 4.9 ระดับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. ด้านความเหมาะสม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{x} 3.90, S.D. .65) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อคำถามพบว่าทุกข้อคำถามอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยที่มากที่สุดคือ ท่านนำความรู้จากข่าวสารที่ได้รับไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อตัวท่านเองและผู้อื่น รองลงมาคือ กฟผ. มีการนำเสนอข่าวสารผ่านสื่อประเภทต่างๆ ที่ท่านเข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็ว ข่าวสารมีเนื้อหาที่ไม่มากเกินไปและตรงกับความสนใจของผู้อ่าน และ กฟผ. นำเสนอข่าวสารที่สอดคล้องกับการดำเนินงานของตนเอง ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 ระดับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการสื่อสาร ด้านความสม่ำเสมอและต่อเนื่อง

n = 397

ด้านความสม่ำเสมอและต่อเนื่อง	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. กฟผ. มีการนำเสนอข่าวสารทุกๆสัปดาห์ / ทุกๆเดือน	3.87	.70	มาก
2. ข่าวสารในแต่ละเรื่องมีการนำเสนอหลายครั้ง	3.91	.67	มาก
3. กฟผ. มีการนำเสนอข่าวสารผ่านสื่อประเภทละหลายครั้ง	3.95	.67	มาก
4. ท่านจดจำและเข้าใจข่าวสารที่ได้รับได้เป็นอย่างดี	4.08	.65	มาก
รวม	3.95	.54	มาก

จากตารางที่ 4.10 ระดับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการสื่อสาร ด้านความสม่ำเสมอและต่อเนื่อง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{x} 3.95, S.D. .54) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อคำถามพบว่าทุกข้อคำถามอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยที่มากที่สุดคือ ท่านจดจำและเข้าใจข่าวสารที่ได้รับได้เป็นอย่างดี รองลงมาคือ กฟผ. มีการนำเสนอข่าวสารผ่านสื่อประเภทละหลายครั้ง ข่าวสารในแต่ละเรื่องมีการนำเสนอหลายครั้ง และ กฟผ. มีการนำเสนอข่าวสารทุกๆสัปดาห์ / ทุกๆเดือน ตามลำดับ

4.3 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ.

การวิเคราะห์องค์ประกอบการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. จะประกอบไปด้วย องค์ประกอบการสื่อสารตามหลักทฤษฎีการสื่อสาร SMCR ของเบอร์โล ซึ่งแบ่งเป็น 4 ด้าน คือ ด้านผู้ส่งสาร (Sender) ด้านสาร (Message) ด้านช่องทางการสื่อสาร (Channel) และด้านผู้รับสาร (Receiver) ที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. ใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยใช้วิธีการวิเคราะห์แบบเป็นขั้นตอน (Stepwise) ซึ่งมีผลการวิเคราะห์เรียงตามลำดับขั้นการเลือกตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามมากที่สุด เป็นดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.11 การวิเคราะห์องค์ประกอบการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ.

n = 397

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3465.64	1	3465.64	170.49	.00
	Residual	8029.38	395	20.32		
	Total	11495.02	396			
2	Regression	4537.11	2	2268.55	128.46	.00
	Residual	6957.91	394	17.66		
	Total	11495.02	396			
3	Regression	5047.24	3	1682.41	102.54	.00
	Residual	6447.78	393	16.40		
	Total	11495.02	396			
4	Regression	5465.17	4	1366.29	88.82	.00
	Residual	6029.85	392	15.38		
	Total	11495.02	396			

ในการอธิบายโมเดลแต่ละโมเดล จะมีการแทนค่าตัวแปรอิสระดังต่อไปนี้

X_1 หมายถึง องค์ประกอบการสื่อสาร ด้านผู้รับสาร (Receiver)

X_2 หมายถึง องค์ประกอบการสื่อสาร ด้านผู้ส่งสาร (Sender)

X_3 หมายถึง องค์ประกอบการสื่อสาร ด้านสาร (Message)

X_4 หมายถึง องค์ประกอบการสื่อสาร ด้านช่องทางการสื่อสาร (Channel)

โดยที่แต่ละโมเดลของการวิเคราะห์เป็นการเรียงลำดับการถูกเลือกของตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามมากที่สุด ซึ่งผลเป็นดังต่อไปนี้

โมเดลที่ 1 หมายถึง X_1 มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามมากที่สุด

โมเดลที่ 2 หมายถึง X_1, X_2 มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามตามลำดับ

โมเดลที่ 3 หมายถึง X_1, X_2, X_3 มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามตามลำดับ

โมเดลที่ 4 หมายถึง X_1, X_2, X_3, X_4 มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามตามลำดับ

จากตารางที่ 4.11 แสดงให้เห็นว่าองค์ประกอบการสื่อสาร ด้านผู้รับสาร (Receiver) ด้านผู้ส่งสาร (Sender) ด้านสาร (Message) และด้านช่องทางการสื่อสาร (Channel) ซึ่งทั้งหมดเป็นตัวแปรอิสระมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

4.4 ผลการวิเคราะห์การสร้างสมการพยากรณ์อิทธิพลขององค์ประกอบการสื่อสารที่มีต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ.

การสร้างสมการพยากรณ์อิทธิพลขององค์ประกอบการสื่อสารที่มีต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. ใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) แบบเป็นขั้นตอน (Stepwise) ซึ่งก่อนหน้ามีการนำตัวแปรอิสระซึ่งเป็นตัวแปรพยากรณ์ทุกตัวไปวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างกัน ด้วยวิธีการวิเคราะห์หาค่าสหสัมพันธ์ เนื่องจากในการสร้างสมการพยากรณ์นั้น ตัวแปรอิสระจะต้องไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างกันในระดับสูง ซึ่งผลการวิเคราะห์เป็นดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.12 การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ.

n = 397

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .01

องค์ประกอบการสื่อสาร		ด้านผู้ส่งสาร (Sender)	ด้านสาร (Message)	ด้านช่องทางการสื่อสาร (Channel)	ด้านผู้รับสาร (Receiver)
ด้านผู้ส่งสาร (Sender)	Pearson Correlation	1	.47*	.34*	.42*
	Sig. (2-tailed)		.00	.00	.00
	N	397	397	397	397
ด้านสาร (Message)	Pearson Correlation	.47*	1	.31*	.45*
	Sig. (2-tailed)	.00		.00	.00
	N	397	397	397	397
ด้านช่องทางการสื่อสาร (Channel)	Pearson Correlation	.34*	.31*	1	.44*
	Sig. (2-tailed)	.00	.00		.00
	N	397	397	397	397
ด้านผู้รับสาร (Receiver)	Pearson Correlation	.42*	.45*	.44*	1
	Sig. (2-tailed)	.00	.00	.00	
	N	397	397	397	397

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวมีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าสหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง .31 - .47 ซึ่งถือว่าไม่มีตัวแปรอิสระคู่ใดที่มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงคือ มีค่าสหสัมพันธ์ไม่มากเกิน 0.80 ตามที่ Devore and Peck (1993 : 129) ได้อธิบายไว้ ดังนั้นจึงถือว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดนำมาใช้วิเคราะห์ในการสร้างสมการพยากรณ์ได้ โดยผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์การถดถอยขององค์ประกอบการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. เป็นดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.13 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณองค์ประกอบการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ.

n = 397

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ตัวแปรพยากรณ์	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
Constant	14.98	1.77		8.44	.00
ด้านผู้รับสาร (Receiver)	.45	.08	.25	5.68	.00
ด้านผู้ส่งสาร (Sender)	.36	.07	.21	4.91	.00
ด้านสาร (Message)	.39	.07	.23	5.35	.00
ด้านช่องทางการสื่อสาร (Channel)	.43	.08	.21	5.21	.00
R = .69 , R ² = .47 , SE _{est} ± 3.92 , ค่าคงที่ = 14.98					

จากตารางที่ 4.13 แสดงให้เห็นว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ .69 สามารถพยากรณ์ประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. ได้ร้อยละ 47.50 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ ± 3.92 จากผลการวิเคราะห์สามารถนำมาเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังต่อไปนี้

ตัวแปรจะมีการแทนค่าดังนี้

X₁ หมายถึง องค์ประกอบการสื่อสาร ด้านผู้รับสาร (Receiver)

X₂ หมายถึง องค์ประกอบการสื่อสาร ด้านผู้ส่งสาร (Sender)

X₃ หมายถึง องค์ประกอบการสื่อสาร ด้านสาร (Message)

X₄ หมายถึง องค์ประกอบการสื่อสาร ด้านช่องทางการสื่อสาร (Channel)

Y หมายถึง ประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ.

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$$Y = 14.98 + .45X_1 + .36X_2 + .39X_3 + .43X_4$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z_Y = .25X_1 + .21X_2 + .23X_3 + .21X_4$$

4.5 ผลการวิเคราะห์คำถามปลายเปิดและการสัมภาษณ์

4.5.1 ผลการวิเคราะห์คำถามปลายเปิด

การสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะและความคิดเห็นอื่นๆ ที่มีต่อการสื่อสารของ กฟผ. ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) จากคำตอบที่ได้ โดยมีผลการวิเคราะห์เป็นดังนี้

4.5.1.1 ด้านความน่าเชื่อถือ

- ควรมีการระบุแหล่งที่มาของข้อมูลให้ชัดเจน
- กฟผ. ควรนำเสนอข่าวสารต่อประชาชนอย่างตรงไปตรงมา
- ควรเน้นการนำเสนอข่าวสารผ่านสื่อโทรทัศน์
- กฟผ. ควรจัดกิจกรรมระหว่าง กฟผ. กับ ประชาชนให้มากขึ้น

4.5.1.2 ด้านความเหมาะสม

- ควรมีการนำเสนอข่าวสารเรื่องของการผลิตไฟฟ้าให้มากขึ้น
- ควรนำเสนอข่าวสารโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย
- ควรนำเสนอข่าวสารผ่านสื่อที่เข้าถึงได้รวดเร็ว
- ควรนำเสนอข่าวสารที่ประชาชนจะนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง

4.5.1.3 ด้านความสม่ำเสมอและต่อเนื่อง

- ควรนำเสนอข่าวสารเรื่องต่างๆที่เป็นประโยชน์เป็นประจำทุกสัปดาห์
- ข่าวสารที่มีความสำคัญควรมีการนำเสนออย่างต่อเนื่อง
- ควรมีการนำเสนอข่าวสารผ่านโทรทัศน์ หรือหนังสือพิมพ์เป็นประจำ
- กฟผ. ควรหาวิธีที่จะทำให้ประชาชนจดจำข่าวสารที่นำเสนอได้ง่าย

4.5.2 ผลการวิเคราะห์การสัมภาษณ์

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์นี้ ได้มาจากการถอดเทปการสัมภาษณ์ผู้บริหารในฝ่ายสื่อสารองค์กร กฟผ. จำนวน 3 คน ที่ได้ให้สัมภาษณ์เรื่องการสื่อสารองค์กรของ กฟผ. ต่อประชาชน ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ซึ่งผลการวิเคราะห์ดังนี้

4.5.2.1 นโยบายและทิศทางการสื่อสารองค์กรของ กฟผ. ต่อประชาชน

นโยบายและทิศทางการสื่อสารของ กฟผ. ต่อประชาชนคือ ให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการสร้างความรู้ ความเข้าใจ ในเรื่องของภารกิจ ความจำเป็น นโยบาย

การดำเนินงานต่างๆ และการเลือกใช้เทคโนโลยีต่างๆของ กฟผ. โดยมีการสื่อสารอย่างสม่ำเสมอ และเป็นความจริง สร้างการมีส่วนร่วมจากประชาชน เพื่อให้เกิดการยอมรับจากประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องการสร้างโรงไฟฟ้า ซึ่งเป็นแหล่งผลิตไฟฟ้าที่จะทำให้ประเทศไทยมีไฟฟ้าใช้อย่างยั่งยืน โดยที่ทุกอย่างล้วนเป็นไปเพื่อประโยชน์ของประชาชนและประเทศชาติ ทั้งนี้ในการดำเนินงานต่างๆ จะทำไปด้วยความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

4.5.2.2 ปัญหาและอุปสรรคการสื่อสารองค์กรของ กฟผ. ต่อประชาชน

ปัญหาและอุปสรรคการสื่อสารองค์กรของ กฟผ. ต่อประชาชนคือการต่อต้านจากประชาชนชน โดยเฉพาะในเรื่องการสร้างโรงไฟฟ้า ซึ่ง กฟผ. ระบุว่าในเรื่องของเทคโนโลยีและความสามารถของบุคลากรจาก กฟผ. ประชาชนนั้นค่อนข้างให้ความเชื่อถือ แต่ปัญหาจริงๆเกิดจากความไม่ไว้วางใจ ในผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อสิ่งแวดล้อมบริเวณโดยรอบพื้นที่ที่ต้องการสร้างโรงไฟฟ้า ซึ่งปัญหานี้ กฟผ. ได้มีการดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหายุ่ตลอดคือการนำเสนอข่าวสารเพื่อให้เกิดความไว้วางใจ กฟผ. ในเรื่องการสร้างโรงไฟฟ้าว่าใช้เทคโนโลยีที่ดีที่สุด รวมถึงมีการดูแล รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างเต็มที่ ซึ่งปริมาณการนำเสนอเกือบจะครึ่งหนึ่งของสิ่งที่ กฟผ. สื่อสารออกไปทั้งหมด แต่ทั้งนี้ กฟผ. ได้เน้นย้ำว่าจะต้องมีการนำเสนอข่าวสารที่เป็นความจริง มีที่มาที่ตรวจสอบได้เสมอและ กฟผ. ก็จะมีการนำเสนอข่าวผ่านช่องทางต่างๆ รวมถึงสื่อมวลชนที่เป็นเหมือนกับกระบอกเสียงที่ใหญ่ที่สุดเพื่อให้ประชาชนได้รับข่าวสารอย่างครอบคลุมที่สุด ทั้งยังมีปัญหาในเรื่องของเนื้อหาสารที่บางครั้งเป็นเรื่องของเทคนิคที่ค่อนข้างเข้าใจยาก และประชาชนกลุ่มเป้าหมายมีความแตกต่างกันในเรื่องความสามารถในการเข้าใจสาร ทำให้ กฟผ. ให้ความสำคัญในการดูแลจัดการเนื้อหาสารค่อนข้างมาก โดยการพยายามให้เนื้อหาสารที่สื่อออกไปเข้าใจได้ง่าย นอกจากนี้ยังมีปัญหาในเรื่องงบประมาณและกำลังคน ที่มีปานกลาง ไม่มากเมื่อเทียบกับขนาดขององค์กรที่เป็นองค์กรขนาดใหญ่ แต่ฝ่ายสื่อสารองค์กรก็มีการบริหารจัดการให้การดำเนินงานด้านการสื่อสารของ กฟผ. เป็นไปอย่างราบรื่น ภายใต้งบประมาณและกำลังคนที่ได้รับการสนับสนุนมา

4.5.2.3 ประสิทธิภาพการสื่อสารองค์กรของ กฟผ. ต่อประชาชน

ในเรื่องประสิทธิภาพการสื่อสารองค์กรของ กฟผ. ต่อประชาชนแยกพิจารณาเป็นรายด้านจะสรุปได้ดังนี้

ด้านความน่าเชื่อถือ

กฟผ. มีความคิดเห็นว่าการสื่อสารของ กฟผ. ต่อประชาชนมีความน่าเชื่อถือ ประชาชนมีความเชื่อมั่นว่า กฟผ. เป็นองค์กรที่มีบุคลากรที่มีความสามารถ รวมถึงการดำเนินงานของ กฟผ. ในเรื่องการผลิตไฟฟ้านั้น เป็นไปด้วยการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ซึ่งแสดงให้เห็น

เห็นถึงความพยายามของ กฟผ. ต่อการดำเนินงานเพื่อผลประโยชน์ของประชาชนและประเทศไทย นอกจากนี้ประชาชนก็ให้ความเชื่อถือว่าเนื้อหาข่าวสารที่ กฟผ. นำเสนอเป็นเรื่องจริง เพราะ กฟผ. มีการนำเสนออย่างเปิดเผยและตรงไปตรงมา เรื่องใดที่ต้องนำเสนอ กฟผ. ก็ไม่หลีกเลี่ยงหรือปกปิด มีการอ้างอิงแหล่งที่มาของข่าวสารที่นำเสนอทุกครั้งและ กฟผ. ยังให้ความสำคัญกับการเลือกใช้สื่อที่น่าเชื่อถือและครอบคลุมกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ข่าวสารจาก กฟผ. ส่งไปยังประชาชนได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน เพื่อให้การสื่อสารของ กฟผ. ต่อประชาชน ทำให้ประชาชนได้ประโยชน์อย่างเต็มที่

ด้านความเหมาะสม

กฟผ. มีความเห็นว่า ประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. ต่อประชาชน ด้านความเหมาะสมยังต้องมีการพัฒนา เพราะกลุ่มเป้าหมายในการสื่อสารของ กฟผ. คือประชาชนที่มีความแตกต่างกันค่อนข้างมาก ทั้งในเรื่องของวัฒนธรรม ความรู้ ความสามารถในการเข้าใจสิ่งต่างๆ ซึ่งมีผลต่อการยอมรับในการดำเนินงานของ กฟผ. ซึ่ง กฟผ. ถือว่าเป็นเรื่องที่ กฟผ. ยังดำเนินการได้ไม่ถึงที่สุด แต่ก็กำลังพยายามทำให้การสื่อสารของ กฟผ. ต่อประชาชนมีความเหมาะสมที่สุดในทุกๆ ประเด็น ทั้งในเรื่องการนำเสนอข่าวสารเรื่องการผลิตไฟฟ้าซึ่งเป็นภารกิจหลักของ กฟผ. และในการนำเสนอข่าวสารในแต่ละครั้งจะต้องมีการถ่วงน้ำหนักเนื้อหาให้เหมาะสมกับประชาชน มีการใช้ภาษาในการนำเสนอที่เข้าใจง่ายและนำเสนอผ่านสื่อที่เข้าถึงได้ง่าย แต่จะมีการนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ให้มากขึ้น เนื่องจากในปัจจุบันประชาชนให้ความนิยมเพราะสามารถเข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็ว ซึ่งในเรื่องของสื่อที่ กฟผ. ใช้เป็นตัวแทนในการส่งข่าวสารไปยังประชาชนนั้น กฟผ. จะมีการคัดเลือกอย่างละเอียดเป็นพิเศษ เพื่อให้เกิดความเหมาะสมที่สุด เพราะ กฟผ. ถือว่าสื่อเป็นเหมือนกับหน้าตาของ กฟผ. เวลาสื่อสารกับประชาชน ทั้งนี้ก็เพราะว่า กฟผ. ต้องการให้ประชาชนได้รับข่าวสารอย่างสมบูรณ์แบบที่สุดเพื่อที่จะสามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อไปและนำมาซึ่งการยอมรับใน กฟผ. ซึ่งถือเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานของ กฟผ.

ด้านความสม่ำเสมอและต่อเนื่อง

กฟผ. มีความเห็นว่า กฟผ. มีการนำเสนอข่าวสารต่อประชาชนอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง เนื่องจาก กฟผ. ให้ความสำคัญกับการได้รับการยอมรับจากประชาชน ดังนั้นการสื่อสารเพื่อให้ประชาชนจดจำ เข้าใจ ที่จะนำมาซึ่งยอมรับ กฟผ. จึงเป็นภารกิจหลักที่ต้องดำเนินงานอย่างละเว้นไม่ได้ โดยที่ กฟผ. จะมีการนำเสนอข่าวสารในทุกๆ

สัปดาห์ หรือในทันทีที่มีข่าวสารที่พร้อมต่อการนำเสนอ ซึ่งข่าวสารที่มีเนื้อหาค่อนข้างเข้าใจยาก เป็นเรื่องทางเทคนิค กฟผ. จะมีการนำเสนอบ่อยครั้ง เพื่อเป็นการเน้นย้ำต่อประชาชนให้เกิดความเข้าใจ รวมถึงเรื่องของสื่อ กฟผ. จะใช้สื่อที่หลากหลายและมีการกระจายในการใช้สื่อ เพื่อให้เกิดความทั่วถึงในการเข้าถึงข่าวสารของประชาชน ซึ่งสื่อที่ กฟผ. เลือกใช้บ่อยที่สุดคือ โทรทัศน์ เพราะยังถือว่าเป็นที่นิยมมากที่สุด แต่ในสื่ออื่นๆเช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ กฟผ. ก็ยังเลือกใช้อยู่บ่อยครั้งเช่นกัน

4.5.2.4 ปัจจัยความสำเร็จในการสื่อสารองค์การของ กฟผ. ต่อประชาชน

ปัจจัยความสำเร็จในการสื่อสารองค์การของ กฟผ. ต่อประชาชนคือการยอมรับจากประชาชน เพราะจะทำให้การดำเนินงานทุกอย่างเป็นไปอย่างราบรื่น การสื่อสารเป็นไปอย่างตรงตามวัตถุประสงค์ รวมถึงความรอบคอบในการนำเสนอข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชน ที่จะนำมาซึ่งการยอมรับดังกล่าว นอกจากนี้ยังรวมถึงการได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูงทั้งในเรื่องของงบประมาณและกำลังคนที่มีความสามารถ เพียงพอต่อการดำเนินงานให้ประสบความสำเร็จ รวมถึงกำลังคนของ กฟผ. ในทุกๆหน่วยงานที่ถือเป็นสื่อบุคคล สามารถนำเสนอข่าวสารต่อประชาชน รวมถึงรับฟังข้อเสนอแนะจากประชาชนได้ ซึ่งถือเป็นอีกปัจจัยความสำเร็จในการสื่อสารองค์การของ กฟผ. ต่อประชาชน

4.6 แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ.

จากผลการวิจัยเชิงปริมาณและผลการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้นำมาวิเคราะห์และนำเสนอแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. เป็นรายด้านของประสิทธิภาพการสื่อสาร ดังต่อไปนี้

ด้านความน่าเชื่อถือ

1. กฟผ. ควรมีการพิจารณาทบทวนการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับ กฟผ. อาทิ เรื่องการสร้างโรงไฟฟ้าทั้งในแง่ของประโยชน์และผลกระทบที่เกิดขึ้น เพื่อให้ประชาชนเกิดการยอมรับและไว้วางใจการดำเนินงานของ กฟผ.

2. การนำเสนอข่าวสารของ กฟผ. ข่าวสารควรบอกแหล่งที่มาและสามารถตรวจสอบได้ รวมถึงควรมีการพัฒนาระบบและกลไกในการนำเสนอข่าวสารที่มีการระบุแหล่งที่มา และสามารถตรวจสอบได้

3. การนำเสนอข่าวสารของ กฟผ. ควรมีการนำเสนอในช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อาทิ โทรทัศน์ที่ได้รับความนิยม เพราะเข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็ว

4. กฟผ. ควรมีการจัดกิจกรรมในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่าง กฟผ. และ ประชาชนให้มากขึ้น เพื่อเป็นการสร้างการมีส่วนร่วมของ กฟผ. กับ ประชาชนให้มากขึ้น

ด้านความเหมาะสม

1. กฟผ. ต้องเน้นการนำเสนอข่าวสารเรื่องไฟฟ้าเป็นหลัก เพราะสอดคล้องกับการดำเนินงาน แต่ก็ต้องมีการนำเสนอข่าวสารอื่นที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมควบคู่ไปด้วย

2. กฟผ. ควรนำเสนอข่าวสารที่ใช้ประโยชน์ได้จริง มีปริมาณที่ไม่มากเกินไปและใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ไม่ขัดกับวัฒนธรรม รวมถึงความรู้ ความสามารถในการเข้าใจข่าวสารที่ค่อนข้างแตกต่างกันของประชาชน

3. กฟผ. ต้องเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมกับบริบทการสื่อสารและประชาชนที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย อาทิ สื่อสังคมออนไลน์ที่มีความทันสมัยและเข้าถึงได้รวดเร็ว

ด้านความสม่ำเสมอและต่อเนื่อง

1. กฟผ. จะต้องนำเสนอข่าวสารต่อประชาชนทุกๆสัปดาห์ หรือเมื่อมีประเด็นสำคัญที่พร้อมในการนำเสนอ

2. การนำเสนอข่าวสารต้องมีความต่อเนื่อง เพื่อเป็นการให้ข่าวสารกับประชาชนได้อย่างถูกต้อง

3. กฟผ. ต้องกระจายการเลือกใช้สื่อให้ครอบคลุมสื่อหลายประเภท เพราะประชาชนมีความสามารถในการเข้าถึงสื่อที่แตกต่างกัน

บทที่ 5

การอภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. ที่ได้นำเสนอไปในบทที่ 4 ผลการวิจัย นั้น ผู้วิจัยได้นำทั้งผลการวิจัยเชิงปริมาณและผลการวิจัยเชิงคุณภาพมาใช้ร่วมกันในการอภิปรายผล เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัย ซึ่งในบทนี้ผู้วิจัยจะขอแนะนำการอภิปรายผล โดยแยกการนำเสนอเป็นหัวข้อต่อไปนี้

5.1 อภิปรายผลระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการสื่อสารและประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ.

5.2 อภิปรายผลองค์ประกอบการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ.

5.3 อภิปรายผลสมการพยากรณ์อิทธิพลขององค์ประกอบการสื่อสารที่มีต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ.

5.4 อภิปรายผลแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารองค์การของ กฟผ.

5.1 อภิปรายผลระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการสื่อสารและประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ.

5.1.1 อภิปรายผลระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการสื่อสาร

การอภิปรายผลระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการสื่อสาร จะนำเสนอแยกเป็นรายด้านขององค์ประกอบการสื่อสาร ทั้ง 4 ด้าน ดังต่อไปนี้

1. ด้านผู้ส่งสาร (Sender)

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการสื่อสาร ด้านผู้ส่งสาร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดในองค์ประกอบการสื่อสาร เป็นการสะท้อนให้เห็นว่า กฟผ. ซึ่งเป็นองค์กรรัฐวิสาหกิจ ที่การดำเนินงานในทุกเรื่องรวมถึงเรื่องการสื่อสาร จะต้องได้รับการตรวจสอบอย่างละเอียดและมีเป้าหมายการดำเนินงานคือ เพื่อผลประโยชน์

ของประชาชน ทำให้ กฟผ. มีการนำเสนอข่าวสารที่ถูกต้อง เป็นจริงและเชื่อถือได้ มีทัศนคติที่ดีต่อการนำเสนอข่าวสารและมีวิธีการถ่ายทอด การนำเสนอข่าวสารที่เหมาะสม รวมทั้งเรื่องที่ กฟผ. มีความพร้อมในการนำเสนอข่าวสาร เพราะ กฟผ. เป็นองค์กรระดับชาติที่มีความพร้อมทั้งในเรื่องงบประมาณและกำลังคน มีความรู้ ความเข้าใจและข้อมูลเกี่ยวกับข่าวสารที่ต้องนำเสนอเป็นอย่างดี เพราะว่าข่าวสารเหล่านั้นส่วนใหญ่ซึ่งเป็นเรื่องของไฟฟ้า ซึ่งเป็นการดำเนินงานของ กฟผ. แต่ในเรื่องนี้ยังคงต้องมีการพัฒนาให้ดีขึ้นอีก เพราะถึงแม้ว่าในเรื่องนี้จะมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก แต่ก็ถือว่าน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับเรื่องอื่นๆ ในองค์กรประกอบการสื่อสารด้านนี้ โดยอาศัยการตรวจสอบมาตรฐานในการนำเสนอข่าวสาร ซึ่งจะต้องมีการกำหนดให้ชัดเจน เพื่อเป็นการควบคุมและตรวจสอบว่า กฟผ. มีความรู้ ความเข้าใจและข้อมูลเกี่ยวกับข่าวสารที่ต้องนำเสนอที่ดีจริง

จากการอภิปรายผลที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยค้นพบว่ามีความสอดคล้องกับแนวคิดของ Berlo (1960 : 7) ที่ได้กล่าวถึงองค์ประกอบการสื่อสารด้านผู้ส่งสารไว้ว่า ผู้ส่งสารจะต้องมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนในการสื่อสาร มีความเข้าใจในเนื้อหาสาระที่จะสื่อสาร กระบวนการสื่อสาร มีทักษะการสื่อสารและมีทัศนคติที่ดีต่อผู้รับสารและสารที่จะส่งไป รวมไปถึงความสามารถเรื่องการปรับปรุงข้อมูลให้มีความเหมาะสมกับผู้รับสาร

2. ด้านสาร (Message)

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการสื่อสาร ด้านสาร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดในองค์ประกอบการสื่อสาร เป็นการสะท้อนให้เห็นว่า ข่าวสารที่ กฟผ. นำเสนอนั้น เนื้อหาข่าวสารมีความถูกต้องและเหมาะสม ต่อเนื่องทันสมัย มีการจัดลำดับเนื้อหาที่ดี ไม่สลับซับซ้อน มีการนำรูปภาพและสัญลักษณ์มาประกอบการนำเสนอ ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ชัดเจนและตรงประเด็น ซึ่งเป็นผลจากการที่ กฟผ. ให้ความสำคัญกับการคัดกรองและตรวจสอบเนื้อหาข่าวสารซึ่งเปรียบเสมือนตัวแทนทางความคิด ความต้องการของ กฟผ. อย่างละเอียดรอบคอบก่อนการนำเสนอทุกครั้ง เพื่อให้ประชาชนเกิดความสนใจได้ง่าย สามารถรับรู้และเข้าใจสารได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของ กฟผ. ซึ่งเป็นผู้ส่งสาร ได้อย่างรวดเร็ว และอีกเรื่องคือ เนื้อหาข่าวสารที่ กฟผ. นำเสนอนั้น มีความเหมาะสมสอดคล้องกับผู้อ่าน เพราะ กฟผ. ต้องการให้ผู้รับสารได้รับประโยชน์สูงสุดจากข่าวสารนั้น แต่ในเรื่องนี้ยังคงต้องมีการพัฒนาให้ดีขึ้นอีก เพราะถึงแม้ว่าในเรื่องนี้จะมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก แต่ก็ถือว่าน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับเรื่องอื่นๆ ในองค์ประกอบการสื่อสารด้านนี้ โดยอาศัยวิธีการคัดเลือกผู้รับสาร ซึ่งจะต้องมีการพิจารณาถึงลักษณะ สังคมและวัฒนธรรมของประชาชนอย่างละเอียดถี่ถ้วนมากขึ้น เพื่อให้ได้เนื้อหาข่าวสารที่เหมาะสมกับ ที่ประชาชนจะเข้าใจและนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและผู้อื่นให้ได้มากที่สุด นำมาซึ่งการยอมรับจากประชาชนที่จะมีต่อ กฟผ. มากขึ้น

จากการอภิปรายผลที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยค้นพบว่ามีความสอดคล้องกับแนวคิดของ Berlo (1960 : 7) ที่ได้กล่าวถึงองค์ประกอบการสื่อสารด้านสารไว้ว่า สารเป็นการถ่ายทอดความรู้ ความรู้สึก ความคิด ความต้องการและวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารซึ่งเป็นสัญลักษณ์ หรือเป็นสัญญาณนั้น อาจแสดงออกผ่านรูปแบบของรูปภาพ ตัวอักษร คำพูด กิริยาต่างๆก็ได้

3. ด้านช่องทางการสื่อสาร (Channel)

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการสื่อสาร ด้านช่องทางการสื่อสาร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยมากเป็นลำดับที่ 2 ในองค์ประกอบการสื่อสาร เป็นการสะท้อนให้เห็นว่า กฟผ. มีการนำเสนอข่าวสารผ่านช่องทางที่หลากหลาย ทั้งทางเว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ ผู้รับความคิดเห็น วิทยุ โทรทัศน์ โปสเตอร์ แผ่นพับ วารสาร และหนังสือพิมพ์ ที่ในการนำเสนอข่าวสารแต่ละครั้ง กฟผ. จะมีการพิจารณาว่าข่าวสารที่จะนำเสนอ รวมถึงประชาชนที่เป็นเป้าหมายในการรับสารมีความเหมาะสมที่จะใช้ช่องทางการสื่อสารแบบใด จึงจะทำให้การนำเสนอข่าวสารนั้นๆประสบความสำเร็จ ประชาชนได้รับข่าวสารที่ถูกต้องครบถ้วน รวดเร็ว ตรงตามวัตถุประสงค์ในการนำเสนอข่าวสารของ กฟผ. นอกจากนี้ กฟผ. ยังมีการนำเสนอข่าวสารและรับฟังความคิดเห็นผ่านการพูดคุย ทั้งแบบรายบุคคลและเป็นกลุ่มอีกด้วย กฟผ. ให้ความสำคัญกับช่องทางการสื่อสารนี้ เพราะว่าการนำเสนอผ่านช่องทางนี้เป็นการสื่อสารของ กฟผ. ต่อประชาชนโดยตรง ซึ่งช่องทางการสื่อสารนี้มีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนคือ ประชาชนที่จะได้ประโยชน์ หรือได้รับผลกระทบโดยตรงจากการดำเนินงานในเรื่องข่าวสารนั้นๆที่ กฟผ. ต้องการนำเสนอ แต่ในเรื่องนี้ยังคงต้องมีการพัฒนาให้ดีขึ้นอีก เพราะถึงแม้ว่าในเรื่องนี้จะมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก แต่ก็ถือว่าน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับเรื่องอื่นๆในองค์ประกอบการสื่อสารด้านนี้ โดยอาศัยการกำหนดแผนการดำเนินงานให้มีการนำเสนอข่าวสารและรับฟังความคิดเห็นผ่านการพูดคุย ทั้งแบบรายบุคคลและเป็นกลุ่ม รวมถึงเน้นให้มีความครอบคลุมกับประชาชนที่เป็นกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ประชาชนได้รับรู้และเข้าใจข่าวสาร รวมถึงการดำเนินงานของ กฟผ. ในเรื่องที่จะส่งผลกระทบต่อตนเองมากยิ่งขึ้นและ กฟผ. ก็จะได้รับทราบจากประชาชนมากยิ่งขึ้น

จากการอภิปรายผลที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยค้นพบว่ามีความสอดคล้องกับแนวคิดของ Berlo (1960 : 7) ที่ได้กล่าวถึงองค์ประกอบการสื่อสารด้านช่องทางการสื่อสารไว้ว่า การสื่อสารใดๆสิ่งที่มีความสำคัญมากอย่างหนึ่งคือ การเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารให้เหมาะสมกับสารที่จะสื่อ ความสามารถของผู้ส่งสารและผู้รับสาร เพื่อสารที่ต้องการจะส่งไปยังผู้รับสารได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของผู้ที่ส่งสารมา

4. ด้านผู้รับสาร (Receiver)

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการสื่อสาร ด้านผู้รับสาร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยมากเป็นลำดับที่ 3 ในองค์ประกอบการสื่อสาร เป็นการสะท้อนให้เห็นว่า ประชาชนกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้มีทัศนคติที่ดีในการรับข่าวสารจาก กฟผ. มีความรู้ในเรื่องข่าวสารที่ได้รับ สามารถนำข่าวสารที่ได้รับไปแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่นและมีความพร้อม เชื่อมั่นในข่าวสารที่ได้รับ ทั้งนี้เป็นเพราะว่า กฟผ. มีทัศนคติที่ดีต่อการนำเสนอข่าวสาร มีการคัดเลือกข่าวสารที่นำเสนอให้เหมาะสมสอดคล้องกับผู้รับสาร รวมถึงมีวิธีการถ่ายทอด การนำเสนอข่าวสารที่เหมาะสม ทำให้ประชาชนกลุ่มตัวอย่างสามารถรับฟัง คิดและเข้าใจข้อมูลที่ได้รับ แต่ในเรื่องนี้ยังคงต้องมีการพัฒนาให้ดีขึ้นอีก เพราะถึงแม้ว่าในเรื่องนี้จะมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก แต่ก็ถือว่าน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับเรื่องอื่นๆ ในองค์ประกอบการสื่อสาร ด้านนี้ โดยอาศัยการพัฒนาจากองค์ประกอบการสื่อสารที่ กฟผ. สามารถควบคุมได้คือ องค์ประกอบการสื่อสาร ด้านผู้ส่งสาร ด้านสารและด้านช่องทางการสื่อสาร เพราะถ้าผู้ส่งสารมีวิธีที่ดีในการส่งสารที่ดีที่ประชาชนจะเข้าใจได้ง่ายและนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง ผ่านช่องทางที่ดี ประชาชนผู้รับสารย่อมสามารถรับฟัง คิดและเข้าใจข้อมูลที่ได้รับได้

จากการอภิปรายผลที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยค้นพบว่ามีความสอดคล้องกับแนวคิดของ Berlo (1960 : 7) ที่ได้กล่าวถึงองค์ประกอบการสื่อสารด้านผู้รับสารไว้ว่า ผู้รับสารเป็นองค์ประกอบท้ายสุดของกระบวนการสื่อสาร ผู้รับสารจำเป็นต้องมีความสามารถในการสื่อสาร มีความสามารถในการถอดรหัสสารและวิเคราะห์ รวมทั้งทำความเข้าใจวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารได้ รวมถึงมีทัศนคติที่ดีต่อสาร ผู้ส่งสาร ทั้งยังต้องเป็นผู้ที่ต้องมีความคล้ายกันกับผู้ส่งสารในเรื่องของความรู้และวัฒนธรรม อันจะส่งผลให้การสื่อสารนั้นได้ผล

จากการอภิปรายผลระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการสื่อสารที่ได้กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า กฟผ. ควรมีการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นกว่าเดิม เพื่อการสื่อสารที่ประสบผลสำเร็จและเป็น การยกระดับการสื่อสารของ กฟผ. ต่อประชาชนให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล ซึ่งจากผลสรุปข้างต้น ผู้วิจัยพบว่ามีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรศุติ พิบูลศาสนสกุล (2554 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การสื่อสารเพื่อการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร ของบริษัท ทียูวีโรนแลนด์ (ประเทศไทย) จำกัด ผลการวิจัยพบว่า การสื่อสารเพื่อการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กรทั้งภายใน และภายนอก จะมีการแจ้งข้อมูลให้พนักงานและลูกค้าได้ทราบ เพื่อสร้างความไว้วางใจ มีรูปแบบ การสื่อสารที่มีการตอบโต้ระหว่างกันได้ เนื้อหาที่ใช้สื่อสารจะเป็นไปเพื่อการชี้แจงข้อมูล ให้ข้อมูล สั่งการและเพื่อประเมินผล โดยสื่อสารผ่านช่องทางหลัก ทั้งโทรศัพท์ โทรศัพท์เคลื่อนที่

ซึ่งทั้งหมดก็คือ การบริหารองค์ประกอบการสื่อสาร เพื่อให้บริษัทสามารถตอบสนองความต้องการของทุกๆฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

5.1.2 อภิปรายผลระดับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการสื่อสาร

การอภิปรายผลระดับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการสื่อสาร จะนำเสนอแยกเป็นรายด้านของประสิทธิภาพการสื่อสาร ทั้ง 3 ด้าน ดังต่อไปนี้

1. ด้านความน่าเชื่อถือ

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าระดับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการสื่อสาร ด้านความน่าเชื่อถือ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดในประสิทธิภาพการสื่อสาร เป็นการสะท้อนให้เห็นว่า ประชาชนกลุ่มตัวอย่างเชื่อถือ กฟผ. ว่าเป็นองค์กรที่ดำเนินงานเพื่อผลประโยชน์ของชาติ เพราะว่า กฟผ. มีการดำเนินงานที่แสดงให้เห็นว่าเป้าหมายสูงสุดคือเพื่อผลประโยชน์ของชาติและประชาชน ทั้งเรื่องการผลิตไฟฟ้าเพื่อใช้ภายในประเทศและจัดจำหน่ายไปยังต่างประเทศเพื่อสร้างรายได้ให้ประเทศไทย ยังรวมถึงเรื่องที่ กฟผ. มีการนำเสนอข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชน มีการนำเสนอข่าวสารผ่านสื่อที่สามารถส่งข่าวสารได้อย่างถูกต้องครบถ้วน ไม่ตกหล่น เพราะว่า กฟผ. มีการคัดเลือกสื่อที่จะใช้ส่งผ่านข่าวสารไปยังประชาชนอย่างละเอียดรอบคอบ เพื่อป้องกันความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นจากการเลือกใช้สื่อที่ผิดพลาด ข่าวสารที่น่าเสนอมีการอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลที่น่าเชื่อถือและตรวจสอบได้ เพราะว่า กฟผ. มีการพิจารณาอย่างรอบคอบว่าแหล่งที่มาของข่าวสารที่น่าเสนอนั้นมีความน่าเชื่อถือมากพอนอกจากนี้ กฟผ. ยังมีการนำเสนอข่าวสารอย่างเปิดเผย ตรงไปตรงมา เพราะว่า กฟผ. มุ่งเน้นที่จะให้ประชาชนได้รับประโยชน์อย่างสูงสุดจากข่าวสารที่น่าเสนอ อีกทั้ง กฟผ. ยังเป็นองค์กรรัฐวิสาหกิจ ที่การดำเนินงานทุกเรื่องจะต้องได้รับการตรวจสอบอย่างละเอียด ซึ่งรวมถึงเรื่องการสื่อสารต่อประชาชนด้วย ทำให้ในการนำเสนอข่าวสารของ กฟผ. นั้น จะต้องเป็นไปอย่างเปิดเผย เน้นความจริง แต่ในเรื่องนี้ยังคงต้องมีการพัฒนาให้ดีขึ้นอีก เพราะถึงแม้ว่าในเรื่องนี้จะมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก แต่ก็ถือว่าน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับเรื่องอื่นๆในประสิทธิภาพการสื่อสารด้านนี้ โดยอาศัยการยึดมั่นในหลักของการนำเสนอข่าวโดยเห็นแก่ประโยชน์ของประชาชนและประเทศชาติเป็นหลัก ชื่อสัตย์และยุติธรรมในการนำเสนอข่าวต่อประชาชน ประเทศชาติ ไม่มีการปิดบังข้อมูลที่สมควรเปิดเผย โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลที่ส่งผลกระทบต่อประชาชนและประเทศชาติ รวมถึงไม่นำเสนอข่าวสารที่เป็นเพียงการคาดเดาโดยไร้มูลเหตุของความเป็นจริง

จากการอภิปรายผลที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยค้นพบว่ามีความสอดคล้องกับแนวคิดของ วิจิตร อาวะกุล (2526 : 106) ที่ได้กล่าวถึงประสิทธิภาพการสื่อสารด้านความน่าเชื่อถือไว้ว่า หมายถึง การสื่อสารให้ประสบความสำเร็จนั้น จะต้องมีความเชื่อถือได้ในเรื่องของผู้ส่งข่าวสาร แหล่งข่าวสาร ที่จะต้องมีการอ้างอิงเพื่อให้ผู้รับสารเกิดความมั่นใจในการรับฟังข่าวสารและเชื่อถือในการนำเสนอข่าวสารครั้งต่อไป

2. ด้านความเหมาะสม

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าระดับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. ด้านความเหมาะสม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดในประสิทธิภาพการสื่อสาร เป็นการสะท้อนให้เห็นว่า ประชาชนกลุ่มตัวอย่างสามารถนำความรู้จากข่าวสารที่ได้รับไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อตัวเองและผู้อื่น เช่น ประชาชนได้รู้วิธีการประหยัดไฟฟ้าและนำไปบอกต่อผู้อื่นและ กฟผ. มีการนำเสนอข่าวสารผ่านสื่อประเภทต่างๆ ที่เข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็ว เพราะกฟผ. ต้องการให้ข่าวสารที่นำเสนอขึ้นส่งไปถึงประชาชนได้อย่างสมบูรณ์แบบ ดังนั้น กฟผ. จึงเลือกใช้สื่อที่ประชาชนจะเข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็ว โดยอาศัยการคัดเลือกสื่อที่จะใช้ในการนำเสนอข่าวสารอย่างละเอียดรอบคอบและที่ข่าวสารมีเนื้อหาที่ไม่มากเกินไป ตรงกับความสนใจของผู้อ่าน เพราะกฟผ. ต้องการให้ประชาชนได้รับประโยชน์อย่างสูงสุดและไม่เกิดความรู้สึกเบื่อหน่าย นอกจากนี้ยังรวมไปถึงเรื่องที่ กฟผ. นำเสนอข่าวสารที่สอดคล้องกับการดำเนินงานของตนเอง เพราะกฟผ. เป็นองค์กรที่ดำเนินงานเกี่ยวกับไฟฟ้า ดังนั้นข่าวสารที่นำเสนออีกจะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับไฟฟ้า ทั้งนี้ก็รวมไปถึงเรื่องอื่นๆที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชนด้วย แต่ในเรื่องนี้ยังคงต้องมีการพัฒนาให้ดีขึ้นอีก เพราะถึงแม้ว่าในเรื่องนี้จะมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก แต่ก็ถือว่าน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับเรื่องอื่นๆในประสิทธิภาพการสื่อสารด้านนี้ โดยอาศัยการยึดหลักนำเสนอข่าวที่เน้นเรื่องไฟฟ้า เริ่มตั้งแต่กระบวนการผลิต การใช้และการอนุรักษ์ เพื่อให้ประชาชนได้เกิดความรู้ ความเข้าใจใน กฟผ. มากยิ่งขึ้นและสามารถนำความรู้ ความเข้าใจที่ได้ไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์

จากการอภิปรายผลที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยค้นพบว่ามีความสอดคล้องกับแนวคิดของ วิจิตร อาวะกุล (2526 : 106) ที่ได้กล่าวถึงประสิทธิภาพการสื่อสารด้านความเหมาะสมไว้ว่า หมายถึง ความเหมาะสมและความกลมกลืนกับทางด้านวัฒนธรรมของสังคม ถือเป็นตัวชี้วัดสำคัญถึงการสื่อสารที่ดี โดยมีการใช้เครื่องมือสื่อสารเป็นส่วนประกอบ ความสำคัญจะอยู่ที่การใช้ภาษาท่าทางและคำพูดที่มีความเหมาะสมกับวัฒนธรรม หรือสภาพแวดล้อมนั้นๆ

3. ด้านความสม่ำเสมอและต่อเนื่อง

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าระดับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการสื่อสาร ด้านความสม่ำเสมอและต่อเนื่อง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยมากเป็นลำดับที่สองในประสิทธิภาพการสื่อสาร เป็นการสะท้อนให้เห็นว่า กฟผ. มีการนำเสนอข่าวสารอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง ทำให้ประชาชนสามารถจดจำและเข้าใจข่าวสารที่ได้รับได้เป็นอย่างดี เรื่องที่ กฟผ. มีการนำเสนอข่าวสารผ่านสื่อประเภทหลายครั้ง เป็นกระจายการนำเสนอข่าวสารผ่านสื่อที่หลากหลาย เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ เพราะ กฟผ. เล็งเห็นว่าประชาชนมีความแตกต่างกันในการเข้าถึงสื่อแต่ละประเภท จึงเลือกใช้สื่อแต่ละประเภทให้บ่อยครั้งเท่าๆกัน เพื่อกระจายโอกาสในการได้รับข่าวสารจาก กฟผ. ของประชาชนให้เท่าเทียมกัน เรื่องที่ข่าวสารในแต่ละเรื่องมีการนำเสนอหลายครั้ง เพราะว่า ข่าวสารในบางเรื่องมีความสำคัญ จำเป็นต้องให้ประชาชนได้รับรู้เข้าใจและบางเรื่องไม่สามารถเข้าใจได้ภายในการนำเสนอครั้งเดียว นอกจากนี้ กฟผ. มีการนำเสนอข่าวสารทุกๆสัปดาห์ / ทุกๆเดือน เพราะว่า กฟผ. ต้องการให้ประชาชน จดจำและเกิดการยอมรับ กฟผ. ให้มากขึ้นผ่านการนำเสนอข่าวสารเหล่านั้นด้วย แต่ในเรื่องนี้ยังคงต้องมีการพัฒนาให้ดีขึ้นอีก เพราะถึงแม้ว่าในเรื่องนี้จะมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก แต่ก็ถือว่าน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับเรื่องอื่นๆในประสิทธิภาพการสื่อสารด้านนี้ โดยอาศัยการวางแผนการดำเนินงานในการนำเสนอข่าวสารให้ได้ทุกๆสัปดาห์อย่างต่อเนื่อง โดยจะต้องเป็นแผนการดำเนินงานที่มีความชัดเจนละเอียดรอบคอบให้ได้มากที่สุด เพื่อป้องกันการขาดช่วงของการนำเสนอข่าวสารของ กฟผ. เพื่อแสดงความเป็นมืออาชีพในเรื่องการนำเสนอข่าวสารของ กฟผ. ให้ประชาชนได้เกิดความเชื่อมั่นต่อการยอมรับและมีทัศนคติที่ดี กฟผ. มากขึ้นอีกด้วย

ซึ่งจากการอภิปรายผลที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยค้นพบว่ามีความสอดคล้องกับแนวคิดของ วิจิตร อวาทกุล (2526 : 106) ที่ได้กล่าวถึงประสิทธิภาพการสื่อสารด้านความสม่ำเสมอและต่อเนื่องไว้ว่า หมายถึง การส่งข่าวสารกันอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง ไม่ทำให้การส่งข่าวสารขาดหายและไม่ต่อเนื่อง การย้ำ หรือการซ้ำ เพื่อเตือนความจำ หรือเปลี่ยนทัศนคติ จะทำให้การสื่อสารเกิดประโยชน์ได้อย่างสูงสุด

จากการอภิปรายผลระดับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการสื่อสารที่ได้กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า การสื่อสารของ กฟผ. ต่อประชาชนนั้นมีประสิทธิภาพ แต่ก็ควรพัฒนาให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อการบรรลุเป้าหมายของการสื่อสาร ซึ่งจะส่งผลดีต่อประชาชนผู้รับสารให้ได้รับประโยชน์จากการสื่อสารของ กฟผ. ต่อประชาชนมากยิ่งขึ้น จนเกิดการยอมรับ เชื่อถือ และมีทัศนคติที่ดีต่อ กฟผ. มากยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลดีต่อการดำเนินงานของ กฟผ. ในแง่ที่แรงต่อต้านจากประชาชนจะลดลง นอกจากนี้ยังถือเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร

รวมถึงเป็นการสนับสนุนให้ กฟผ. เป็นองค์กรที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากลอีกทางหนึ่งด้วย ซึ่งจากผลสรุปข้างต้น ผู้วิจัยพบว่ามีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Marya et al (2010) ได้ทำการศึกษาเรื่องบทบาทของวิวัฒนาการของการสื่อสารระหว่างองค์กร : การสร้างแบบจำลองทุนทางสังคมในบริบทภัยพิบัติ ซึ่งผลการวิจัยทำให้ค้นพบว่า ระบบขององค์กรสร้างจากการสื่อสารที่ดี ความสำเร็จขององค์กรขึ้นอยู่กับ การสื่อสารและความสำเร็จของการสื่อสารขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพการสื่อสาร การสื่อสารทำให้องค์กรเกิดความเข้าใจต่อชุมชนในยามที่มีภัยพิบัติ

5.2 อภิปรายผลองค์ประกอบการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ.

จากผลการวิจัย พบว่า องค์ประกอบการสื่อสาร ทั้งหมดเป็นตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 โดยมีการอภิปรายผลเรียงตามลำดับตามองค์ประกอบการสื่อสารที่มีอิทธิพลมากที่สุด ดังต่อไปนี้

1. องค์ประกอบการสื่อสารด้านผู้รับสาร (Receiver)

ผลการวิจัยพบว่าองค์ประกอบการสื่อสารด้านผู้รับสารส่งผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. มากที่สุด โดยที่ผู้รับสารคือ สิ่งที่บ่งบอกถึงประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. ได้ดีที่สุด การที่ผู้รับสารสามารถรับและเข้าใจสารได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารถือเป็นการแสดงออกถึงการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงของผู้รับสารย่อมทำให้ประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งจากผลการวิจัยนี้พบว่า กฟผ. มีองค์ประกอบการสื่อสารด้านผู้รับสารอยู่ในระดับมาก ดังนั้น กฟผ. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสาร กฟผ. ควรจะมีการพัฒนาในด้านผู้ส่งสาร แต่เนื่องจากผู้รับสารถือเป็นปัจจัยภายนอกที่ กฟผ. ไม่สามารถควบคุมได้โดยตรง ทำให้ กฟผ. จะต้องอาศัยการพัฒนาองค์ประกอบการสื่อสารด้านอื่นๆ ให้ส่งผลต่อมายังผู้รับสาร กล่าวคือ ถ้าผู้ส่งสารเป็นผู้ส่งสารที่ดีมีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องการสื่อสาร เลือกส่งสารที่ดีมีประโยชน์ มีเนื้อหาที่เข้าใจง่าย ผ่านช่องทางการสื่อสารที่เข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็ว มายังผู้รับสารที่มีความเหมาะสม ย่อมทำให้การสื่อสารนั้นๆ มีผู้รับสารที่สามารถรับและเข้าใจสารได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร

2. องค์ประกอบการสื่อสารด้านผู้ส่งสาร (Sender)

ผลการวิจัยพบว่าองค์ประกอบการสื่อสารด้านผู้ส่งสารส่งผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. โดยที่ผู้ส่งสารถือเป็นตัวกำหนดประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. ที่มีความสำคัญมาก การที่ผู้ส่งสารสามารถส่งสารไปยังผู้รับสารได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสารนั้น

หมายถึง การสื่อสารมีประสิทธิภาพ เท่ากับว่าถ้าผู้ส่งสารมีการเปลี่ยนแปลงยอมทำให้ประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. นั้นเปลี่ยนแปลงตาม ซึ่งจากผลการวิจัยนี้พบว่า กฟผ. มีองค์ประกอบ การสื่อสารด้านผู้ส่งสารอยู่ในระดับมาก ดังนั้น เพื่อการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น กฟผ. ควรพัฒนาโดยการทำให้ผู้ส่งสารสามารถส่งสารไปยังผู้รับสาร ได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร ซึ่งหมายถึงการที่ กฟผ. จะต้องมีการนำเสนอข่าวสารที่ถูกต้องและเชื่อถือได้ มีทัศนคติที่ดีต่อการนำเสนอข่าวสาร มีวิธีการถ่ายทอดและการนำเสนอข่าวสารที่เหมาะสม มีความพร้อมในการนำเสนอข่าวสารและมีความรู้ ความเข้าใจและข้อมูลเกี่ยวกับข่าวสารที่ต้องนำเสนอ

3. องค์ประกอบการสื่อสารด้านสาร (Message)

ผลการวิจัยพบว่าองค์ประกอบการสื่อสารด้านสารส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. โดยสารถือเป็นองค์ประกอบสำคัญในการกำหนดประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. การที่สารทำหน้าที่ถ่ายทอดวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารได้ ก็เท่ากับว่าการสื่อสารนั้นมีประสิทธิภาพ ดังนั้นถ้ามีการเปลี่ยนแปลงในเรื่องสาร ก็ย่อมทำให้ประสิทธิภาพการสื่อสารมีการเปลี่ยนแปลง ซึ่งจากผลการวิจัยนี้พบว่า กฟผ. มีองค์ประกอบการสื่อสารด้านสารอยู่ในระดับมาก ดังนั้น เพื่อการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น กฟผ. ควรพัฒนาโดยการทำให้สารทำหน้าที่ถ่ายทอดวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารได้ ซึ่งหมายถึงสารจะต้องมีความถูกต้องและเหมาะสม ต่อเนื่อง ทันสมัย มีการจัดลำดับที่ดี ไม่สลับซับซ้อน มีการใช้รูปภาพ สัญลักษณ์ประกอบการนำเสนอให้เข้าใจง่ายขึ้น มีการใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ชัดเจน ตรงประเด็นและมีความเหมาะสมสอดคล้องกับผู้รับสาร

4. องค์ประกอบการสื่อสารด้านช่องทางการสื่อสาร (Channel)

ผลการวิจัยพบว่าองค์ประกอบการสื่อสารด้านช่องทางการสื่อสารส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. โดยช่องทางการสื่อสารเป็นองค์ประกอบการสื่อสารที่มีความสำคัญมากองค์ประกอบหนึ่งในการทำให้การสื่อสารของ กฟผ. ต่อประชาชนมีประสิทธิภาพ การที่ช่องทางการสื่อสารสามารถทำหน้าที่นำส่งสาร จากผู้ส่งสาร ไปยังผู้รับสารได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร ถือว่าเป็นการแสดงให้เห็นถึงการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ดังนั้นถ้ามีการเปลี่ยนแปลงในเรื่องช่องทางการสื่อสาร ก็ย่อมทำให้ประสิทธิภาพการสื่อสารมีการเปลี่ยนแปลง ซึ่งจากผลการวิจัยนี้พบว่า กฟผ. มีองค์ประกอบการสื่อสารด้านช่องทางการสื่อสารอยู่ในระดับมาก ดังนั้น เพื่อการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น กฟผ. ควรพัฒนาโดยการทำให้ช่องทางการสื่อสารสามารถทำหน้าที่นำส่งสาร จากผู้ส่งสาร ไปยังผู้รับสารได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร ซึ่งหมายถึงจะต้องมีการนำเสนอข่าวสารผ่านช่องทางที่หลากหลาย เช่น เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ ผู้รับความคิดเห็น วิทยุ โทรทัศน์ ไปสเตอร์ แผ่นพับ วารสาร หนังสือพิมพ์ รวมถึงมีการนำเสนอข่าวสารและรับฟังความคิดเห็นผ่านการพูดคุย ทั้งแบบรายบุคคลและเป็นกลุ่ม เป็นต้น

จากการอภิปรายผลที่ได้กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า กฟผ. จะต้องมีการพัฒนาปัจจัยเหล่านี้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. ให้มีมากขึ้น แต่จะดำเนินการกับปัจจัยที่ กฟผ. สามารถควบคุมได้เพราะเป็นปัจจัยภายในคือ องค์ประกอบการสื่อสาร ด้านผู้ส่งสาร ด้านสารและด้านช่องทางการสื่อสาร โดยเริ่มตั้งแต่การวางแผนการดำเนินงานด้านการสื่อสาร ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ให้มีความครอบคลุม ละเอียดยุทธศาสตร์และชัดเจน รวมถึงการควบคุมและการตรวจสอบการดำเนินงานให้เป็นไปตามแผนการดำเนินงานที่จัดทำไว้ ซึ่งเมื่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. มีมากยิ่งขึ้น ประโยชน์ก็จะเกิดกับทั้งประชาชนและ กฟผ.

จากผลสรุปข้างต้น ผู้วิจัยพบว่ามีความสอดคล้องกับแนวคิดของ ปรมะ สตะเวทิน (2546 : 61) กล่าวว่า ประสิทธิภาพของการสื่อสารมีตัวกำหนดคือ องค์ประกอบของกระบวนการสื่อสาร ซึ่งวัดได้จากว่า ถ้าองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสารมีประสิทธิภาพสูง ประสิทธิภาพของการสื่อสารจะมากตามไปด้วย ในทางตรงกันข้ามถ้าประสิทธิภาพขององค์ประกอบของกระบวนการสื่อสารต่ำ ประสิทธิภาพของการสื่อสารก็จะต่ำไปด้วย นอกจากนี้ยังมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทองทิพพา วิริยะพันธุ์ (2550 : บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารขององค์กรธุรกิจ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารขององค์กรธุรกิจ มีทั้งหมด 7 ด้าน คือ 1. ด้านปริมาณข้อมูลข่าวสาร หมายถึง ปริมาณข้อมูลข่าวสารที่สื่อสารถึงกัน หรือที่ได้รับสามารถใช้ให้เป็นประโยชน์ได้ 2. ด้านคุณภาพของข้อมูล หมายถึง ข้อมูลที่ส่งไปถึงผู้รับรวดเร็ว ทันต่อความต้องการ 3. ด้านประสิทธิภาพของสื่อ/ช่องทางการสื่อสาร หมายถึง อีเมล โทรศัพท์ภายใน การติดประกาศของบริษัทและการแจ้งในที่ประชุม 4. ด้านประโยชน์และคุณค่าของข้อมูลข่าวสาร หมายถึง ข้อมูลข่าวสารสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ 5. ด้านข้อมูลข่าวสารไม่ถูกคัดแปลง หมายถึง ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับนั้นเชื่อถือได้โดยไม่ถูกคัดแปลง 6. ด้านระดับความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร หมายถึง ผู้ส่งข่าวสารเป็นบุคคลที่มีความน่าเชื่อถือ 7. ด้านศักยภาพ / เทคโนโลยีที่ใช้ในการสื่อสาร หมายถึง เทคโนโลยีที่ใช้ในการสื่อสารมีศักยภาพดีและทันสมัย รวมถึงยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ John and Joshua (2006). ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องสถาบันทฤษฎีของการสื่อสารองค์การ ซึ่งผลการวิจัยพบว่า การสื่อสารขององค์การจะมีประสิทธิภาพหรือไม่ขึ้นอยู่กับปฏิบัติ โดยมีคุณสมบัติขององค์การซึ่งอยู่ในรูปของกฎ ข้อกำหนด โครงสร้างความสัมพันธ์เป็นอีกหนึ่งตัวเสริม

5.3 อภิปรายผลสมการพยากรณ์อิทธิพลขององค์ประกอบการสื่อสารที่มีต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ.

สมการพยากรณ์ที่ได้สามารถพยากรณ์ประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. ได้ร้อยละ 47.50 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ ± 3.92 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ .69 ซึ่งสมการพยากรณ์สามารถแปลผลได้ดังนี้

เมื่อระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการสื่อสารมีค่าเท่ากับ 0 ประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. จะมีค่าคงที่คือ 14.98

เมื่อระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการสื่อสารด้านผู้รับสารเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. เพิ่มขึ้น .45 หน่วย แสดงให้เห็นว่า ถ้าประชาชนผู้รับสารมีความรู้ในเรื่องของข่าวสาร มีความพร้อม ความเชื่อมั่นในการรับข่าวสาร สามารถเข้าใจสาร มีการนำความรู้ไปแลกเปลี่ยนกับผู้อื่น รวมถึงมีทัศนคติที่ดีต่อข่าวสาร กฟผ. เพิ่มมากขึ้น ประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. จะเพิ่มมากขึ้นด้วย

เมื่อระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการสื่อสารด้านผู้ส่งสารเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. เพิ่มขึ้น .36 หน่วย แสดงให้เห็นว่า ถ้า กฟผ. มีความรู้ความเข้าใจและข้อมูลข่าวสารที่ต้องนำเสนอ มีวิธีการถ่ายทอดและนำเสนอข่าวสารที่เหมาะสม มีความพร้อมในการนำเสนอข่าวสาร มีทัศนคติที่ดีต่อการนำเสนอข่าวสาร มีการนำเสนอข่าวสารที่ถูกต้องและเชื่อถือได้เพิ่มมากขึ้น ประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. จะเพิ่มมากขึ้นด้วย

เมื่อระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการสื่อสารด้านสารเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. เพิ่มขึ้น .39 หน่วย แสดงให้เห็นว่า ถ้าสารมีเนื้อหาที่ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ชัดเจน ตรงประเด็น เหมาะสมสอดคล้องกับผู้อ่านเพิ่มมากขึ้น รวมถึงมีการใช้รูปภาพ สัญลักษณ์ ประกอบการนำเสนอให้เข้าใจง่ายขึ้นและมีการจัดลำดับที่ดี ไม่สลับซับซ้อน มีความถูกต้องและเหมาะสม ต่อเนื่อง ทันสมัยเพิ่มมากขึ้น ประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. จะเพิ่มมากขึ้นด้วย

เมื่อระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการสื่อสารด้านช่องทางการสื่อสารเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. เพิ่มขึ้น .43 หน่วย แสดงให้เห็นว่า ถ้าช่องทางการสื่อสารที่ กฟผ. มีการนำเสนอข่าวสารผ่านช่องทางที่หลากหลายและเหมาะสมกับข่าวสารและผู้อ่านเพิ่มมากขึ้น ประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. จะเพิ่มมากขึ้นด้วย

ซึ่งสมการพยากรณ์นี้ถือว่ามีความสามารถในการพยากรณ์แม่นยำพอสมควร จึงเป็นผลดีต่อ กฟผ. ถ้าจะมีการนำสมการพยากรณ์นี้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในด้านการสื่อสารของ กฟผ. ต่อประชาชน เพราะสมการพยากรณ์นี้สร้างขึ้นเพื่อการทำนายว่าตัวแปรอิสระซึ่งก็คือ ตัวแปร

พยากรณ์ เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นจะส่งผลต่อตัวแปรตามมากหรือน้อยแค่ไหน อย่างไรและ เป็นไปในทิศทางไหน จึงทำให้สมการพยากรณ์นี้สามารถเป็นตัวช่วยของผู้บริหารด้านการสื่อสาร ของ กฟผ. ในการกำหนดทิศทางการดำเนินงานด้านการสื่อสารของ กฟผ. ต่อประชาชน ในอนาคต ให้มีความเหมาะสม สอดคล้องกับการดำเนินงานของ กฟผ. พร้อมต่อการรับมือกับผลกระทบที่ อาจเกิดขึ้นจากองค์ประกอบการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ.และ สถานการณ์ด้านการสื่อสารที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาอีกด้วย ซึ่งทั้งหมดนี้จะส่งผลให้ เกิดการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ.และจะส่งผลดีต่อ กฟผ. โดยรวม เพราะการสื่อสาร เปรียบเสมือนการสร้างหน้าต่างขององค์การ ถ้ามีภาพลักษณ์ที่ดีจากมุมมองของภายนอกคือ ประชาชนทั่วไปและผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย ย่อมส่งผลให้ กฟผ. มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น ถือเป็น การยกระดับ กฟผ. ผู้การเป็นองค์กรสากล

5.4 อภิปรายผลแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารองค์กรของ กฟผ.

จากแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. ผู้วิจัยได้นำมาอภิปราย ผล เป็นรายด้านของประสิทธิภาพการสื่อสาร ดังต่อไปนี้

ด้านความน่าเชื่อถือ

1. กฟผ. ควรมีการพิจารณาทบทวนการนำเสนอข่าวสารเพื่อให้เกิดความเข้าใจใน ภารกิจ เหตุผลและความจำเป็นของ กฟผ. ที่จะนำมาซึ่งการยอมรับและเชื่อถือจาก ประชาชนว่า กฟผ. เป็นองค์กรที่ดำเนินการเพื่อประโยชน์ของประชาชนและประเทศชาติจริง โดยที่ กฟผ. ควรจะให้ความสำคัญกับการนำเสนอข่าวสารเรื่องการสร้างโรงไฟฟ้ามากเป็นพิเศษ เพราะเป็น ปัญหาสำคัญที่สร้างการไม่ยอมรับจากประชาชน เนื่องจากความไม่วางใจในผลกระทบที่อาจเกิดต่อ สิ่งแวดล้อมบริเวณโดยรอบพื้นที่โรงไฟฟ้า ดังนั้นการนำเสนอข่าวสารของ กฟผ. ควรจะเป็นไป อย่างเปิดเผย ตรงไปตรงมา ทั้งในเรื่องของประโยชน์ ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น รวมถึงการดูแล รักษาสิ่งแวดล้อมบริเวณโดยรอบพื้นที่โรงไฟฟ้า นอกจากนี้ยังต้องมีการดำเนินการที่เน้นการมีส่วนร่วม ของประชาชนให้มากขึ้นด้วย ซึ่งในแง่ของการสื่อสารควรมีการเปิดรับฟังความคิดเห็นของ ประชาชนให้มาก จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาปรับใช้ต่อไป เพื่อให้ประชาชนรู้สึกถึงความเป็นหนึ่ง เดียวกันกับ กฟผ. และนำมาซึ่งความเชื่อถือเป็น กฟผ.

2. กฟผ. ต้องนำเสนอข่าวสารที่มีแหล่งที่มาและสามารถตรวจสอบได้ ไม่เป็นเพียง การคาดเดาที่ไม่มีเหตุผลข้อเท็จจริง ไม่มีการใส่ความคิดเห็นของ กฟผ. ที่เป็นการลำเอียงเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อ กฟผ. มีความถูกต้องในเนื้อหาและเหมาะสมกับบริบทของข้อมูลนั้น รวมถึง

ควรมีการพัฒนาระบบและกลไกในการนำเสนอข่าวสาร ที่มีการระบุแหล่งที่มาและสามารถตรวจสอบได้ ให้ดียิ่งขึ้นอีกด้วย

3. กฟผ. ควรใช้ช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ สามารถนำเสนอข่าวสารจาก กฟผ. ได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน ไม่ตกหล่น หรือทำให้จุดประสงค์หลักของการนำเสนอข่าวสารเปลี่ยนแปลงไป ทั้งนี้สื่อที่ กฟผ. ควรเลือกใช้มากเป็นพิเศษคือ โทรทัศน์ เพราะเป็นสื่อที่เข้าถึงได้ง่ายและเป็นที่ยอมรับของประชาชน

4. กฟผ. ควรสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน โดยการจัดกิจกรรมต่างๆ อาทิ การให้ทุนการศึกษา การจัดกิจกรรมที่พาร่วมกันกับประชาชน เพราะกิจกรรมเหล่านี้ทำให้ประชาชนและ กฟผ. มีความสัมพันธ์อันดีต่อกันและประชาชนยอมรับ กฟผ. มากขึ้น

ด้านความเหมาะสม

1. การนำเสนอข่าวสารของ กฟผ. ต้องมีความเหมาะสมกับการดำเนินงานของ กฟผ. ฉะนั้น กฟผ. ต้องนำเสนอข่าวสารที่เน้นไปทางเรื่องของไฟฟ้า แต่ทั้งนี้ กฟผ. ก็ต้องให้ความสำคัญกับการนำเสนอข่าวสารที่เกี่ยวกับการตอบแทนสังคม การดูแลสิ่งแวดล้อมของ กฟผ. เช่นกัน เพราะ กฟผ. นั้นมีหลักในการดำเนินงานคือเพื่อประโยชน์ของประชาชนและประเทศชาติ

2. ข่าวสารที่ กฟผ. จะนำเสนอต้องมีความเหมาะสมกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ประชาชนจะนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ได้จริง ซึ่งความเหมาะสมนี้มีทั้งทางด้านเนื้อหาที่จะต้องใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ตรงกับความสนใจ ไม่ขัดกับวัฒนธรรม ประเพณีและพฤติกรรมด้านต่างๆและเหมาะสมกับความรู้ ความสามารถในการเข้าใจข่าวสารที่มีความแตกต่างค่อนข้างมาก รวมถึงต้องมีความเหมาะสมในเรื่องของปริมาณข่าวสาร ซึ่งในการนำเสนอแต่ละครั้งจะต้องไม่มากเกินไป เพราะจะทำให้ประชาชนเกิดความเบื่อหน่ายได้ง่าย โดยทั้งหมดนี้ต้องอาศัยการจัดการเรื่องสารอย่างเข้มงวด เพื่อให้ได้ข่าวสารที่มีความเหมาะสมที่สุดที่จะนำเสนอ

3. สื่อที่ กฟผ. เลือกใช้ในการนำเสนอข่าวสาร ต้องเน้นให้มีความเหมาะสมต่อบริบท การสื่อสารและประชาชนกลุ่มเป้าหมาย โดยจะต้องเป็นสื่อที่ประชาชนจะเข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็ว รวมถึงจะต้องมีความเหมาะสมกับบริบทของข่าวสารที่จะนำเสนอด้วย ซึ่งในเรื่องการคัดเลือกสื่อให้มีความเหมาะสมนั้น กฟผ. ต้องมีการพิจารณาที่เข้มงวดเป็นพิเศษ เพราะสื่อเปรียบเสมือนหน้าต่างของผู้ส่งสาร ซึ่งก็คือ กฟผ. ทั้งนี้การเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมจะส่งผลให้ประชาชนได้รับ ข่าวสารอย่างสมบูรณ์และตรงกับจุดประสงค์การสื่อสารมากที่สุด

ด้านความสม่ำเสมอและต่อเนื่อง

1. กฟผ. ต้องมีการนำเสนอข่าวสารต่อประชาชนอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องในทุกๆ สัปดาห์เป็นอย่างต่ำ หรือในทันทีที่มีข่าวสารที่พร้อมต่อการนำเสนอ ทั้งนี้ก็เพื่อให้ประชาชนจดจำ กฟผ. ในแง่ขององค์การที่มุ่งเน้นการดำเนินงานที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อประชาชนและประเทศชาติได้และนำมาซึ่งการยอมรับใน กฟผ. ซึ่งเป็นภารกิจหลักของ กฟผ. ในที่สุด

2. การนำเสนอข่าวสารของ กฟผ. ควรเป็นไปอย่างต่อเนื่อง เพื่อเน้นย้ำให้ประชาชนเกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง เพราะข่าวสารในบางเรื่องเข้าใจได้ยากและเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ในการสื่อสารของ กฟผ. ซึ่งหมายถึงการสื่อสารที่ประสบผลสำเร็จ

3. กฟผ. ต้องมีการกระจายการเลือกใช้สื่อให้ครอบคลุมกับความสามารถในการเข้าถึงสื่อของประชาชนที่มีความแตกต่างกันออกไปและควรมีการเลือกใช้สื่อแต่ละประเภท ให้จำนวนครั้งเฉลี่ยกันตามความเหมาะสมและความนิยมของของประชาชน ไม่ใช่การเลือกใช้สื่อเดียวซ้ำๆ ในการนำเสนอ เพราะอาจทำให้ประชาชนจำนวนไม่น้อยเสียโอกาสในการได้รับข่าวสารจาก กฟผ.

จากแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. ต่อประชาชน ที่ได้กล่าวมาข้างต้นนั้น ปัจจัยที่จะทำให้การพัฒนาประสบผลสำเร็จได้นั้นคือ การยอมรับจากประชาชน เพราะจะไม่มี การต่อต้าน การขัดขวางที่จะทำให้ดำเนินงานล่าช้าและไม่ประสบผลสำเร็จ รวมถึงการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูงของ กฟผ. ทั้งในเรื่องของงบประมาณและกำลังคนที่จะต้องมีความสามารถและจำนวนที่เพียงพอต่อปริมาณงาน เพื่อให้การสื่อสารของ กฟผ. ต่อประชาชนประสบผลสำเร็จและนำมาซึ่งประโยชน์ที่จะเกิดกับประชาชนและประเทศชาติ

บทที่ 6

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยและการอภิปรายผลการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. เป็นการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ หรือแบบผสม (Mixed Methods) ซึ่งผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ ได้ดังที่จะนำเสนอต่อไปนี้

6.1 สรุปผลการวิจัย

6.2 ข้อเสนอแนะการวิจัย

6.1 สรุปผลการวิจัย

6.1.1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างจำนวน จำนวน 397 คน ผลการวิจัยมีข้อค้นพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 51.10 มีอายุ 38-47 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.90 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 38.00 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 16.60 และมีพื้นที่อาศัยอยู่ในตำบลพะยอม คิดเป็นร้อยละ 25.70

6.1.2 ระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการสื่อสารและประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ.

6.1.2.1 ระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการสื่อสาร

ระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการสื่อสาร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{x} 3.91, S.D. .44) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยที่มากที่สุดคือ ด้านผู้ส่งสาร รองลงมาคือ ด้านช่องทางการสื่อสาร ด้านผู้รับสาร และด้านสาร ตามลำดับ เป็นการสะท้อนให้เห็นผล ดังนี้

1. ด้านผู้ส่งสาร

กฟผ. เป็นองค์การรัฐวิสาหกิจที่ต้องมีการตรวจสอบการดำเนินงานอย่างละเอียด มีเป้าหมายเพื่อประโยชน์ของประชาชนและประเทศชาติ กฟผ. จึงมีทัศนคติที่ดีในการนำเสนอข่าวสาร มีความพร้อมในการนำเสนอข่าวสาร มีการนำเสนอข่าวสารที่เชื่อถือได้ โดยใช้วิธีการนำเสนอข่าวสารที่เหมาะสม รวมถึงมีความเข้าใจในข่าวสารที่จะนำเสนอเป็นอย่างดี เพราะส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับไฟฟ้า แต่ทั้งนี้ กฟผ. ก็ยังต้องพัฒนาในด้านนี้ โดยอาศัยการตรวจสอบมาตรฐานในการนำเสนอข่าวสารที่เข้มงวดยิ่งขึ้น

2. ด้านสาร

กฟผ. มีการนำเสนอข่าวสารที่เนื้อหามีความถูกต้อง เหมาะสมกับทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร เนื้อหาไม่ซับซ้อน มีการนำรูปภาพมาใช้ประกอบการนำเสนอ ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย เนื่องจาก กฟผ. มีความเข้มงวดในการตรวจสอบ คัดกรองสารก่อนการนำเสนอทุกครั้ง เพราะ กฟผ. ถือว่า สารเป็นตัวแทนทางความคิดของ กฟผ. แต่ทั้งนี้ กฟผ. ก็ยังต้องพัฒนาในด้านนี้ โดยอาศัยความเข้มงวดในการคัดเลือกการนำเสนอข่าวสาร ให้มีความเหมาะสมกับผู้รับสารที่มีความแตกต่างกันค่อนข้างมากให้มากยิ่งขึ้น

3. ด้านช่องทางการสื่อสาร

เนื่องจาก กฟผ. ให้ความสำคัญกับการสื่อสารได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร กฟผ. จึงนำเสนอข่าวสารผ่านช่องทางที่หลากหลาย ซึ่งเข้าถึงได้ง่าย รวดเร็ว เพื่อให้เหมาะสมกับผู้รับสาร ที่มีความสามารถในการเข้าถึงช่องทางการสื่อสารที่แตกต่างกันออกไป แต่ กฟผ. ก็ยังต้องพัฒนาในด้านนี้ โดยอาศัยการเน้นในการนำเสนอข่าวสารและรับฟังความคิดเห็นผ่านการพูดคุยทั้งแบบรายบุคคลและรายกลุ่ม เพราะจะทำให้ กฟผ. ได้สื่อสารกับผู้รับสารโดยตรง

4. ด้านผู้รับสาร

ประชาชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ มีทัศนคติที่ดีในการรับข่าวสารจาก กฟผ. มีความรู้ในข่าวสารที่ได้รับ มีความเชื่อมั่นในข่าวสารที่ได้รับ รวมถึงสามารถเข้าใจข่าวสารที่ได้รับได้เป็นอย่างดี ทำให้ กฟผ. ต้องมีการพัฒนาองค์ประกอบการสื่อสารด้านผู้ส่งสาร สาร และช่องทางการสื่อสารให้ดียิ่งขึ้น เพราะถ้าผู้ส่งสารมีวิธีการที่ดีในการส่งสารที่เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อนผ่านช่องทางการสื่อสารที่เข้าถึงง่าย รวดเร็ว ผู้รับสารย่อมสามารถเข้าใจสารที่ได้รับได้เป็นอย่างดีและเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร

6.1.2.2 ระดับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการสื่อสาร

ระดับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการสื่อสาร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{x} 3.95, S.D. .44) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยที่มาก

ที่สุดคือ ด้านความน่าเชื่อถือ รองลงมาคือ ด้านความสม่ำเสมอและต่อเนื่อง และด้านความเหมาะสมตามลำดับ เป็นการสะท้อนให้เห็นผล ดังนี้

1. ด้านความน่าเชื่อถือ

กฟผ. เป็นองค์การรัฐวิสาหกิจที่ประชาชนเชื่อถือว่าดำเนินงานเพื่อผลประโยชน์ของประเทศชาติ เพราะ กฟผ. นำเสนอข่าวสารอย่างเปิดเผย ข่าวสารที่นำเสนอมีการอ้างอิงแหล่งที่มาและนำเสนอผ่านสื่อที่สามารถส่งข่าวสารได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน เป็นผลมาจาก กฟผ. ให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือที่จะนำมาซึ่งการยอมรับจากประชาชน ซึ่งถือเป็นเป้าหมายหลักในการดำเนินงานด้านการสื่อสารของ กฟผ.

2. ด้านความเหมาะสม

กฟผ. เน้นการนำเสนอข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับไฟฟ้า เพราะสอดคล้องกับการดำเนินงานของ กฟผ. รวมทั้ง กฟผ. นำเสนอข่าวสารที่ตรงกับความสนใจของผู้รับสารและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ โดยนำเสนอผ่านสื่อที่ผู้รับสารเข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็ว เป็นผลมาจาก กฟผ. มองว่าความเหมาะสมคือสิ่งสำคัญที่จะทำให้การสื่อสารของ กฟผ. ต่อประชาชนประสบความสำเร็จตามที่ตั้งเป้าหมายไว้

3. ด้านความสม่ำเสมอและต่อเนื่อง

กฟผ. มีการนำเสนอข่าวสารเป็นประจำ ข่าวสารแต่ละเรื่องจะมีการนำเสนอหลายครั้ง เพื่อให้ผู้รับสารจดจำได้ ซึ่งในการนำเสนอข่าวสารนั้นจะใช้สื่อประเภทละหลายครั้งเพื่อเป็นการกระจายโอกาสในการเข้าถึงสื่อของผู้รับสาร ซึ่งเป็นผลมาจาก กฟผ. ต้องการให้ประชาชนผู้รับสารจดจำข่าวสารที่ กฟผ. นำเสนอได้ รวมถึงจดจำตัว กฟผ. เองได้ด้วย เพราะเป็นอีกหนึ่งสิ่งที่จะนำมาซึ่งการยอมรับจากประชาชน

6.1.3 องค์ประกอบการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ.

จากการวิจัยพบว่า องค์ประกอบการสื่อสาร ด้านผู้รับสาร (Receiver) ด้านผู้ส่งสาร (Sender) ด้านสาร (Message) และด้านช่องทางการสื่อสาร (Channel) ทั้งหมดเป็นตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ทำให้วิเคราะห์ได้ว่า ผู้รับสารคือ สิ่งที่บอกถึงประสิทธิภาพของการสื่อสารได้ดีที่สุด เพราะถ้าผู้รับสารเข้าใจสารที่ส่งมาได้ ก็แสดงว่าการสื่อสารนั้นมีประสิทธิภาพ ส่วนผู้ส่งสารคือ ตัวกำหนดประสิทธิภาพการสื่อสาร โดยการส่งข่าวสารไปยังผู้รับสารได้อย่างตรงตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสารนั้น ก็ถือได้ว่าการสื่อสารนั้นมีประสิทธิภาพ ส่วนสาร ถ้าสารสามารถทำหน้าที่ถ่ายทอดวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารได้ ก็เท่ากับว่าการสื่อสารนั้นมีประสิทธิภาพและในส่วนขอ

ช่องทางการสื่อสาร การที่ช่องทางการสื่อสารสามารถทำหน้าที่นำส่งสาร จากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร ก็ถือได้ว่าเป็นการแสดงให้เห็นถึงการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเช่นกัน ดังนั้น กฟผ. จะต้องมีการวางแผนการดำเนินงานให้มีละเอียดและชัดเจน มีความครอบคลุมกับองค์ประกอบการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. ที่ กฟผ. สามารถควบคุมได้เพราะเป็นปัจจัยภายในคือ องค์ประกอบการสื่อสาร ด้านผู้ส่งสาร ด้านสาร และด้านช่องทางการสื่อสาร รวมถึงมีการตรวจสอบและประเมินผลการดำเนินงาน เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับใช้กับการดำเนินงานด้านการสื่อสารต่อไป

6.1.4 สมการพยากรณ์อิทธิพลขององค์ประกอบการสื่อสารที่มีต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ.

สมการพยากรณ์อิทธิพลขององค์ประกอบการสื่อสารที่มีต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. คือ ประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. = $14.98 + .45(\text{ผู้รับสาร}) + .36(\text{ผู้ส่งสาร}) + .39(\text{สาร}) + .43(\text{ช่องทางการสื่อสาร})$ สมการพยากรณ์นี้มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ .69 สามารถพยากรณ์ประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. ได้ร้อยละ 47.50 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ ± 3.92 ซึ่งการเพิ่มขึ้นของตัวแปรพยากรณ์ในสมการพยากรณ์ทั้งผู้รับสารสามารถเข้าใจสารที่ส่งมาจากผู้ส่งสารได้ดียิ่งขึ้น ผู้ส่งสารสามารถส่งสารไปยังผู้รับสารได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสารมากยิ่งขึ้น สารมีเนื้อหาที่ใช้ภาษาที่เข้าใจได้ง่ายมากยิ่งขึ้น ช่องทางการสื่อสารสามารถนำส่งสารได้ง่ายและรวดเร็วมากยิ่งขึ้นนั้น ก็จะทำให้ประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. เพิ่มขึ้นด้วย ซึ่งสมการพยากรณ์นี้ถือว่าให้ความแม่นยำพอสมควร ถ้า กฟผ. มีการนำสมการพยากรณ์นี้ไปใช้เป็นส่วนหนึ่งในการช่วยกำหนดแผนการดำเนินงานด้านการสื่อสารของ กฟผ. ต่อประชาชน ในอนาคต ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ก็จะเป็นผลดีต่อ กฟผ. ในแง่ของการเตรียมความพร้อมในการรับมือกับสถานการณ์ด้านการสื่อสารที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาอีกด้วย รวมถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากองค์ประกอบการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ.

6.1.5 แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ.

ด้านความน่าเชื่อถือ

1. กฟผ. ต้องมีการพิจารณาทบทวนการนำเสนอข่าวสาร เพื่อให้ประชาชนเกิดความเข้าใจในภารกิจ เหตุผลและความจำเป็นของ กฟผ. ที่จะนำมาซึ่งการยอมรับและเชื่อถือจากประชาชนและควรให้ความสำคัญกับการนำเสนอข่าวสารเรื่องการสร้างโรงไฟฟ้า เพราะเป็นเรื่องที่มี

การต่อต้านจากประชาชน โดยจะต้องมีการนำเสนอข่าวสารอย่างตรงไป ตรงมา ทั้งในเรื่องประโยชน์ และผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น เพื่อให้ประชาชนเข้าใจและไว้วางใจในการดำเนินงานของ กฟผ.

2. กฟผ. ต้องนำเสนอข่าวสารที่มีแหล่งที่มาและสามารถตรวจสอบได้ จะต้องไม่ใช่ ข่าวสารที่เป็นเพียงการคาดเดา โดยปราศจากข้อเท็จจริง รวมถึงควรมีการพัฒนาระบบและกลไกในการนำเสนอข่าวสารที่มีการระบุแหล่งที่มาและสามารถตรวจสอบได้ ให้ดียิ่งขึ้นอีกด้วย

3. การนำเสนอข่าวสารของ กฟผ. ควรมีการนำเสนอในช่องทางการสื่อสารที่มี ประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งประชาชนต้องเข้าถึงได้ง่าย รวดเร็ว

4. กฟผ. ควรสร้างการมีส่วนร่วมกับประชาชน โดยอาศัยการจัดกิจกรรม อาทิ การให้ทุนการศึกษา การจัดกิจกรรมกีฬา เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีและทำให้ประชาชนเกิดการยอมรับ กฟผ. มากขึ้น

ด้านความเหมาะสม

1. การนำเสนอข่าวสารของ กฟผ. ต้องเน้นหนักไปทางเรื่องของไฟฟ้า เพราะ สอดคล้องกับการดำเนินงานของ กฟผ. แต่เนื่องจาก กฟผ. นั้นมีหลักในการดำเนินงานคือเพื่อ ประโยชน์ของประชาชนและประเทศชาติ ทำให้ กฟผ. ต้องให้ความสำคัญกับการนำเสนอข่าวสาร ที่เกี่ยวกับการตอบแทนสังคมของ กฟผ. ด้วยเช่นกัน

2. ข่าวสารที่ กฟผ. จะนำเสนอประชาชนจะต้องนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ได้จริงและ จะต้องใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ตรงกับความสนใจ ไม่ขัดกับวัฒนธรรม ประเพณีและพฤติกรรม ด้านต่างๆ เหมาะสมกับความรู้ ความสามารถในการเข้าใจข่าวสารที่มีความแตกต่างค่อนข้างมาก ทั้งนี้ปริมาณข่าวสารที่นำเสนอในแต่ละครั้งจะต้องไม่มากจนทำให้เกิดความเบื่อหน่าย โดยทั้งหมด นี้ต้องอาศัยการจัดการเรื่องสารอย่างเข้มงวด เพื่อให้ได้ข่าวสารที่มีความเหมาะสมที่สุดที่จะนำเสนอ

3. สื่อที่ กฟผ. เลือกใช้จะต้องเป็นสื่อที่ประชาชนจะเข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็ว ซึ่ง กฟผ. ต้องมีการพิจารณาที่เข้มงวดเป็นพิเศษในการคัดเลือกสื่อ เพราะการเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมจะส่งผล ให้ประชาชนได้รับข่าวสารอย่างสมบูรณ์และตรงกับจุดประสงค์การสื่อสารมากที่สุด

ด้านความสม่ำเสมอและต่อเนื่อง

1. กฟผ. จะต้องนำเสนอข่าวสารต่อประชาชนทุกๆ สัปดาห์ หรือทันทีที่มีข่าวสารที่ พร้อมนำเสนอ เพื่อทำให้ประชาชนจดจำ กฟผ. ในแง่องค์กรที่เน้นการดำเนินงานเพื่อประโยชน์ของ ประชาชนและประเทศชาติได้ นำมาซึ่งการยอมรับใน กฟผ. ซึ่งเป็นภารกิจหลักของ กฟผ. ในที่สุด

2. ข่าวสารต้องมีการนำเสนออย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ประชาชนเกิดความเข้าใจที่ถูกต้องตามจุดประสงค์ของ กฟผ. ซึ่งหมายถึงการสื่อสารที่ประสบผลสำเร็จ

3. กฟผ. ต้องกระจายการเลือกใช้สื่อแต่ละประเภทให้จำนวนครั้งเฉลี่ยกันตามความเหมาะสมและความนิยมของของประชาชน เพื่อให้ครอบคลุมกับความสามารถในการเข้าถึงสื่อของประชาชนที่มีความแตกต่างกันออกไป

จากแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. ต่อประชาชน ที่ได้กล่าวมาข้างต้นนั้น ปัจจัยที่จะทำให้การพัฒนาประสบผลสำเร็จ นำมาซึ่งประโยชน์ที่จะเกิดกับประชาชนและประเทศชาติได้นั้นคือ การยอมรับจากประชาชน รวมถึงการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูงของ กฟผ. ทั้งในเรื่องของงบประมาณ กำลังคนที่จะต้องมีความสามารถและจำนวนที่เพียงพอต่อปริมาณงาน

6.2 ข้อเสนอแนะการวิจัย

6.2.1 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

6.2.1.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1) กำหนดนโยบาย เป้าหมายการดำเนินงานและแผนการดำเนินงานเรื่องการสื่อสารของ กฟผ. ต่อประชาชน ให้ชัดเจน ครอบคลุมการดำเนินงานทั้งในระยะสั้นและระยะยาว โดยเน้นให้มีการกำหนดนโยบายที่สนับสนุนการส่งเสริมความสามารถของพนักงาน โดยการจัดการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาความสามารถด้านการสื่อสาร ที่จะนำมาประยุกต์ใช้กับการปฏิบัติงานได้เพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้ปฏิบัติงานได้ตามนโยบาย เป้าหมายการดำเนินงานและแผนการดำเนินงานที่กำหนด

2) สร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการสื่อสารต่อประชาชน กับหน่วยงานอื่นที่มีการดำเนินงานใกล้เคียงกันเช่น กฟน. หรือ กฟภ. ในการสื่อสารข้อมูลเรื่องไฟฟ้าและเรื่องอื่นๆที่มีความเกี่ยวข้องกันที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชน ซึ่งถือเป็นการยกระดับความสามารถในการสื่อสารต่อประชาชนของทั้ง กฟผ. และหน่วยงานอื่นๆ ให้เพิ่มมากขึ้น และทำให้ประชาชนได้รับประโยชน์จากความร่วมมือดังกล่าวอีกด้วย

6.2.1.2 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1) กฟผ. ควรมีการติดตามผลการสื่อสารของ กฟผ. ต่อประชาชน อย่างต่อเนื่อง ทั้งในแง่ของความต้องการ รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคต่างๆที่เกิดขึ้น เพื่อนำข้อมูลที่จะได้จากการสำรวจมาปรับใช้กับการดำเนินงานในเรื่องการสื่อสารของ กฟผ. ต่อประชาชนให้ดีขึ้น

2) กฟผ. ควรนำเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้ในการสื่อสารของ กฟผ. ต่อประชาชน เพราะจะทำให้การสื่อสารของ กฟผ. เป็นไปอย่างรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์มากยิ่งขึ้น ทั้งในแง่ของการให้บริการด้านข้อมูลที่ต้องการและการส่งข่าวสารไปยังประชาชน

6.2.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับผู้สนใจศึกษาแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. เพื่อการทำวิจัยในครั้งต่อไป ดังนี้

1. ควรมีการศึกษาเชิงคุณภาพกับประชาชนเกี่ยวกับสภาพปัจจุบัน ปัญหาและอุปสรรคต่างๆ รวมถึงความคาดหวังเกี่ยวกับการสื่อสารของ กฟผ. ต่อประชาชน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความละเอียดมากขึ้นในการนำไปจัดทำ แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. ที่มีความครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

2. ควรมีการศึกษาในส่วนของความคิดเห็นจากพนักงานฝ่ายสื่อสารองค์กรของ กฟผ. ในระดับปฏิบัติการว่ามีระดับความคิดเห็นเป็นอย่างไรต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. รวมถึงสอบถามถึงข้อเสนอแนะเพิ่มเติม แล้วนำมาวิเคราะห์ประกอบกับข้อมูลในส่วนอื่นๆ เพื่อให้ได้แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. ที่มีความครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

3. ควรมีการศึกษาเชิงเปรียบเทียบเกี่ยวกับองค์กรที่มีการดำเนินงานคล้ายกัน เช่น การไฟฟ้านครหลวง หรือ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เพราะเป็นองค์กรที่ดำเนินงานด้านไฟฟ้าเช่นเดียวกัน เพื่อให้เห็นถึงความแตกต่างในด้านต่างๆ รวมถึงข้อเด่นและข้อด้อยที่มี

แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย
APPROACHES FOR COMMUNICATION EFFICIENCY DEVELOPMENT OF EGAT

บัว เอ็นที 5637083 SHPP/M

รป.ม. (นโยบายสาธารณะและการจัดการภาครัฐ)

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : ภัทร์ พลอยแหวน, Ph.D., สมบูรณ์ ศิริธรรมิรัญ, Ph.D.,
นภเรณู ตัจจรักษ์ วีระฐิติ, Ph.D.,

บทสรุปแบบสมบูรณ

1. บทนำ

การสื่อสารเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการดำเนินการในสิ่งต่างๆ เพราะจะเป็นสิ่งที่ทำหน้าที่ให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ เชื่อมโยงและประสานงานให้การดำเนินการนั้นๆเป็นไปตามวัตถุประสงค์ จึงเป็นสิ่งที่ทุกภาคส่วนควรให้ความสำคัญต่อกระบวนการสื่อสารและการสื่อสาร ถือได้ว่ามีความสำคัญต่อการบริหารงานขององค์กร ในส่วนงานการบริหารใดๆล้วนแล้วแต่ต้องอาศัยการสื่อสารเพื่อให้ประสบผลสำเร็จและเกิดประสิทธิภาพและในการสื่อสารในทุกครั้งจะต้องมีวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร ที่อาจแตกต่างกันไป เช่นเรื่องการสื่อสารองค์กร ซึ่งมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนคือ การสื่อสารข้อมูลขององค์กรทั้งภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย หรือ กฟผ. เป็นอีกองค์กรหนึ่งที่สำคัญกับการสื่อสารองค์กร โดยเฉพาะการสื่อสารองค์กรของ กฟผ. ต่อประชาชน

จากความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยจึงเลือกจัดทำกรวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารของ การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย” โดยจะศึกษาระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการสื่อสาร ระดับประสิทธิภาพและองค์ประกอบการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. เพื่อนำมาสร้างสมการพยากรณ์อิทธิพลขององค์ประกอบการสื่อสารที่มีต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. และเพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกศึกษาเฉพาะเรื่องการสื่อสารองค์กรของ กฟผ. ต่อประชาชน ผู้วิจัยได้เลือกประชาชน อำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็น

กรณีศึกษา ซึ่งผลการวิจัยที่จะได้จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ จะทำให้ทราบระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการสื่อสารและประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. ทราบองค์ประกอบการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. และได้แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการดำเนินงานด้านการสื่อสารองค์การของ กฟผ. และอาจนำไปประยุกต์ใช้กับหน่วยงานอื่นทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อหน่วยงานนั้นๆ ได้ ซึ่งผู้วิจัยหวังว่าข้อมูลดังกล่าวจะสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. ให้มีการส่งต่อข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพและเพื่อช่วยให้ กฟผ. ก้าวสู่การเป็นองค์กรชั้นนำในกิจการไฟฟ้าในระดับสากลต่อไป

2. บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการสื่อสารและประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. 2) เพื่อศึกษาองค์ประกอบการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. 3) เพื่อสร้างสมการพยากรณ์อิทธิพลขององค์ประกอบการสื่อสารที่มีต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. 4) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยใช้เครื่องมือแบบสอบถามกับประชาชนใน อ.วังน้อย จ.พระนครศรีอยุธยา จำนวน 397 คน วิเคราะห์โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความถี่ ร้อยละ รวมถึงใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหาและวิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบเป็นขั้นตอน ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารในฝ่ายสื่อสารองค์กร กฟผ. จำนวน 3 คน วิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการสื่อสารมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยที่มากที่สุดคือ ด้านผู้ส่งสาร(3.98) รองลงมาคือ ด้านช่องทางการสื่อสาร (3.96) ด้านผู้รับสาร(3.94) และด้านสาร(3.78) ตามลำดับ ระดับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการสื่อสารมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยที่มากที่สุดคือ ด้านความน่าเชื่อถือ(4.01) รองลงมาคือ ด้านความสม่ำเสมอและต่อเนื่อง(3.95) และด้านความเหมาะสม(3.90) ตามลำดับ 2) องค์ประกอบการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. คือ ผู้รับสาร ผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการสื่อสาร มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 3) สมการพยากรณ์อิทธิพลขององค์ประกอบการสื่อสารที่มีต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. คือ ประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. = 14.98 + .45(ผู้รับสาร) + .36(ผู้ส่งสาร) + .39(สาร) + .43(ช่องทางการสื่อสาร) สามารถพยากรณ์ประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. ได้ร้อยละ

47.50 4) แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. เป็นดังนี้ ด้านความน่าเชื่อถือ เน้นให้ประชาชนเชื่อถือ กฟผ. โดยการพิจารณาทบทวนการนำเสนอข่าวสาร ซึ่งข่าวสารต้องมีแหล่งที่มาและใช้สื่อที่ประชาชนเข้าถึงง่าย ด้านความเหมาะสม เน้นความเหมาะสมทั้งกับประชาชนและ กฟผ. ในเรื่องของเนื้อหาข่าวสารและสื่อที่ใช้ ด้านความสม่ำเสมอและต่อเนื่อง เน้นให้ข่าวสารและ กฟผ. เป็นที่จดจำและนำมาซึ่งการยอมรับจากประชาชน

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย สำหรับ กฟผ. ในเรื่องการสื่อสารต่อประชาชน

1) กำหนดนโยบาย เป้าหมายการดำเนินงานและแผนการดำเนินงานเรื่องการสื่อสารของ กฟผ. ต่อประชาชน ให้ชัดเจน ครอบคลุมการดำเนินงานทั้งในระยะสั้นและระยะยาว โดยเน้นให้มีการกำหนดนโยบายที่สนับสนุนการส่งเสริมความสามารถของพนักงาน โดยการจัด การฝึกอบรมเพื่อพัฒนาความสามารถด้านการสื่อสาร 2) สร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการสื่อสารต่อประชาชน กับหน่วยงานอื่นที่มีการดำเนินงานใกล้เคียงกันเช่น การไฟฟ้านครหลวง หรือการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ซึ่งถือเป็นการยกระดับความสามารถในการสื่อสารต่อประชาชนของทั้ง กฟผ. และหน่วยงานอื่นๆ ให้เพิ่มมากขึ้นและทำให้ประชาชนได้รับประโยชน์จากความร่วมมือดังกล่าวอีกด้วย

3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการสื่อสารและประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ.
2. เพื่อศึกษาองค์ประกอบการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ.
3. เพื่อสร้างสมการพยากรณ์อิทธิพลขององค์ประกอบการสื่อสารที่มีต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ.
4. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ.

4. ขอบเขตของการวิจัย

4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาเฉพาะการสื่อสารองค์การของ กฟผ. ตามความคิดเห็นของประชาชน ตามหลักทฤษฎีการสื่อสาร SMCR ของเบอร์โล (David K. Berlo) ซึ่งประกอบไปด้วยองค์ประกอบการสื่อสารคือ ผู้ส่งสาร (Sender) สาร (Message) ช่องทางการสื่อสาร (Channel) และผู้รับสาร (Receiver) และทำการพยากรณ์อิทธิพลขององค์ประกอบการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ.

4.2 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรคือ ประชาชนในอำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งเป็นอำเภอที่อยู่ในพื้นที่ให้บริการของ กฟผ. และผู้ให้ข้อมูลสำคัญคือ ผู้บริหารในฝ่ายสื่อสารองค์การของ กฟผ. ที่ กฟผ. อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี

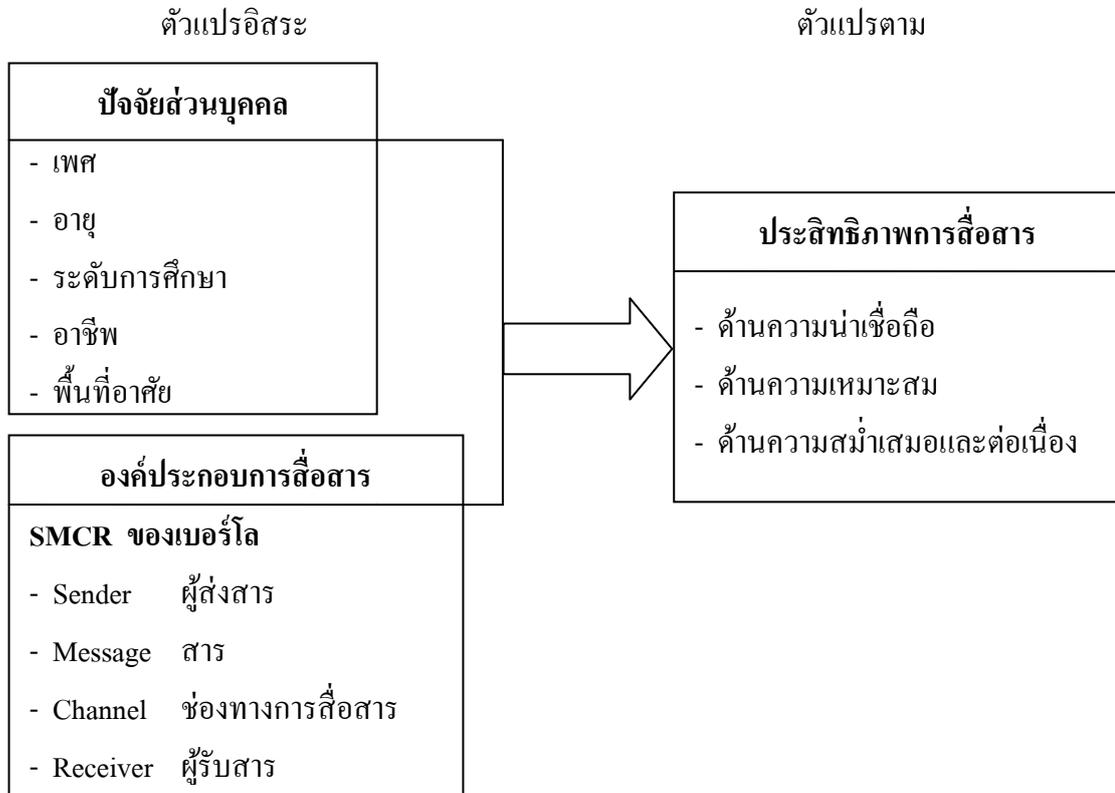
4.3 ขอบเขตด้านสถานที่การศึกษาและระยะเวลาที่ใช้ทำการวิจัย

ฝ่ายสื่อสารองค์การ กฟผ. อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี และอำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ช่วงเดือนกรกฎาคม 2557 - เดือนกุมภาพันธ์ 2558

5. สมมุติฐานการวิจัย

องค์ประกอบการสื่อสาร ซึ่งประกอบด้วย ผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการสื่อสาร และผู้รับสาร มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ.

6. กรอบแนวคิดในการวิจัย



7. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed Methods) คือเป็นทั้งเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งมีวิธีดำเนินการวิจัย ดังหัวข้อที่จะนำเสนอต่อไปนี้

7.1 การวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชาชนในอำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เลือกเฉพาะประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปี ขึ้นไป จำนวน 397 คน จากประชากรทั้งหมด 50,292 คน และกลุ่มตัวอย่างกลุ่มประชาชนใน อ.วังน้อย จ.พระนครศรีอยุธยา ใช้จำนวนประชากร 397 คน โดยวิธีการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ Taro Yamane (1973 : 52) ที่ค่าความน่าจะเป็นของความผิดพลาดที่ยอมรับให้เกิดได้ เท่ากับ 0.05 และนำผลการคำนวณที่ได้มาคำนวณเป็นสัดส่วนตามจำนวนประชากรทั้งหมด โดยแยกตามตำบล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถาม สอบถามเรื่องระดับความคิดเห็นต่อการสื่อสารองค์การของ กฟผ. ต่อประชาชน ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 สอบถามข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 สอบถามระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการสื่อสาร

ส่วนที่ 3 สอบถามระดับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการสื่อสาร

ส่วนที่ 4 คำถามปลายเปิด สอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะและความคิดเห็นอื่นๆ

วิธีการตรวจสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 คน เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา ความตรงเชิงโครงสร้างและความตรงเชิงภาษา แล้วจึงหาค่า IOC ที่แต่ละข้อคำถามจะต้องมีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป ซึ่งแบบสอบถามนี้ค่า IOC ที่ได้มีค่าเท่ากับ 1 จำนวน 33 ข้อ และมีค่าเท่ากับ 0.60 จำนวน 5 ข้อ ถือว่าผ่านเกณฑ์ค่า IOC จากนั้นจึงนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ กับประชาชนในอำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งมีลักษณะเดียวกันกับกลุ่มของประชากรในการวิจัย จำนวน 30 คน จากนั้นนำไปหาค่าความเที่ยงของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟาของคอนบราค ถือเกณฑ์การทดสอบที่ค่า Alpha มีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป ซึ่งค่า Alpha ที่ได้จากแบบสอบถามนี้มีค่าเท่ากับ 0.98 จึงสรุปได้ว่าแบบสอบถามนี้ใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการแจกแบบสอบถามด้วยตนเอง จากนั้นจึงดำเนินการเก็บรวบรวมแบบสอบถาม ตรวจสอบความสมบูรณ์ด้วยตนเอง จากนั้นจึงนำไปลงรหัส แล้วนำข้อมูลที่ได้อาวิเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูล

แบบสอบถามใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติในเชิงพรรณนา โดยใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานกับ ความถี่และร้อยละ รวมถึงใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา จากคำตอบในส่วนข้อเสนอแนะและความคิดเห็นอื่นๆ

การหาองค์ประกอบการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. และการสร้างสมการพยากรณ์อิทธิพลขององค์ประกอบการสื่อสารที่มีต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. ใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบเป็นขั้นตอน

7.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้บริหารในฝ่ายสื่อสารองค์กร กฟผ. ที่ กฟผ. อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี จำนวน 3 คน ได้แก่ ผู้อำนวยการฝ่ายสื่อสารองค์กร หัวหน้ากองสื่อสารภายนอกและหัวหน้าแผนกกลยุทธ์และแผนสื่อสารองค์กร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสัมภาษณ์ เรื่องการสื่อสารองค์กรของ กฟผ. ต่อประชาชน แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 สถานภาพผู้ให้สัมภาษณ์ ส่วนที่ 2 การสื่อสารองค์กรของ กฟผ. ต่อประชาชน

วิธีการตรวจสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยนำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นไปเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา ความตรงเชิงโครงสร้างและความตรงเชิงภาษา จากนั้นจึงดำเนินการหาค่า IOC ที่แต่ละข้อคำถามจะต้องมีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป ซึ่งแบบสัมภาษณ์นี้ค่า IOC ที่ได้ มีค่าเท่ากับ 1 ถือว่าผ่านเกณฑ์ค่า IOC จึงสรุปได้ว่าแบบสัมภาษณ์นี้ใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ติดต่อภาควิชาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล เพื่อขอหนังสือถึงผู้อำนวยการฝ่ายสื่อสารองค์กร กฟผ. เพื่อขออนุญาตจัดเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้บริหารในฝ่ายสื่อสารองค์กร กฟผ. จำนวน 3 คน และดำเนินการสัมภาษณ์ผู้บริหารในฝ่ายสื่อสารองค์กร กฟผ. จำนวน 3 คน จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูล

แบบสัมภาษณ์ เรื่องการสื่อสารองค์กรของ กฟผ. ต่อประชาชน ใช้การวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ที่ได้จากการสัมภาษณ์

8. ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

8.1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างจำนวน จำนวน 397 คน ผลการวิจัยมีข้อค้นพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 51.10 มีอายุ 38-47 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.90 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 38.00 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 16.60 และมีพื้นที่อาศัยอยู่ในตำบลพะยอม คิดเป็นร้อยละ 25.70

8.2 ระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการสื่อสารและประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ.

8.2.1 ระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการสื่อสาร

ระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการสื่อสาร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{x} 3.91, S.D. .44) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยที่มากที่สุดคือ ด้านผู้ส่งสาร รองลงมาคือ ด้านช่องทางการสื่อสาร ด้านผู้รับสาร และด้านสาร ตามลำดับ เป็นการสะท้อนให้เห็นผล ดังนี้

1. ด้านผู้ส่งสาร

กฟผ. เป็นองค์การรัฐวิสาหกิจที่ต้องมีการตรวจสอบการดำเนินงานอย่างละเอียด มีเป้าหมายเพื่อประโยชน์ของประชาชนและประเทศชาติ กฟผ. จึงมีทัศนคติที่ดีในการนำเสนอข่าวสาร มีความพร้อมในการนำเสนอข่าวสาร มีการนำเสนอข่าวสารที่เชื่อถือได้ โดยใช้วิธีการนำเสนอข่าวสารที่เหมาะสม รวมถึงมีความเข้าใจในข่าวสารที่จะนำเสนอเป็นอย่างดี เพราะส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับไฟฟ้า แต่ทั้งนี้ กฟผ. ก็ยังต้องพัฒนาในด้านนี้ โดยอาศัยการตรวจสอบมาตรฐานในการนำเสนอข่าวสารที่เข้มงวดยิ่งขึ้น

2. ด้านสาร

กฟผ. มีการนำเสนอข่าวสารที่เนื้อหามีความถูกต้อง เหมาะสมกับทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร เนื้อหาไม่ซับซ้อน มีการนำรูปภาพมาใช้ประกอบการนำเสนอ ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย เนื่องจาก กฟผ. มีความเข้มงวดในการตรวจสอบ คัดกรองสารก่อนการนำเสนอทุกครั้ง เพราะ กฟผ. ถือว่า สารเป็นตัวแทนทางความคิดของ กฟผ. แต่ทั้งนี้ กฟผ. ก็ยังต้องพัฒนาในด้านนี้ โดยอาศัยความเข้มงวดในการคัดเลือกการนำเสนอข่าวสาร ให้มีความเหมาะสมกับผู้รับสารที่มีความแตกต่างกันค่อนข้างมากให้มากยิ่งขึ้น

3. ด้านช่องทางการสื่อสาร

เนื่องจาก กฟผ. ให้ความสำคัญกับการสื่อสารได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร กฟผ. จึงนำเสนอข่าวสารผ่านช่องทางที่หลากหลาย ซึ่งเข้าถึงได้ง่าย รวดเร็ว เพื่อให้เหมาะสมกับผู้รับสาร ที่มีความสามารถในการเข้าถึงช่องทางการสื่อสารที่แตกต่างกันออกไป แต่ กฟผ. ก็ยังต้องพัฒนาในด้านนี้ โดยอาศัยการเน้นในการนำเสนอข่าวสารและรับฟังความคิดเห็นผ่านการพูดคุยทั้งแบบรายบุคคลและรายกลุ่ม เพราะจะทำให้ กฟผ. ได้สื่อสารกับผู้รับสารโดยตรง

4. ด้านผู้รับสาร

ประชาชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ มีทัศนคติที่ดีในการรับข่าวสารจาก กฟผ. มีความรู้ในข่าวสารที่ได้รับ มีความเชื่อมั่นในข่าวสารที่ได้รับ รวมถึงสามารถเข้าใจข่าวสารที่ได้รับได้เป็นอย่างดี ทำให้ กฟผ. ต้องมีการพัฒนาองค์ประกอบการสื่อสารด้านผู้ส่งสาร สาร และช่องทางการสื่อสารให้ดียิ่งขึ้น เพราะถ้าผู้ส่งสารมีวิธีการที่ดีในการส่งสารที่เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อนผ่านช่องทางการสื่อสารที่เข้าถึงง่าย รวดเร็ว ผู้รับสารย่อมสามารถเข้าใจสารที่ได้รับได้เป็นอย่างดีและเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร

8.2.2 ระดับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการสื่อสาร

ระดับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการสื่อสาร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{x} 3.95, S.D. .44) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยที่มากที่สุดคือ ด้านความน่าเชื่อถือ รองลงมาคือ ด้านความสม่ำเสมอและต่อเนื่อง และด้านความเหมาะสมตามลำดับ เป็นการสะท้อนให้เห็นผล ดังนี้

1. ด้านความน่าเชื่อถือ

กฟผ. เป็นองค์การรัฐวิสาหกิจที่ประชาชนเชื่อถือว่าดำเนินงานเพื่อผลประโยชน์ของประเทศชาติ เพราะ กฟผ. นำเสนอข่าวสารอย่างเปิดเผย ข่าวสารที่นำเสนอมีการอ้างอิงแหล่งที่มาและนำเสนอผ่านสื่อที่สามารถส่งข่าวสารได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน เป็นผลมาจาก กฟผ. ให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือที่จะนำมาซึ่งการยอมรับจากประชาชน ซึ่งถือเป็นเป้าหมายหลักในการดำเนินงานด้านการสื่อสารของ กฟผ.

2. ด้านความเหมาะสม

กฟผ. เน้นการนำเสนอข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับไฟฟ้า เพราะสอดคล้องกับการดำเนินงานของ กฟผ. รวมทั้ง กฟผ. นำเสนอข่าวสารที่ตรงกับความสนใจของผู้รับสารและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ โดยนำเสนอผ่านสื่อที่ผู้รับสารเข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็ว เป็นผลมา

จาก กฟผ. มองว่าความเหมาะสมคือสิ่งสำคัญที่จะทำให้การสื่อสารของ กฟผ. ต่อประชาชนประสบความสำเร็จตามที่ตั้งเป้าหมายไว้

3. ด้านความสม่ำเสมอและต่อเนื่อง

กฟผ. มีการนำเสนอข่าวสารเป็นประจำ ข่าวสารแต่ละเรื่องจะมีการนำเสนอหลายครั้ง เพื่อให้ผู้รับสารจดจำได้ ซึ่งในการนำเสนอข่าวสารนั้นจะใช้สื่อประเภทใดหลายครั้ง เพื่อเป็นการกระจายโอกาสในการเข้าถึงสื่อของผู้รับสาร ซึ่งเป็นผลมาจาก กฟผ. ต้องการให้ประชาชนผู้รับสารจดจำข่าวสารที่ กฟผ. นำเสนอได้ รวมถึงจดจำตัว กฟผ. เองได้ด้วย เพราะเป็นอีกหนึ่งสิ่งที่จะนำมาซึ่งการยอมรับจากประชาชน

8.3 องค์ประกอบการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ.

จากการวิจัยพบว่า องค์ประกอบการสื่อสาร ด้านผู้รับสาร (Receiver) ด้านผู้ส่งสาร (Sender) ด้านสาร (Message) และด้านช่องทางการสื่อสาร (Channel) ทั้งหมดเป็นตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ทำให้วิเคราะห์ได้ว่า ผู้รับสารคือ สิ่งที่บอกถึงประสิทธิภาพของการสื่อสารได้ดีที่สุด เพราะถ้าผู้รับสารเข้าใจสารที่ส่งมาได้ ก็แสดงว่าการสื่อสารนั้นมีประสิทธิภาพ ส่วนผู้ส่งสารคือ ตัวกำหนดประสิทธิภาพการสื่อสาร โดยการส่งข่าวสารไปยังผู้รับสารได้อย่างตรงตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสารนั้น ก็ถือได้ว่าการสื่อสารนั้นมีประสิทธิภาพ ส่วนสาร ถ้าสารสามารถทำหน้าที่ถ่ายทอดวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารได้ ก็เท่ากับว่าการสื่อสารนั้นมีประสิทธิภาพ ในส่วนของช่องทางการสื่อสาร การที่ช่องทางการสื่อสารสามารถทำหน้าที่นำส่งสาร จากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร ก็ถือได้ว่าเป็นการแสดงให้เห็นถึงการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเช่นกัน ดังนั้น กฟผ. จะต้องมีการวางแผนการดำเนินงานให้มีละเอียดและชัดเจน มีความครอบคลุมกับองค์ประกอบการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. ที่ กฟผ. สามารถควบคุมได้เพราะเป็นปัจจัยภายในคือ องค์ประกอบการสื่อสาร ด้านผู้ส่งสาร ด้านสาร และด้านช่องทางการสื่อสาร รวมถึงมีการตรวจสอบและประเมินผลการดำเนินงาน เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับใช้กับการดำเนินงานด้านการสื่อสารต่อไป

8.4 สมการพยากรณ์อิทธิพลขององค์ประกอบการสื่อสารที่มีต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ.

สมการพยากรณ์อิทธิพลขององค์ประกอบการสื่อสารที่มีต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. คือ ประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. = $14.98 + .45(\text{ผู้รับสาร}) + .36(\text{ผู้ส่งสาร}) + .39(\text{สาร}) + .43(\text{ช่องทางการสื่อสาร})$ สมการพยากรณ์นี้มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ .69 สามารถพยากรณ์ประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. ได้ร้อยละ 47.50 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ ± 3.92 ซึ่งการเพิ่มขึ้นของตัวแปรพยากรณ์ในสมการพยากรณ์ทั้งผู้รับสารสามารถเข้าใจสารที่ส่งมาจากผู้ส่งสารได้ดียิ่งขึ้น ผู้ส่งสารสามารถส่งสารไปยังผู้รับสารได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสารมากยิ่งขึ้น สารมีเนื้อหาที่ใช้ภาษาที่เข้าใจได้ง่ายมากยิ่งขึ้น ช่องทางการสื่อสารสามารถนำส่งสารได้ง่ายและรวดเร็วมากยิ่งขึ้นนั้น ก็จะทำให้ประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. เพิ่มขึ้นด้วย ซึ่งสมการพยากรณ์นี้ถือว่าให้ความแม่นยำพอสมควร ถ้า กฟผ. มีการนำสมการพยากรณ์นี้ไปใช้เป็นส่วนหนึ่งในการช่วยกำหนดแผนการดำเนินงานด้านการสื่อสารของ กฟผ. ต่อประชาชน ในอนาคต ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ก็จะเป็นผลดีต่อ กฟผ. ในแง่ของการเตรียมความพร้อมในการรับมือกับสถานการณ์ด้านการสื่อสารที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาอีกด้วย รวมถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากองค์ประกอบการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ.

8.5 แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ.

ด้านความน่าเชื่อถือ

1. กฟผ. ต้องมีการพิจารณาทบทวนการนำเสนอข่าวสาร เพื่อให้ประชาชนเกิดความเข้าใจในภารกิจ เหตุผลและความจำเป็นของ กฟผ. ที่จะนำมาซึ่งการยอมรับและเชื่อถือจากประชาชนและควรให้ความสำคัญกับการนำเสนอข่าวสารเรื่องการสร้างโรงไฟฟ้า เพราะเป็นเรื่องที่มีการต่อต้านจากประชาชน โดยจะต้องมีการนำเสนอข่าวสารอย่างตรงไป ตรงมา ทั้งในเรื่องประโยชน์และผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น เพื่อให้ประชาชนเข้าใจและไว้วางใจในการดำเนินงานของ กฟผ.

2. กฟผ. ต้องนำเสนอข่าวสารที่มีแหล่งที่มาและสามารถตรวจสอบได้ จะต้องไม่ใช่ข่าวสารที่เป็นเพียงการคาดเดา โดยปราศจากข้อเท็จจริง รวมถึงควรมีการพัฒนาระบบและกลไกในการนำเสนอข่าวสารที่มีการระบุแหล่งที่มาและสามารถตรวจสอบได้ ให้ดียิ่งขึ้นอีกด้วย

3. การนำเสนอข่าวสารของ กฟผ. ควรมีการนำเสนอในช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งประชาชนต้องเข้าถึงได้ง่าย รวดเร็ว

4. กฟผ. ควรสร้างการมีส่วนร่วมกับประชาชน โดยอาศัยการจัดกิจกรรม อาทิ การให้ทุนการศึกษา การจัดกิจกรรมกีฬา เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีและทำให้ประชาชนเกิดการยอมรับ กฟผ. มากขึ้น

ด้านความเหมาะสม

1. การนำเสนอข่าวสารของ กฟผ. ต้องเน้นหนักไปทางเรื่องของไฟฟ้า เพราะสอดคล้องกับการดำเนินงานของ กฟผ. แต่เนื่องจาก กฟผ. นั้นมีหลักในการดำเนินงานคือเพื่อประโยชน์ของประชาชนและประเทศชาติ ทำให้ กฟผ. ต้องให้ความสำคัญกับการนำเสนอข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการตอบแทนสังคมของ กฟผ. ด้วยเช่นกัน

2. ข่าวสารที่ กฟผ. จะนำเสนอประชาชนจะต้องนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ได้จริงและจะต้องใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ตรงกับความสนใจ ไม่ขัดกับวัฒนธรรม ประเพณีและพฤติกรรมด้านต่างๆ เหมาะสมกับความรู้ ความสามารถในการเข้าใจข่าวสารที่มีความแตกต่างค่อนข้างมาก ทั้งนี้ ปริมาณข่าวสารที่นำเสนอในแต่ละครั้งจะต้องไม่มากจนทำให้เกิดความเบื่อหน่าย โดยทั้งหมดนี้ต้องอาศัยการจัดการเรื่องสารอย่างเข้มงวด เพื่อให้ได้ข่าวสารที่มีความเหมาะสมที่สุดที่จะนำเสนอ

3. สื่อที่ กฟผ. เลือกใช้จะต้องเป็นสื่อที่ประชาชนจะเข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็ว ซึ่ง กฟผ. ต้องมีการพิจารณาที่เข้มงวดเป็นพิเศษในการคัดเลือกสื่อ เพราะการเลือกสื่อที่เหมาะสมจะส่งผลให้ประชาชนได้รับข่าวสารอย่างสมบูรณ์และตรงกับจุดประสงค์การสื่อสารมากที่สุด

ด้านความสม่ำเสมอและต่อเนื่อง

1. กฟผ. จะต้องนำเสนอข่าวสารต่อประชาชนทุกๆ สัปดาห์ หรือทันทีที่มีข่าวสารที่พร้อมนำเสนอ เพื่อให้ประชาชนจดจำ กฟผ. ในแง่ของการที่เน้นการดำเนินงานเพื่อประโยชน์ของประชาชนและประเทศชาติได้ นำมาซึ่งการยอมรับใน กฟผ. ซึ่งเป็นภารกิจหลักของ กฟผ. ในที่สุด

2. ข่าวสารต้องมีการนำเสนออย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ประชาชนเกิดความเข้าใจที่ถูกต้องตามจุดประสงค์ของ กฟผ. ซึ่งหมายถึงการสื่อสารที่ประสบผลสำเร็จ

3. กฟผ. ต้องกระจายการเลือกใช้สื่อแต่ละประเภทให้จำนวนครั้งเฉลี่ยกันตามความเหมาะสมและความนิยมของประชาชน เพื่อให้ครอบคลุมกับความสามารถในการเข้าถึงสื่อของประชาชนที่มีความแตกต่างกันออกไป

จากแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. ต่อประชาชน ที่ได้กล่าวมาข้างต้นนั้น ปัจจัยที่จะทำให้การพัฒนาประสบผลสำเร็จและนำมาซึ่งประโยชน์ที่จะเกิดกับประชาชนและประเทศชาติได้นั้นคือ การยอมรับจากประชาชน รวมถึงการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูงของ กฟผ. ทั้งในเรื่องของงบประมาณ กำลังคนที่จะต้องมีความสามารถ และจำนวนที่เพียงพอต่อปริมาณงาน

9. ข้อเสนอแนะ

9.1 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

9.1.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1) กำหนดนโยบาย เป้าหมายการดำเนินงานและแผนการดำเนินงาน เรื่องการสื่อสารของ กฟผ. ต่อประชาชน ให้ชัดเจน ครอบคลุมการดำเนินงานทั้งในระยะสั้นและระยะยาว โดยเน้นให้มีการกำหนดนโยบายที่สนับสนุนการส่งเสริมความสามารถของพนักงาน โดยการจัดการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาความสามารถด้านการสื่อสาร ที่จะนำมาประยุกต์ใช้กับการปฏิบัติงาน ได้เพิ่มมากขึ้นและสามารถปฏิบัติงานให้ได้ตามนโยบาย เป้าหมายการดำเนินงาน และแผนการดำเนินงานที่กำหนด

2) สร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการสื่อสารต่อประชาชน กับหน่วยงานอื่นที่มีการดำเนินงานใกล้เคียงกันเช่น กฟน. หรือ กฟภ. ในการสื่อสารข้อมูลเรื่องไฟฟ้าและเรื่องอื่น ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกันที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชน ซึ่งถือเป็นการยกระดับความสามารถในการสื่อสารต่อประชาชนของทั้ง กฟผ. และหน่วยงานอื่น ๆ ให้เพิ่มมากขึ้น และทำให้ประชาชนได้รับประโยชน์จากความร่วมมือดังกล่าวอีกด้วย

9.1.2 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1) กฟผ. ควรมีการติดตามผลการสื่อสารของ กฟผ. ต่อประชาชน อย่างต่อเนื่อง ทั้งในแง่ของความต้องการ รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคต่างๆที่เกิดขึ้น เพื่อนำข้อมูลที่จะได้จากการสำรวจมาปรับใช้กับการดำเนินงานในเรื่องการสื่อสารของ กฟผ. ต่อประชาชนให้ดีขึ้น

2) กฟผ. ควรนำเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้ในการสื่อสารของ กฟผ. ต่อประชาชน เพราะจะทำให้การสื่อสารของ กฟผ. เป็นไปอย่างรวดเร็ว

ทันต่อเหตุการณ์มากยิ่งขึ้น ทั้งในแง่ของการให้บริการด้านข้อมูลที่ต้องการและการส่งข่าวสารไปยังประชาชน

9.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรมีการศึกษาเชิงคุณภาพกับประชาชนเกี่ยวกับสภาพปัจจุบัน ปัญหาและอุปสรรคต่างๆ รวมถึงความคาดหวังเกี่ยวกับการสื่อสารของ กฟผ. ต่อประชาชน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความละเอียดมากขึ้นในการนำไปจัดทำ แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. ที่มีความครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

2) ควรมีการศึกษาในส่วนของความคิดเห็นจากพนักงานฝ่ายสื่อสารองค์กรของ กฟผ. ในระดับปฏิบัติการว่ามีระดับความคิดเห็นเป็นอย่างไรเกี่ยวกับประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. รวมถึงสอบถามถึงข้อเสนอแนะเพิ่มเติม แล้วนำมาวิเคราะห์ประกอบกับข้อมูลในส่วนอื่นๆ เพื่อให้ได้แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. ที่มีความครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

3) ควรมีการศึกษาเชิงเปรียบเทียบกับองค์กรที่มีการดำเนินงานคล้ายกัน เช่น การไฟฟ้านครหลวง หรือ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เพราะเป็นองค์กรที่ดำเนินงานด้านไฟฟ้าเช่นเดียวกัน เพื่อให้เห็นถึงความแตกต่างในด้านต่างๆ รวมถึงข้อเด่นและข้อด้อยที่มี

APPROACHES FOR COMMUNICATION EFFICIENCY DEVELOPMENT
OF EGAT

BUA YENTEE 5637083 SHPP/M

M.P.A. (PUBLIC POLICY AND PUBLIC MANAGEMENT)

THESIS ADVISORY COMMITTEE : PHUT PLOYWAN, Ph.D., SOMBOON
SIRISUNHIRUN, Ph.D., NOPRAENUE SAJJARAX DHIRATHITI, Ph.D.

EXTENDED SUMMARY

1. Introduction

As communication is an important process for implementation of various activities because it brings about exchange of knowledge, connection, coordination, and successful implementation according to the objectives, every sector should give importance to communication process. Communication is important for organizational administration. Any administrative divisions have to use communication to achieve success. Communication is made with different objectives. For example, organizational communication clearly aims to communicate the information inside and outside the organization. Electricity Generating Authority of Thailand or EGAT is an organization which gives importance to its organizational communication with people.

Due to the abovementioned importance, the researcher did a research on “Approaches for Communication Efficiency Development of Electricity Generating Authority of Thailand”. The researcher studied the level of opinions on communication elements, efficiency level, and communication elements which affected communication efficiency of EGAT because the researcher wanted to 1) create the forecasting equation of the influence of communication elements on communication efficiency of EGAT and 2) offer approaches to development of communication efficiency of EGAT. The researcher specifically studied EGAT’s organizational communication with people and selected

people of Wang Noi District, Ayutthaya Province as a case study. The research results would indicate 1) the level of opinions on communication elements and communication efficiency of EGAT, 2) communication elements which affected communication efficiency of EGAT, and 3) approaches to development of communication efficiency of EGAT which could be applied to implementation on organizational communication of EGAT and other state and private agencies. The researcher hoped that the mentioned information could be used for developing communication efficiency of EGAT so that EGAT was able to efficiently forward useful information to people and be the international leading organization of electricity business.

2. Abstract

This Research aimed 1) to study the level of the opinions on communication elements and communication efficiency of Electricity Generating Authority of Thailand (EGAT); 2) to study communication elements affecting the communication efficiency of EGAT; 3) to create an equation to forecast influence of the communication elements affecting the communication efficiency of EGAT; and 4) to offer an approaches for communication efficiency development of EGAT. This Research was a quantitative and qualitative research design. Questionnaires were used to collected data. The sample consisted of 397 individuals who live in the Wang Noi district of Phra Nakhon Si Ayutthaya province, aged 18 years or more. Mean, standard deviation (S.D.), frequency, percentage and stepwise multiple regression were used to analyze the data for quantitative research. Also, for qualitative research, the researcher used In-dept interviews were performed with 3 executives in the organizational communication division of EGAT which was analyzed using the content analysis method.

According to the results of the Research : 1) the level of the opinions to communication elements was high; the sender was the highest level (3.98) followed by channel (3.96), receiver (3.94) and message (3.78) respectively. the level of the opinions to communication efficiency were high, reliability was highest level (4.01) followed by constancy and continue (3.95) and appropriateness (3.90) respectively; 2) communication elements that affected the communication efficiency of EGAT is receiver, sender,

message and channel and affecting the communication efficiency of EGAT respectively at the statistical significance level of .05; 3) the equation to forecast influence of the communication elements affecting the communication efficiency of EGAT was communication efficiency of EGAT = 14.98 + .45(receiver) + .36(sender) + .39(message) + .43(channel) could forecast the communication efficiency of EGAT at the rate of 47.50%; and 4) the approaches for communication efficiency development of EGAT as follows : Reliability; EGAT should focus on developing reliable people at EGAT by focusing on the reverence of information. The information must have a source and the channel should be easy to access. Appropriateness; EGAT should focus on appropriateness for people and EGAT, on information texts and media used. Consistency and continuity; EGAT should focus on providing information and EGAT to be remembered and accepted by people.

Recommendations from the results of the research for EGAT on communication to people are as follows : 1) policies and action plans of EGAT should be set out in a clear manner and could cover short and long term period, and focus on the policies that support staff ability, such as providing for training to improve their communication ability. 2) EGAT should create collaborative networks on communicate to public with other organizations which have similar operation, such as Metropolitan Electricity Authority (MEA) or Provincial Electricity Authority (PEA). This process will increase the ability to communicate of EGAT and other organizations and people will gain the benefits from that cooperation.

3. Research objective

1. To study the level of the opinions on communication elements and communication efficiency of EGAT
2. To study communication elements affecting the communication efficiency of EGAT
3. To create an equation to forecast influence of the communication elements affecting the communication efficiency of EGAT

4. To offer an approaches for communication efficiency development of EGAT

4. Scope of Research

4.1 Scope of contents

The researcher specifically studied organizational communication of EGAT according to people's opinions and David K.Berlo's SMCR Communication Theory Principle consisting of communication elements which were senders, messages, channels, and receivers. And the researcher forecast the influence of communication elements on communication efficiency of EGAT.

4.2 Scope of populations

Research populations were people living in Wang Noi District, Ayutthaya Province where EGAT provided services. Key informants were executives of Organizational Communication Department of EGAT, Bang Gruay District, Nonthaburi Province.

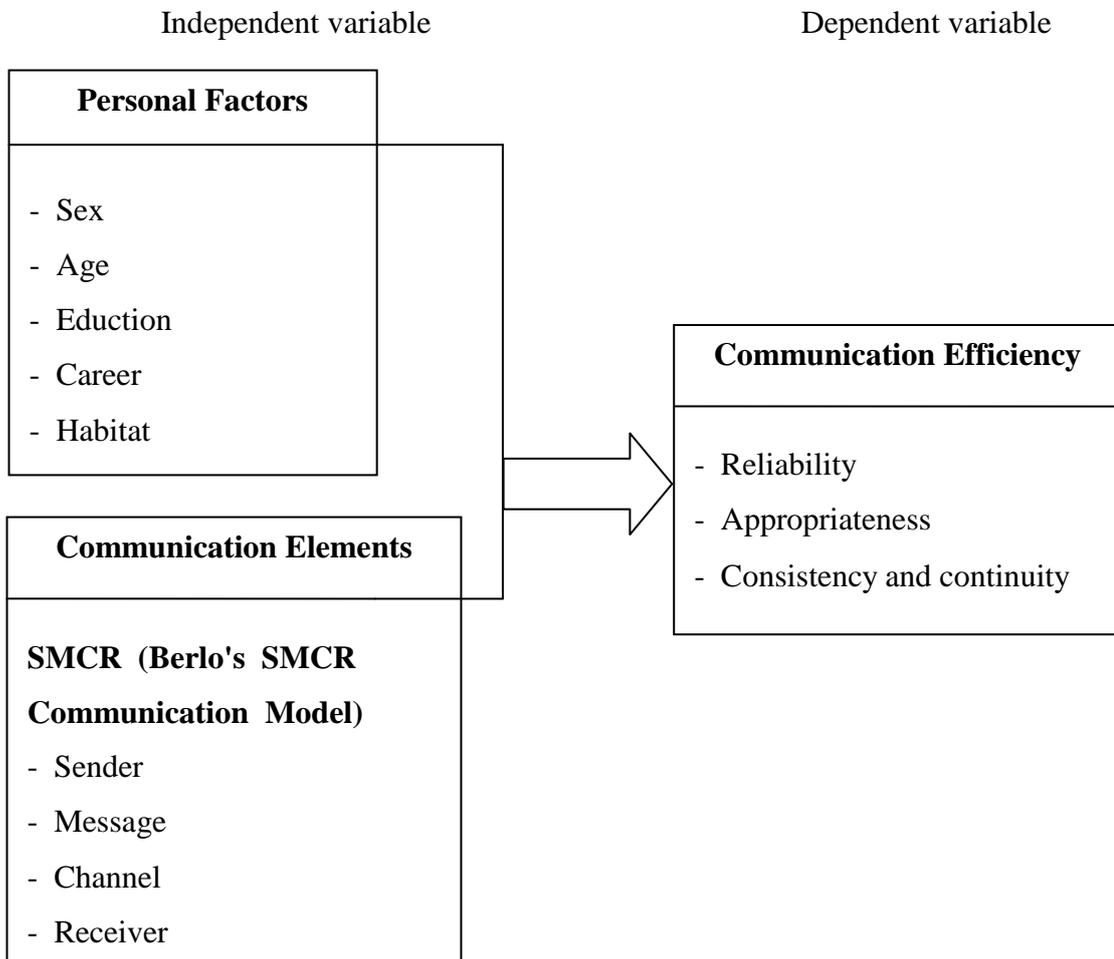
4.3 Scope of research area and duration

The research areas were Organizational Communication Department, EGAT, Bang Gruay District, Nonthaburi Province and Wang Noi District, Ayutthaya Province. The research was done during July 2014 – February 2015.

5. Research hypothesis

Communication elements consisting of senders, messages, channels, and receivers affected communication efficiency of EGAT.

6. Conceptual framework



7. Research methodology

The researcher did the quantitative and qualitative research as follows:

7.1 Quantitative research

Populations and the sample group

397 people aged over 18 years in Wang Noi District, Ayutthaya Province were selected. The sample group of 397 people living in Wang Noi District, Ayutthaya Province were calculated using Taro Yamane's formula (1973:52) with the accepted

error of 0.05. The results were calculated as the proportion according to all populations classified by sub districts.

Research tool

The questionnaire on the level of opinions on organizational communication of EGAT with people was divided into four parts as follows:

Part 1. The questionnaire on personal factors

Part 2. The questionnaire on the level of opinions on communication elements

Part 3. The questionnaire on the level of opinions on communication efficiency

Part 4. Open-ended questions on recommendations and other opinions

Tool examining methods

The researcher asked the advisor and experts (three people) to examine content validity, construct validity, and language validity. The researcher found IOC of each question which had to be over 0.50. IOC of 33 articles of this questionnaire was 1 and IOC of five articles was 0.60. These IOC values were acceptable. The researcher tried out the questionnaire with 30 people living in Wang Noi District, Ayutthaya Province and having the same characteristics as the research populations group. After that, the researcher found questionnaire validity using Cronbach's Alpha Coefficient with the test criteria of Alpha over 0.70. As the questionnaire alpha was 0.98, the researcher could conclude that this questionnaire could be used as the research tool.

Data collection

The researcher distributed the questionnaires by himself, collected the questionnaires, examined the questionnaire completeness by himself, coded the questionnaires, and analyzed the questionnaires.

Data analysis

The researcher analyzed data on the questionnaires using descriptive statistics consisting of mean, standard deviation, frequency, and percentage. And the researcher analyzed data by analyzing contents of recommendations and opinions.

Stepwise multiple regression analysis was used for finding communication elements which affected communication efficiency of EGAT and creating the forecasting equation of the influence of communication elements on communication efficiency of EGAT.

7.2 Qualitative research

Key informants

Three executives of Organizational Communication Department of EGAT, Bang Gruay District, Nonthaburi Province were Director of Organizational Communication Department, Chief of External Communication Division, and Chief of Organizational Communication Plans and Strategies Section.

Research tool

The interview form on organizational communication of EGAT with people consisted of two parts as follows: Part 1 was interviewees' status. Part 2 was organizational communication of EGAT with people.

Tool examining methods

The researcher asked the advisor and experts (three people) to examine content validity, construct validity, and language validity. After that, the researcher found IOC of each question which had to be over 0.50. As IOC of this interview form was 1, this interview form could be used as the research tool.

Data collection

The researcher contacted and asked Social Sciences and Humanities Department, Mahidol University to issue the letter to Director of Organizational Communication Department, EGAT to ask permission to collect data by interviewing three

executives of Organizational Communication Department. After that, the researcher analyzed data.

Data analysis

Content analysis was used for analyzing data on the interview form on organizational communication of EGAT with people.

8. Research results and discussion

8.1 Data on personal factors

The research results of data on personal factors of the sample group of 397 people were as follows: 51.10% of the sample group were female. 25.90% of the sample group were 38-47 years old. 38.00% of the sample group graduated with bachelor degree. 16.60% of the sample group were personal business operators/merchants. 25.70% of the sample group lived in Pha Yorm Subdistrict.

8.2 The level of opinions on communication elements and communication efficiency of EGAT.

8.2.1 The level of opinions on communication elements

The level of opinions on communication elements was high (\bar{x} 3.91, S.D. .44). After considering each aspect, the researcher found that every aspect was high. Senders had the highest mean, followed by channels, receivers, and messages, respectively.

1. Senders

As EGAT is a state enterprise which had to thoroughly examine implementation, determine its goals for benefits of people and the country, EGAT had good attitudes to present the information, was ready to present the information, presented reliable information, suitably presented the information, and well understood

the information which would be presented. However, EGAT had to continue developing this aspect by more strictly examining standard of presenting the information

2. Messages

EGAT presented the information with contents which were correct and suitable for both senders and receivers. The information contents were not complicated. EGAT presented the information together with pictures and easily understood language. EGAT strictly examined the information before presentation every time because EGAT thought that messages were thinking representative of EGAT. However, EGAT had to continue developing this aspect by more strictly selecting and presenting the information suitable for different receivers.

3. Channels

As EGAT gave importance to communication according to communication objectives, EGAT presented the information through several accessible channels. However, EGAT had to continue developing this aspect by focusing on presenting the information and listening to opinions of each person and groups because this would enable EGAT to directly communicate with receivers.

4. Receivers

People being the sample group of this research had good attitudes towards receipt of the information from EGAT, had knowledge of the received information, had confidence in the received information, and were able to well understand the received information. EGAT had to, therefore, develop communication elements on senders, messages, and channels. If senders had good methods to send easily understood messages through easily accessible communication channels, receivers were able to well understand the received information according to communication objectives.

8.2.2 The level of opinions on communication efficiency

The level of opinions on communication efficiency was high (\bar{x} 3.95, S.D. .44). After considering each aspect, the researcher found that every aspect was high. Reliability had the highest mean, followed by regularity and continuity, and appropriateness, respectively.

1. Reliability

People believed that EGAT is a state enterprise which implemented for benefits of the country because EGAT frankly presented the information. The information was presented with source. The information was presented through media which could correctly and completely send the information because EGAT gave importance to reliability which brought about people's acceptance which was the main goal of implementation on communication of EGAT.

2. Appropriateness

EGAT focused on presenting the information on electricity which was consistent with implementation of EGAT. EGAT presented the information which attracted receivers' interest and could be used. EGAT presented the information through media which could be quickly and easily accessed by receivers because EGAT thought that appropriateness was an important factor which would make EGAT successfully communicate with people according to the specified goals.

3. Regularity and continuity

EGAT regularly presented the information. Each information would be presented several times to make receivers remember. Each category of media would be used several times for presenting the information and making receivers have more chances to access media because EGAT wanted receivers to remember the information presented by EGAT, including EGAT itself because this brought about people's acceptance.

8.3 Communication elements which affected communication efficiency of EGAT

According to the research, communication elements on receivers, senders, messages, and channels were independent variables which significantly affected communication efficiency of EGAT at the level of .05. This could be analyzed that receivers best indicated communication efficiency. If receivers were able to understand the sent messages, that communication was efficient. Senders determined communication efficiency. If the information could be sent to receivers according to the communication objectives, that communication was efficient. If messages could indicate senders' objectives, that communication was efficient. As for communication channels, if

communication channels could send the messages to receivers according to communication objectives, that communication was efficient. EGAT had to, therefore, thoroughly and clearly plan implementation by covering communication elements which affected communication efficiency of EGAT. EGAT was able to control internal factors consisting of communication elements on senders, messages, and communication channels. Moreover, EGAT had to examine and evaluate implementation for using the information to develop implementation on communication.

8.4 The forecasting equation of the influence of communication elements on communication efficiency of EGAT

The forecasting equation of the influence of communication elements on communication efficiency of EGAT was communication efficiency of EGAT = 14.98 + .45 (receivers) + .36 (senders) + .39 (messages) + .43 (communication channels). Multiple Correlation Coefficient of this forecasting equation was .69. Communication efficiency of EGAT could be forecast by 47.50%. Forecasting error was ± 3.92 . As for increase in forecasting variables of forecasting equation, receivers were able to increasingly understand messages sent by senders while senders were able to increasingly send messages to receivers according to communication objectives. Messages contents used more easily understood language. Communication channels which could more quickly and easily send messages brought about more efficiency of EGAT communication. This forecasting equation was sufficiently accurate. If EGAT used this forecasting equation to help determine its communication with people in the future both in the short term and long term, EGAT was able to deal with changeable communication and impacts which might stem from communication elements which affected communication efficiency of EGAT.

8.5 Approaches for Communication Efficiency Development of EGAT Reliability

1. EGAT had to consider and revise information presentation to enable people to understand its missions, reasons, and necessity and accept EGAT. EGAT should give importance to presentation of the information on construction of power plant because people strongly disagreed with this information. EGAT should directly present the

information on both benefits and impacts to make people understand and rely on implementation of EGAT.

2. EGAT should present the information which had the source, could be examined, and was real. EGAT should develop information presentation system and mechanism which stipulated source and could be examined.

3. EGAT should present the information through more efficient communication channels which could be easily and quickly accessed by people.

4. EGAT should create participation with people by organizing activities such as giving scholarship or organizing sports activities for creating good relationship and making people increasingly accept EGAT.

Appropriateness

1. EGAT had to focus on presenting the information on electricity which was consistent with its implementation. As EGAT mainly implemented for benefits of people and the country, EGAT had to also give importance to presentation of the information on assisting the society.

2. EGAT had to present the useful information which used easily understood language and was appropriate for people's culture, tradition, behavior, and knowledge. The information did not have to be excessively presented but had to be strictly managed to get the most appropriate information.

3. EGAT had to use media which could be easily and quickly accessed by people. EGAT had to carefully select media because use of appropriate media would enable people to completely receive the information and most considerably meet communication objectives.

Regularity and continuity

1. EGAT had to weekly or immediately present the information to make people remember that EGAT was an organization which implemented for benefits of people and the country. This would make people accept EGAT.

2. The information had to be continuously presented to enable people to correctly understand the information according to EGAT objectives, which indicated successful communication.

3. EGAT had to appropriately use each category of media to enable people with different capability to access media.

As for the approaches to development of communication efficiency of EGAT, the factors which brought about successful development and benefits of people and the country were people's acceptance and EGAT executives' support on budget and capable staff.

9. Recommendations

9.1 Recommendations of research results

9.1.1 Policy recommendations

1) EGAT should clearly determine the policy, implementation goals, and implementation plans on its communication with people by covering the long term and short term implementation. EGAT should determine the policy which promotes staff's capability by organizing the training to develop staff's communication capability and enable staff to use the mentioned capability and successfully work according to the specified policy, implementation goals, and implementation plans.

2) EGAT should cooperate with other organizations with similar implementation such as Metropolitan Electricity Authority or Provincial Electricity Authority to communicate the information on electricity and other related issues which are beneficial to people. This will make EGAT and other organizations more efficiently communicate with people and enable people to receive benefits due to the mentioned cooperation.

9.1.2 Action recommendations

1) EGAT should continuously follow up its communication with people on needs and problems to use the information to develop its communication with people.

2) EGAT should communicate with people using modern information technologies to bring about fast communication on provision of the services on the information and sending the information to people.

9.2 Recommendations for future research

1) Researchers should do a qualitative research on people's present situation, problems, and expectation on EGAT communication to get more detailed information and create approaches to development of communication efficiency of EGAT.

2) Researchers should study opinions of operation staff of Organizational Communication Department of EGAT on communication efficiency of EGAT. And researchers should ask more recommendations and analyze data to get more appropriate approaches for development of communication efficiency of EGAT.

3) EGAT should do comparative study with the organizations having similar implementation such as Metropolitan Electricity Authority or Provincial Electricity Authority to indicate differences, strengths, and weaknesses.

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กัญญา ลลิตกุลธร. (2553). **ประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กร กรณีศึกษา ธนาคารทีสโก้ จำกัด (มหาชน)**. การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แขนงวิชา บริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- กาญจนา หาญศรีวรวงศ์. (2551). **ผลกระทบของประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กรที่มีต่อความสำเร็จ ในการดำเนินงานของ สำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย. (13 มิถุนายน 2557). **โครงการ เยาวชนสร้างสรรค์สื่อ ภาพยนตร์สั้น ในหัวข้อ “ผลิตไฟฟ้าเพื่อความสุขของคนไทย”**. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก <http://www.egat.co.th>
- การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย. (15 มิถุนายน 2557). **แผนที่ยุทธศาสตร์ กฟผ. ปี 2555 - 2559**. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก <http://www.egat.co.th/reforest>
- การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย. (2557). **รายงานประจำปี 2556**. รายงานประจำปี 2556 การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย, นนทบุรี : การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย.
- การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย. (27 กุมภาพันธ์ 2557). **ประวัติ กฟผ.** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก <http://www.egat.co.th>
- เกรียงศักดิ์ เจริญแปง. (2551). **การพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กร สำนักประชาสัมพันธ์เขต 3 กรมประชาสัมพันธ์**. การศึกษาอิสระบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษาทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- ชุติมา ม่วงมณี. (2554). **ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของงานการเจ้าหน้าที่ เทศบาลตำบลนาป่า อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี**. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์.

- โชติรัตน์ ศรีสุข. (2554). กลยุทธ์การสื่อสารและการรับรู้รูปแบบ โครงการความรับผิดชอบต่อสังคม ของบริษัทไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ณัฐธัญ ถนอมรบ. (2545). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานการเดินรถการรถไฟแห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สถาบันราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา.
- ดวงพร คำคุณวัฒน์ และวาสนา จันทร์สว่าง. (2536). สื่อสาร การประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : บริษัทที.พี.พี.รินทร์ จำกัด.
- ดิน ปรัชญพฤทธิ. (2555). ศัพท์รัฐประศาสนศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพฯ : บริษัทวี.พี.รินทร์ (1991) จำกัด.
- ทองทิพพา วิริยะพันธุ์. (2550). ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารขององค์กรธุรกิจ. รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ทิพาวดี เมฆสุวรรณค์. (2539). การบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : บริษัทกราฟิคฟอร์แมท (ไทยแลนด์) จำกัด.
- ทิพาวดี เมฆสุวรรณค์. (2540). การส่งเสริมประสิทธิภาพในระบบราชการ. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน.
- ไทยโพสต์. (2556, กันยายน 1). โรงไฟฟ้าถ่านหิน กฟผ. ยึด ญี่ปุ่นโมเดล. ไทยโพสต์, หน้า 4.
- ธงชัย สันติวงษ์ และชนาธิป สันติวงษ์. (2542). องค์การกับการสื่อสาร. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2538). องค์การ ทฤษฎีและการออกแบบ. กรุงเทพฯ : Management Center Bangkok.
- ธัญญ์ณัช รุ่งโรจน์สุวรรณ. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทอมรินทร์บุ๊คเซ็นเตอร์ จำกัด. งานวิจัยปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- นพดล ชิวปรีชา. (2553). รูปแบบและวิธีการสื่อสารความรับผิดชอบต่อสังคมที่ปรากฏในนิตยสารเนชั่นแนลจีโอกราฟฟิก ฉบับภาษาไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2546). หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ : ภาพพิมพ์.

- ปิยะนันท์ ไกลกล่อม. (2552). การรับรู้ด้านการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนในศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์โรงเรียนอินเทอร์เน็ตและการออกแบบ (เน็ตดีไซน์). วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารภาครัฐและเอกชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ฝ่ายสื่อสารองค์กร การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย. (2557). ฝ่ายสื่อสารองค์กร. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก <http://www.facebook.com/EGAT.PRD>
- พงษ์ศักดิ์ เพ็ชรช่อจินดา. (2553). การพัฒนาการสื่อสารของแผนกการพิมพ์และจัดทำเล่มกองการภาพและผลิตสื่อ กรมกิจการพลเรือนทหารอากาศ. การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโท สาขาวิชาศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- พจน์ ใจชาญสุขกิจ. (17 มิถุนายน 2557). ร่วมกับมูลนิธิพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศ ในโครงการพัฒนาศักยภาพผู้บริหาร กฟผ “กลยุทธ์การสื่อสารผ่านสื่อสารมวลชน”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก <http://www.drphot.com>
- พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. (2529). ความสำคัญของผู้รับสาร. เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร, 1, 292. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ชื่นจิตต์ แจ่มเจนกิจ. (2545). กลยุทธ์สื่อสารการตลาด : IMC & marketing communication. กรุงเทพฯ : บริษัททปปี้ง พอยท์ จำกัด.
- พรรณทิมา สรรพศิรินันท์. (2552). การจัดการสื่อสารเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อมของศูนย์การค้าครบวงจรในประเทศไทย. รายงานโครงการเฉพาะบุคคลวารสารศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พรรณปพร โต้ะวิเศษกุล. (2551). การศึกษาประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กรของหน่วยงานบริหาร พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน กรณีศึกษาพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน). การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แขนงวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

- พรศุณี พิบูลศาสนสกุล. (2554). การสื่อสารเพื่อการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร ของบริษัทที่ยูวี
โรนัแลนด์ (ประเทศไทย) จำกัด. รายงานโครงการเฉพาะบุคคลวารสารศาสตร์
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร คณะวารสารศาสตร์และ
สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พัชนี เขจรรรยา, เมตตา วิวัฒนานุกูล และฉรินันท์ อนุรักษ์วิวงศ์. (2538). แนวคิดหลักนิเทศ
ศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : บริษัทเอดโล่การพิมพ์ (1988) จำกัด.
- มณฑล ไบบัว (2536). หลักและทฤษฎีการสื่อสาร. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ. (2555). การสื่อสารองค์กร. เอกสารการสอนวิชา การสื่อสารองค์กร, กรุงเทพฯ
: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- วนิดา ศิริภาส (2552). การบริหารการสื่อสารในภาวะวิกฤติเศรษฐกิจของกระทรวงการคลัง.
รายงานโครงการเฉพาะบุคคลวารสารศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหาร
สื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิจิตร อวระกุล. (2526). การประชาสัมพันธ์ หลักและวิธีปฏิบัติ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ :
โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.
- ศูนย์ฝึกอบรมทักษะการสื่อสาร ฝ่ายกุมารเวชศาสตร์ โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์. (2553).
ประโยชน์-คำพูดเด็ด เพื่อการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ
: ธนาพรส.
- สมควร กวียะ. (2546). ทฤษฎีการสื่อสารประยุกต์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์บ้านหนังสือโกสินทร์.
- สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง. (25 มีนาคม 2557). รายงานสถิติจำนวนประชากร
และบ้าน รายจังหวัด รายอำเภอ และรายตำบล ณ เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2555.
(ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก <http://www.dopa.go.th>
- สุชาดา นิภานันท์. (2548). พฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- สุวัลยา โพธิ์พะเนา. (2552). การพัฒนาการสื่อสารในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานครราชสีมา
เขต 2. การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหาร
การศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- อรจิรา วรรณศิริพงษ์. (2554). การสื่อสารเพื่อเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กร กรณีศึกษา
ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่. รายงานโครงการเฉพาะบุคคล
วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- อรพรรณ มีวงศ์อุโฆษ. (2553). **ประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กร กรณีศึกษา ธนาคารทีสโก้ จำกัด (มหาชน)**. รายงานโครงการเฉพาะบุคคลวารสารศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อุมาพร นิลทวิก. (2553). **การสื่อสารที่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก ในเขตนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง**. งานวิจัยปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.

ภาษาต่างประเทศ

- Argenti, P. A. (2003). **Corporate Communication**. Singapore : McGraw-Hill.
- Assael, H. (1998). **Consumer behavior and marketing action (6th ed.)**. Cincinnati, OH : South-Western College.
- Berlo, D. K. (1960). **An introduction to theory and practice. Process of Communication**. New York : Holt, Riehart and Winstion.
- Best, J. and Kahn, V. (1993). **Research in Education (7th ed.)**. Boston : Allyn and Bacon.
- Cherry, C. (1957). **On Human Communication**. New York : Wiley.
- Communication Theory (2010). **Berlo's SMCR Model of Communication**.
<http://www.communicationtheory.org> : Available online 27 February 2014.
- Cornelissen, J. (2011). **Corporate Communication : A Guide to Theory and Practice (3rd ed.)**. London : SAGE Publications.
- Devore, , J. and Peck, R. (1993). **Statistics : The Exploration and Analysis of Data**. California : Wadsworth Inc.
- Dominick, J. R. (1993). **The Dynamics of mass communication**. New York : McGraw – Hill.
- Elizabeth, J. et al (2004). **Organizational Communication : Challenges for the New Century**. <http://www.onlinelibrary.wiley.com> : Available online 27 March 2014.
- Foxall, G., Goldsmith, R. E. and Brown, S. (1998). **Consumer Psychology for Marketing**. Hampshire : Cengage Learning EMEA.

- John, C. L. and Joshua, B. B. (2006). **An Institutional Theory of Organizational Communication**. <http://www.onlinelibrary.wiley.com> : Available online 27 March 2014.
- Likert, R. et al (1957). **Some applications of behavioral research**. Paris : Unesco.
- Marya, L. et al (2010). **The Evolutionary Role of Interorganizational Communication : Modeling Social Capital in Disaster Contexts**. <http://www.onlinelibrary.wiley.com> : Available online 27 March 2014.
- McLeod, J. M., O'Keefe J. and Garrett J. (1972). **The Socialization Perspective and Communication Behavior**. Current Perspectives in Mass Communication Research, 123.
- Miller, G. A. (1951). **Language and Communication**. New York : McGraw – Hill.
- Hovland, C. I., Janis, I. L. and Kelly, H. H. (1953). **Communication and Persuasion**. New Haven : Yale University.
- Mowen, J. C. and Minor, M. (1998). **Consumer behavior (5th ed.)**. Upper Saddle River, NJ : Prentice-Hall.
- Murray, K.B. (1991). **A test of services marketing theory : consumer information acquisition activities**. Journal of Marketing, 55, 120-145.
- Osgood, C. (1954). **Psycholinguistics : A Survey of Theory and Research Problem**. Journal of Abnormal and Social Psychology. Morton Prince Memorial Supplement, 46-67.
- Peterson, E. and Plowman, E. G. (1962). **Business Organization & Management (5th ed.)**. CA : Irwin Inc.
- Riel, C. B. M. van and Fombrun, C. J. (2007). **Essentials of Corporate Communication**. New York : Routledge.
- Robbins, S. (1986). **Organizational Behavior**. Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice-Hall.
- Schramm, W. (1974). **The Process and Effects of Mass Communication**. Urbana, IL : University of Illinois Press.
- Shannon, C. E. and Weaver, W. (1949). **Mathematical Theory of Communication**. Urbana, III : University of Illinois Press.

Theresa, H. and Stuart, B. (2000). **Information Technology and Restructuring in Public Organizations : Does Adoption of Information Technology Affect Organizational Structures, Communications, and Decision Making?**.

<http://www.oxfordjournals.org> : Available online 27 March 2014.

Wouter, D. (2002). **Authority and Communication in Organizations.**

<http://www.oxfordjournals.org> : Available online 27 March 2014.

Yamane, T. (1973). **Statistics : An introductory analysis (3rd ed.)**. New York : Harper & Row.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามสำหรับประชากรในการวิจัย

แบบสอบถามชุดที่

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารของไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อใช้ในการวิจัยเท่านั้น ข้อมูลทุกอย่างจะถูกเก็บเป็นความลับ ขอความกรุณาท่านตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงให้มากที่สุด เพื่อจะนำไปใช้ประโยชน์ในการสร้างแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ.

2. แบบสอบถามฉบับนี้จะสอบถามเฉพาะเรื่องระดับความคิดเห็นต่อการสื่อสารองค์กรของ กฟผ. ต่อประชาชน เท่านั้น

3. แบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 สอบถามข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และพื้นที่อาศัย

ส่วนที่ 2 สอบถามระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการสื่อสาร ตามหลักทฤษฎีการสื่อสาร SMCR ของเบอร์โล แบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผู้ส่งสาร (Sender) ด้านสาร (Message) ด้านช่องทางการสื่อสาร (Channel) และด้านผู้รับสาร (Receiver)

ส่วนที่ 3 สอบถามระดับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการสื่อสาร แบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความเหมาะสม และด้านความสม่ำเสมอและต่อเนื่อง

ส่วนที่ 4 คำถามปลายเปิด สอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะและความคิดเห็นอื่นๆ

วิธีการให้คะแนนในแบบสอบถาม

ให้ผู้ตอบแบบสอบถามกาเครื่องหมาย ✓ ลงในส่วนที่แสดงระดับความคิดเห็น โดยมีลักษณะของการให้คะแนนตั้งแต่มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ตัวอย่างการให้คะแนนในแบบสอบถาม

ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ข้อมูลข่าวสารจาก กฟผ. มีประโยชน์กับประชาชนที่อาศัยอยู่บริเวณโดยรอบโรงไฟฟ้า		✓			

ผู้วิจัยขอขอบคุณที่กรุณาให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการตอบแบบสอบถามของทุกท่าน

นางสาวบัว เย็นที่

นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชานโยบายสาธารณะและการจัดการภาครัฐ

คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์

มหาวิทยาลัยมหิดล

ส่วนที่ 1 สอบถามข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หรือเติมข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด เพียงคำตอบเดียวเท่านั้น

1. เพศ

- ชาย หญิง

2. อายุ

- 18 - 27 ปี 28 - 37 ปี 38 - 47 ปี
 48 - 57 ปี ตั้งแต่ 58 ปี ขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

- ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนต้น
 มัธยมศึกษาตอนปลาย อนุปริญญา
 ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี
 อื่นๆ (ระบุ)

4. อาชีพ

- ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 พนักงานบริษัท ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย
 ลูกจ้าง/รับจ้างทั่วไป นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา
 พ่อบ้าน/แม่บ้าน เกษตรกร/ประมง
 อื่นๆ (ระบุ)

5. พื้นที่อาศัย

- ตำบลบ่อตาโล่ ตำบลวังน้อย ตำบลลำไทร
 ตำบลสนับทึบ ตำบลพยอม ตำบลหันตะเภา
 ตำบลวังจุฬา ตำบลข้าวงาม ตำบลชะแมบ

ส่วนที่ 2 สอบถามระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการสื่อสาร

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงใน ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด เพียงคำตอบเดียวเท่านั้น

ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านผู้ส่งสาร (Sender)					
1. กฟผ. มีความรู้ ความเข้าใจ และข้อมูลเกี่ยวกับข่าวสารที่ต้องนำเสนอ					
2. กฟผ. มีวิธีการถ่ายทอดและการนำเสนอข่าวสารที่เหมาะสม					
3. กฟผ. มีความพร้อมในการนำเสนอข่าวสาร					
4. กฟผ. มีทัศนคติที่ดีต่อการนำเสนอข่าวสาร					
5. กฟผ. นำเสนอข่าวสารที่ถูกต้อง เป็นจริงและเชื่อถือได้					
ด้านสาร (Message)					
1. เนื้อหาข่าวสารมีการใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ชัดเจน ตรงประเด็น					
2. เนื้อหาข่าวสารมีความเหมาะสมสอดคล้องกับผู้อ่าน					
3. เนื้อหาข่าวสารมีการใช้รูปภาพ สัญลักษณ์ ประกอบการนำเสนอให้เข้าใจง่ายขึ้น					
4. เนื้อหาข่าวสาร มีการจัดลำดับที่ดี ไม่สลับซับซ้อน					
5. เนื้อหาข่าวสารมีความถูกต้องและเหมาะสม ต่อเนื่อง ทันสมัย					

ส่วนที่ 2 สอบถามระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการสื่อสาร (ต่อ)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงใน ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด เพียงคำตอบเดียวเท่านั้น

ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านช่องทางการสื่อสาร (Channel)					
1. กฟผ. มีการนำเสนอข่าวสารและรับฟังความคิดเห็นผ่านการพูดคุย ทั้งแบบรายบุคคลและเป็นกลุ่ม					
2. กฟผ. มีการนำเสนอข่าวสารและรับฟังความคิดเห็นผ่านเว็บไซต์ / สื่อสังคมออนไลน์					
3. กฟผ. มีการนำเสนอข่าวสารผ่านวิทยุ / โทรทัศน์ / โปสเตอร์ / แผ่นพับ / วารสาร / หนังสือพิมพ์					
4. กฟผ. มีการเปิดรับฟังความคิดเห็นผ่านผู้รับความคิดเห็น					
5. กฟผ. มีการนำเสนอข่าวสารผ่านช่องทางที่หลากหลายและเหมาะสมกับข่าวสารและผู้อ่าน					
ด้านผู้รับสาร (Receiver)					
1. ท่านมีความรู้ในเรื่องข่าวสารที่ได้รับ					
2. ท่านมีความพร้อมและเชื่อมั่นในข่าวสารที่ได้รับ					
3. ท่านสามารถรับฟัง คิด และเข้าใจข้อมูลที่ได้รับ					
4. ท่านนำข่าวสารที่ได้รับ ไปแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น					
5. ท่านมีทัศนคติที่ดีในการรับข่าวสารจาก กฟผ.					

ส่วนที่ 3 สอบถามระดับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการสื่อสาร

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด เพียงคำตอบเดียวเท่านั้น

ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านความน่าเชื่อถือ					
1. กฟผ. มีการนำเสนอข่าวสารอย่างเปิดเผยตรงไปตรงมา					
2. ข่าวสารมีการอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลที่น่าเชื่อถือและตรวจสอบได้					
3. กฟผ. มีการนำเสนอข่าวสารผ่านสื่อที่สามารถส่งข่าวสารมาถึงท่านได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน ไม่ตกหล่น					
4. ท่านเชื่อถือ กฟผ. ว่าเป็นองค์กรที่ดำเนินงานเพื่อผลประโยชน์ของชาติ					
ด้านความเหมาะสม					
1. กฟผ. นำเสนอข่าวสารที่สอดคล้องกับการดำเนินงานของตนเอง					
2. ข่าวสารมีเนื้อหาที่ไม่มากเกินไปและตรงกับความสนใจของผู้อ่าน					
3. กฟผ. มีการนำเสนอข่าวสารผ่านสื่อประเภทต่างๆ ที่ท่านเข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็ว					
4. ท่านนำความรู้จากข่าวสารที่ได้รับไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อตัวท่านเองและผู้อื่น					

ส่วนที่ 3 สอบถามระดับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการสื่อสาร (ต่อ)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงใน ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด เพียงคำตอบเดียวเท่านั้น

ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านความสม่ำเสมอและต่อเนื่อง					
1. กฟผ. มีการนำเสนอข่าวสารทุกๆสัปดาห์ / ทุกๆเดือน					
2. ข่าวสารในแต่ละเรื่องมีการนำเสนอหลายครั้ง					
3. กฟผ. มีการนำเสนอข่าวสารผ่านสื่อประเภทละหลายครั้ง					
4. ท่านจดจำและเข้าใจข่าวสารที่ได้รับได้เป็นอย่างดี					

ส่วนที่ 4 สอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะและความคิดเห็นอื่นๆ

คำชี้แจง โปรดเติมข้อความตามความคิดเห็นของท่าน

.....

.....

.....

.....

.....

ผู้วิจัยขอขอบคุณที่กรุณาให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการตอบแบบสอบถามของทุกท่าน

แบบสัมภาษณ์สำหรับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย

เรื่อง แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อใช้ในการวิจัยเท่านั้น เก็บรวบรวมความคิดเห็นของ ผู้บริหารในฝ่ายสื่อสารองค์กร การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการสร้างแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย

แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้จะสัมภาษณ์เฉพาะเรื่องการสื่อสารองค์กรของ กฟผ. ต่อประชาชนเท่านั้น

วัน/เดือน/ปี ที่สัมภาษณ์

สถานที่สัมภาษณ์

ส่วนที่ 1 สถานภาพผู้ให้สัมภาษณ์

1. ชื่อ-สกุล

2. ตำแหน่งปัจจุบัน

ส่วนที่ 2 การสื่อสารองค์การของ กฟผ. ต่อประชาชน

1. นโยบายและทิศทางการสื่อสารองค์การของ กฟผ. ต่อประชาชน เป็นอย่างไร
2. ปัญหาและอุปสรรคการสื่อสารองค์การของ กฟผ. ต่อประชาชน เป็นอย่างไร
3. การสื่อสารองค์การของ กฟผ. ต่อประชาชน มีประสิทธิภาพอย่างไร ในด้านไหน
4. แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารองค์การของ กฟผ. ต่อประชาชน เป็นอย่างไร
5. ปัจจัยความสำเร็จในการสื่อสารองค์การของ กฟผ. ต่อประชาชน คืออะไร

ผู้วิจัยขอขอบคุณที่กรุณาให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการตอบแบบสัมภาษณ์

นางสาวบัว เย็นที่

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชานโยบายสาธารณะและการจัดการภาครัฐ

คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์

มหาวิทยาลัยมหิดล

ภาคผนวก ข

ผลการหาค่า IOC ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมของ กฟผ. กรณีศึกษา อำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีการตรวจสอบเครื่องมือการวิจัยเชิงปริมาณคือ แบบสอบถามและการวิจัยเชิงคุณภาพคือ แบบสัมภาษณ์ โดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นไปเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 คน เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) และความตรงเชิงภาษา (Verbal Validity)

จากนั้นจึงดำเนินการหาค่า IOC (Index of Item - Objective Congruence) ซึ่งแต่ละข้อคำถามจะต้องมีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป แล้วจึงนำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไข เพื่อดำเนินการในขั้นต่อไป ซึ่งผลเป็นดังต่อไปนี้

1. ผู้ทรงคุณวุฒิ

- ผู้ทรงคุณวุฒิคนที่ 1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พราหม อินพรม
- ผู้ทรงคุณวุฒิคนที่ 2 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตรลดา อมรวัฒนา
- ผู้ทรงคุณวุฒิคนที่ 3 อาจารย์ ดร.กฤษณ์ รักษาติเจริญ

2. แบบสอบถาม

ตารางที่ 1 ค่า IOC ของแบบสอบถามส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล

ข้อที่	คะแนนจากผู้ทรงคุณวุฒิคนที่			ผลรวม	ค่า IOC	สรุปผล
	1	2	3			
1	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3	1	1	1	3	1	ใช้ได้
4	1	1	1	3	1	ใช้ได้
5	1	1	1	3	1	ใช้ได้

ตารางที่ 2 ค่า IOC ของแบบสอบถามส่วนที่ 2 ระดับความคิดเห็นองค์ประกอบการสื่อสาร

ข้อที่	คะแนนจากผู้ทรงคุณวุฒิคนที่			ผลรวม	ค่า IOC	สรุปผล
	1	2	3			
ด้านผู้ส่งสาร						
1	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3	1	1	1	3	1	ใช้ได้
4	1	1	1	3	1	ใช้ได้
5	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ด้านสาร						
1	1	1	0	2	0.60	ใช้ได้
2	1	1	0	2	0.60	ใช้ได้
3	1	1	1	3	1	ใช้ได้
4	1	1	1	3	1	ใช้ได้
5	1	0	1	2	0.60	ใช้ได้

ตารางที่ 3 ค่า IOC ของแบบสอบถามส่วนที่ 2 ระดับความคิดเห็นองค์ประกอบการสื่อสาร (ต่อ)

ข้อที่	คะแนนจากผู้ทรงคุณวุฒิคนที่			ผลรวม	ค่า IOC	สรุปผล
	1	2	3			
ด้านช่องทางการสื่อสาร						
1	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3	1	1	1	3	1	ใช้ได้
4	1	1	1	3	1	ใช้ได้
5	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ด้านผู้รับสาร						
1	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3	1	1	1	3	1	ใช้ได้
4	1	1	1	3	1	ใช้ได้
5	1	1	1	3	1	ใช้ได้

ตารางที่ 4 ค่า IOC ของแบบสอบถามส่วนที่ 3 ระดับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการสื่อสาร

ข้อที่	คะแนนจากผู้ทรงคุณวุฒิคนที่			ผลรวม	ค่า IOC	สรุปผล
	1	2	3			
ด้านความน่าเชื่อถือ						
1	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3	1	0	1	2	0.60	ใช้ได้
4	1	1	1	3	1	ใช้ได้

ตารางที่ 5 ค่า IOC ของแบบสอบถามส่วนที่ 3 ระดับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการสื่อสาร (ต่อ)

ข้อที่	คะแนนจากผู้ทรงคุณวุฒิคนที่			ผลรวม	ค่า IOC	สรุปผล
	1	2	3			
ด้านความเหมาะสม						
1	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3	1	0	1	2	0.60	ใช้ได้
4	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ด้านความสม่ำเสมอและต่อเนื่อง						
1	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3	1	1	1	3	1	ใช้ได้
4	1	1	1	3	1	ใช้ได้

ตารางที่ 6 ค่า IOC ของแบบสอบถามส่วนที่ 4 การสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะและความคิดเห็นอื่นๆ

ข้อที่	คะแนนจากผู้ทรงคุณวุฒิคนที่			ผลรวม	ค่า IOC	สรุปผล
	1	2	3			
1	1	1	1	3	1	ใช้ได้

จากผลการหาค่า IOC ของแบบสอบถามปรากฏว่าค่า IOC ที่ได้ มีค่าเท่ากับ 1 จำนวน 33 ข้อ และมีค่าเท่ากับ 0.60 จำนวน 5 ข้อ ถือว่าผ่านเกณฑ์ค่า IOC สามารถนำแบบสอบถามมาใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้

3. แบบสัมภาษณ์

ตารางที่ 7 ค่า IOC ของแบบสัมภาษณ์ส่วนที่ 1 สถานภาพผู้ให้สัมภาษณ์

ข้อที่	คะแนนจากผู้ทรงคุณวุฒิคนที่			ผลรวม	ค่า IOC	สรุปผล
	1	2	3			
1	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2	1	1	1	3	1	ใช้ได้

ตารางที่ 8 ค่า IOC ของแบบสัมภาษณ์ส่วนที่ 2 การสื่อสารองค์การของ กฟผ. ต่อประชาชน

ข้อที่	คะแนนจากผู้ทรงคุณวุฒิคนที่			ผลรวม	ค่า IOC	สรุปผล
	1	2	3			
ด้านช่องทางการสื่อสาร						
1	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3	1	1	1	3	1	ใช้ได้
4	1	1	1	3	1	ใช้ได้
5	1	1	1	3	1	ใช้ได้

จากผลการหาค่า IOC ของแบบสัมภาษณ์ปรากฏว่าทุกข้อนำมาใช้ได้เพราะทุกข้อมีค่า IOC เท่ากับ 1 ถือว่าผ่านเกณฑ์ค่า IOC สามารถนำแบบแบบสัมภาษณ์มาใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ได้

ภาคผนวก ก
เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมวิจัย

1. เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัย สำหรับการตอบแบบสอบถาม

เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัย (สำหรับการตอบแบบสอบถาม) (Participant Information Sheet)	
คำชี้แจง	
ในเอกสารนี้อาจมีข้อความที่ท่านอ่านแล้วยังไม่เข้าใจ โปรดสอบถามหัวหน้าโครงการวิจัย หรือผู้แทนที่ช่วยอธิบายจนกว่าจะเข้าใจดี ท่านจะได้รับเอกสารนี้ 1 ฉบับ นำกลับไปอ่านที่บ้านเพื่อปรึกษาหรือกับญาติพี่น้อง เพื่อนสนิทของท่าน หรือผู้อื่นที่ท่านต้องการปรึกษา เพื่อช่วยในการตัดสินใจเข้าร่วมการวิจัย	
ชื่อโครงการ	แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารของกรฟไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย
ชื่อผู้วิจัย	นางสาวบัว เย็นที่
สถานที่ทำงาน	ภาควิชาสังคมศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล
หมายเลขโทรศัพท์	09-0987-0404
สถานที่วิจัย	อำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 9 ตำบลที่มีพื้นที่ไม่ทับซ้อนกันตำบลอื่น
ข้อมูลโครงการวิจัยโดยย่อ	
โครงการวิจัยนี้ทำขึ้นเพื่อศึกษาระดับปัจจัยและประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. เพื่อสร้างสมการพยากรณ์อิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. และเพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ.	
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัยนี้คือ ได้ทราบถึงระดับสภาพปัจจุบันของปัจจัยและประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. ได้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. ได้สมการพยากรณ์อิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. และได้แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ.	
ท่านได้รับเชิญให้เข้าร่วมการวิจัยนี้เพราะ	<ol style="list-style-type: none"> ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Selection) ได้แก่ ประชาชนในอำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งแบ่งตามตำบลที่มีพื้นที่ไม่ทับซ้อนกันตำบลอื่นได้ทั้งหมด 9 ตำบล คือ ตำบลบ่อลาไธ ตำบลวังน้อย ตำบลลำไทร ตำบลสนับทึบ ตำบลพะยอม ตำบลหันตะเภา ตำบลวังจุฬา ตำบลข้าวงาม และตำบลชะแมบ คำนวณหากลุ่มตัวอย่าง แล้วจึงนำมาเปรียบเทียบเป็นสัดส่วนตามจำนวนประชากร



รับรองโดยคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน
สาขาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล
จดทะเบียนการวิจัย MLU-58188 5014/600 2871
วันที่ 5 มิถุนายน 2557

Participant Information sheet for Questionnaire version 18 September 2014 1

จำนวนผู้เข้าร่วมการวิจัยทั้งสิ้น	ประชาชนในอำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งแบ่งตามตำบลที่มีพื้นที่ไม่ทับซ้อนกับตำบลอื่นได้ทั้งหมด 9 ตำบล จำนวน 397 คน
ระยะเวลาที่จะทำวิจัยทั้งสิ้น	5 เดือน (เดือนตุลาคม พ.ศ.2557 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2558)

หากท่านตัดสินใจเข้าร่วมการวิจัยแล้ว จะมีขั้นตอนการวิจัยดังต่อไปนี้

ผู้วิจัยจะขอให้ท่านตอบแบบสอบถามในงานวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย” ในหัวข้อการสื่อสารองค์กรของ กฟผ. ต่อประชาชน โดยใช้เวลาในการตอบแบบสอบถามประมาณ 30 นาที ซึ่งคำถามมีทั้งหมด 38 ข้อ แบ่งคำถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 สอบถามข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และพื้นที่อยู่อาศัย จำนวน 5 ข้อ
- ส่วนที่ 2 สอบถามระดับความเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบการสื่อสาร ตามหลักทฤษฎีการสื่อสาร SMCR ของเบอร์โล แบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผู้ส่งสาร (Sender) ด้านสาร (Message) ด้านช่องทางการสื่อสาร (Channel) และด้านผู้รับสาร (Receiver) จำนวน 20 ข้อ
- ส่วนที่ 3 สอบถามระดับความเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการสื่อสาร แบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความเหมาะสม และด้านความสม่ำเสมอและต่อเนื่อง จำนวน 12 ข้อ
- ส่วนที่ 4 คำถามปลายเปิด สอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ และความคิดเห็นอื่นๆ จำนวน 1 ข้อ

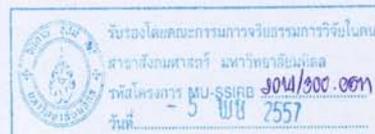
ข้อมูลเกี่ยวกับการปกป้องสิทธิผู้เข้าร่วมการวิจัย

ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยจะใช้รหัสแทนชื่อและข้อมูลส่วนตัวของท่านในการบันทึกข้อมูล และจะดำเนินการทำลายข้อมูลตลอดจนข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับท่านภายหลังเสร็จสิ้นการวิจัย ภายใน 3 เดือน (พฤษภาคม พ.ศ.2558) ด้วยวิธีการทำลายด้วยเครื่องทำลายเอกสาร และลบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ที่ได้ทำการบันทึกข้อมูลการวิจัย

ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นเมื่อเข้าร่วมการวิจัย ท่านอาจรู้สึกอึดอัด หรืออาจรู้สึกไม่สบายใจอยู่บ้างกับบางคำถาม ท่านมีสิทธิ์ที่จะไม่ตอบคำถามเหล่านั้นได้ รวมถึงท่านมีสิทธิ์ถอนตัวออกจากโครงการนี้เมื่อใดก็ได้โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า และการไม่เข้าร่วมวิจัยหรือถอนตัวออกจากโครงการวิจัยนี้ จะไม่มีผลกระทบต่อท่านแต่อย่างใด

ข้อมูลส่วนตัวของท่านจะถูกเก็บรักษาไว้ ไม่เปิดเผยต่อสาธารณะเป็นรายบุคคล และไม่มีการแสดงชื่อหรือที่อยู่ของท่านแต่อย่างใด แต่จะรายงานผลการวิจัยเป็นข้อมูลส่วนรวม ผู้ที่มีสิทธิ์เข้าถึงข้อมูลของท่านจะมีเฉพาะผู้ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยนี้ คือ นักวิจัย หรืออาจมีคณะบุคคลบางกลุ่มเข้ามาตรวจสอบได้ความถูกต้อง เช่น ผู้ให้ทุนวิจัย สถาบัน หรือองค์กรของรัฐที่มีหน้าที่ตรวจสอบ คณะกรรมการจริยธรรมฯ เป็นต้น

การวิจัยครั้งนี้ท่านจะไม่ได้รับค่าตอบแทนและไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งสิ้น



หากมีข้อมูลเพิ่มเติมทั้งด้านประโยชน์และโทษที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยนี้ ผู้วิจัยจะแจ้งให้ทราบโดยรวดเร็วไม่ปิดบัง

หากท่านมีข้อข้องใจที่จะสอบถามเกี่ยวข้องกับการวิจัย ท่านสามารถติดต่อไปยัง นางสาวบัว เอ็นที หมายเลขโทรศัพท์: 09-0987-0404 ได้ตลอดเวลา

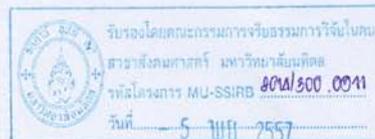
โครงการวิจัยนี้ได้รับการพิจารณารับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน สาขาสังคมศาสตร์ซึ่งมีสำนักงานอยู่ที่คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ถนนพุทธมณฑล สาย 4 ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม 73170 หมายเลขโทรศัพท์ 02-441-9180 โทรสาร 02-441-9181 หากท่านได้รับการปฏิบัติไม่ตรงตามที่ระบุไว้ ท่านสามารถติดต่อกับประธานคณะกรรมการจริยธรรมฯ หรือผู้แทน ได้ตามสถานที่และหมายเลขโทรศัพท์ข้างต้น

ข้าพเจ้าได้อ่านรายละเอียดในเอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัยนี้ ครบถ้วนแล้ว

ลงชื่อ.....ผู้เข้าร่วมวิจัย

(.....)

วันที่.....



2. เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัย สำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก

เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัย (สำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก)
(Participant Information Sheet)

คำชี้แจง

ในเอกสารนี้อาจมีข้อความที่ท่านอ่านแล้วยังไม่เข้าใจ โปรดสอบถามหัวหน้าโครงการวิจัย หรือผู้แทนให้ช่วยอธิบายจนกว่าจะเข้าใจดี ท่านจะได้รับเอกสารนี้ 1 ฉบับ นำกลับไปอ่านที่บ้านเพื่อปรึกษาหารือกับญาติพี่น้อง เพื่อนสนิทของท่าน หรือผู้อื่นที่ท่านต้องการปรึกษา เพื่อช่วยในการตัดสินใจเข้าร่วมการวิจัย

ชื่อโครงการ	แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารของการไฟฟ้าผลิตแห่งประเทศไทย
ชื่อผู้วิจัย	นางสาวบัว เอ็นท์
สถานที่ทำงาน	ภาควิชาสังคมศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล
หมายเลขโทรศัพท์	09-0987-0404
สถานที่วิจัย	อำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 9 ตำบลที่มีพื้นที่ไม่ทับซ้อนกับตำบลอื่น

ข้อมูลโครงการวิจัยโดยย่อ

โครงการวิจัยนี้ทำขึ้นเพื่อศึกษาระดับปัจจัยและประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. เพื่อสร้างสมการพยากรณ์อิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. และเพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ.

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัยนี้คือ ได้ทราบถึงระดับสภาพปัจจุบันของปัจจัยและประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. ได้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. ได้สมการพยากรณ์อิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ. และได้แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารของ กฟผ.

ท่านได้รับเชิญให้เข้าร่วมการวิจัยนี้เพราะ ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection) คือ ผู้บริหารในฝ่ายสื่อสารองค์กร กฟผ. ที่ กฟผ. อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี จำนวน 3 คน ได้แก่

1. ผู้อำนวยการฝ่ายสื่อสารองค์กร – การสื่อสารองค์กร
2. หัวหน้าแผนกกลยุทธ์และแผนสื่อสารองค์กร
3. หัวหน้ากองสื่อสารภายนอก

จำนวนผู้เข้าร่วมการวิจัยทั้งสิ้น ผู้บริหารในฝ่ายสื่อสารองค์กร กฟผ. ที่ กฟผ. อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี จำนวน 3 คน

ระยะเวลาที่จะทำวิจัยทั้งสิ้น 5 เดือน (เดือนตุลาคม พ.ศ.2557 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2558)



หากท่านตัดสินใจเข้าร่วมการวิจัยแล้ว จะมีขั้นตอนการวิจัยดังต่อไปนี้

ผู้วิจัยจะขอสัมภาษณ์ท่านในงานวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย” ในหัวข้อการสื่อสารองค์กรของ กฟผ. ต่อประชาชน โดยใช้เวลาในการสัมภาษณ์ประมาณ 30 นาที ซึ่งคำถามมีทั้งหมด 7 ข้อ แบ่งคำถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. คำถามหลัก ส่วนที่ 1 สถานภาพผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 2 ข้อ
2. คำถามหลัก ส่วนที่ 2 การสื่อสารองค์กรของ กฟผ. ต่อประชาชน จำนวน 5 ข้อ
3. คำถามรองสอดแทรกระหว่างการถามเพื่อให้เกิดความชัดเจน และข้อมูลที่เป็นประโยชน์มากขึ้น

ข้อมูลเกี่ยวกับการปกป้องสิทธิผู้เข้าร่วมการวิจัย

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยจะขออนุญาตบันทึกเสียง และจะดำเนินการทำลายข้อมูล ตลอดจนข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับท่านภายหลังเสร็จสิ้นการวิจัยภายใน 3 เดือน (พฤษภาคม พ.ศ.2558) ด้วยวิธีการทำลายด้วยเครื่องทำลายเอกสาร และลบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ที่ได้ทำการบันทึกเสียงและข้อมูลการวิจัย

ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นเมื่อเข้าร่วมการวิจัย ท่านอาจรู้สึกอึดอัด หรืออาจรู้สึกไม่สบายใจอยู่บ้างกับบางคำถาม ท่านมีสิทธิ์ที่จะไม่ตอบคำถามเหล่านั้นได้ รวมถึงท่านมีสิทธิ์ถอนตัวออกจากโครงการนี้เมื่อใดก็ได้โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า และการไม่เข้าร่วมวิจัยหรือถอนตัวออกจากโครงการวิจัยนี้ จะไม่มีผลกระทบต่อใดๆ ต่อท่านแต่อย่างใด

ข้อมูลส่วนตัวของท่านจะถูกเก็บรักษาไว้ ไม่เปิดเผยต่อสาธารณะเป็นรายบุคคล และไม่มีการแสดงชื่อหรือที่อยู่ของท่านแต่อย่างใด แต่จะรายงานผลการวิจัยเป็นข้อมูลส่วนรวม ผู้ที่มีสิทธิ์เข้าถึงข้อมูลของท่านจะมีเฉพาะผู้ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยนี้ คือ นักวิจัย หรืออาจมีคณะบุคคลบางกลุ่มเข้ามาตรวจสอบได้ความถูกต้อง เช่น ผู้ให้ทุนวิจัย สถาบัน หรือองค์กรของรัฐที่มีหน้าที่ตรวจสอบ คณะกรรมการจริยธรรมฯ เป็นต้น

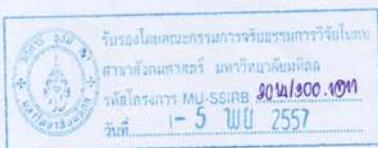
การวิจัยครั้งนี้ท่านจะไม่ได้รับค่าตอบแทนและไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งสิ้น

หากมีข้อมูลเพิ่มเติมทั้งด้านประโยชน์และโทษที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยนี้ ผู้วิจัยจะแจ้งให้ทราบโดยรวดเร็วไม่ปิดบัง

หากท่านมีข้อข้องใจที่จะสอบถามเกี่ยวข้องกับกรวิจัย ท่านสามารถติดต่อไปยัง นางสาวบัว เอ็นที หมายเลขโทรศัพท์: 09-0987-0404 ได้ตลอดเวลา

โครงการวิจัยนี้ได้รับการพิจารณารับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน สาขาสังคมศาสตร์ซึ่งมีสำนักงานอยู่ที่คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ถนนพุทธมณฑลสาย 4 ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม 73170 หมายเลขโทรศัพท์ 02-441-9180 โทรสาร 02-441-9181 หากท่านได้รับการปฏิบัติไม่ตรงตามที่ระบุไว้ ท่านสามารถติดต่อกับประธานคณะกรรมการจริยธรรมฯ หรือผู้แทน ได้ตามสถานที่และหมายเลขโทรศัพท์ข้างต้น

ข้าพเจ้าได้อ่านรายละเอียดในเอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัยนี้ ครบถ้วนแล้ว

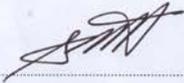
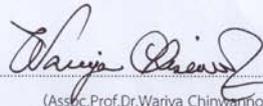


ลงชื่อ.....ผู้เข้าร่วมวิจัย
(.....)
วันที่.....

ภาคผนวก ง

การรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน

1. ใบรับรองจริยธรรมการวิจัยในคน

	
COA.No.	2014/300.0511
Documentary Proof of The Committee for Research Ethics (Social Sciences)	
Title of Project:	Approaches for Communication Efficiency Development of EGAT
Principal Investigator:	Miss Bua Yentee
Name of Institution:	Faculty of Social Sciences and Humanities, Mahidol University
Approval includes:	1) MU-SSIRB Submission form version received date 22 September 2014 2) Participant Information sheet for Questionnaire version date 22 September 2014 3) Participant Information sheet for In-depth Interview version date 22 September 2014 4) Informed consent form version 22 September 2014 5) Questionnaire Guideline version received date 22 September 2014 6) In-depth Interview Guideline version received date 22 September 2014
The Committee for Research Ethics (Social Sciences) is in full compliance with International Guidelines of Human Research Protection such as Declaration of Helsinki, The Belmont Report, CIOMS Guidelines and the International Conference on Harmonization in Good Clinical Practice (ICH-GCP)	
Date of Approval:	5 November 2014
Date of Expiration:	4 November 2015
Signature of Chairman:	 (Emeritus Professor Santhat Sermsri)
Signature of Head of the Institute:	 (Assoc. Prof. Dr. Wariya Chinwantho) Dean of Faculty of Social Sciences and Humanities
Office of The Committee for Research Ethics (Social Sciences), Faculty of Social Sciences and Humanities, Mahidol University Phuttamonthon 4 Rd., Salaya, Phuttamonthon District, Nakhon Pathom 73170, Tel.(662) 441 9180 Fax.(662) 441 9181	

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - สกุล

นางสาวบัว เย็นที่

วัน เดือน ปีเกิด

16 เมษายน พ.ศ.2532

สถานที่เกิด

กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

วุฒิการศึกษา

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

พ.ศ.2550 - 2554

บริหารธุรกิจบัณฑิต (ระบบสารสนเทศทางคอมพิวเตอร์)

มหาวิทยาลัยมหิดล พ.ศ.2556 - 2558

รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต

(นโยบายสาธารณะและการจัดการภาครัฐ)

ที่อยู่ปัจจุบัน

145/115 หมู่ที่ 1 ต.ปากเกร็ด อ.ปากเกร็ด

จ.นนทบุรี 11120

โทรศัพท์ 0-84377-2504

E-mail : bua.yentee@hotmail.com

ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบันและสถานที่ทำงาน

เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป

หน่วยวิจัยโครงสร้างและการทำงานของ

โปรตีน คณะวิทยาศาสตร์

มหาวิทยาลัยมหิดล 272 ถนนพระรามที่ 6

แขวงทุ่งพญาไท เขตราชเทวีกรุงเทพฯ 10400

โทรศัพท์ 0-2201-5840

E-mail : bua.yen@mahidol.ac.th