

ผลกระทบของกลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กรที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

Effect of Intra-Organizational Communication Strategy on Operational Efficiency of SMEs in Northeastern Thailand.

สินีนางกู มหาวงษ์* ศรีัญญา รักษงษ์¹ จรววย Sawithee²

Sineenat Mahawong^{3*} Saranya Raksong² Jarouy Sawithee³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อทดสอบผลกระทบของกลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กรที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยใช้แบบสอบถามทางไปรษณีย์ เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กร ด้านการเปิดใจยอมรับการสื่อสารที่หลากหลาย ด้านความยืดหยุ่นของช่องทางสื่อสาร และด้านประสิทธิภาพในการใช้สื่อ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยรวม โดยสรุป กลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กรมีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน ดังนั้น ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต้องปรับปรุงการบริหารจัดการในการดำเนินงาน โดยให้สามารถแข่งขันและปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมสนับสนุนการตัดสินใจในการดำเนินงาน และสามารถเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลให้แก่ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและกลุ่มธุรกิจอื่นๆ ที่สนใจนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาของธุรกิจในอนาคตต่อไป

คำสำคัญ : กลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กร, ประสิทธิภาพการดำเนินงาน, ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

* นิสิตระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

^{2,3} อาจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

* Master's Student of Business Management, Faculty of Accountancy and Management.

^{2,3} Lecturer ,Faculty of Accountancy and Management.

Abstract

The purpose of this study was to test the effects of intra-organizational communication strategy on operational efficiency of SMEs in the Northeastern region . The questionnaires are used for collecting data from 159 executives of SMEs. The statistics used for analyzing the collected data were multiple correlation analysis and multiple regression analysis. The result showed : intra-organizational communication strategy in terms of openness communication effectiveness, flexible communication channel, and media utilization efficiency had positive relationships with and effects on operational efficiency totally. In conclusion, intra-organizational communication strategy had effects on operational efficiency. Therefore, the executives of SMEs need to improve operational administration and management in order to be able to compete and adjust themselves to be in accordance with future changes. Also, this could help to promote and support decision-making of operations. In addition, the results could increase efficiency and effectiveness to the SMEs and other businesses interested in using this study as guidelines for developing business operations in the future.

Keywords : intra-organizational communication strategy, operational efficiency, SMEs

บทนำ

การประกอบธุรกิจในปัจจุบันต้องเผชิญกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ภาคธุรกิจจะต้องปรับตัวตามกระแสการเปลี่ยนแปลงอันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทั้งภายในและภายนอกประเทศ อีกทั้งความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและนวัตกรรม ทำให้องค์กรต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือองค์กรเอกชน ล้วนจำเป็นต้องปรับตัว เพื่อความอยู่รอดและเจริญก้าวหน้าในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้การแข่งขันที่เคยจำกัดอยู่ในวงแคบ ๆ ได้ขยายขอบเขตออกไป ครอบคลุมถึงกันทั่วโลก นอกจากนี้เทคโนโลยีสารสนเทศยังทำให้การค้นคิดประดิษฐ์นวัตกรรม ทำให้การค้นคว้าหาข่าวสาร ข้อมูล ความรู้เป็นไปอย่างกว้างขวาง การประมวลผลข้อมูล และการสื่อสารเผยแพร่ออกไปจึงทำได้ง่ายขึ้น ส่งผล ทำให้วิทยาการ

และสถานการณ์ด้านต่าง ๆ ปรับเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว ทำให้การแข่งขันทางธุรกิจรุนแรงขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ปีณรส มาลากุล ณ อยุธยา, 2550 : 1- 12) โดยเฉพาะอย่างยิ่งเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารด้วยแล้วนั้น คนในสังคมสามารถเลือกเครื่องมือและช่องทางการสื่อสารได้หลากหลายรูปแบบ การสื่อสารในปัจจุบันบนโลกที่ไร้พรมแดน โดยมีเทคโนโลยีต่างๆ ที่ช่วยเกื้อหนุนการติดต่อสื่อสาร จึงทำให้การสื่อสารภายในองค์กรต้องเดินไปพร้อมกับเทคโนโลยีที่ถูกพัฒนาขึ้น แต่ที่กล่าวมาก็เป็นเพียงสื่อที่ทำให้ผู้ส่งสารสามารถติดต่อผู้รับสารได้อย่างรวดเร็วเท่านั้น สิ่งที่สำคัญที่สุดของการสื่อสาร คือ ผู้สื่อสารต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถทางภาษา และการสื่อสารที่ดี ซึ่งจะทำให้เกิดการสื่อสารหรือแลกเปลี่ยนข้อมูลกันอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลในการขับเคลื่อนการดำเนินงานขององค์กร รวมทั้งการติดต่อกับองค์กรอื่นๆ จนนำไปสู่เป้าหมายขององค์กรนั้นๆ ที่ตั้งไว้ (วรกร สุพร, 2553 : 1)

กลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กร (Intra-Organizational Communication Strategy) ถ้าการสื่อสารในองค์กรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพในทางตรงกันข้าม หากการสื่อสารในองค์กรเต็มไปด้วยอุปสรรคและปัญหาในการสื่อสาร ผลผลิตภาพขององค์กรจะลดต่ำลงอย่างมาก ผู้บริหารองค์กรจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่จะต้องใช้กลยุทธ์ต่างๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานขององค์กร โดยจะต้องมีการพัฒนาประสิทธิภาพในการสื่อสารในทุกๆ ส่วนขององค์กร (ทองใบ สุดชาติ, 2547 : 285) เนื่องจากการสื่อสารภายในองค์กรเป็นกระบวนการขั้นพื้นฐานที่มีความจำเป็นสำหรับการดำเนินงานขององค์กร หากการสื่อสารทำหน้าที่ล้มเหลวหรือมีอุปสรรคสกัดกั้นการสื่อสารย่อมส่งผลให้ มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กรลดลงได้ (ณัฐรัชดา วิจิตรจามรี, 2553 : 2) กลยุทธ์การสื่อสารในองค์กร ประกอบด้วย ด้านช่องทางการสื่อสาร ที่หลากหลาย (Diverse Communication Implementation) ด้านการเปิดใจยอมรับการสื่อสาร (Openness Communication Effectiveness) ด้านความยืดหยุ่นของช่องทางสื่อสาร (Flexible Communication Channel) และด้านประสิทธิภาพในการใช้สื่อ (Media Utilization Efficiency) (นวลละออง อรรถรังสรรค์ และปพฤกษ์ อุดสาหะวาณิชกิจ, 2553 : 15) ดังนั้น ท่ามกลางสภาวะแวดล้อมจากปัจจัยภายนอกและประเทศต่าง มีความผันผวน ทำให้การกำหนดกลยุทธ์สำหรับการดำเนินธุรกิจต้องเผชิญกับวิกฤตหลายประการ องค์กรจึงจำเป็นต้องวางกลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กรควบคู่ไปด้วย เพื่อฝ่าวิกฤติ แต่ก็นับเป็นความท้าทายของทุกภาคส่วนในการขับเคลื่อนธุรกิจให้อยู่รอดก้าวหน้าต่อไปได้ (พจน์ ใจชาญสุขกิจ, 2548 : 5)

ประสิทธิภาพการดำเนินงาน (Operational Efficiency) เป็นเป้าหมายสำคัญในการปฏิบัติงานให้บรรลุผลสำเร็จโดยงานที่ได้มี

คุณภาพ (ธงชัย สันติวงษ์, 2542 : 257) ที่ทุกหน่วยงานต้องพยายามดำเนินงานให้เกิดความคุ้มค่าและประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร การพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงานจะประสบผลสำเร็จเป็นที่น่าพอใจนั้นต้องอาศัยการปรับเปลี่ยน และส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรในองค์กรจากความรู้ ความคิด หลักการ และแนวปฏิบัติตั้งแต่ต้นจนถึงการวางแผนการดำเนินงาน (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2543 : 203-205) จะเห็นได้ว่าทุกองค์กรตระหนักถึงความสำคัญในการพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงานของบุคลากรซึ่งเป็นทรัพยากรที่มีค่าที่สุดขององค์กร โดยกำหนดแผนด้านบุคลากรเพื่อพัฒนาพนักงานขององค์กรทุกระดับ ให้มีคุณภาพเป็นกำลังสำคัญขององค์กร และมีความคล่องตัวพร้อมที่จะรับผิดชอบในการปฏิบัติงานตามนโยบายขององค์กรได้ทันที ควบคู่ไปกับการปลูกฝังคุณธรรมความซื่อสัตย์ และความมีวินัย โดยการสร้างจิตสำนึกและทัศนคติที่ดีต่อองค์กร ลูกค้า และเพื่อนร่วมงาน และพัฒนาการทำงานเป็นทีม ซึ่งองค์กรจะมีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพของบุคลากรและองค์กร การพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงานของบุคลากรและองค์กรจะต้องดำเนินไปพร้อมๆ กัน การวัดประสิทธิภาพการดำเนินงาน มีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ ได้แก่ การทำงานต้องเชื่อถือได้ (Reliable Working) งานสำเร็จทันเวลา (Timeliness) และผลงานได้มาตรฐาน (Standardized) (สมพงษ์ เกษมสิน, 2549 : 30) ซึ่งเป้าหมายขององค์กร คือ การมีประสิทธิภาพการดำเนินงานซึ่งจำเป็นต้องอาศัยการมีประสิทธิภาพการดำเนินงานในองค์กร เป็นปัจจัยสำคัญในการปฏิบัติงานให้บรรลุผลสำเร็จโดยงานที่ได้มีคุณภาพ และลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด (ธงชัย สันติวงษ์, 2542 : 257)

ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprise : SMEs) เป็นภาคธุรกิจที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและให้ความ

สามารถในการแข่งขันตลอดจนเชื่อมโยงกับธุรกิจขนาดใหญ่และธุรกิจข้ามชาติได้รวมทั้งสนับสนุนให้มีการเชื่อมโยงกับธุรกิจอื่นที่มีการดำเนินงานคล้ายคลึงกันอีกด้วย ทั้งนี้การดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำเป็นต้องใช้ทรัพยากรมนุษย์เป็นเครื่องมือเสริมสร้างศักยภาพในการดำเนินงานผู้บริหารควรต้องให้ความสำคัญในการมุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้มีความรู้ ความสามารถและทักษะในการดำเนินงานเพราะการที่องค์กร มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ จะช่วยให้องค์กรนั้นๆ สามารถเพิ่มผลผลิต สร้างประสิทธิภาพในการดำเนินงานตลอดจนสามารถทำให้เกิดการบริหารจัดการที่ดีได้ส่งผลให้ธุรกิจมีความเป็นเลิศทางธุรกิจ นอกจากนี้การให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์แล้วนั้นผู้บริหารควรต้องมีการวางแผนการดำเนินงานที่ดีทั้งในระยะสั้นและระยะยาวเพื่อให้ผลการดำเนินงานของธุรกิจเป็นที่พึงพอใจของผู้ถือหุ้นและผู้ร่วมลงทุน อีกทั้งเพื่อหลีกเลี่ยงและป้องกันการประสบปัญหาเหมือนในช่วงวิกฤต เศรษฐกิจของไทยในปี พ.ศ. 2540 ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะต้องมีการพัฒนาระบบการบริหารจัดการที่ต่ออย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องเพื่อให้ระบบการบริหารจัดการธุรกิจสอดคล้องและเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาได้เป็น

อย่างดี (กัตัญญา หิรัญญสมบุรณ์, 2546 : 72)

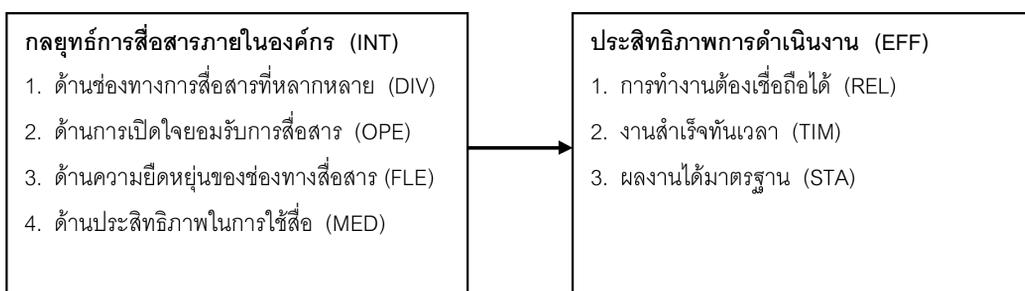
จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาวิจัยผลกระทบของกลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กรที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่ากลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กรมีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานหรือไม่ อย่างไร ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัย สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลสารสนเทศในการกำหนดแนวทางเพื่อวางแผนพัฒนา ปรับปรุง และกระบวนการของการสื่อสารภายในองค์กรให้มีประสิทธิภาพการดำเนินงานต่อไปในอนาคต เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจประสบผลสำเร็จต่อไป

เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมติฐานของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ กลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กรได้ถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรอิสระและมีผลกระทบต่อที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน จากวัตถุประสงค์เบื้องต้นสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้ดังนี้

รูปภาพประกอบ 1

โมเดลของกลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กร และประสิทธิภาพการดำเนินงาน



1. กลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กร (Intra-Organizational Communication Strategy)

กลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กร (Intra-Organizational Communication Strategy) หมายถึง การติดต่อสื่อสารภายในองค์กร ระหว่างบุคลากรต่างๆ หรือกลุ่มคนที่อยู่ภายในองค์กรที่อยู่ภายในองค์กร ทั้งแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ซึ่งความหมายของข้อมูลที่ส่งสารกับความหมายของข้อมูลที่รับสารต้องตรงกัน และผู้รับสารสามารถปฏิบัติได้ตรงกับความหมายของผู้ส่งสาร ทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมาย ประกอบด้วย

1.1 ด้านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย (Diverse Communication Implementation) หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการสื่อสารภายในที่หลากหลายรูปแบบ เช่น การสื่อสารด้วยตนเอง การโทรศัพท์ การเขียนและอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

1.2 ด้านการเปิดใจยอมรับการสื่อสาร (Openness Communication Effectiveness) หมายถึง ความเต็มใจที่จะรับข้อมูลข่าวสารกับผู้อื่นอย่างเปิดเผยตามความเหมาะสม และตอบสนองต่อข้อมูลข่าวสารเหล่านั้นด้วยความเต็มใจ

1.3 ด้านความยืดหยุ่นของช่องทางการสื่อสาร (Flexible Communication Channel) หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารภายในที่เหมาะสมกับผู้รับข่าวสารในแต่ละกลุ่ม และผู้รับข่าวสารสามารถเลือกใช้ช่องทางในการสื่อสารได้

1.4 ด้านประสิทธิภาพในการใช้สื่อ (Media Utilization Efficiency) หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการใช้สื่อที่มีอยู่อย่างเหมาะสม ให้สามารถสื่อสารได้อย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ

2. ประสิทธิภาพการดำเนินงาน (Operational Efficiency)

ประสิทธิภาพการดำเนินงาน (Operational Efficiency) หมายถึง การปฏิบัติงานให้แล้วเสร็จตามวัตถุประสงค์ มีความเชื่อถือได้สำเร็จทันต่อเวลา และผลงานได้มาตรฐานประกอบด้วย

2.1 การทำงานต้องเชื่อถือได้ (Reliable Working) หมายถึง การปฏิบัติงานต้องมีบันทึกรายงาน ที่เชื่อถือได้ ถูกต้องต่อเหตุการณ์รวดเร็ว เพียงพอและถาวร เป็นที่พอใจแก่ทุกฝ่าย

2.2 งานสำเร็จทันเวลา (Timeliness) หมายถึง พนักงานทุกคนสามารถปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จลุล่วงตามระยะเวลาหรือมาตรฐานที่ตั้งไว้

2.3 ผลงานได้มาตรฐาน (Standardized) หมายถึง คุณภาพของงานที่ทำสำเร็จมีความถูกต้อง เรียบร้อยและสมบูรณ์ ครบถ้วนทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ

สมมุติฐานการวิจัย 1 : กลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กร มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการดำเนินงาน

สมมุติฐานการวิจัย 2 : กลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กร มีผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการดำเนินงาน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. กระบวนการและวิธีเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กระบวนการเลือกกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัย ประชากร (Population) ได้แก่ ผู้บริหารธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 22,405 คน (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2555 : เว็บไซต์) กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ได้แก่ ผู้บริหารธุรกิจ ขนาด

กลางและขนาดย่อมในเขตตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 400 คน โดยเปิดตาราง Krejcie และ Morgan (บุญชม ศรีสะอาด, 2545 : 43) และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยดำเนินการ 1) จำแนกผู้บริหารธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตามจังหวัด 2) กำหนดกลุ่มตัวอย่างผู้บริหารธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตามสัดส่วน 3) ทำการสุ่มตัวอย่างตามข้อ 2) โดยใช้คอมพิวเตอร์ ผู้วิจัยส่งแบบสอบถาม จำนวน 400 ฉบับ เมื่อครบกำหนดได้รับแบบสอบถามตอบกลับมา จำนวน 159 ฉบับ มีอัตราตอบกลับร้อยละ 39.75 ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker, Kumar และ Day (2001) ได้เสนอว่าการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ ต้องมีอัตราการตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงจะถือว่ายอมรับได้ รวมระยะเวลาในการจัดเก็บรวบรวมข้อมูล 60 วัน ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม - 30 พฤศจิกายน 2555

2. การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

กลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กร (Intra-Organizational Communication Strategy) เป็นตัวแปรอิสระ ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย จำนวน 4 ข้อ ด้านการเปิดใจยอมรับการสื่อสาร จำนวน 5 ข้อ ด้านความยืดหยุ่นของช่องทางสื่อสาร จำนวน 5 ข้อ และด้านประสิทธิภาพในการใช้สื่อ จำนวน 5 ข้อ

ประสิทธิภาพการดำเนินงาน (Operational Efficiency) เป็นตัวแปรตาม ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ การทำงานต้องเชื่อถือได้ จำนวน 5 ข้อ งานสำเร็จทันเวลา จำนวน 4 ข้อ และผลงานได้มาตรฐาน จำนวน 5 ข้อ

3. ความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรง

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรง โดยการวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item - Total Correlation ซึ่งกลยุทธ์การ

สื่อสารภายในองค์กร ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.539 - 0.854 และประสิทธิภาพการดำเนินงาน ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.541 - 0.783 ซึ่งสอดคล้องกับ รังสรรค์ มณีเล็ก และคณะ (2546 : 35) ได้เสนอว่าค่าอำนาจจำแนกรายข้อ ต้องมีค่า 0.400 ขึ้นไป จึงจะถือว่ายอมรับได้ และหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability Test) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งกลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กร มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.860 - 0.898 และประสิทธิภาพการดำเนินงาน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.850 - 0.867

4. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณทดสอบผลกระทบของกลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กรที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งเขียนสมการได้ดังนี้

$$\text{สมการ Operational Efficiency (EFF)} \\ = \beta_{01} + \beta_{11} \text{DIV} + \beta_{21} \text{OPE} + \beta_{31} \text{FLE} + \beta_{41} \text{MED} + \varepsilon$$

เมื่อ DIV แทน คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กร ด้านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย

OPE แทน คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กรด้านการเปิดใจยอมรับการสื่อสาร

FLE แทน คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กรด้านความยืดหยุ่นของช่องทางสื่อสาร

MED แทน คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กรด้านประสิทธิภาพในการใช้สื่อ

EFF แทน คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยรวม

ผลลัพธ์การวิจัยและอภิปรายผล

ตาราง 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์กลุ่การสื่อสารภายในองค์กรกับประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยรวมของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตัวแปร	EFF	DIV	OPE	FLE	MED	VIF
\bar{X}	4.00	4.09	4.09	3.90	4.01	
S.D.	0.54	0.70	0.59	0.67	0.66	
EFF		0.159*	0.647*	0.662*	0.709*	
DIV			0.176*	0.067	0.138	1.043
OPE				0.669*	0.688*	2.135
FLE					0.763*	2.674
MED						2.790

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันหรือเกิดเป็น Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIF ปรากฏว่าค่า VIF ของตัวแปรอิสระ

กลุ่การสื่อสารภายในองค์กร มีค่าตั้งแต่ 1.043 - 2.790 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่มีความสัมพันธ์กันสูงจนกระทั่งเกิดปัญหา Multicollinearity (Black, 2006 : 585)

ตาราง 2 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยกับประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยรวมของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

กลุ่การสื่อสารภายในองค์กร	ประสิทธิภาพการดำเนินงาน โดยรวม (EFF)		t	p-value
	สัมประสิทธิ์ การถดถอย	ความคลาดเคลื่อน มาตรฐาน		
	ค่าคงที่ (a)	1.070		
ด้านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย (DIV)	0.039	0.042	0.948	0.344
ด้านการเปิดใจยอมรับการสื่อสาร (OPE)	0.216	0.070	3.071	0.003*
ด้านความยืดหยุ่นของช่องทางสื่อสาร (FLE)	0.170	0.069	2.459	0.015*
ด้านประสิทธิภาพในการใช้สื่อ (MED)	0.305	0.072	4.262	0.000*
F = 50.917 p = 0.000 Adj R ² = 0.558				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กร ด้านการเปิดใจยอมรับการสื่อสารด้านความยืดหยุ่นของช่องทางสื่อสาร และด้านประสิทธิภาพในการใช้สื่อ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยรวม เนื่องจาก กลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กรเป็นศูนย์กลางที่ทำให้บุคลากรรับรู้และเข้าใจในสิ่งเดียวกัน กลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กรที่ดีสามารถสร้างความมั่นคงให้กับองค์กรนั้น ๆ ทำให้องค์กรทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ดังนั้น ผู้บริหารจำเป็นต้องมีกลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กรเป็นเครื่องมือในการบริหารงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในโลกยุคปัจจุบันเป็นยุคที่ข้อมูลข่าวสารมีความสำคัญ องค์กรจึงต้องให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กรมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญจมาภรณ์นอดม (2553 : บทคัดย่อ) พบว่า นโยบายและวัตถุประสงค์ในการสื่อสารองค์กรนั้น จะเป็นการสร้างการสื่อสารจากภายในสู่ภายนอก คือ จะต้องมีการสร้างการสื่อสารที่ดีจากภายในเพื่อทำการสื่อสารให้ภายนอกได้เชื่อมั่นในตัวองค์กรมากขึ้น และในส่วนของวัตถุประสงค์ก็จะเพื่อเป็นการสร้างการมีส่วนร่วมเพื่อให้พนักงานดำเนินงานให้กับองค์กรได้บรรลุตามเป้าหมายที่ได้วางเอาไว้ในส่วนของกลยุทธ์ในการสื่อสารองค์กรที่ทางบริษัท เจียไต๋ จำกัด ใช้ นั้นไม่ได้มีการกำหนดไว้อย่างชัดเจน แต่ได้เลือกใช้การสื่อสารแบบสองทาง คือ จะเน้นการสื่อสารแบบทั้งจากบนลงล่างและจากล่างขึ้นบน นั่นคือ การที่ผู้บริหารนั้นจะทำการสื่อสารหรือสั่งงานมายังพนักงาน และพนักงานเองก็สามารถที่จะสื่อสารกลับไปยังผู้บริหารได้เช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นส่วนของการรายงานผลการปฏิบัติงาน หรือการรายงานสภาวะตลาด เพื่อให้ผู้บริหารนำข้อมูลต่างๆ เหล่านี้ไปใช้เพื่อการวางแผนการตลาดต่อไป ซึ่งจะทำให้การสื่อสารโดยผ่านสื่อ หรือช่องทางต่างๆ ปัญหาและอุปสรรคของการสื่อสารภายในองค์กร

นั้น มีทั้งปัญหาที่มาจากตัวบุคคลที่อาจมีทัศนคติที่ไม่ดีหรือไม่ต้องการเปิดรับข่าวสารที่ไม่เกี่ยวข้องกับตนเอง และปัญหาที่มาจากเทคโนโลยีกับ สื่อต่างๆ ที่ทางบริษัทเลือกใช้ คือ เทคโนโลยีที่ใช้ นั้นอาจยังไม่เหมาะสม หรือยังไม่สามารถนำมาใช้ได้ทั้งหมด หรือไม่ว่าจะเป็นสื่อที่เลือกใช้ก็เช่นเดียวกัน ที่อาจยังไม่มีความเหมาะสมพอ ไม่สามารถเข้าถึงพนักงานได้ทุกคน เช่น เว็บเมลล์ ที่ในการส่งแต่ละครั้งนั้นพนักงานจะได้รับไม่ครบทุกคน นั้นเพราะการตกหล่นหรือไม่ได้อัปเดตข้อมูลพนักงานใหม่ ทำให้บางคนก็อาจจะไม่ได้รับข่าวสารจากเมลล์นั้น ๆ เป็นต้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กานต์มณี แสงศรีจิราภักทร (2550 : บทคัดย่อ) พบว่าวิธีการสื่อสารเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารภายในองค์กรเป็นการสื่อสารแบบทางเดียวเน้นเพียงการบอกกล่าว ชี้แจง และเผยแพร่ข่าวสารให้แก่พนักงานได้รับทราบ และไม่มีการวัดผลตอบกลับ ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการสื่อสารภายในองค์กร คือ ความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาของเรื่องที่จะสื่อสารของผู้ที่ทำการสื่อสาร การใช้สื่ออย่างมีประสิทธิภาพ เนื้อหาสาระของข้อมูลข่าวสารต้องน่าสนใจ ตัวพนักงานต้องมีจิตสำนึก มีความสนใจอยากรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และวัฒนธรรมการเรียนรู้ภายในองค์กร และพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารของพนักงาน มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังและความพึงพอใจของพนักงานงานที่มีต่อสื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ข่าวสารภายในองค์กร ซึ่งความคาดหวังของพนักงานที่มีต่อสื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ข่าวสารภายในองค์กร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อสื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ข่าวสารภายในองค์กร นั่นคือ หากพนักงานมีการแสวงหาข่าวสารมากก็จะมีความคาดหวังในการแสวงหาข่าวสารมาก และมีความพึงพอใจในสื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ข่าวสารมากด้วยเช่นกัน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต และประโยชน์ของการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยควรมีการศึกษาผลกระทบหรือปัจจัยด้านอื่นๆ ที่มีผลกระทบต่อกลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กร และประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจอื่นๆ เพื่อสามารถนำข้อมูลจากการวิจัยไปประยุกต์ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ควรใช้กลุ่มตัวอย่างอื่นนอกจากธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เช่น บริษัทที่อยู่ในตลาดหลักทรัพย์ และธุรกิจส่งออก เป็นต้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจอื่นๆ ด้วย ควรมีการศึกษาผลกระทบหรือปัจจัยอื่นๆ เช่น ประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กรที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือหรือธุรกิจอื่นๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลและความคิดเห็นที่สามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด และควรมีการศึกษาวิจัยผลกระทบของกลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กร ที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานที่ส่งผลกระทบในด้านการแข่งขันในระดับประเทศ และสากลของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2. ประโยชน์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้บริหารธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ควรให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กร ด้านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย ด้านการเปิดใจยอมรับการสื่อสาร ด้านความยืดหยุ่นของช่องทางสื่อสาร และด้านประสิทธิภาพในการใช้สื่อ เพื่อนำไปใช้ในการบริหารงานได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง ผู้

บริหารธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ควรให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพการดำเนินงาน ด้านการทำงานต้องเชื่อถือได้ ด้านงานสำเร็จทันเวลา และด้านผลงานได้มาตรฐาน เพื่อทำให้เกิดประสิทธิภาพการดำเนินงานในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้บริหารธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กรอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างประสิทธิภาพการดำเนินงาน และเป็นผู้นำทางด้านธุรกิจ ผู้บริหารธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ควรให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กร เพื่อสร้างความแตกต่างในการดำเนินธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งชั้น และสามารถแข่งขันกับธุรกิจอื่นในระดับสากล ผู้บริหารธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ควรให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กร และประสิทธิภาพการดำเนินงาน เพื่อจะทำให้ธุรกิจเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนต่อไป

สรุปผลการวิจัย

กลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กรมีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน ดังนั้น ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต้องปรับปรุงการบริหารจัดการในการดำเนินงาน โดยให้สามารถแข่งขันและปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมสนับสนุนการตัดสินใจในการดำเนินงาน และสามารถเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลให้แก่ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและกลุ่มธุรกิจอื่นๆ ที่สนใจนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาของธุรกิจในอนาคตต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กัตัญญ หิรัญญสมบูรณ์. (2545). *การจัดการธุรกิจขนาดย่อม*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : กัตัญญ หิรัญญสมบูรณ์.
- กานต์มณี แสงศรีจิราภัก. (2550). *การสื่อสารภายในองค์กรของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด มหาชน*. วิทยานิพนธ์ นศ.ม. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. *สถิติเปรียบเทียบจำนวนนิติบุคคลคงอยู่ทั่วประเทศ*. 2555. <<http://www.dbd.go.th/>> 15 พฤษภาคม 2555.
- ณัฐรัชดา วิจิตรจามรี. (2553). *การสื่อสารในองค์กร*. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทองใบ สุดชารี. (2547). *ทฤษฎีองค์การ : วิเคราะห์แนวความคิด ทฤษฎี และการประยุกต์*. พิมพ์ครั้งที่ 6. อุบลราชธานี : คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2542). *องค์การกับการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). *การวิจัยเบื้องต้น*. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- เบญจภา รัตนอุดม. (2553). *กลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กรของบริษัท เจียไต๋ จำกัด*. การค้นคว้าอิสระ ว.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปัทมรส มาลากุล ณ อยุธยา. (2550). *การจัดการเชิงกลยุทธ์. การประกันคุณภาพ มหาวิทยาลัยขอนแก่น*. 8(1) : 1-12.
- รังสรรค์ มณีเล็ก และคณะ. (2546). *การพัฒนาเครื่องมือสำหรับการประเมินการศึกษา*. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- วรกร สุพร. (2553). *คู่มือการจัดการความรู้เรื่อง การสื่อสารภายในองค์กร*. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัย เชียงใหม่.
- สมพงษ์ เกษมสิน. (2549). *การบริหาร*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : คณะรัฐประศาสนศาสตร์สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- Aaker, David A., Kumar V. and Day, George S. (2001). *Marketing Research*. New York : John Wiley and Sons.
- Attharangsun, N. and Ussahawanitchakit, P. (2010). An Intra-organizational Communication Strategy, Its Antecedents and Consequences: An Empirical Examination of Computer Businesses in Thailand. *International Journal of Business Strategy*. 10(1) : 30-55.
- Black, K. (2006). *Business Statistics for Contemporary Decision Making*. 4th ed. New York : John Wiley and Sons.