

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง “ศึกษาการจัดการการสื่อสารภายในของ บมจ. ธนาคารกรุงเทพในด้านการให้บริการระหว่างสำนักงานใหญ่กับสาขาภาคนครหลวงและต่างจังหวัด” มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อศึกษาการจัดการการสื่อสารภายในของธนาคารกรุงเทพในด้านการให้บริการระหว่างสำนักงานใหญ่กับสาขาภาคนครหลวงและต่างจังหวัด ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการสื่อสารภายในและปัจจัยสำคัญที่ทำให้การสื่อสารภายในของธนาคารกรุงเทพในด้านการให้บริการระหว่างสำนักงานใหญ่กับสาขาภาคนครหลวงและต่างจังหวัดเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพโดยได้รวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) เป็นแหล่งข้อมูลหลัก จากบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการสื่อสารภายในของ บมจ. ธนาคารกรุงเทพโดยเน้นเฉพาะในด้านการให้บริการระหว่างสำนักงานใหญ่กับสาขาภาคนครหลวงและต่างจังหวัด ตั้งแต่ระดับผู้บริหาร (ผู้จัดการภาค) ไปยังผู้จัดการสาขาและถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารไปยังพนักงานในสาขาอีกทอด ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจำนวน 15 คน รวมทั้งใช้ข้อมูลเชิงเอกสารต่าง ๆ เป็นข้อมูลประกอบในการศึกษาครั้งนี้ และเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมในทุกมิติของการจัดการการสื่อสารภายในของ บมจ. ธนาคารกรุงเทพในด้านการให้บริการระหว่างสำนักงานใหญ่กับสาขาภาคนครหลวงและต่างจังหวัด

ผลการวิจัยพบว่า

1. การจัดการการสื่อสารภายในของ บมจ. ธนาคารกรุงเทพ มีใช้รูปแบบของการสื่อสารแบบผสมผสานกันตามความเหมาะสมของข้อมูลข่าวสารที่ต้องการจะสื่อสาร โดยเน้นการสื่อสารแบบบนลงล่าง (Downward Communication) เป็นหลัก คือ การสั่งการจากผู้บังคับบัญชาไปยังผู้ใต้บังคับบัญชา เนื่องจากข้อมูลข่าวสารภายในจะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานสื่อที่ใช้ภายในองค์กรจะมีทั้งหมด 4 ประเภท คือ 1. สื่อบุคคล ได้แก่ การประชุม การจัดอบรม การเดินทางไปที่สาขาของผู้บริหาร (ผู้จัดการภาค) ด้วยตัวเอง 2. สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ จดหมายเวียน บันทึกรับตอบ วารสารภายใน แผ่นพับ โบรชัวร์และโปสเตอร์ต่าง ๆ 3. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ อินทราเน็ต (Intranet) อีเมลล์ (E-mail) 4. สื่อประสม ได้แก่ วิดีโอคอนเฟอเรนซ์ (Video conference)

2. ปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการศึกษาการสื่อสารภายในของ บมจ. ธนาคารกรุงเทพ คือ เรื่องของโครงสร้างองค์กรที่มีขนาดใหญ่ ทำให้เกิดช่องว่างของการสื่อสารระหว่างผู้บริหาร (ผู้จัดการภาค) กับพนักงาน ปัญหาเรื่องลักษณะทางกายภาพขององค์กร ทักษะในการสื่อสาร การใช้สื่อและทักษะการใช้สื่อต่าง ๆ ภายในองค์กร

3. ปัจจัยสำคัญที่ทำให้การสื่อสารภายในของธนาคารกรุงเทพในด้านการให้บริการระหว่างสำนักงานใหญ่กับสาขาภาคนครหลวงและต่างจังหวัดเป็นไปได้ในทิศทางเดียวกัน คือทัศนคติที่ดีในการทำงาน ระบบวัฒนธรรมภายในองค์กรและ บรรยากาศความพร้อมของอุปกรณ์เครื่องใช้ในสำนักงาน

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้บริหาร (ผู้จัดการภาค) ควรจะเดินทางไปเยี่ยมเยียนพนักงานตามสาขาต่าง ๆ ในสังกัด เพื่อลดช่องว่างของการสื่อสารและช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับพนักงานด้วย ในเรื่องของสื่อภายในโดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีประโยชน์และมีประสิทธิภาพต่อการจัดการการสื่อสารภายในองค์กรในปัจจุบันเป็นอย่างมากนั้น ควรจัดให้พนักงานมีอีเมลล์ (E-mail) ส่วนตัวทุกคน เพื่อความสะดวกและรวดเร็วในการส่งข้อมูลข่าวสารภายใน รวมถึงควรมีการจัดการอบรมการใช้ระบบอินเทอร์เน็ตขององค์กรเพื่อให้พนักงานทุกคนสามารถใช้สื่อนี้ได้ และด้านการปฏิบัติงานควรมีการอำนวยความสะดวกในเรื่องของอุปกรณ์เครื่องใช้ในสำนักงานต่าง ๆ ให้พร้อมและมีมาตรฐานเดียวกันทุกสาขาทั้งในสาขาภาคนครหลวงและต่างจังหวัด