

ความพึงพอใจของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กร
กรณีศึกษาบริษัทไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด

สารนิพนธ์
ของ
นางสาวสุภา นานาพูลสิน

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
พฤษภาคม 2546

ความพึงพอใจของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กร
กรณีศึกษาบริษัทไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด

บทคัดย่อ
ของ
นางสาวสุภา นานาพูลสิน

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
พฤษภาคม 2546

สุภา นานาพลสิน. (2546). ความพึงพอใจของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กร:กรณีศึกษาบริษัทไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ).กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร.วัลลภ ลำพาย.

การวิจัยในครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษา ความพึงพอใจของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กร: กรณีศึกษาบริษัทไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด โดยรวมทั้ง 6 ด้านได้แก่ ด้าน ความพึงพอใจในงาน ด้าน ความเพียงพอของข่าวสาร ด้านความสามารถเสนอแนะปรับปรุงให้ดีขึ้นของบุคคล ด้านประสิทธิภาพของช่องทางการติดต่อสื่อสาร ด้านคุณภาพของสื่อกลาง และด้านวิธีการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนร่วมงาน โดยจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับตำแหน่งงาน และ รูปแบบการสื่อสาร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ พนักงานบริษัทไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด ทั้งหมดจำนวน 125 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม โดยได้รับแบบสอบถามคืนมา 120 ชุด คิดเป็นร้อยละ 96 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างใช้ทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance : F-test) และค่าสหสัมพันธ์แบบง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

ผลการวิจัยพบว่า พนักงานบริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัดที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 120 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุอยู่ระหว่าง 25-35 ปี มีระดับการศึกษาสูงกว่าอนุปริญญา/ปวส.ขึ้นไป และมีตำแหน่งระดับบริหาร/ผู้บังคับบัญชา จำนวน 23 คน มีตำแหน่งระดับปฏิบัติการ จำนวน 97 คน ผลการศึกษาพบว่า

1. พนักงานบริษัทไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการสื่อสารภายในองค์กร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจด้านความสามารถเสนอแนะปรับปรุงให้ดีขึ้นของบุคคล และด้านวิธีการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนร่วมงานมากที่สุด
2. พนักงานบริษัทไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด ที่มีเพศ อายุ และระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการสื่อสารภายในองค์กร โดยรวมแตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ
3. พนักงานบริษัทไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด ที่มีระดับตำแหน่งงานต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการสื่อสารภายในองค์กร โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05
4. ทิศทางการสื่อสาร ได้แก่ การสื่อสารทางเดียว มีความสัมพันธ์ทางลบอยู่ในระดับปานกลางกับความพึงพอใจต่อการสื่อสารภายในองค์กร ส่วนการสื่อสารสองทาง มีความสัมพันธ์ทางบวกอยู่ในระดับปานกลางกับความพึงพอใจต่อการสื่อสารภายในองค์กร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01
5. ประเภทของการใช้ในการสื่อสาร ได้แก่ การสื่อสารแบบเป็นทางการไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการสื่อสารภายในองค์กร ส่วนการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการมีความสัมพันธ์ทางบวกอยู่ในระดับน้อยกับความพึงพอใจต่อการสื่อสารภายในองค์กร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

A Study of Employees' Satisfaction with Intra-Organizational Communication
A Case study of HIFI Orient (Thai) CO., LTD.

AN ABSTRACT
BY
MISS SUPA NANAPOOLSIN

Presented in Partial Fulfillment of the requirement for the
Master of Business Administration in Management
at Srinakharinwirot University
May 2003

Supa Nanapoolsin. (2003). *A Study of Employees' Satisfaction with Intra-Organizational Communication: A Case study of HIFI Orient (Thai) CO., LTD.* Master thesis, M.B.A.(Management). Bangkok:Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor Committee : Asst. Prof. Wallop Lumpai ,Ph.D.

The purpose of this research is to study the employees' satisfaction with Intra-Organizational communication: A case study of HIFI Orient (Thai) CO.,LTD. Six aspects had been observed which are job satisfaction, information sufficiency, suggestion and development capability, the efficiency of communication channels, media qualities and communication methods with colleagues. It classified by genders, age, education level, job position and communication methods.

The sample size used in this research was all employees of HIFI Orient (Thai) CO.,LTD., which are 125. A questionnaire was used as a mean for collecting data. The returned questionnaires were 120 copies, which are 96 in percentage. The statistics used in data analysis were percentage, mean, standard deviation. t-test, one-way analysis of variance and Pearson product moment correlation efficient were used as different analysis by using a software.

As the research result, it was found that the 120 employees' HIFI Orient (Thai) CO.,LTD. were males more than females, had the age of 25-35 years old , had the education level higher than diploma or higher vocational level, had the 23 and 97 employees in management and operation position ,respectively.

The results were as follow:

1. The employees' HIFI Orient (Thai) CO.,LTD. had the overall satisfaction with Intra-Organizational communication at moderate level. Moreover, they satisfied in their personal suggestion and development capability and communication methods with colleagues the most.
2. The employees' HIFI Orient (Thai) CO.,LTD. with different genders, age and education level had different satisfaction toward overall Intra-Organizational communication with no statistical significant at .05
3. The employees' HIFI Orient (Thai) CO.,LTD., who had different job position, had different satisfaction toward overall Intra-Organizational communication with a statistical significant at .05
4. Communication direction consists of one-way and two-way communication, which had negative and positive correlation with overall satisfaction toward Intra-Organizational communication at moderate level, respectively. The statistical significant is .01
5. Communication type consists of formal and informal communication. There was no correlation between formal communication and overall satisfaction with Intra-Organizational communication. Whereas, informal communication had a positive correlation with overall satisfaction toward Intra-Organizational communication at less level, which the statistical significant is .05

อาจารย์ที่ปรึกษา ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบ ได้พิจารณาสารนิพนธ์ฉบับนี้ แล้วเห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษานิพนธ์

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัลลภ ลำพาย)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....
(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

คณะกรรมการสอบสารนิพนธ์

.....ประธาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัลลภ ลำพาย)

.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุตตา)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีคณะสังคมศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กวี วรรณ)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ. 2546

ความพึงพอใจของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กร
กรณีศึกษาบริษัทไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด

สารนิพนธ์
ของ
นางสาวสุภา นานาพูลสิน

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
พฤษภาคม 2546
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความสามารถอย่างสูงจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร.วัลลภ ลำพาย อาจารย์ที่ปรึกษาการทำสารนิพนธ์ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษา แนะนำ และตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ของสารนิพนธ์ตั้งแต่เริ่มจนกระทั่งสารนิพนธ์เสร็จสมบูรณ์ อีกทั้งรองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และรองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุตตา ที่กรุณาเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบแก้ไขเครื่องมือรวมถึงให้คำปรึกษาและแนะนำในการศึกษาครั้งนี้เป็นอย่างดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ด้วยความเคารพอย่างสูง และขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์คณะสังคมศาสตร์ทุกท่าน ที่ได้มอบความรู้อันเป็นทุนชีวิตแก่ผู้วิจัย

ขอขอบพระคุณผู้บริหารและพนักงานบริษัทไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด ทุกท่านที่ได้กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม โดยเฉพาะอย่างยิ่งคุณอัญญรัตน์ ภูมิวิเศษ ผู้ที่ช่วยเหลือในการรวบรวมข้อมูลและในด้านต่างๆ ให้ผู้วิจัยเป็นอย่างดี เพื่อประกอบการศึกษา และจัดทำสารนิพนธ์ครั้งนี้

ขอขอบคุณ เจ้าหน้าที่ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ และบัณฑิตวิทยาลัย ทุกท่าน ตลอดจนผู้มีส่วนสำเร็จต่องานวิจัยนี้ทุกท่าน

ขอขอบคุณ คุณทรงชนะ ใจชุ่มชื่น ที่ให้คำแนะนำในการแปลผลข้อมูล และเพื่อนๆ ทุกคนที่ให้ความช่วยเหลือและแนะนำในการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นอย่างดี

กราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และขอขอบคุณพี่ๆ น้องๆ (คุณธงศักดิ์ และคุณสุนน นานาพุลสิน) ที่เป็นกำลังใจ และคอยช่วยเหลือเป็นอย่างดี

ท้ายสุดนี้ คุณงามความดีและประโยชน์อันเกิดจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอน้อมบูชาคุณบิดามารดาและบูรพนาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาอบรมสั่งสอน ข้าพเจ้า จนกระทั่งประสบผลสำเร็จในวันนี้

สุภา นานาพุลสิน

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	2
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	3
ความสำคัญของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	3
ตัวแปรที่ศึกษา	3
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
สมมติฐานในการวิจัย	7
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารในองค์กร.....	8
ความหมายของการสื่อสารในองค์กร	8
แนวความคิดการสื่อสารในองค์กร.....	9
ความสำคัญของการสื่อสารที่ใช้ในองค์กร	14
ลักษณะการติดต่อสื่อสารที่ใช้ในองค์กร	15
ประเภทการสื่อสารในองค์กร	16
หลักการติดต่อสื่อสารในองค์กร.....	19
การจัดอุปสรรคในการสื่อสาร.....	22
ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร.....	24
ความหมายของความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร	24
องค์ประกอบด้านความพึงพอใจในการสื่อสาร.....	27
ทฤษฎีด้านองค์ประกอบทางสังคม	29
บรรยากาศการสื่อสารในองค์กร	30
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบริษัท	32
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	36
3 วิธีการดำเนินวิจัย.....	39
การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	39
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	39
เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวม	39

สารบัญ(ต่อ)

บทที่		หน้า
3 (ต่อ)	การทดสอบเครื่องมือ.....	42
	ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ.....	42
	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	43
	การจัดทำข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล.....	43
	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	44
	ค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน.....	46
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	48
	สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	48
	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	48
	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	49
5	สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	70
	สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า	70
	สรุปผลการศึกษาค้นคว้า.....	72
	อภิปรายผล.....	74
	ข้อเสนอแนะทั่วไป.....	76
	ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป.....	77
	บรรณานุกรม.....	78
	ภาคผนวก ก.....	82
	แบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....	83
	ภาคผนวก ข.....	91
	หนังสือขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ.....	92
	รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม.....	93
	ประวัติย่อผู้วิจัย.....	94

บัญชีตาราง

ตาราง		หน้า
1	จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของพนักงานบริษัทไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด จำแนก ตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา และระดับตำแหน่งงาน.....	49
2	จำนวน และค่าร้อยละ ของข้อมูลทั่วไปของพนักงานบริษัทไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา และระดับตำแหน่งงาน หลังจากปรับด้าน ระดับการศึกษาของพนักงานแล้ว.....	50
3	ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นที่มีต่อ ทิศทางการสื่อสารภายในบริษัทไฮไฟโอเรียนท์(ไทย)จำกัด.....	51
4	ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นที่มีต่อ ประเภทของการใช้ในการสื่อสารภายในบริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด.....	53
5	ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจต่อการติดต่อสื่อสารภายใน องค์กรของพนักงานบริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด โดยรวม.....	55
6	ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจต่อ การติดต่อสื่อสารภายในองค์กรของพนักงานบริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด ด้านความพึงพอใจในงาน.....	56
7	ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจต่อ การติดต่อสื่อสารภายในองค์กรของพนักงานบริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด ด้านความเพียงพอของข่าวสาร.....	57
8	ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจต่อ การติดต่อสื่อสารภายในองค์กรของพนักงานบริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด ด้านความสามารถเสนอแนะปรับปรุงให้ดีขึ้นของบุคคล.....	58
9	ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจต่อ การติดต่อสื่อสารภายในองค์กรของพนักงานบริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด ด้านประสิทธิภาพของช่องทางการติดต่อสื่อสาร.....	59
10	ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจต่อ การติดต่อสื่อสารภายในองค์กรของพนักงานบริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด ด้านคุณภาพของสื่อกลาง.....	60
11	ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจต่อ การติดต่อสื่อสารภายในองค์กรของพนักงานบริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด ด้านวิธีการติดตอสื่อสารกับเพื่อนร่วมงาน.....	61
12	เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของพนักงานบริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด ที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กร จำแนกตามเพศ โดยรวม.....	62
13	เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของพนักงานบริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด ที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กร จำแนกตามอายุ โดยรวม.....	63

บัญชีตาราง(ต่อ)

ตาราง	หน้า
14	เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของพนักงานบริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด ที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กร จำแนกตามระดับการศึกษา โดยรวม..... 64
15	เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของพนักงานบริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด ที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กร จำแนกตามระดับตำแหน่งงาน โดยรวม..... 65
16	แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทิศทางการสื่อสารทางเดียวกับ ความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กร 66
17	แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทิศทางการสื่อสารสองทางกับ ความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กร 67
18	แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของการใช้ในการสื่อสารได้แก่ การสื่อสารแบบเป็นทางการกับความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กร..... 68
19	แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของการใช้ในการสื่อสารได้แก่ การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการกับความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กร..... 69

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 รูปแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ตามแนวกรอบแนวความคิด การศึกษาครั้งนี้ว่า.....	6
2 โครงสร้างวัตถุประสงค์พื้นฐาน 4 ประการของ Dave Francis.....	10
3 แบบจำลองความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารกับระยะทางและทิศทางของการติดต่อสื่อสาร.....	25
4 ส่วนที่เกี่ยวข้องระหว่างกันของบรรยากาศของการติดต่อสื่อสารในองค์กร.....	31

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ในปัจจุบันเป็นที่ยอมรับกันแล้วว่า การสื่อสารภายในองค์การเป็นเรื่องหนึ่งที่สำคัญ เนื่องจากการสื่อสารเป็นกระบวนการสำคัญในการนำความต้องการ ความคิด ความรู้สึกไปสู่ความเข้าใจในเป้าหมายระหว่างบุคคลต่อบุคคล กลุ่มต่อกัน บุคคลต่อกัน ไปสู่ความเข้าใจร่วมกัน เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างสอดคล้องมีประสิทธิภาพตรงกับวัตถุประสงค์ขององค์การ

โรเจอร์ สมิธ ประธานกรรมการบริษัทเจเนอรัล มอเตอร์ ซึ่งเป็นบริษัทชั้นนำ และมีชื่อเสียงในประเทศสหรัฐอเมริกาได้กล่าวว่า “ การสื่อสารที่ดีเป็นกุญแจสำคัญในการบริหารองค์การอย่างมีประสิทธิภาพ” คำกล่าวนี้นี้ได้รับการยอมรับจากผู้บริหารที่มีวิสัยทัศน์จำนวนมาก แต่กระนั้นก็ยังไม่มีใครสามารถสรุปได้ว่าวิธีการสื่อสารภายในองค์การที่ดีนั้นมีลักษณะเป็นอย่างไร ในปัจจุบันนักวิชาการและผู้บริหารองค์การจำนวนมากยังคงแสวงหาคำตอบเกี่ยวกับศักยภาพของวิธีการสื่อสารภายในองค์การในรูปแบบต่างๆ ดาเนียลส์ และ สปีเกอร์ (Daniels and Spiker. 1987:11-13) เนื่องจากนักวิชาการและผู้บริหาร เหล่านั้นต่างตระหนักดีว่าการสื่อสารที่ดีสามารถนำมาใช้ทดแทนหรือแก้ไขปัญหาที่อุปกรณ์ทันสมัยต่างๆไม่สามารถกระทำได้ และการสื่อสารที่ดีมีประสิทธิภาพ ก็อาจจะก่อปัญหาที่ยากที่เป็นภัยต่อองค์การได้ ดังจะเห็นได้จากปัญหาระหว่างผู้บริหารและบุคลากรซึ่งเกิดขึ้นอยู่เสมอๆ ในปัจจุบัน ซึ่งบางครั้งปัญหาเหล่านั้นก็อยู่ในขั้นวิกฤตที่สร้างความเสียหายเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในส่วนขององค์การเองที่ต้องสูญเสียทั้งทรัพย์สิน ชื่อเสียง ความมั่นคง และภาพลักษณ์ที่ดีขององค์การต่อสาธารณะ เพียงเพราะความไม่เข้าใจกันระหว่างพนักงานและผู้บริหาร (ชาลิน นานา. 2539:1)

การสร้างความเข้าใจและการสื่อสารของบุคลากรภายในองค์การจะมีความเข้าใจมากขึ้นหรือน้อยเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์การ (Organization Communication) ซึ่งก็คือการแลกเปลี่ยนสารสนเทศและความรู้ในหมู่สมาชิกในองค์การ ซึ่งจะส่งผลทำให้บรรลุประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์การ การติดต่อสื่อสารนั้นมีหลายระดับ ได้แก่ ระดับปัจเจกบุคคล ระดับกลุ่ม และระดับองค์การ

หากองค์การได้มีการติดต่อสื่อสารในระดับต่างๆ ที่ดีแล้ว ฝ่ายบริหารก็จะสามารถที่จะเสนอโยบาย กฎระเบียบ และวิธีการปฏิบัติงานให้กับพนักงานปฏิบัติงานได้สอดคล้องและตรงกับความต้องการขององค์การ การสร้างความเข้าใจในองค์การเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งและมีอิทธิพลต่อบุคลากรในองค์การ ขวัญกำลังใจที่ดี วัฒนธรรมองค์การ ความพึงพอใจในการทำงาน ล้วนแล้วเกิดจากการสื่อสารภายในองค์การที่ดี (พิเชษฐ์ บุญมี. 2544:1)

จึงอาจสรุปได้ว่า การสื่อสารจำเป็นต้องอยู่ควบคู่กับองค์การอย่างไม่สามารถแยกออกจากกันได้ แต่ทั้งนี้รูปแบบการสื่อสารภายในองค์การจะเป็นอย่างไรนั้น มิได้มีกฎเกณฑ์ที่ตายตัวเสมอไป เนื่องจากแต่ละองค์การมีลักษณะและโครงสร้างที่แตกต่างกันออกไปตามวัตถุประสงค์ และสภาพแวดล้อม อาทิ ลักษณะของการประกอบการ และลักษณะการทำงานของบุคลากรภายในองค์การ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่นๆ อาทิ

ขนบธรรมเนียม ประเพณี ความเชื่อ ค่านิยม และทัศนคติต่างๆ ที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของบุคลากร ซึ่งพฤติกรรมบางอย่างก็นับว่าเป็นประโยชน์ สามารถสร้างสรรค์ให้องค์กรเกิดการพัฒนา แต่พฤติกรรมบางอย่างก็ให้ผลในทางกลับกัน คือทำให้องค์กรเกิดการชะงักงัน ไม่สามารถดำเนินงานไปในทิศทางที่พึงประสงค์ได้ (ชาลิน นานา. 2539:2)

บริษัทไอไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด เป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจด้านการเป็นผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าภายใต้ตราสินค้า ACONATIC และ PENSONIC ซึ่งมีฐานการผลิตอยู่ในประเทศจีน และมาเลเซีย ก่อตั้งเมื่อปี 2544 ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของบริษัท ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ด้านภาพ และเสียง รวมทั้งเครื่องใช้ในครัวเรือน สินค้าโดยทั่วไปของบริษัทมีวางจำหน่ายตามห้างดีส์เคาต์สโตร์ทั่วไป

ด้วยเหตุที่บริษัทเป็นองค์กรขนาดกลาง มีพนักงานค่อนข้างมาก ด้วยความแตกต่างทางด้านบุคคลทำให้บางครั้งการสื่อสารภายในองค์กรมีความเข้าใจไม่ตรงกัน มีผลให้ความเข้าใจในนโยบาย ข่าวสารข้อมูลต่างๆ ที่ได้รับนั้น เกิดความเบี่ยงเบนในเนื้อหาสาระ และวัตถุประสงค์ของการสื่อสารนั้น อันจะส่งผลกระทบต่อการบริหารงานภายในองค์กรขึ้นได้ ทำให้เกิดการบริหารงานที่ผิดพลาดซึ่งจะนำมาซึ่งความเสียหายแก่องค์กรได้

จะเห็นได้ว่าอุปสรรคหรือปัญหาที่เกิดขึ้นจากการติดต่อสื่อสารดังกล่าวนี้ เป็นสาเหตุที่ทำให้การติดต่อสื่อสารไม่เป็นไปในแนวทางที่ต้องการ การติดต่อสื่อสารที่ไม่เป็นไปในแนวทางที่ต้องการมักจะนำมาซึ่งความล้มเหลวในการติดต่อสื่อสาร ความขัดแย้งระหว่างบุคลากร หรือระหว่างบุคลากรกับองค์กร ความขัดแย้งที่เกิดขึ้นเนื่องจากการติดต่อสื่อสารนี้ จะเป็นผลทำให้บุคลากรขององค์กรเกิดความความรู้สึกไม่พึงพอใจในการติดต่อสื่อสารที่เป็นอยู่ ไม่พึงพอใจในสภาพแวดล้อมขององค์กร ตลอดจนไม่พึงพอใจในงานที่ทำ ดูบริณ (สมศรี ศานติเกษม. 2529 : 4 ; อ้างอิงจาก Dubrin. 1984)

ดังนั้น จากความสำคัญของการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรที่กล่าวมาแล้วนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงความพึงพอใจของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กรของบริษัทไอไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด แห่งนี้ว่าระบบการสื่อสารที่ใช้ภายในองค์กรในปัจจุบันพนักงานมีความพึงพอใจมากน้อยเพียงใด เพื่อนำผลการวิจัยและข้อมูลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้มาเป็นแนวทางในการพัฒนาและการปรับปรุงการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งจุดมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กรของพนักงานบริษัท ไอไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร โดยจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคลของพนักงานได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และตำแหน่งงาน
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรได้แก่ ทิศทางการสื่อสาร ประเภทของการใช้ กับความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร

ความสำคัญของการวิจัย

ผลการวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นเพื่อเป็นแนวทาง ในการพัฒนา ,ปรับปรุง วิธีการและรูปแบบในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรให้เหมาะสมเพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพ และการดำเนินงานที่ดีขององค์กร

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีความมุ่งหมายที่จะศึกษาเกี่ยวกับ ความพึงพอใจของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กร:กรณีศึกษาบริษัทไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ พนักงานทั้งหมดของบริษัทไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด ซึ่งมีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 125 คน (ข้อมูลจากฝ่ายบุคคลวันที่ 30 ตุลาคม 2545)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานทั้งหมดของบริษัทไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด ซึ่งมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 125 คน (ข้อมูลจากฝ่ายบุคคลวันที่ 30 ตุลาคม 2545)

ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาทำวิจัยเรื่องความพึงพอใจของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กร:กรณีศึกษาบริษัทไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด โดยระยะเวลาที่เริ่มดำเนินการศึกษา ตั้งแต่วันที่ 20 ตุลาคม 2545 และผู้วิจัยคาดว่าจะเสร็จสิ้นภายในเดือนมีนาคม 2546 โดยใช้ระยะเวลาในการศึกษาและดำเนินการวิจัยเป็นเวลาประมาณ 6 เดือน

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent variables)

1.1 ลักษณะส่วนบุคคลของพนักงาน

1.1.1 เพศ

1.1.1.1 ชาย

1.1.1.2 หญิง

1.1.2 อายุ

1.1.2.1 ต่ำกว่า 25 ปี

1.1.2.2 25-35 ปี

1.1.2.3 36-45 ปี

- 1.1.2.4 46-55 ปี
- 1.1.2.5 มากกว่า 55ปีขึ้นไป
- 1.1.3 ระดับการศึกษา
 - 1.1.3.1 ต่ำกว่าระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย
 - 1.1.3.2 มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช.
 - 1.1.3.3 ปวส. หรือเทียบเท่า
 - 1.1.3.4 ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า
 - 1.1.3.5 สูงกว่าปริญญาตรี
- 1.1.4 ตำแหน่งงาน
 - 1.1.4.1 ระดับบริหาร/หัวหน้างาน
 - 1.1.4.2 ระดับปฏิบัติการ
- 1.2 รูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร
 - 1.2.1 ทิศทางการสื่อสาร
 - 1.2.1.1 การสื่อสารทางเดียว
 - 1.2.1.2 การสื่อสารสองทาง
 - 1.2.2 ประเภทของการใช้
 - 1.2.2.1 การสื่อสารแบบเป็นทางการ
 - 1.2.2.2 การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ

2. ตัวแปรตาม (Dependent variables)

- 2.1 ความพึงพอใจในสื่อสารภายในองค์กร ได้แก่
 - 2.1.1 ความพึงพอใจในงานของบุคคล
 - 2.1.2 ความพึงพอใจของข่าวสาร
 - 2.1.3 ความสามารถเสนอแนะปรับปรุงให้ดีขึ้น
 - 2.1.4 ความมีประสิทธิภาพของช่องทางการติดต่อสื่อสาร
 - 2.1.5 คุณภาพของสื่อกลาง
 - 2.1.6 วิธีการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนร่วมงาน

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร หมายถึง ระดับความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อปัจจัยการสื่อสารในองค์กรทั้ง 6 ด้าน ได้แก่

1.1 ความพึงพอใจในงานของบุคคล หมายถึง ความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อองค์ประกอบของงานและสภาพแวดล้อมของงาน ได้แก่ เงินเดือน สวัสดิการ การเลื่อนตำแหน่งและตัวงาน

1.2 ความเพียงพอของข่าวสาร หมายถึง ความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อปริมาณของข่าวสารที่ได้รับจากองค์กร ได้แก่ ข่าวสารเกี่ยวกับนโยบาย เทคนิคใหม่ๆ การเปลี่ยนแปลงทางการบริหารงานในอนาคตและผลการปฏิบัติงานส่วนบุคคล

1.3 ความสามารถเสนอแนะปรับปรุงให้ดีขึ้น หมายถึง ความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อความสามารถในการแสดงความคิดเห็นในด้านการเสนอแนะปรับปรุง

1.4 ความมีประสิทธิภาพของช่องทางการติดต่อสื่อสารต่างๆ หมายถึง ความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อวิธีการที่องค์กรเผยแพร่ข่าวสารภายในองค์กร

1.5 คุณภาพของสื่อกลาง หมายถึง ความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อเอกสารลายลักษณ์อักษรใช้ถ้อยคำดีแคใจเห็นคุณค่าของข่าวสารที่ได้รับ และการมาถึงของข่าวสารอย่างทันทั่วทั้งที่

1.6 วิธีการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนร่วมงาน หมายถึง ความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อลักษณะการติดต่อสื่อสารได้แก่การติดต่อสื่อสารตามแนวนอน การติดต่อสื่อสารที่ไม่เป็นทางการ กับ เพื่อนร่วมงาน

2. ลักษณะส่วนบุคคลของพนักงาน หมายถึง คุณสมบัติพื้นฐานของพนักงาน ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษาและตำแหน่งงาน

3. รูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร หมายถึง การใช้รูปแบบของการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรซึ่งในที่นี้ศึกษา 2 ลักษณะคือ

3.1 ทิศทางการสื่อสาร หมายถึง ทิศทางการสื่อสารภายในองค์กรที่ผู้บังคับบัญชา(ผู้ส่งสาร)ถ่ายทอดข่าวสารหรือคำสั่งไปยังผู้ใต้บังคับบัญชา(ผู้รับสาร) ซึ่งแบ่งออกเป็นดังนี้

3.1.1 การสื่อสารทางเดียว หมายถึง ทิศทางการสื่อสารภายในองค์กรที่ผู้บังคับบัญชานอกนโยบาย คำสั่ง การมอบหมายงานไปยังผู้ใต้บังคับบัญชา โดยที่ผู้ใต้บังคับบัญชาไม่มีโอกาสสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม ไม่มีโอกาสปรึกษาหารือกับผู้บังคับบัญชา และผู้บังคับบัญชาเองก็ไม่ทราบข้อมูลจากผู้ใต้บังคับบัญชา

3.1.2 การสื่อสารสองทาง หมายถึง ทิศทางการสื่อสารภายในองค์กรที่ผู้บังคับบัญชา(ผู้ส่งสาร) และผู้ใต้บังคับบัญชา(ผู้รับสาร) มีปฏิริยาโต้ตอบซึ่งกันและกัน มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ความคิดเห็นระหว่างกัน และรับฟังข้อเสนอแนะซึ่งกันและกัน

3.2 ประเภทของการใช้ หมายถึง ประเภทของการใช้ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร ซึ่งแบ่งออกเป็นดังนี้

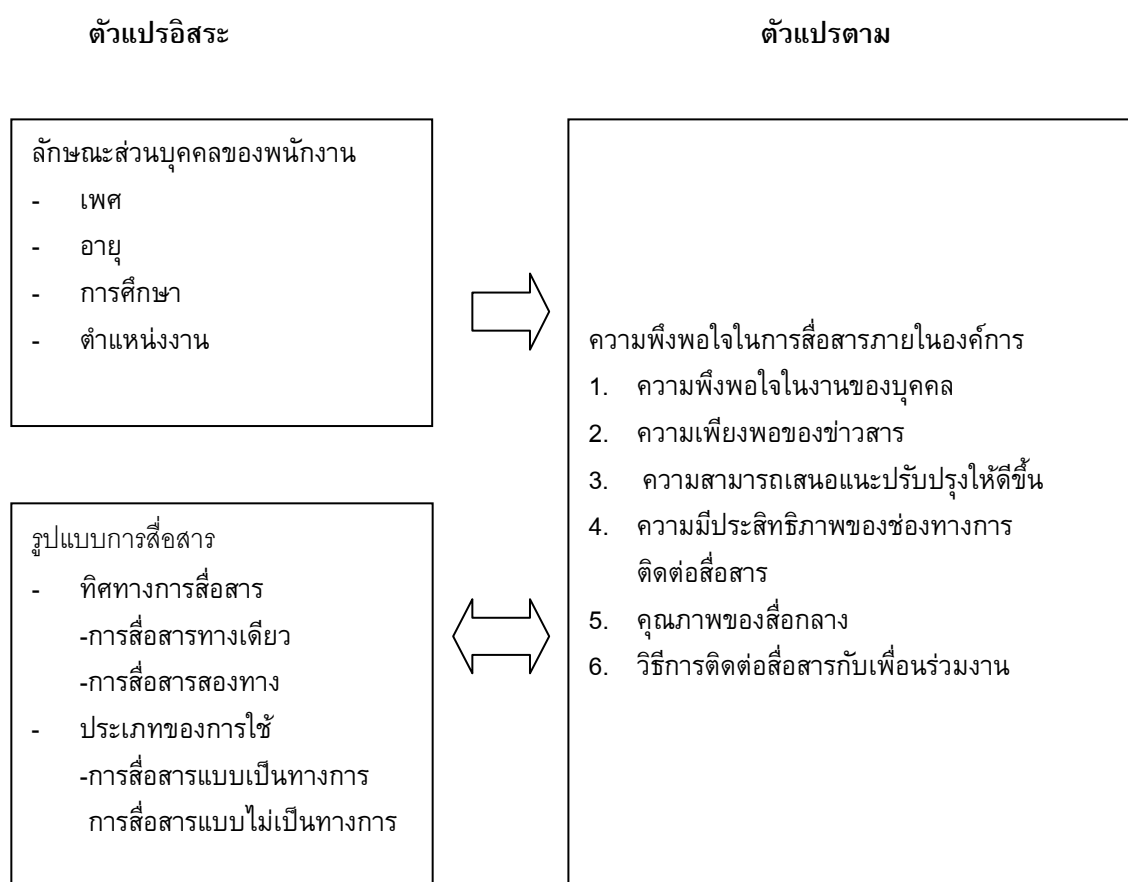
3.2.1 การสื่อสารแบบเป็นทางการ หมายถึง การสื่อสารภายในองค์กรที่มีระเบียบแบบแผนรูปแบบที่แน่นอนในองค์กร โดยคำนึงถึงบทบาทหน้าที่และตำแหน่งผู้ส่งสารและผู้รับสาร ซึ่งเป็นไปตามสายบังคับบัญชาในองค์กร

3.2.1 การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ หมายถึง การสื่อสารภายในองค์กรที่ไม่มีระเบียบแบบแผนรูปแบบที่แน่นอนในองค์กร เป็นการสื่อสารที่อาศัยความสัมพันธ์ส่วนตัว โดยไม่คำนึงถึงตำแหน่งในองค์กร

4. องค์กร หมายถึง บริษัทไอพี โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กร:กรณีศึกษาบริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบตามแนวความคิดของ วิโอโอ, ดาวน์ส์,ฮาเซ็น และ เบ็คสตอม (สมยศ นาวิการ. 2527 : 103-104 ; อ้างอิงจาก Wiio : 1978, Downs and Hazen : 1977 , Beckstorm : 1980) รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่พบว่าลักษณะส่วนบุคคล และรูปแบบการสื่อสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กร ทำให้ผู้วิจัยได้นำแนวคิดดังกล่าวมาสรุปเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้



ภาพประกอบ 1 รูปแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ตามในกรอบแนวความคิดการศึกษาครั้งนี้

สมมติฐานในการวิจัย

1. พนักงานที่มีเพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรแตกต่างกัน
2. พนักงานที่มีอายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรแตกต่างกัน
3. พนักงานที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรแตกต่างกัน
4. พนักงานที่มีตำแหน่งที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรแตกต่างกัน
5. ทิศทางการสื่อสารได้แก่การสื่อสารทางเดียวกับการสื่อสารสองทางมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กร
6. ประเภทของการใช้ในการสื่อสารได้แก่การสื่อสารแบบเป็นทางการกับการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กร

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง ความพึงพอใจของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กร: กรณีศึกษาบริษัทไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด และได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. แนวความคิดเกี่ยวกับการสื่อสารในองค์กร
 - ความหมายของการสื่อสารในองค์กร
 - แนวความคิดการสื่อสารในองค์กร
 - ความสำคัญของการสื่อสารในองค์กร
 - ลักษณะการติดต่อสื่อสารที่ใช้ในองค์กร
 - ประเภทการสื่อสารในองค์กร
 - หลักการติดต่อสื่อสารในองค์กร
 - การจัดอุปสรรคในการสื่อสาร
2. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร
 - ความหมายของความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร
 - องค์ประกอบของความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร
3. ทฤษฎีด้านองค์ประกอบทางสังคม
4. บรรยากาศการสื่อสารในองค์กร
5. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบริษัท
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวความคิดเกี่ยวกับการสื่อสารในองค์กร

ความหมายของการสื่อสารในองค์กร

กริช สืบสนธิ์ (2537:64) ให้ทัศนะว่า การสื่อสารในองค์กร คือกระบวนการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างบุคคลทุกระดับ ทุกหน่วยงาน โดยมีความสัมพันธ์กันภายใต้สภาพแวดล้อมบรรยากาศขององค์กร ซึ่งสามารถปรับเปลี่ยนไปตามกาลเทศะ บุคคล ตลอดจนสาระ เรื่องราวและวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร

สมยศ นาวิการ (2537:4) ได้ให้ความหมายของการติดต่อสื่อสารในองค์กรว่า การติดต่อสื่อสารขององค์กร เป็นการแสดงออกและการแปลความหมายข่าวสารระหว่างหน่วยการติดต่อสื่อสารต่างๆ หรือบุคคลในตำแหน่งต่างๆ ที่อยู่ภายในองค์กร

สุรเชษฐ์ ชีระมณี (2534:64) ให้คำจำกัดความของการติดต่อสื่อสารในองค์กรว่า เป็นกระบวนการถ่ายทอด แสดงออก แปลความหมายข่าวสาร ความคิด อารมณ์ ทักษะ ประสบการณ์และอื่นๆ ด้วยการใช้สัญลักษณ์ต่างๆ ระหว่างบุคคลตามระดับ ตำแหน่งในองค์กรเดียวกัน

บาส และ รีเทอร์แบนด์ (ทิชาพร เลิศสมบูรณ์. 2532:15 ; อ้างอิงจาก Bass and Ryterband. 1979. *Organization Psychology*) ได้ให้ความหมายของการสื่อสารในองค์กรว่า เป็นกระบวนการของสมาชิกในองค์กรที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน เพื่อให้กิจการงานสามารถดำเนินไปได้และช่วยในการแก้ไขปัญหาต่างๆ โดยอาศัยการสื่อสารสร้างความสัมพันธ์ทั้งในด้านความคิด (Ideas) ความรู้สึก (Feeling) และทัศนคติ (Attitude)

ดูบริท (Dubrin.1984:280) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) เป็นส่วนหนึ่งของการสื่อสารในองค์กร ทั้งนี้เพราะข่าวสารทั้งหมดภายในองค์กร จะถูกส่งจากบุคคลหนึ่งหรือหลายๆ บุคคลไปสู่อีกบุคคลหนึ่งหรือคนหลายๆ กลุ่ม

กิบสัน และ ฮอดเก็ทส์ (Gibson and Hodgetts.1991:12) ให้นิยามของการสื่อสารในองค์กรว่า เป็นการถ่ายทอดข่าวสารและความรู้ระหว่างสมาชิกภายในองค์กร โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อที่จะบรรลุถึงประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กร

แคทซ์ และ คาห์น (กรีซ สืบสนธิ. 2525:7 ; อ้างอิงจาก Katz and Kahn. 1979) เห็นว่าการสื่อสารภายในหน่วยงานเป็นการถ่ายทอดข่าวสาร การแลกเปลี่ยนข่าวสาร และตีความหรือให้ความหมายแก่ข่าวสารในหน่วยงาน องค์กรและหน่วยงานเป็นระบบเปิดเสรี ซึ่งได้นำเอาสภาพแวดล้อมต่างๆ สร้างความสัมพันธ์กับข่าวสาร เป็นพลังในการผลักดันให้เกิดการทำงานที่มีประสิทธิภาพ

ดังนั้น การสื่อสารในองค์กร จึงหมายถึง การแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างบุคคลหรือหน่วยงานต่างๆ ภายในองค์กร เพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกันในการปฏิบัติงาน อันจะเป็นผลให้องค์กรและสมาชิกในองค์กรต่างบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ซึ่งกันและกัน

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารในองค์กร

การสื่อสารในองค์กรมีความสำคัญมาก การสื่อสารเปรียบเสมือนสายเลือดในองค์กร ดังนั้น จะเห็นได้ว่าการสื่อสารมีความจำเป็นอย่างมากต่อองค์กร ดังคำกล่าวที่ว่า “องค์กร” หมายถึง การรวบรวมทรัพยากรภายในซึ่งถูกทำให้มีชีวิตชีวาขึ้นด้วยการสื่อสาร Dave Francis (ตาริกา จารุวัฒน์กิจ. 2539:15-23 ; อ้างอิงจาก Francis. 1987. *Unblocking Organization Communication.*)

แนวความคิดของ Dave Francis กล่าวว่า องค์กรบางแห่งประสบความสำเร็จมากกว่าองค์กรอื่นๆ เพราะพนักงานร่วมแรงร่วมใจกันเพื่อทำให้เกิดความรู้สึกที่ดี ความสามัคคีของพนักงาน เพื่อรวบรวม

ความพยายามให้เป็นหนึ่งเดียว องค์การที่เข้มแข็งและมีการตัดสินใจอย่างฉลาด มีวัตถุประสงค์ 4 ประการ ที่เป็นพื้นฐานของทฤษฎีการสื่อสารภายในองค์การ ดังนี้

(1) การติดต่อสื่อสารเพื่อให้ ให้ทัศนะเป็นไปในทิศทางเดียวกัน	(2) การติดต่อสื่อสารเพื่อ ก่อให้เกิดการรวมความพยายามเข้าด้วยกัน
(3) การติดต่อสื่อสารเพื่อ คงไว้ซึ่งความสมบูรณ์ขององค์การ	(4) การติดต่อสื่อสารเพื่อ การตัดสินใจที่ถูกต้อง

ภาพประกอบ 2 โครงสร้างวัตถุประสงค์พื้นฐาน 4 ประการ ของ Dave Francis

ที่มา: Dave Francis (ตาริกา จารุวัฒนกิจ. 2539:15-23 ; อ้างอิงจาก Francis. 1987. *Unblocking Organization Communication.*)

1. การติดต่อสื่อสารเพื่อให้ทัศนะเป็นไปในทิศทางเดียวกัน การสื่อสารเป็นสื่อกลางที่ผู้บริหารใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายขององค์การ โดยผู้บริหารจะเป็นผู้กำหนดทิศทางในองค์การ โดยจุดประสงค์หลักคือ ผู้บริหารต้องหาปัจจัยที่กระทบต่อความอยู่รอดขององค์การแล้วพยายามสื่อสารไปยังพนักงานให้รับรู้ แนวความคิดนี้มีองค์ประกอบย่อย 3 ประการที่เกี่ยวข้อง

1.1 ความเอาใจใส่และความสนใจต่อสภาพแวดล้อมภายนอก ทุกองค์การมีความจำเป็นต้องมีการสื่อสารกับสภาพแวดล้อมภายนอกที่อยู่รอบองค์การนั้นๆ การสื่อสารจึงหมายถึง การแสวงหาโอกาส การระงับอุปสรรคต่างๆ และการสร้างภาพพจน์ที่ดีขององค์การ สารข่าวสารจากสภาพแวดล้อมภายนอกเป็นสิ่งจำเป็น การสื่อสารกับโลกภายนอก ให้องค์การพยายามสร้างระบบเปิด จะช่วยให้องค์การสามารถปรับตัวให้ทันต่อเหตุการณ์และสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปได้ตลอดเวลา พนักงานทุกคนจึงควรติดตามเหตุการณ์ภายนอกองค์การอย่างใกล้ชิด

ด้านของผู้บริหารระดับสูง ต้องคอยหมั่นศึกษาสภาพแวดล้อม ติดตามความเคลื่อนไหวของเทคโนโลยี แนวคิด และการพัฒนาใหม่ๆ จะช่วยให้องค์การมีความสามารถทางการแข่งขันในอนาคตได้

การติดต่อสื่อสารกับสภาพแวดล้อมภายนอกองค์การ จะมีลักษณะของการสื่อสาร 2 ทาง คือองค์การจำเป็นต้องมีปฏิริยาและอิทธิพลเหนือสภาพแวดล้อมภายนอก เพื่อจะได้ใช้ประโยชน์จากเงื่อนไขที่เอื้ออำนวยของสภาพแวดล้อมนั้นๆ

ความบกพร่องขององค์ประกอบในข้อนี้ จะเป็นอุปสรรคในการดำเนินงานขององค์การเอง กล่าวคือ ทำให้องค์การไม่สามารถปรับเปลี่ยนหรือสนองตอบต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกที่เปลี่ยนแปลงไปได้

1.2 เป้าหมายเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ผู้บริหารควรมีการชี้แจงเป้าหมายที่เด่นชัดแก่พนักงาน การสื่อสารในองค์การให้ทราบถึงลักษณะขององค์การและนิยามให้ได้ว่าองค์การกำลังมุ่งไปในทิศทางใด ต้องชี้ให้เห็นถึงเป้าหมายในอนาคตขององค์การ ซึ่งเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอยู่บนพื้นฐานของหลักการและช่วยให้องค์การดำเนินต่อไปได้ ทั้งนี้จะประกอบไปด้วย การตั้งใจ แรงกระตุ้น การมองการณ์ไกล ความเข้าใจอย่างชัดเจน และการใช้วิจารณ์ที่ดี พนักงานในองค์การต้องได้รับการชี้หน้าที่เพียงพอ มีจุดหมายและแรงจูงใจในการทำงาน

เป้าหมายในอนาคตขององค์การจะแสดงถึงทิศทางกลยุทธ์ขององค์การ และจะมีคุณค่าในการกำหนดนโยบายขององค์การ เป้าหมายที่ดีจะเป็นแรงกระตุ้นขององค์การ และควรได้รับการกำหนดร่วมกัน จากผู้บริหารในทุกๆส่วนขององค์การ

ความบกพร่องขององค์ประกอบในข้อนี้ จะเป็นอุปสรรคต่อองค์การในด้านการขาดเป้าหมายที่ไปในทิศทางเดียวกันของพนักงาน

1.3 การบริหารแบบจูงใจ ผู้บริหารต้องสามารถจูงใจพนักงานให้ทำตามแผนที่วางไว้ โดยมีกลยุทธ์ในการติดต่อสื่อสาร และมีทักษะในการชักนำพนักงานร่วมกันทำงานตามเป้าหมาย การจูงใจจะสร้างทัศนคติ เปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ยกย่องมาตรฐานและสร้างบรรยากาศที่ดี ในการก่อให้เกิดความรู้สึกถึงความสำคัญของการทำงานร่วมกัน

ข้อบกพร่องขององค์ประกอบนี้ จะก่อให้เกิดอุปสรรคแก่องค์กร คือ การบริหารของผู้บริหารจะไม่จูงใจพนักงาน

2. การติดต่อสื่อสารเพื่อก่อให้เกิดการรวมความพยายามเข้าด้วยกัน มีองค์ประกอบย่อย 3 ประการ ที่เกี่ยวข้อง คือ

2.1 กลไกในการรวมความพยายามเข้าด้วยกัน องค์การจะประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน และหน่วยงานฝ่ายต่างๆ ซึ่งคนเหล่านี้ต้องถูกรวบรวมความพยายามเข้าด้วยกัน เพื่อการทำงานร่วมกันให้บรรลุเป้าหมายขององค์การ กลไกการติดต่อสื่อสารจำเป็นจะถูกนำมาใช้ เพื่อประสานและรวบรวมความพยายามเป็นหนึ่งเดียวของพนักงานในองค์การ

ระดับความจำเป็นของการรวมความพยายามนี้ จะแบ่งตามขนาดขององค์การและชนิดของงานที่ทำ เริ่มตั้งแต่การบังคับบัญชาโดยตรงจนถึงการบริหารแบบซับซ้อน องค์การต้องพยายามให้กลไกดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิด การปรับตัวได้เร็วเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

ข้อบกพร่องขององค์ประกอบนี้ จะก่อให้เกิดอุปสรรคแก่องค์กร คือ ความพยายามของพนักงานที่จะไม่ถูกรวบรวมเข้าด้วยกัน

2.2 โครงสร้างผังสำนักงานที่ก่อให้เกิดประโยชน์ การวางผังองค์การส่งผลอย่างมากต่อรูปแบบการติดต่อสื่อสารในองค์การ อาจสามารถช่วยให้การสื่อสารระหว่างกันของพนักงานดำเนินไปด้วยดีหรือไม่ก็ได้ ทั้งนี้ ในแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ การจัดวางผังสำนักงาน จึงควรมีส่วนช่วยในการทำงานของพนักงานแต่ละคน ให้ราบรื่น และหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องกันติดต่อกันได้อย่างสะดวกอีกด้วย การรู้จักเลือกใช้อุปกรณ์สื่อสารที่ทันสมัยจะช่วยลดอุปสรรคในเรื่องนี้ได้

ข้อบกพร่องขององค์ประกอบนี้ คือ จะก่อให้เกิดอุปสรรคในด้านผังสำนักงานที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการติดต่อสื่อสาร

2.3 การสั่งการจากเบื้องบน พนักงานควรได้รับข่าวสารที่ควรรู้เพื่อช่วยให้การทำงานดีขึ้น องค์การต่างๆจะมีโครงสร้างเป็นลำดับขั้น และอำนาจสั่งการจะถูกรวมไว้ที่ผู้บริหารระดับสูง ซึ่งสามารถมองเป็นภาพรวมขององค์การ ทั้งวัตถุประสงค์ นโยบาย ระเบียบวินัยในการปฏิบัติงาน การประเมินผลงาน การควบคุม ตลอดจนการสั่งการ และยังเป็นพลังสำคัญขององค์การอีกด้วย

การสื่อสารจากเบื้องบนที่มีประสิทธิภาพ จะช่วยให้องค์การถูกควบคุมโดยแผนปฏิบัติงาน ข้อบังคับของนโยบายบริษัท การไหลของสารข่าวสารจากเบื้องบนอาจกระทำได้โดยตามสายการบังคับบัญชา การแจ้งผ่านตัวแทนพนักงาน การแจ้งผ่านสื่อมวลชน และใช้ผ่านทางกรรมาธิการหรือการสั่งสอน

ข้อบกพร่องขององค์ประกอบนี้ จะก่อให้เกิดอุปสรรคแก่องค์กรในด้านการสั่งการจากเบื้องบนที่ไร้ประสิทธิภาพ

3. การติดต่อสื่อสารเพื่อคงไว้ซึ่งความสมบูรณ์ขององค์การ การให้พนักงานทำงานร่วมกันเพื่อองค์การ มีองค์ประกอบย่อย 3 ประการที่เกี่ยวข้อง คือ

3.1 ความไว้วางใจซึ่งกันและกัน พนักงานต้องมีความไว้วางใจต่อผู้บริหาร ความไว้วางใจ หมายถึง การที่พนักงานรู้ว่าพวกเขาสามารถให้ความเชื่อถือซึ่งกันและกันได้ เป็นสิ่งสำคัญสำหรับองค์การ ซึ่งส่งผลต่อการติดต่อสื่อสารอย่างมาก อาจสร้างได้โดยการพยายามเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างกัน ลดการมุ่งสนใจในตัวเองมากเกินไป ประพจน์ตนให้ถูกต้องเหมาะสม ตลอดจนรักษาความรู้สึกที่ดีต่อกันไว้ ความไว้วางใจในตัวผู้บริหารสามารถสร้างได้มากขึ้นขึ้นอยู่กับว่าจะมีหลักการเหล่านี้หรือไม่ ได้แก่ ความซื่อตรง ความสม่ำเสมอ ทำตามคำพูดอย่างถูกต้องเป็นธรรม

ข้อบกพร่องขององค์ประกอบนี้ จะก่อให้เกิดอุปสรรคแก่องค์กร ในแง่ของความไว้วางใจของพนักงานที่มีต่อผู้บริหารอยู่ในระดับต่ำ

3.2 การปฏิบัติต่อกันกับเพื่อนต่างกลุ่มเป็นไปด้วยดี องค์การจะมีความสมบูรณ์เมื่อคนภายในองค์การมีการปฏิบัติต่อกันอย่างยุติธรรม พยายามไม่ให้เกิดอคติระหว่างกันภายในองค์การ เพราะจะมีผลกระทบในทางทำลายองค์การ ทำให้เป็นอุปสรรคอย่างยิ่งต่อการติดต่อสื่อสาร และทำให้สังคมในองค์การห่างเหินกัน ความเห็นใจกันลดลง โดยปกติอคติมักจะมีสาเหตุมาจากความแตกต่างในด้าน สีผิว เพศ ศาสนา และชั้นทางสังคม ความขัดแย้งที่เกิดขึ้นจะทำให้องค์การเสียเวลา ผลประโยชน์และความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

ข้อบกพร่องขององค์ประกอบนี้ จะก่อให้เกิดอุปสรรคในด้านที่ทำให้พนักงานมีอคติต่อกัน

3.3 การร่วมมือร่วมใจ การทำงานเป็นทีมและประสานกันด้วยดี เป็นสิ่งจำเป็นมากในทุกหน่วยงานขององค์การ ความสัมพันธ์ระหว่างกันในแง่บวกของแต่ละคนในทีมงานที่ทำหน้าที่ต่าง ๆ กัน จะได้รับการประสานงานโดยผู้บริหารที่มีทักษะ กระตุ้นให้พนักงานมองเห็นคุณค่าของกันและกัน มีการร่วมแสดงความคิดเห็น กำหนดวัตถุประสงค์ พัฒนาแผนงานและสร้างจุดเด่นให้องค์การร่วมกันก่อให้เกิดความร่วมมือในการทำงานเพื่อองค์การ

ข้อบกพร่องขององค์ประกอบนี้ จะก่อให้เกิดอุปสรรคแก่องค์การ ในด้านการไม่สามารถทำงานร่วมกันเป็นทีมที่สนับสนุนซึ่งกันและกันได้

4. การติดต่อสื่อสารเพื่อการตัดสินใจที่ถูกต้อง เป็นความพยายามรวบรวมการจัดโครงสร้างและแปลสารที่เกี่ยวข้องไปยังผู้บริหารอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งมีองค์ประกอบย่อย 3 ประการ คือ

4.1 การส่งข้อมูลข่าวสารขึ้นสู่เบื้องบน เพื่อให้ผู้บริหารรับรู้ความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ผู้บริหารจำเป็นต้องได้รับสารจากพนักงานระดับล่างซึ่งสามารถทำได้โดยการติดต่อกับพนักงานทุกคน สารต้องถูกรวบรวมและนำเสนอ เพื่อพิจารณาแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ความคิดสร้างสรรค์ต่าง ๆ โดยมากมักจะเป็นสารย้อนกลับมาจากพนักงานเบื้องล่างไปยังผู้บริหาร

ความจำเป็นที่ผู้บริหารต้องรวบรวมสารจากพนักงานระดับล่าง มีเหตุผล 5 ประการ คือ

1. เพื่อหาสารเกี่ยวกับ จุดดี จุดด้อย โอกาส และอุปสรรคขององค์การ
2. เพื่อหาประโยชน์จากแนวคิดใหม่ๆของพนักงาน
3. เพื่อให้รู้ถึงระดับความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อสิ่งต่างๆในองค์การ
4. เพื่อให้องค์การเกิดการเปลี่ยนแปลงใหม่ๆที่ทำหายจากภายนอก
5. เพื่อชี้ให้เห็นว่า ผู้บริหารสนใจต่อสารสะท้อนกลับจากสิ่งต่างๆ รอบตัว

หลักในการเก็บรวบรวมสารจากเบื้องล่าง มี 2 วิธี คือ

1. โดยการส่งผ่านสารตามลำดับชั้นของสายการบังคับบัญชา
2. โดยการติดต่อกันระหว่างผู้บริหารกับพนักงานโดยการสำรวจ

ข้อบกพร่องขององค์กรประกอบนี้ จะก่อให้เกิดอุปสรรคในด้านการติดต่อสื่อสารที่ไม่มีสารย้อนกลับจากพนักงานไปยังผู้บริหาร

4.2 การบริหารอย่างมีประสิทธิภาพ พยายามลดต้นทุนและความยุ่งยากซับซ้อนของการติดต่อสื่อสาร การติดต่อสื่อสารที่มากมายเกินความจำเป็นจะทำให้เกิดความล่าช้า และไม่มีประสิทธิภาพ องค์กรต้องพยายามหาระเบียบวิธีการในการทำการตัดสินใจที่เป็นระบบและชัดเจน ความสับสนเปล่าที่เกิดขึ้นในการติดต่อสื่อสาร ให้เกิดความคล่องตัว ในขณะที่เดียวกันต้องมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และไม่มี ความยากลำบากในการบริหาร

ข้อบกพร่องขององค์กรประกอบนี้ จะก่อให้เกิดอุปสรรคแก่องค์กรในการบริหารอย่างมีประสิทธิภาพ

4.3 ทักษะด้านการติดต่อสื่อสาร พนักงานในองค์กรควรจะสามารถในการติดต่อสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ พื้นฐานหลักของการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิผล คือ ทักษะด้านการสื่อสารด้วยวาจาและการเขียนของพนักงานแต่ละคน นอกจากนี้ยังรวมถึง การรับรู้ที่ถูกต้อง การแสดงกิริยาตอบรับ การรู้จักฟังผู้อื่น การมีความเป็นผู้นำ การมีเหตุผล รู้จักแก้ปัญหา และทำการตัดสินใจ การรู้จักให้คำปรึกษา ความสามารถในการฝึกอบรม มีความคิดสร้างสรรค์

ข้อบกพร่องขององค์กรประกอบนี้ จะก่อให้เกิดอุปสรรคต่อองค์กรในเรื่องของการขาดทักษะในการติดต่อสื่อสารที่เพียงพอ

ความสำคัญของการสื่อสารในองค์กร

การสื่อสารในองค์กรนี้มีความสำคัญอย่างยิ่ง ต่อการบริหารงานขององค์กรต่างๆ การบริหารงานจะประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใดส่วนหนึ่งเกิดจากการสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากการสื่อสารภายในองค์กรจะช่วยให้สามารถนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับนำมาประกอบการตัดสินใจหรือดำเนินการใดๆ ในการบริหารงานและการปฏิบัติงาน โดยมีผู้กล่าวถึงความสำคัญของการสื่อสารภายในองค์กร ดังนี้

นพพงษ์ บุญจิตราดุลย์ (2525:116) กล่าวว่า องค์กรที่สามารถจัดการด้านการติดต่อสื่อสาร จะบ่งบอกความสำเร็จในการบริหาร ซึ่งการสื่อสารจะนำไปสู่ความเข้าใจ นำไปสู่ความร่วมมือประสานงาน และจะนำมาซึ่งความก้าวหน้า และความสำเร็จขององค์กร

กรีซ สืบสนธิ์ (2537:65) กล่าวว่า การสื่อสารในองค์กรมีความสำคัญ ดังนี้คือ

1. เป็นเครื่องมือสำคัญของฝ่ายบริหาร เพราะการสื่อสารจะช่วยให้การทำงานลุล่วงไปได้โดยตลอด เป็นเครื่องช่วยตรวจสอบความเข้าใจผลงาน ฯลฯ การสื่อสารในองค์กรเป็นสิ่งจำเป็นที่สำคัญมากสำหรับ

ผู้บริหาร ทักษะในการสื่อสารเป็นคุณสมบัติอย่างหนึ่งที่ผู้บริหารต้องฝึกฝนให้เกิดขึ้นในตนเองพอๆ กับทักษะในการบริหารงาน

2. เป็นเครื่องมือที่ช่วยสร้างความสัมพันธ์อันดีแก่ทั้งสองฝ่าย การสื่อสารช่วยให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน นำมาซึ่งความสนิทสนม ความไว้วางใจ สิ่งเหล่านี้นำไปสู่สัมพันธภาพที่ดีระหว่างผู้บริหารในระดับต่างๆ และกับพนักงานโดยรวม

3. ช่วยให้เกิดความเข้าใจระหว่างกันดีขึ้น การสื่อสารนำมาซึ่งความไว้วางใจ หากมีปริมาณที่เหมาะสมแล้วจะช่วยให้เกิดความกล้าที่จะสื่อสาร กล้าที่จะถามกล้าที่จะออกความคิดเห็น ท้วงติงและช่วยให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกันมากขึ้น

4. ช่วยให้เกิดการปฏิบัติภารกิจของทุกหน่วยงาน ทุกส่วนเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ทำให้ทุกหน่วยงานทำงานในหน้าที่ของตนไปอย่างคล่องตัวกับการทำงานหน่วยงานอื่นๆ สะดวกมากขึ้นสำหรับผู้จัดการในการบริหารงานองค์การและความรู้เกี่ยวกับการเคลื่อนไหว ความต้องการของหน่วยงานอื่นๆ จะทำให้เป้าหมายของการทำงานบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

5. ช่วยทำให้เกิดการพัฒนาและการทำงานที่มีประสิทธิภาพ การที่บุคลากรขององค์การทุกระดับสามารถสื่อสารได้อย่างเสรี มีความไว้วางใจซึ่งกันและกัน มีความกล้าที่จะสื่อสาร ย่อมนำไปสู่การเสนอความคิดสร้างสรรค์ คิดที่จะทำให้เกิดผลงานที่ดีที่สุด นำองค์การไปสู่ความเจริญ การยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น ไม่ว่าคนนั้นจะอยู่ในระดับใดขององค์การ ย่อมทำให้ผู้ที่ได้รับเกิดความภาคภูมิใจ

ลักษณะการติดต่อสื่อสารที่ใช้ในองค์การ

เนื่องจากบริษัทเป็นหน่วยงานที่มีการดำเนินการทางธุรกิจในลักษณะที่ต้องการความคล่องตัวในการบริหารและการจัดการ การสื่อสารภายในจึงจำเป็นอย่างยิ่งเพื่อให้บุคลากรทุกฝ่ายมีความเข้าใจที่สอดคล้องและตรงกันเกี่ยวกับนโยบาย วิธีปฏิบัติ หน้าที่ความรับผิดชอบ ตลอดจนระเบียบวิธีในการปฏิบัติงานของแต่ละฝ่าย โดยอาศัยพื้นฐานด้านความสัมพันธ์ของบุคคลในหน่วยงาน ที่จะต้องประสานงานหรือทำงานกันในลักษณะกลุ่มระดับเดียวกัน ดังนั้นลักษณะการสื่อสารอาจทำได้ 2 ลักษณะคือ การติดต่อสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล และการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มคน มีรายละเอียดดังนี้ คือ อรุณ รักธรรม (เรวัต สมบัติทรัพย์, 2543:18 ; อ้างอิงจาก อรุณ, 2533. *หลักมนุษยสัมพันธ์กับการบริหาร*.)

1. การติดต่อสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล คือการติดต่อกันของคนทำงานในองค์การ อาจเป็นการติดต่อกันระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชาหรือระหว่างเพื่อนร่วมงาน ผู้ติดต่อสื่อสารคนเดียวมุ่งหมายที่จะส่งข่าวสารให้ผู้รับคนใดคนหนึ่งโดยเฉพาะเจาะจง การติดต่อสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคลนี้อาจทำได้โดยการพูดหรือการเขียน ทางด้านพูดได้แก่ การพูดเป็นการส่วนตัว การติดต่อทางโทรศัพท์ และการพูดกันแบบเป็นทางการ เป็นต้น ด้านการเขียน ได้แก่ การบันทึก จดหมาย การรายงาน และหนังสือที่มีถึงตัวบุคคลแบบต่างๆ เป็นต้น

2. การติดต่อสื่อสารกับกลุ่มคนทำงาน เป็นการติดต่อกันของคนทำงานในองค์การ โดยผู้ส่งข่าว

สารอาจเป็นบุคคลเดียวหรือกลุ่มคนก็ได้ โดยมุ่งหมายที่จะส่งข่าวสารให้ผู้รับซึ่งมีจำนวนมากเป็นกลุ่มบุคคลในองค์กร ซึ่งอาจเป็นพนักงานทั้งหมดในองค์กร กลุ่มพนักงานใหม่ กลุ่มพนักงานเก่า กลุ่มพนักงานในโรงงาน แล้วแต่จุดมุ่งหมายของข่าวสารนั้น การติดต่อสื่อสารลักษณะนี้ปรากฏในลักษณะการสื่อสารข้อความระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชา และระหว่างฝ่ายจัดการกับกลุ่มพนักงาน อาจทำได้ 2 ทางคือ การพูดและการเขียน ทางด้านการพูดอาจทำได้โดย วิธีพบปะตามแบบไม่เป็นทางการ การประชุมเป็นทางการ การประชุมใหญ่ การส่งเสียงตามสาย และการฝึกอบรม เป็นต้น ส่วนการเขียนทำได้โดย วิธีการติดแผ่นประกาศ การติดโปสเตอร์

ประเภทการสื่อสารภายในองค์กร

การสื่อสารภายในองค์กรสามารถแบ่งประเภทออกเป็น 4 ประเภท คือตามทิศทางการสื่อสาร ตามลักษณะของการใช้ ตามสัญลักษณ์ที่ใช้ในการสื่อสารและตามช่องทางเดินของข่าวสาร (เรวัตร์ สมบัติทรัพย์. 2543:23)

1. จำแนกตามทิศทางการสื่อสาร แบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ

1.1 การสื่อสารทางเดียว (One – Way Communication) หมายถึงการสื่อสารที่ผู้ส่งสารหรือผู้บังคับบัญชา ถ่ายทอดข่าวสารหรือคำสั่งสู่ผู้รับสารหรือผู้ใต้บังคับบัญชามีลักษณะเป็นเส้นตรง ไม่มีการย้อนกลับหรือดูปฏิกิริยาของผู้รับสารซึ่งการสื่อสารแบบนี้จะมีลักษณะเป็นไปในรูปของนโยบายคำสั่งของผู้บริหารระดับสูงสู่ผู้ใต้บังคับบัญชาที่อาจจะผ่านสื่อในประกาศต่างๆหรือสื่อมวลชนเสนอข่าวสารสู่ประชาชนหรือรายงานข่าวสารขององค์กรต่างๆ เป็นต้น ผู้ส่งสารมีบทบาทในฐานะเป็นผู้กระทำ (active) การถ่ายทอดสารและความคิดไปยังผู้รับสาร โดยมีความตั้งใจที่จะกระทำการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและความคิดบางอย่างของผู้รับสารให้เป็นไปตามความต้องการของตน ผู้รับสารจึงอยู่ในสถานะของผู้ถูกบังคับให้รับสาร

1.2 การสื่อสารสองทาง (Two – Way Communication) หมายถึงการสื่อสารที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถส่งข่าวสาร และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกันและกัน การสื่อสารสองทาง ผู้ส่งสารจะให้ความสนใจกับปฏิกิริยาโต้กลับของผู้รับสาร (Feedback) ซึ่งนับว่าเป็นสิ่งที่จำเป็นมาก สำหรับการบริหารเปรียบเสมือนหัวหน้าที่ทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารจากลูกน้องในขณะเดียวกันนั่นเอง การเปิดโอกาสให้ผู้ใต้บังคับบัญชาได้แสดงความคิดเห็นและความเข้าใจในเรื่องต่างๆ นับเป็นการลดช่องว่างของการสื่อสารที่ดีความหมายเป็นคนละทิศคนละทาง ประการสำคัญการสื่อสารสองทางสามารถสร้างขวัญและ การมีส่วนร่วมในงาน ความรู้สึกเป็นเจ้าของงานของผู้ใต้บังคับบัญชา ซึ่งรูปแบบการสื่อสารสองทางระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชาหรือเพื่อนร่วมงาน จะออกมาในลักษณะของการประชุมหรือปรึกษาหารือ ผู้ร่วมกระทำการสื่อสารจะแสดงกิริยาสลับผลัดเปลี่ยนกัน (transaction) อยู่ตลอดเวลา

ลินวิท (ดาร์ิกา จารุวัฒนกิจ. 2539:25 ; อ้างอิงจาก Leavitt. 1964. *Managerial Psychology*.) กล่าวถึงการทดลองเปรียบเทียบระหว่างการสื่อสารแบบทางเดียวกับแบบสองทาง ปรากฏผลการทดลองว่าการสื่อสารทางเดียวรวดเร็วกว่าการสื่อสารสองทาง การสื่อสารสองทางมีความถูกต้องแม่นยำกว่าการสื่อสารทางเดียว การสื่อสารสองทางสามารถสร้างความมั่นใจแก่ผู้รับข่าวสารมากกว่าการสื่อสารทาง

เดียว แม้ว่าการสื่อสารทางเดียวจะมีความถูกต้องแม่นยำน้อยกว่าแต่ก็มีความเป็นระเบียบมากกว่าการสื่อสารแบบสองทางที่มักมีการรบกวนและยุ่งเหยิงมากกว่า หากองค์กรมีความต้องการความรวดเร็ว และความถูกต้องอย่างง่าย ๆ ในการสื่อสารแล้ว การสื่อสารทางเดียวจะมีความเหมาะสมมากกว่า

2. จำแนกตามประเภทของการใช้ แบ่งออกเป็น 2 แบบ ดังนี้

2.1 การสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Communication) หมายถึงการติดต่อสื่อสารที่มีระเบียบแบบแผน มีข้อกำหนดวางไว้ชัดเจน มักมีลักษณะที่คำนึงถึงบทบาทหน้าที่และตำแหน่งระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสารซึ่งจะมีลักษณะเป็นระเบียบแบบแผนชัดเจน อาจจะเป็นการสื่อสารที่มีลายลักษณ์อักษร เช่น ใบประกาศแจ้งนโยบายหรือผลก้าวหน้าขององค์กร การบันทึกต่างๆ หรืออาจจะเป็นการสื่อสารที่ไม่ใช่ลายลักษณ์อักษร เช่น การสั่งงานโดยตรง หรือใช้โทรศัพท์สั่งงาน ตัวอย่างของการติดต่อสื่อสารแบบนี้ที่เห็นได้ชัด คือ การติดต่อสื่อสารในทางราชการที่ต้องการให้กระทำเป็นลายลักษณ์อักษร หรือเป็นระเบียบแบบแผนและธรรมเนียมบริหารราชการเป็นส่วนใหญ่

ลักษณะสำคัญบางประการของการติดต่อสื่อสารแบบทางการคือการนำเอานโยบาย การวินิจฉัยสั่งการ หรือคำแนะนำผ่านไปตามสายการบังคับบัญชา การนำกลับมายังผู้บังคับบัญชาหรือหัวหน้าหน่วยงาน โดยทั่วไป ได้แก่ ข้อเสนอแนะรายงานและการสนองตอบของผู้ใต้บังคับบัญชาในลักษณะอื่นๆ และการแจ้งนโยบายทั่วไปขององค์กรแก่พนักงาน

2.2 การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication) หมายถึง การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น โดยไม่พิจารณาถึงตำแหน่งในองค์กรมีทั้งจากเบื้องบนลงสู่เบื้องล่าง เบื้องล่างสู่เบื้องบน ตามแนวนอน และข้ามสายงาน โดยพิจารณาถึงความสัมพันธ์ทางตำแหน่งน้อยมาก เนื่องจากข่าวสารที่ไม่เป็นทางการและข่าวสารส่วนตัวเกิดขึ้นจากความเกี่ยวพันระหว่างบุคคล ทิศทางของข่าวสารจึงไม่อาจคาดคะเนได้ (สมยศ นาวิการ. 2537:39)

ในการติดต่อสื่อสารที่มีได้ดำเนินไปตามระเบียบแบบแผนที่กำหนดไว้ ส่วนใหญ่คำนึงถึงความรู้จักชอบพอคุ้นเคยกันเป็นส่วนตัว การติดต่อมักดำเนินไปในรูปของบุคคลต่อบุคคล หรือบุคคลกับองค์กรเสียเป็นส่วนใหญ่ การติดต่อสื่อสารแบบนี้เป็นวิธีสำคัญประการหนึ่งที่จะศึกษาเกี่ยวกับองค์การอุปนัย หรือองค์การที่ไม่มีรูปแบบ

3. จำแนกตามสัญลักษณ์ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารแบ่งออกเป็น 2 แบบ

3.1 การสื่อสารแบบวัจนะ (Verbal Communication) หมายถึงการสื่อสารต่างๆ ไปที่อาศัยคำ (Word) หรือเลขจำนวน (Number) หรือการเน้น (Punctuation) เป็นสัญลักษณ์ของข่าวสาร สัญลักษณ์นี้อาจเป็นในรูปภาษาพูด ภาษาเขียน หรือภาษาคณิตศาสตร์ก็ได้ เพื่อใช้ในการสื่อสารให้ผู้อื่นเข้าใจสามารถสื่อความหมายได้อย่างชัดเจน ผู้รับได้รับข่าวสารตรงตามที่ผู้ให้ข่าวสารต้องการ ดังนั้นการสื่อสารแบบวัจนะจึงเป็นการใช้ถ้อยคำวาจาหรือลายลักษณ์อักษรที่มีลักษณะสามารถตีความได้โดยตรง หรือโดยอ้อม

3.2 การสื่อสารเชิงอวัจนะ (Nonverbal Communication) เป็นการสื่อสารที่ใช้สัญลักษณ์อย่างอื่นซึ่งไม่ใช่ภาษาพูดหรือภาษาเขียนในการสื่อสารแต่เป็นภาษาที่รับรู้และเข้าใจกันในแต่ละสังคม การสื่อสารประเภทนี้แบ่งเป็น 2 ประเภท (วิไลลักษณ์ สุวจิตตานนท์. 2539:7) คือการสื่อสารเชิงอวัจนะที่กำหนดความหมายโดยมนุษย์ หมายถึงการสื่อสารที่ใช้สัญลักษณ์ที่เป็นรับรู้หรือเข้าใจกัน โดยอาศัยภาษาที่มนุษย์เป็นผู้ให้ความหมายกับสัญลักษณ์นั้นๆ อันได้แก่ ภาษาท่าทาง (Action Language) เป็นการถ่ายทอดสารไปยังผู้รับสารโดยใช้กริยาท่าทางของคนที่เป็นเครื่องหมายที่เข้าใจกัน เช่น นัยน์ตา ก็สามารถสื่อความหมายให้รับรู้ถึงความสัมพันธ์ นอกจากนี้ ภาษาท่าทางยังรวมถึงระยะทางหรือระยะห่างในการสื่อสารอีกด้วย เช่น คนที่มีตำแหน่งงานต่ำเป็นผู้ได้บังคับบัญชาจะนั่งทำงานร่วมกันซึ่งมีเนื้อที่แต่ละคนน้อย ส่วนคนที่มีตำแหน่งงานสูงเป็นผู้บังคับบัญชาจะนั่งทำงานในห้องทำงานที่มีขนาดใหญ่หรือมีห้องทำงานแยกออกไปต่างหากจึงทำให้ทราบได้โดยไม่จำเป็นต้องถามบุคคลใดก็ได้ และภาษาเครื่องหมาย (Sign Language) เป็นการใช้เครื่องหมายที่เป็นการตกลงกันหรือยอมรับกันโดยทั่วไปว่าเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดสาร เช่น เครื่องหมายจราจร สัญญาณไฟจราจร หรือภาพที่เป็นเครื่องหมาย เช่น ห้องน้ำชาย ห้องน้ำหญิง จะมีภาพติดไว้ทำให้ทราบว่าห้องน้ำใดเป็นห้องน้ำสำหรับเพศใดดังนั้นเครื่องหมายที่ใช้สื่อสารกันจะต้องเป็นลักษณะเป็นสากลและภาษากำหนดความหมายให้กับวัตถุทั่วไป เป็นการกำหนดความหมายให้กับสิ่งต่างๆ ให้คนบางกลุ่มบางสังคมการสื่อสารอวัจนะที่กำหนดความหมายโดยธรรมชาติโดยมีนักวิชาการได้แบ่งประเภทของการสื่อสารเชิงอวัจนะออกเป็นการสื่อสารโดยใช้ภาษาเครื่องหมาย เช่น สัญญาณจราจร สัญญาณควีนไฟ สัญญาณเสียงกลอง เมื่อผู้รับสารได้รับสารประเภทเครื่องหมายนี้จะมีปฏิกิริยาได้ตอบในลักษณะเดียวกันกับการสื่อสารโดยใช้ภาษาสัญลักษณ์ ได้แก่ ธงชาติ พระพุทธรูป ความดี ความชั่ว เป็นต้น

4. จำแนกตามช่องทางเดิมของสาร แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

4.1 การสื่อสารตามแนวดิ่ง (Vertical Dimension or Hierarchical Effects) ซึ่งแบ่งออกได้ดังนี้คือ การส่งข่าวสารจากตำแหน่งที่สูงกว่ามายังตำแหน่งที่ต่ำกว่า (สมยศ นาวิการ. 2527:21) เป็นลักษณะการเคลื่อนที่ของข่าวสารไปตามสายการบังคับบัญชาจากผู้บังคับบัญชาลงไปยังผู้ใต้บังคับบัญชา การสื่อสารแบบนี้เป็นไปในรูปการแจ้งนโยบายระเบียบ ข้อบังคับ คำเตือน คำสั่ง คำยืนยัน การซักซ้อมความเข้าใจ หรือการให้ข่าวเพื่อการปฏิบัติงาน โดยทั่วไปจะใช้ช่องทางการสื่อสารดังต่อไปนี้ คือ การสั่งงานตามลำดับชั้น (Chain of Command) โปสเตอร์และกระดานปิดประกาศ (Posters & Bulletin Boards) วารสารของบริษัท (Company Periodicals) จดหมายถึงพนักงานโดยตรง (Letters to Employees) คู่มือพนักงาน (Employees Handbook) ที่เสียบข่าวสาร (Information Racks) รายงานประจำปี (annual Reports) ระบบการสื่อสารทางเครื่องกระจายเสียง (Loud speaker System) ข่าวสารที่ใส่ในซองเงินเดือน (Pay inserts) สหภาพแรงงาน (Labour Union) และการประชุมกลุ่ม (Group Meeting)

4.2 การติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน (Upward Communication) หมายถึงการส่งข่าวสารจากระดับต่ำกว่า (ผู้อยู่ใต้บังคับบัญชา) ไปยังระดับสูงกว่า (ผู้บังคับบัญชา) (สมยศ นาวิการ. 2527:23) เป็นลักษณะกลับกันกับแบบแรก คือผู้ใต้บังคับบัญชาเป็นผู้ส่งข่าวสารย้อนกลับไปหาผู้ใต้บังคับบัญชาซึ่งเป็นผู้รับการสื่อสารแบบนี้ ข่าวสารมักเป็นไปในรูปการรายงานผลการปฏิบัติงาน อุปสรรคข้อขัดข้องในการปฏิบัติงาน

ข้อเสนอแนะ การปรึกษาหารือ และการร้องทุกข์ เป็นต้น ช่องทางที่จะสื่อสารจะมีลักษณะดังต่อไปนี้คือ การประชุมกลุ่ม (Group Meeting) การร้องทุกข์ (Grievance Procedure) การเรียกร้อง (Complaint System) การปรึกษาหารือ (Counseling) การสัมภาษณ์พนักงานที่ออก (Exit Interview) สหภาพแรงงาน (Labour Union) สมิต สัจฉกร (ดาริกา จารุวัฒนกิจ. 2539:29 ; อ้างอิงจาก สมิต. 2526. การสื่อสารสำหรับผู้บริหาร.)

อย่างไรก็ตาม การสื่อสารตามแนวดิ่งมีตัวแปรที่กำหนดบทบาทระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร คือตำแหน่ง (Status) และอำนาจ (Power) กล่าวคือ “ตำแหน่ง” หมายถึง ความสัมพันธ์ที่เกิดจากตำแหน่ง หน้าที่การงาน รวมทั้งการให้รางวัล หรือลงโทษ ส่วน “อำนาจ” หมายถึงความสัมพันธ์ที่เกิดจากความสามารถ บุคลิกส่วนตัวในการควบคุมหรือมีอิทธิพลต่อคนอื่นและเหตุการณ์นั้นในบางหน่วยงานหรือบางกรณีบุคคลที่ไม่มีตำแหน่งเหนือกว่าในฐานะผู้บังคับบัญชา อาจสามารถสร้างอำนาจบุคลิกลักษณะจูงใจให้ผู้อื่นปฏิบัติตามคำสั่งได้มากกว่าบุคคลที่มีฐานะตำแหน่งอย่างเป็นทางการ มีอำนาจสั่งการแต่ไม่มีศักยภาพจูงใจให้ผู้บังคับบัญชาปฏิบัติงานได้

4.3 การติดต่อสื่อสารในแนวนอน หรือแนวทะแยง (Horizontal Communication or Lateral Communication) หมายถึง ลักษณะการเดินทางของข่าวสารระหว่างผู้ตำแหน่งเสมอกัน หรือใกล้เคียงกันในสายงานเดียวกัน และข้ามสายงานโดยอาศัยความสัมพันธ์ส่วนตัว มักเป็นการขอคำแนะนำและข้อมูล เป็นการประสานงานอย่างไม่เป็นทางการ เป็นการติดต่อสื่อสารที่ไม่ขึ้นอยู่กับสายการบังคับบัญชา เป็นการแลกเปลี่ยนข่าวสารและความคิดเห็นกันระหว่างผู้ร่วมงานหรือระหว่างหน่วยงานที่อยู่ในองค์การเดียวกัน เช่น การปรึกษาหารือระหว่างผู้บริหารระดับเดียวกันโดยทั่วไปจะมีการสื่อสาร เช่น การประชุมกลุ่ม หนังสือเวียน และบันทึกโต้ตอบ การร่วมมือ การประสานงาน เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป การจำแนกประเภทต่างๆของการสื่อสารในองค์การ จุดหลักมีเพียง 2 ประเภท คือ การสื่อสารทางเดียวกับการสื่อสารสองทาง นอกนั้นเป็นการแบ่งรายละเอียดย่อย ที่มีเกณฑ์การพิจารณาจากตำแหน่งรูปแบบและวิธีการ กล่าวคือ การสื่อสารทางเดียว คือ การสื่อสารจากบนลงล่าง ส่วนการสื่อสารสองทาง คือการสื่อสารทั้งจากบนลงล่าง และล่างขึ้นบนและล่างขึ้นบน ทั้งนี้จากการสื่อสารบนลงล่างหรือการสื่อสารจากล่างขึ้นบนอาจใช้รูปแบบการสื่อสารอย่างเป็นทางการหรือไม่เป็นทางการก็ได้ ขึ้นอยู่กับเหตุการณ์และเวลา ในขณะเดียวกันระหว่างการสื่อสารอาจใช้วิธีการสื่อสารทั้งวัจนะหรืออวัจนะควบคู่กันไปก็ได้ ในทางปฏิบัติสมาชิกภายในองค์การทุกๆ องค์การ จะใช้การสื่อสารลักษณะผสมผสานทุกประเภท ทั้งนี้ เพื่อให้ความเข้าใจร่วมกันในการปฏิบัติงานอันเป็นผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปสู่จุดหมายเดียวกัน นั่นคือ ประสิทธิภาพของงาน และความพึงพอใจของสมาชิกในองค์การ (เรวัตร์ สมบัติทรัพย์. 2543:23-28)

หลักการติดต่อสื่อสารในองค์การ

อรุณ รักธรรม (ทงเกียรติ เจริญวงศ์เพ็ชร . 2545:22-37 ; อ้างอิงจาก อรุณ. 2522. *หลักมนุษยสัมพันธ์กับการบริหาร* .) กล่าวว่า การปรับปรุงกระบวนการติดต่อสื่อสารเพื่อให้มีประสิทธิภาพดีขึ้นอาจทำได้โดยวิธีต่างๆ หลายวิธี ได้แก่ การส่งผลสะท้อนกลับของข่าวสาร เป็นวิธีในการลดการผิดเพี้ยนของข่าวสารได้

ดี เพิ่มช่องทางในการติดต่อสื่อสารให้มากขึ้น ใช้การติดต่อสื่อสารแบบตัวต่อตัว มีความรู้สึกไวต่อโลกของผู้รับจะช่วยให้เลือกใช้ช่องทางหรือวิธีการในการติดต่อสื่อสารอย่างเหมาะสมกับผู้รับ รู้ซึ่งถึงความหมายเชิงสัญลักษณ์ สนับสนุนคำพูดด้วยการกระทำหรือกิริยาอาการ เพื่อเน้นย้ำความหมายหรือความสำคัญของข่าวสารที่ต้องการส่ง ใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสารอย่างง่าย ๆ ตรงไปตรงมาเพื่อแก้ปัญหาการตีความผิดของผู้รับข่าวสาร

กรีซ สืบสนธิ์ (2538:73) กล่าวว่า การสื่อสารด้วยเมตตาธรรมเมื่อใช้ควบคู่กับการสื่อสารแบบตัวต่อตัวหรือการสื่อสารแบบเห็นหน้าตากัน (Interpersonal Communication) จะเป็นการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพสูงสุด หากเปรียบเทียบกับ การสื่อสารในระดับกลุ่มหรือระดับมวลชนทั้งนี้เพราะผู้ส่งสาร และผู้รับสารสามารถโต้ตอบแสดงปฏิกิริยาตอบสนองกันได้ทันที ทันใด

นิตยา เงินประเสริฐศรี (2541:191) เสนอหลักการติดต่อสื่อสารไว้ดังนี้

1. ช่องทางของการติดต่อสื่อสารควรประกาศให้รู้อย่างชัดเจนและแน่นอน
2. อำนาจหน้าที่ปรากฏอยู่ในช่องทางของการติดต่อสื่อสารอย่างเป็นทางการ
3. เส้นทางของการติดต่อสื่อสาร (Line of Communication) ต้องสั้น และตรงประเด็น
4. เส้นทางของการติดต่อสื่อสารที่สมบูรณ์จะถูกนำมาใช้
5. ผู้ที่มีความสามารถจะเป็นศูนย์กลางของการติดต่อสื่อสาร ซึ่งได้แก่ หัวหน้างาน
6. เมื่อองค์การกำลังดำเนินการ ไม่ควรขัดขวางเส้นทางของการติดต่อสื่อสาร
7. ระบบการติดต่อสื่อสารทุกระบบต้องเชื่อถือได้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541:191-192) กล่าวว่า การติดต่อสื่อสารในองค์การให้เกิดประสิทธิผลมีดังนี้

1. ผู้บริหารระดับสูงต้องให้ความสำคัญกับการติดต่อสื่อสาร ผู้บริหารระดับสูงจะต้องเห็นความสำคัญ และมีความชำนาญในการรับรู้ และมีความตั้งใจที่จะส่งข่าวสาร ตลอดจนชี้แจงให้พนักงานทราบถึงความสำคัญของการติดต่อสื่อสารว่าเป็นสิ่งจำเป็นที่ทำให้เป้าหมายขององค์การประสบความสำเร็จ
2. ผู้บริหารต้องมีการกระทำและคำพูดที่สอดคล้องกัน ข่าวสารซึ่งผู้จัดการส่งออกไปต้องไม่ขัดแย้งกับข่าวสารที่เป็นทางการเพราะจะทำให้ผู้จัดการสูญเสียความเชื่อถือจากพนักงาน ดังนั้นคำพูดต้องสอดคล้องกับการกระทำ

3. เงื่อนไขการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง บริษัทควรมีการส่งเสริมให้มีการติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน และจากบนลงล่างโดยอนุญาตให้พนักงานถามคำถามและได้รับคำชี้แจงจากฝ่ายจัดการระดับสูง สิ่งพิมพ์ของบริษัทควรมีคอลัมน์สำหรับการถามตอบ ควรพัฒนาระบบการร้องทุกข์ ควรใช้เทคนิคการป้อนกลับข้อมูลและมีการให้รางวัลแก่ผู้ที่ใช้การป้อนกลับข้อมูลด้วย

4. การเน้นเรื่องการติดต่อสื่อสารแบบเผชิญหน้า ผู้บริหารระดับสูงควรแสดงตนและให้ข่าวสารที่สำคัญด้วยตนเอง ทำอย่างตรงไปตรงมาและเปิดเผย โดยใช้การติดต่อสื่อสารแบบเผชิญหน้ากับพนักงาน

5. การแบ่งปันความรับผิดชอบสำหรับการติดต่อสื่อสารกับพนักงาน ผู้บริหารระดับสูงจะจัดทำแผนการดำเนินงานว่าบริษัทกำลังไปในทิศทางใด ผู้บังคับบัญชาในระดับต้นจะต้องแจ้งกับพนักงาน ทำให้พนักงานทราบถึงความรับผิดชอบอย่างชัดเจนในสิ่งที่มีการเปลี่ยนแปลง หรือการดำเนินงานของบริษัท ซึ่งอาจจะมีส่วนต่อตัวเขาจากผู้บังคับบัญชามากกว่าเพื่อนร่วมงาน

6. ความเกี่ยวข้องกับข่าวที่ไม่ดี องค์การที่มีการติดต่อสื่อสารที่ดีย่อมไม่หวาดกลัวที่จะเผชิญหน้ากับข่าวร้าย องค์การทุกองค์การจะมีผลิตภัณฑ์ที่มีปัญหา การขนส่งล่าช้า ลูกค้าน่าหึงขย การติดต่อสื่อสารที่ดีจะทำให้พนักงานไม่โอ้อวดที่จะต้องอธิบายถึงปัญหาเหล่านั้น โดยการแก้ปัญหาเฉพาะหน้ากับข่าวร้าย โดยการแถลงการณ์ด้วยความรวดเร็ว จริงใจและจริงจังด้วยการเผชิญหน้า

7. การวางรูปแบบข่าวสารสำหรับผู้ฟังให้เหมาะสม บุคคลในองค์การจะต้องการข้อมูลที่แตกต่างกัน ผู้บริหารระดับต้นและผู้บริหารระดับกลางจะต้องการข่าวสารที่แตกต่างกัน แผนการผลิต และแผนกบัญชีจะต้องการข้อมูลที่แตกต่างกันด้วย ผู้บริหารต้องทราบว่าข้อมูลอะไรที่บุคคลและกลุ่มต้องการและวิธีที่ดีที่สุดที่ควรใช้กับบุคคลกลุ่มนั้น เช่น ส่งข่าวสารไปที่บ้าน จดหมายข่าว e-mail การประชุมที่มงาน เป็นต้น

8. จงทำการติดต่อสื่อสารให้เป็นกระบวนการที่ต่อเนื่อง บริษัทชั้นนำมองการติดต่อสื่อสารกับพนักงานเป็นกระบวนการบริหารที่สำคัญ 5 ประการ ดังนี้

8.1 ผู้จัดการต้องสื่อความหมายโดยใช้หลักเหตุผล การตัดสินใจอย่างมีเหตุผล

8.2 จังหวะเวลาคือสิ่งที่ยัง

8.3 การติดต่อสื่อสารอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเวลาที่วิกฤตต้องสื่อสารโดยให้ข้อเท็จจริงด้วยความรวดเร็ว เมื่อพนักงานต้องการข้อมูลแต่ไม่สามารถหามาได้ เขาอาจย้อนกลับไปสู่ช่องทางการติดต่อสื่อสารที่ไม่เป็นทางการ

8.4 การให้เชื่อมโยงภาพรวมจากภาพเล็กๆ การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิผลจะเกิดขึ้นเมื่อ

พนักงานเข้าใจภาพรวมทั้งหมดว่ามีผลกระทบต่อเขา และงานของเขาอย่างไร การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ การแข่งขันระหว่างคู่แข่งจะต้องโยงให้เข้าไปเกี่ยวข้องกับแต่ละเขตที่ตั้ง แผนกและพนักงาน ความรับผิดชอบนี้เป็นหน้าที่ของผู้จัดการชั้นต้น

8.5 ไม่ชี้นำสิ่งที่คนควรรู้สึกเกี่ยวกับข่าว พนักงานไม่ต้องการชี้นำในการตีความและความรู้สึกเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ตัวอย่างที่ไม่ควรสื่อสาร เช่น การเปลี่ยนแปลงสิ่งใหม่ๆ อาจจะทำให้พนักงานเกิดความตื่นเต้น หรือการจัดการรูปแบบองค์กรใหม่ เพราะอาจทำให้เกิดความลำเอียงหรือเกิดการต่อต้านได้ การติดต่อสื่อสารที่จะเป็นผลดีโดยใช้คำถาม ใคร อะไร เมื่อไร ที่ไหน ทำไม และอย่างไร แล้วจึงให้พนักงานสรุปด้วยตัวของเขาเอง

สร้อยตระกูล อรรถมานะ (2541:352-353) กล่าวว่า การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิผลและประสิทธิภาพต้องใช้วิธีการและเทคนิคต่างๆ เข้าช่วย คือ การสร้างบรรยากาศแบบสนับสนุน (Supportive Climate) ได้แก่การบรรยาย ซึ่งเป็นเพียงการบอกเล่า หรืออธิบายขยายความทำให้ผู้รับข่าวสารเกิดความเข้าใจที่ถูกต้องมากขึ้น การมุ่งเน้นแก้ปัญหาเป็นการเน้นให้ความสนใจในตัวปัญหาที่เกี่ยวข้องมิใช่เน้นที่ตัวผู้ติดต่อสื่อสาร การติดต่อสื่อสารที่เป็นไปตามธรรมชาติไม่เสแสร้งแกล้งทำหรือลักษณะกำกวม มีการเอาใจเขามาใส่ใจเรา ความเสมอภาคนั้นเป็นบรรยากาศที่ทำให้ผู้ติดต่อสื่อสารเกิดความสบายใจและเกิดความไว้วางใจระหว่างกัน อันช่วยให้การติดต่อสื่อสารเป็นไปอย่างราบรื่นเช่นกันกับการเอื้ออำนวยซึ่งเป็นบรรยากาศที่เปิดช่องให้มีการติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพอย่างเพียงพอ บรรยากาศเหล่านี้เป็นบรรยากาศที่สร้างความมั่นใจและความไว้วางใจระหว่างกัน

มอนดี้ (Mondy 1991:379-383) กล่าวว่า หนทางสู่การเป็นผู้สื่อสารที่ดีขึ้นนั้นต้องปรับปรุงการติดต่อสื่อสารในเรื่องต่อไปนี้

1. Empathy ความสามารถที่เข้าใจความรู้สึกของผู้อื่นว่าทำไมเขาถึงพูด หรือทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง
2. Listening การเป็นผู้ฟังที่ดี จะช่วยพบปัญหาและแนวทางแก้ไขมากขึ้น
3. Reading Skills ความสามารถในการอ่าน และเข้าใจได้อย่างรวดเร็ว เป็นทักษะที่จำเป็น
4. Observation การสังเกตสิ่งที่อยู่รอบตัว เช่น การแต่งกาย กิจกรรมต่างๆ จะทำให้ได้รับข้อมูลมาก
5. Word Choice การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ ต้องเลือกใช้คำอย่างระมัดระวังเหมาะสมกับผู้รับคำธรรมดาที่ใช้ทั่วไปเป็นคำที่ดีที่สุด
6. Body Language ควรให้ความสำคัญและระวังในการสื่อสาร โดยไม่ใช้ภาษาเนื่องจากการสำรวจพบว่า 90% ของความรู้สึกประทับใจเมื่อแรกพบ จะให้ความสำคัญกับการสื่อสารโดยไม่ใช้ภาษา
7. Action การติดต่อสื่อสารวิธีใดวิธีหนึ่งจะใช้ได้กับคนบางคน หรือบางสถานการณ์ ไม่ใช่ว่าจะใช้ได้กับทุกคนหรือทุกสถานการณ์ ต้องเลือกวิธีการสื่อสารที่เหมาะสม
8. Directing ต้องมั่นใจว่าผู้รับข้อมูลจะต้องทำอะไร อย่างไร เมื่อไร และทำไม ต้องทำความเข้าใจผิดพลาดมักเกิดจากผู้สื่อสารคิดว่าผู้รับมีข้อมูลอยู่แล้ว

การจัดอุปสรรคในการสื่อสาร

ขวัญเรือน กิตติวัฒน์และคณะ (2535:40-41) กล่าวว่า วิธีการป้องกันและจัดอุปสรรคในการสื่อสารที่นิยมใช้กัน คือ หลักสำคัญ 7 ประการของการสื่อสาร ได้แก่

1. ความเชื่อถือ (Credibility) ในการสื่อสารนั้นข่าวสารและวิธีการสื่อสารจะต้องดำเนินไปอย่างถูกต้องและเป็นที่น่าเชื่อถือ กล่าวคือ เนื้อหาสาระของสารจะต้องไม่บิดเบือนหรือเจือปนด้วยอคติ และที่สำคัญอย่างยิ่งก็คือ ผู้ส่งสารจะต้องเป็นบุคคลที่ผู้รับสารยอมรับด้วยความเชื่อถือไว้วางใจ
2. บริบทของการสื่อสาร (Context) คือสภาพการณ์ หรือ สภาพแวดล้อม ที่การสื่อสารเกิดขึ้น ควรจะมีลักษณะที่เอื้ออำนวยต่อการสร้างบรรยากาศในการสื่อสาร เช่น ความสงบเงียบ อากาศไม่ร้อนอบอ้าว แสงสว่างที่เพียงพอ เป็นต้น
3. เนื้อหาสาระ (Content) ผู้สื่อสารควรรู้จักเลือกเนื้อหาสาระที่เหมาะสม สอดคล้องกับความคิด ค่านิยมของผู้รับสารให้มากที่สุด นอกจากนี้ เนื้อหาสารดังกล่าวควรจะเสนอแง่คิดทั้งทางบวกและทางลบ เพื่อให้ผู้รับสารจะได้นำไปพิจารณาตัดสินใจว่าจะยอมรับและปฏิบัติตามเนื้อหาสาระที่เสนอมานั้นในลักษณะอย่างไรต่อไป
4. ความชัดเจน (Clarity) ผู้สื่อสารควรเลือกใช้ภาษาที่ผู้รับสารเข้าใจได้ง่ายและสามารถตีความสารนั้นในลักษณะที่ตรงกับความต้องการของผู้ส่งสาร ควรหลีกเลี่ยงการใช้ศัพท์เทคนิคหรือศัพท์วิชาการที่ยากแก่การเข้าใจ ควรใช้รูปภาพประกอบเพื่อความเข้าใจที่ถูกต้องชัดเจนยิ่งขึ้น
5. ความต่อเนื่องและการกล่าวซ้ำ (Continuity and Consistency) พฤติกรรมการสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการรณรงค์ หรือการโน้มน้าวชักจูงใจจะประสบผลสำเร็จได้เป็นอย่างดีโดยอาศัยเทคนิคการเสนอสารต่อเนื่องอยู่เสมอและมีการกล่าวซ้ำบ่อยๆ ครั้ง เพื่อเป็นการย้ำและเตือนความจำของผู้รับสาร
6. ช่องทางในการสื่อสาร (Channel) ผู้ส่งสารควรเลือกช่องทางให้เหมาะสมกับสถานการณ์การสื่อสาร สามารถเข้าถึงผู้รับสารได้ง่ายโดยที่ผู้รับสารไม่เกิดความลำบากหรือจะต้องใช้ความพยายามอย่างมากในการเปิดรับสื่อหรือสาร
7. ความสามารถ (Capability) อุปสรรคในด้านการสื่อสารอาจน้อยลง หรือไม่เกิดขึ้นเลย หากผู้ส่งสารและผู้รับสารมีทั้งความรู้ ความสามารถในการสื่อสารกันตลอดจนที่ทักษะในกระบวนการสื่อสารควบคู่ไปด้วย

ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร

ความหมายของความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร

นักทฤษฎีการสื่อสารในองค์การได้ให้ความหมายของความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร (Communication Satisfaction) แตกต่างกันไปดังนี้

จอห์น ดับเบิลยู อีแวน (John W. Evan.1962:772-782) กล่าวถึง ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร ว่า คือความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับ (Information Satisfaction) เพราะข่าวสารต่างๆที่ได้รับนั้น ผู้ปฏิบัติงานสามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจ และใช้ในการวางแผนปฏิบัติงานต่างๆให้สำเร็จลุล่วงไป

ดับเบิลยู ชาร์ลส เรดดิ้ง (W. Charles Redding.1972:429) กล่าวว่า ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร หมายถึง ระดับของความพึงพอใจที่บุคลากรภายในองค์การนั้นๆ มีต่อข่าวสารต่างๆ ที่มีอยู่ในสภาพแวดล้อมของการติดต่อสื่อสารโดยส่วนรวม เป็นระดับของความพึงพอใจที่พิจารณาจากข่าวสารที่มีอยู่นั้นว่าสามารถตอบสนองความต้องการข่าวสารของบุคลากรภายในองค์การนั้นหรือไม่ อย่างไร และข่าวสารนั้นมาจากใคร มีวิธีการรับและเผยแพร่ข่าวสารอย่างไรบ้าง

สมยศ นาวิการ (2527:103) ได้ให้ทัศนะในเรื่องนี้ไว้ว่า ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารขึ้นอยู่กับสิ่งที่บุคคลได้มา เปรียบเทียบกับสิ่งที่บุคคลต้องการ ความพึงพอใจไม่ควรผูกอยู่กับความมีประสิทธิภาพของข่าวสารใดๆ (การแสดงออกหรือการแปลความหมาย) ถ้าหากว่าการติดต่อสื่อสารเป็นไปตามความต้องการความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารจะเกิดขึ้น เราอาจจะรู้สึกต้องการข่าวสารบางอย่าง หรือ เสนอข่าวสารตามแนวทางบางอย่างของเรา เมื่อข่าวสารถูกสื่อสารตามแนวทางที่สอดคล้องกับความรู้สึกของเรา เราจะมี ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร

สรุปว่า ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร เป็นเรื่องของทัศนะของบุคลากรแต่ละคนในองค์การที่มีต่อการติดต่อสื่อสารในองค์การ ซึ่งครอบคลุมถึงข่าวสาร ช่องทางการติดต่อสื่อสารในองค์การ บรรยากาศในการติดต่อสื่อสารในองค์การ การติดต่อสื่อสารกับผู้บังคับบัญชา ตลอดจนการสื่อสารในองค์การด้วยตนเอง ถ้า การติดต่อสื่อสารในองค์การสอดคล้องกับความต้องการและความรู้สึก ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารก็จะเกิดขึ้น

ในเรื่องข่าวสารที่อยู่ในสภาพแวดล้อมขององค์การนั้นมักจะเป็นข่าวสารในเรื่องต่อไปนี้ (G.M.Goldhaber.1979:110)

1. ข่าวสารการปฏิบัติงาน ได้แก่ ข่าวสารที่เกี่ยวกับการทำงาน การบริการ ผลของการบริการ และกิจกรรมต่างๆ เป็นข่าวสารที่จำเป็นสำหรับบุคลากรในการปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ข่าวสารทะนุบำรุง ได้แก่ ข่าวสารที่เกี่ยวกับกฎระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ การควบคุมงาน เป็นข่าวสารที่จำเป็นสำหรับบุคลากรในการปฏิบัติหน้าที่ต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ และราบรื่นตามกฎหมายเกณฑ์ที่องค์กรได้วางไว้

3. ข่าวสารมนุษยสัมพันธ์ ได้แก่ ข่าวสารการประชุม ข่าวการสัมภาษณ์ บุคคลดีเด่น ข่าวการแข่งขันกีฬา ข่าวสังคมโดยทั่วไป เป็นข่าวที่จำเป็นในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากร และสร้างขวัญในการทำงานให้เกิดขึ้น

4. ข่าวสารนวัตกรรม ได้แก่ ข่าวสารที่เกี่ยวกับสิ่งใหม่ๆ ที่เปลี่ยนแปลงไป การกำหนดนโยบาย แผนการทำงาน โครงการใหม่ ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เป็นข่าวสารที่บุคลากรควรจะได้รับทราบและแสดงความคิดเห็น

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารเป็นเรื่องของความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับ ว่าข่าวสารที่ได้รับสอดคล้องกับความต้องการก็จะเกิดความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร ข่าวสารที่สอดคล้องกับความต้องการนั้นจะเป็นข่าวสารในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน การเปลี่ยนแปลงการทำงาน กฎระเบียบข้อบังคับต่างๆ บุคลากรจะต้องได้รับข่าวสารต่างๆ เหล่านี้สอดคล้องกับความต้องการในการปฏิบัติงาน การวางแผน การตัดสินใจ และการสร้างเป้าหมายของบุคลากรโดยข่าวสารต่างๆ ที่อยู่ในองค์กรจะร้องกระจายหรือหมุนเวียนอยู่ในสภาพแวดล้อมขององค์กร ในรูปของการบอกกล่าว การสั่งการ และชี้แนะ (ดาริกา จารุวัฒนกิจ. 2539:37)

นอกจากข่าวสารที่ได้รับจะสร้างความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารในองค์กรแล้ว เรื่องของระยะทางของการติดต่อสื่อสาร (Communication Distance) และทิศทางของการติดต่อสื่อสาร (Communication Direction) ก็เป็นสิ่งที่สร้างความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารด้วยโดย Osmo A. Wiio (1987:7) และ Osmo A. Wiio and other (1980:95) ได้เสนอแบบจำลองดังต่อไปนี้

แบบจำลองความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารกับระยะทางและทิศทางของการติดต่อสื่อสาร

(The Distance- Direct Model of Organization- Communication)

ระยะทางของการติดต่อสื่อสาร	ไกล	- +	- -
	ใกล้	+ +	+ -
		ผู้ส่งสาร	ผู้รับสาร

ทิศทางของการติดต่อสื่อสาร

ภาพประกอบ 3 แบบจำลองความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารกับระยะทางและทิศทางของการติดต่อสื่อสาร ที่มา: Osmo A. Wiio (1987:7) และ Osmo A. Wiio and other (1980:95)

ระยะทางของการติดต่อสื่อสาร วัดได้จาก ความใกล้ – ความไกล

ทิศทางของการติดต่อสื่อสาร วัดได้จาก ผู้ส่งสาร – ผู้รับสาร

ผู้ส่งสาร – ข่าวสารจะกระจายจากบุคลากรขององค์การ

ผู้รับสาร – ข่าวสารจะกระจายมายังบุคลากรขององค์การ

โดยมีคำอธิบายว่า

1. เมื่อบุคคลทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร และระยะทางของการส่งสารใกล้ ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารจะมีมาก (++)
2. เมื่อบุคคลทำหน้าที่เป็นผู้รับสาร และระยะทางของการรับสารใกล้ ความพึงพอใจในการสื่อสารจะลดลง (+ -)
3. เมื่อบุคคลทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร และระยะทางของการส่งสารไกล ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารจะมีอยู่บ้าง (- +)
4. เมื่อบุคคลทำหน้าที่เป็นผู้รับสาร และระยะทางของการรับสารไกล ความไม่พึงพอใจในการติดต่อสื่อสารจะมีมากที่สุด (- -)

นอกจากนั้น Osmo A. Wiio (1987:7) และ Osmo A. Wiio and other (1980:95) ได้เสนอความคิดในเรื่องความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารเป็นเรื่องของเงื่อนไขต่างๆ (Contingencies) ที่แตกต่างกันและเงื่อนไขต่างๆที่แตกต่างกันดังกล่าวนี้ เป็นเงื่อนไขที่เข้ากันได้หรือสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการติดต่อสื่อสารของบุคลากรภายในองค์การนั้นๆ ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 เงื่อนไข คือ

1. ผู้ส่งสาร ส่งสารไปยังผู้รับสารใกล้ตัว (Near – Sender Contingency) เป็นเงื่อนไขที่ผู้ส่งสารส่งสารไปยังผู้รับสารที่อยู่ภายในหน่วยงานของตน เช่น เพื่อนร่วมงานที่สนิทสนมคุ้นเคยที่สุด เพื่อนร่วมงานคนอื่นๆและหัวหน้าหน่วยงานโดยตรง เงื่อนไขของการติดต่อสื่อสารเช่นนี้ ผู้ส่งสารจะมีความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารมากที่สุด
2. ผู้รับสาร รับสารจากแหล่งสารใกล้ตัว (Near – Receiver Contingency) เป็นเงื่อนไขที่ผู้รับสารรับสารจากแหล่งที่อยู่ภายในหน่วยงานของตน เช่น เพื่อนร่วมงานที่สนิทสนมคุ้นเคยที่สุด เพื่อนร่วมงานคนอื่นๆและหัวหน้าหน่วยงานโดยตรง เงื่อนไขของการติดต่อสื่อสารเช่นนี้ ผู้รับสารจะมีความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารอยู่บ้าง แต่ก็ยังมีความพึงพอใจน้อยกว่าเงื่อนไขที่ 1
3. ผู้ส่งสาร ส่งสารไปยังผู้รับสารไกลตัว (Far – Sender Contingency) เป็นเงื่อนไขที่ผู้ส่งสาร ส่งสารไปยังผู้รับสารที่อยู่ภายนอกหน่วยงานของตน เช่น เพื่อนนอกหน่วยงาน สมาชิกอื่นๆ และหัวหน้าหน่วยงานอื่นๆ เงื่อนไขของการติดต่อสื่อสารเช่นนี้ ผู้ส่งสารจะมีความไม่พึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร แต่ยังไม่มากนัก

4. ผู้รับสารจากแหล่งสารไกลตัว (Far – Receiver Contingency) เป็นเงื่อนไขที่ผู้รับสารรับสารจากแหล่งสารที่อยู่ภายนอกหน่วยงานของตน เช่น เพื่อนนอกหน่วยงาน บุคลากรอื่นๆ และหัวหน้าหน่วยงานอื่นๆ เงื่อนไขของการติดต่อสื่อสารเช่นนี้ ผู้รับสารจะมีความไม่พึงพอใจในการติดต่อสื่อสารมากที่สุด

จากแนวความคิดดังกล่าว เงื่อนไขที่บุคลากรมีทิศทางของการเป็นผู้ส่งสาร ส่งสารไปในระยะทางไกล เช่น เพื่อนร่วมงานคนอื่นๆ และหัวหน้าหน่วยงานโดยตรง ก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร ขณะเดียวกันความไม่พึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร จะเกิดขึ้นได้ในเงื่อนไขที่บุคลากรมีทิศทางเป็นผู้รับสาร รับสารจากระยะทางที่ไกล เช่น เพื่อนนอกหน่วยงาน บุคลากรอื่นๆ และหัวหน้าหน่วยงานอื่นๆ

จึงอาจกล่าวได้ว่า บุคคลจะมีความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร เมื่อรับสารจากแหล่งสารที่อยู่ภายในหน่วยงานของตน เช่น เพื่อนร่วมงานและหัวหน้าหน่วยงานโดยตรง และจะมีความไม่พึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร เมื่อรับสารจากแหล่งที่อยู่ภายนอกหน่วยงานของตน เช่น ผู้บริหารระดับสูงและผู้บังคับบัญชาระดับสูงกว่าหัวหน้าโดยตรง และโดยเฉพาะผู้เป็นหัวหน้าควรเปิดโอกาสให้ผู้ใต้บังคับบัญชาได้มีโอกาสได้ถาม แสดงความคิดเห็นเป็นการตอบโต้ได้ การทำเช่นนี้จะทำให้ผู้ใต้บังคับบัญชารู้สึกว่าตนเองได้รับความยุติธรรม และนิยมชมชอบทำให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดความพึงพอใจในที่สุด ขณะเดียวกันความถี่ของการติดต่อสื่อสาร และความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารเป็นตัวสะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารระดับสูงกับพนักงานในองค์กรด้วย โฮแมน และ Blau (ดาร์ก้า จารุวัฒนกิจ. 2539:39 ; อ้างอิงจาก Homan และ Blau. 1954.)

องค์ประกอบของความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร

องค์ประกอบของความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการ ซึ่งนักวิชาการทางการสื่อสารในองค์กรหลายท่านได้ให้แนวความคิดที่แตกต่างกัน ดังนี้

เทเยอร์ (Thayer. 1968:196) กล่าวว่า การรับรู้ของพนักงานเกี่ยวกับระบบการติดต่อสื่อสารในองค์กร ประกอบด้วยมิติหลายชนิด โดยได้เสนอดัชนีชี้วัดลักษณะความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร ว่าต้องประกอบด้วยสิ่งต่างๆ ดังนี้

1. การอธิบายนโยบายขององค์กรให้พนักงานรู้
2. มีการแจ้งล่วงหน้าเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงขององค์กรให้พนักงานทราบ
3. เสรีภาพในการเสนอแนะของพนักงาน
4. การยอมรับและแสดงออกถึงความเป็นประทับใจในผลการปฏิบัติงานที่
5. ความเพียงพอของข่าวสารข้อมูลในเรื่องที่เกี่ยวกับพนักงานโดยตรง

ดาวนส์ และ ฮาเซน (ดาร์ก้า จารุวัฒนกิจ. 2539:40 ; อ้างอิงจาก Downs and Hazen. 1977.) ได้สร้างมาตรวัดความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร (Communication Satisfaction Survey) เรียกชื่อย่อว่า CSS เพื่อวัดการรับรู้ของพนักงานเกี่ยวกับระบบการติดต่อสื่อสารในองค์กร ซึ่งมีองค์ประกอบ 8 ประการ คือ

1. ภาพรวมขององค์การโดยทั่วไป (General Organizational Perspective) เป็นคำถามที่สะท้อนถึงข่าวสารที่สัมพันธ์เชื่อมโยงกับหน้าที่ต่างๆ ทั้งหมดขององค์การ
2. ข้อมูลป้อนกลับส่วนตัว(Personal Feedback) องค์ประกอบนี้เกี่ยวข้องกับสัมฤทธิ์ผลส่วนงานและวิธีที่เขาถูกยอมรับโดยองค์การ
3. การประสานหลอมหลอมขององค์การ (Organization Integration) เป็นการสะท้อนถึงความพึงพอใจของแต่ละบุคคล กับข่าวสารข้อมูลที่เขาได้รับเกี่ยวกับองค์การและสิ่งแวดล้อมที่เขาได้รับปัจจุบัน
4. การติดต่อสื่อสารกับผู้บังคับบัญชา หมายถึง การติดต่อสองทางกับผู้บังคับบัญชา
5. บรรยากาศการติดต่อสื่อสาร (Communication Climate) เป็นการสะท้อนถึงการติดต่อสื่อสารในระดับองค์การ และส่วนตัวหรือขีดขั้นที่การติดต่อสื่อสารสูงใจ และกระตุ้นพนักงานให้บรรลุเป้าหมาย
6. การติดต่อสื่อสารตามแนวนอน (Horizontal informal Communication) เกี่ยวข้องกับการติดต่อสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการระหว่างเพื่อนพนักงานด้วยกัน
7. คุณภาพสื่อที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร (Media Quality) องค์ประกอบนี้สะท้อนถึงขีดขั้นที่ว่าพนักงานรับรู้รูปแบบหลักของการติดต่อสื่อสาร (บันทึกข้อความ, สิ่งตีพิมพ์) ว่าเป็นผู้ทำหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพ
8. การติดต่อสื่อสารกับผู้ใต้บังคับบัญชา (Relation with Subordinate) เป็นการเน้นการติดต่อสองทางกับผู้ใต้บังคับบัญชา

นอกจากนั้น นักวิชาการสื่อสารยังได้สร้างแนวคำถามเพื่อวัดปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารในองค์การ ประกอบไปด้วยลักษณะที่แตกต่างกันไป 6 ประการดังต่อไปนี้ Wiio, Downs and Hazen, Beckstorm (สมยศ นาวิการ. 2527:103-104 ; อ้างอิงจาก Wiio.1978. , Downs and Hazen.1977. , Beckstorm.1980.)

1. ความพึงพอใจในงานของบุคคล ปัจจัยดังกล่าวประกอบด้วย เงินเดือน สวัสดิการ การเลื่อนตำแหน่งและตัวงาน ความพึงพอใจในด้านต่างๆ ของงานที่จะมีส่วนช่วยสร้างความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร
2. ความพึงพอใจในความเพียงพอของข่าวสาร ปัจจัยดังกล่าวประกอบด้วยระดับของความพึงพอใจข่าวสารเกี่ยวกับนโยบาย เทคนิคใหม่ๆ การเปลี่ยนแปลงทางการบริหารงานในอนาคตและผลการปฏิบัติงานส่วนบุคคล ความพึงพอใจข่าวสารเกี่ยวกับองค์การที่ได้รับ จึงมีความสำคัญต่อแนวความคิดของความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารขององค์การ
3. ความพึงพอใจความสามารถเสนอแนะปรับปรุงให้ดีขึ้นของบุคคล ปัจจัยดังกล่าวนี้ ประกอบด้วย สิ่งต่างๆ เช่น สถานที่ของการติดต่อสื่อสารควรจะถูกปรับปรุงให้ดีขึ้น และกลยุทธ์ที่ใช้ในการเปลี่ยนแปลงความพึงพอใจ ประเภทของการเปลี่ยนแปลง การเปลี่ยนแปลงถูกดำเนินการอย่างไร การได้รับการบอกกล่าวเปลี่ยนแปลงมีความเกี่ยวพันกับความพึงพอใจ การติดต่อสื่อสารขององค์การ

4. ความพึงพอใจความมีประสิทธิภาพของช่องทางการติดต่อสื่อสารต่างๆ ปัจจัยดังกล่าวนี้ประกอบด้วย วิธีการเผยแพร่ข่าวสารภายในองค์กร เช่น หนังสือพิมพ์ บันทึกรายการ และเอกสารลายลักษณ์อักษรอื่นๆ ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารเกี่ยวพันกับการมองของบุคคลว่าสื่อกลางขององค์กรถูกใช้ในการเผยแพร่ข่าวสารอย่างมีประสิทธิภาพเพียงใด

5. ความพึงพอใจคุณภาพของสื่อกลาง ปัจจัยดังกล่าว ได้แก่ เอกสารลายลักษณ์อักษรใช้ถ้อยคำดีแค่ไหน คุณค่าของข่าวสารที่ได้รับ และการมาถึงของข่าวสารอย่างทันเวลาที่ ปัจจัยเหล่านี้มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของบุคคลต่อการสื่อสารในองค์กร

6. ความพึงพอใจวิธีการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนร่วมงาน ปัจจัยดังกล่าวนี้ประกอบด้วย การติดต่อสื่อสารตามแนวนอน การติดต่อสื่อสารที่ไม่เป็นทางการ และระดับความพึงพอใจที่ได้รับจากการอภิปรายและการได้รับข่าวสารจากเพื่อนร่วมงาน ปัจจัยเหล่านี้แสดงความหมายว่า ความพึงพอใจการติดต่อสื่อสารในองค์กรเกี่ยวกับความพึงพอใจความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน

สรุปได้ว่า องค์ประกอบของความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารและปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารนั้นจะเกี่ยวข้องกับปริมาณของข่าวสาร ช่องทางที่ใช้ในการเผยแพร่ข่าวสาร คุณภาพของสื่อที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร ตลอดจนถึงความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานและการติดต่อสื่อสารสองทางระหว่างผู้บริหารองค์กรกับพนักงานในองค์กร

อย่างไรก็ตาม เมื่อกล่าวถึงความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร ย่อมต้องนึกถึงความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารที่ผู้รับสารจะได้รับ ดังนั้น จึงต้องมีการพิจารณาตัวผู้รับสารที่มีความแตกต่างระหว่างบุคคลในองค์กร กริช สืบสนธิ์ (2525:5) ได้กล่าวไว้ว่า “ เมื่อใดก็ตามที่ผู้ส่งสารมีความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารของตนเอง จงเตือนตนเองไว้เสมอว่า อาจจะประสบความล้มเหลว ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารของตนเอง มักจะตัดสินใจจากการที่ตนได้ติดต่อสื่อสารไปตามธรรมเนียม ความรู้สึก ทศนคติ และตัดสินใจด้วยตนเองว่า ได้ผลเป็นที่น่าพึงพอใจเพียงใด น่าจะกำหนดโดยผู้รับสาร ” ทั้งนี้เนื่องจากบุคคลแต่ละคนมีภูมิหลังส่วนตัว วิชาชีพและตำแหน่งในองค์กรที่ต่างกัน จึงมีจุดในการพิจารณาและตีความหมายที่ต่างกันไป ในขณะที่มีการส่งและรับสาร (Guetzkow. 1965:555)

ทฤษฎีด้านองค์ประกอบทางสังคม

แนวทฤษฎีด้านองค์ประกอบทางสังคมและแนวทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์ เป็นการวิเคราะห์ผู้รับสารในด้านตัวแปรทางประชากร (Demographic Variable) ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม (Sociostatus Economic)

แนวทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์ เป็นทฤษฎีที่มีหลักของความเป็นเหตุเป็นผล กล่าวคือ พฤติกรรมต่างๆของมนุษย์เกิดขึ้นตามแรงบังคับจากภายนอกมากระตุ้นเป็นความเชื่อ มนุษย์ดำเนินชีวิตตามแบบฉบับที่

สังคมได้วางเป็นแม่บทให้พฤติกรรมของคนที่มีอายุในวัยเดียวกันจะเป็นเช่นเดียวกัน เนื่องจากสภาพสังคมได้วางแบบอย่างไว้ให้แล้วสำหรับคนรุ่นนั้นสังคมทำให้ผู้หญิงมีสภาพนิสัยและพฤติกรรมแตกต่างจากผู้ชาย แนวคิดด้านประชากรศาสตร์ เชื่อในความคิดที่ว่าคนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย

การสื่อสารจัดเป็นพฤติกรรมสำคัญอย่างหนึ่งของมนุษย์ เมื่อบุคคลมีคุณสมบัติทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมทั่วไปที่แตกต่างกัน ดังนั้นนักวิชาการสื่อสารบางกลุ่มเชื่อว่าพฤติกรรมเกี่ยวกับการสื่อสารของบุคคลนั้นๆ จึงน่าจะแตกต่างกันด้วย พฤติกรรมการสื่อสารดังกล่าว นอกจากจะหมายถึงการเลือกใช้ถ้อยคำในภาษาหรือการใช้วัจนภาษาตลอดจนกลยุทธ์ต่างๆ ในการสื่อสารให้สำเร็จแล้ว ยังรวมไปถึงการเลือกใช้สื่อหรือการเปิดรับข่าวจากสื่อต่างๆ ตามที่ผู้รับสารต้องการด้วย(ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. 2534:64-65)

เมื่อพิจารณาในเรื่องขององค์การ ความแตกต่างของบุคคลในองค์การในด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง จะมีส่วนเกี่ยวข้องอย่างมากกับความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารด้วย (Rosenblatt, Cheatham and Watt.1977:143) ความแตกต่างระหว่างบุคคลในองค์การเป็นตัวสำคัญที่ทำให้การแปรรูปความรู้สึกนึกคิดของแต่ละบุคคลแตกต่างกัน และความรู้สึกที่ต่างกันนี้จะมี ความแตกต่างกันมากน้อยเพียงใด เป็นผลของระดับความแตกต่างของบุคคลนั้นๆนั่นเอง (วุฒิชัย จ้างนค์. 2520:103)

บรรยากาศการสื่อสารในองค์การ

กรีซ สิบสนธิ์ (2525:22) กล่าวว่า “พื้นฐานของบรรยากาศในการสื่อสาร คือ ความคิด (Cognitive) ของแต่ละบุคคล ซึ่งขึ้นอยู่กับความรู้สึกรับรู้สภาพแวดล้อมและการยอมรับความจำเป็นในการสื่อสาร ความคิดนี้มีผลต่อพฤติกรรมบุคคลแต่ละคนภายในองค์การ” บรรยากาศในการสื่อสารในองค์การมักเกี่ยวข้องกับ

1. การรับรู้เกี่ยวกับขั้นตอนการสื่อสารและความสัมพันธ์กับผู้รับสาร การที่องค์การได้รับทราบหรือมีข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนของการสื่อสาร ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ไม่ว่าจะเป็นนักประชาสัมพันธ์ หัวหน้าหน่วยงานประชาสัมพันธ์ หัวหน้าหน่วยงานสวัสดิการ ผู้นำความคิด บุคคลที่เป็นที่เคารพนับถือ ฯลฯ ย่อมจะช่วยให้องค์การได้มีโอกาสที่จะเข้าใจพฤติกรรมของระบบการสื่อสารภายในองค์การตามสภาพที่เป็นจริง และสามารถที่จะนำเอาความรู้ที่ได้มาช่วยเสริมสร้างบรรยากาศการสื่อสารภายในองค์การได้
2. การรับรู้เกี่ยวกับข่าวสารที่ให้แก่บุคลากรจากองค์การเป็นแนวคิดที่เกิดขึ้นเพื่อตรวจสอบระบบการสื่อสารภายในองค์การก่อนที่จะมีการสร้างบรรยากาศการสื่อสาร ซึ่งรายละเอียดเกี่ยวกับวิธีการในการสร้างบรรยากาศการสื่อสารนั้นเป็นเรื่องเฉพาะกรณีของแต่ละองค์การ เมื่อได้รายละเอียดเพียงพอ
3. การรับรู้หรือแนวคิดเกี่ยวกับองค์การเอง องค์การคงไม่สามารถที่จะสร้างบรรยากาศการสื่อสารขึ้นได้ ถ้าไม่ทราบเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารที่เป็นอยู่ภายในองค์การ องค์การควรที่จะรู้จักวิเคราะห์ตนเอง

เสนาะ ดิเยาว์ (2530:523) กล่าวว่าบรรยากาศการสื่อสารภายในองค์การประกอบด้วยพฤติกรรมคน การรับรู้เหตุการณ์ การตอบสนองระหว่างบุคคล การคาดหวัง ความขัดแย้งระหว่างบุคคลและโอกาสที่บุคคล จะเจริญเติบโตในหน้าที่การงานตามระยะเวลาที่ปฏิบัติงานบรรยากาศทางด้านวัตถุในองค์การจะกระทบการ ปฏิบัติงาน แต่บรรยากาศการสื่อสารภายในองค์การจะกระทบต่อพฤติกรรมของคน การแสดงออก ความรู้สึก ความคิดริเริ่มในการสร้างงาน ความสำเร็จของงาน และความกระตือรือร้นในการทำงานที่จะทำให้งาน ก้าวหน้า

สุรเชษฐ์ ชีระมณี (2534:135) กล่าวถึงบรรยากาศการสื่อสารว่า คือ สภาพลักษณะพฤติกรรมของผู้ที่ มีส่วนเกี่ยวข้องกับข่าวสาร ได้แก่ ผู้ส่ง ผู้รับ ผู้ถ่ายทอด

R.Wayne Pace and Don F.Faules (1994:100) กล่าวว่าบรรยากาศการสื่อสารประกอบด้วย การรับรู้ การประเมินเกี่ยวกับเหตุการณ์ทางการสื่อสาร พฤติกรรมมนุษย์ การตอบสนองต่อกันของพนักงาน ความคาดหวัง ความขัดแย้ง และโอกาสการก้าวหน้าในองค์การ

Poole&Mcphee (Jablin and others:203-204) กล่าวว่าบรรยากาศการสื่อสารในองค์การ ประกอบด้วย การรับรู้ของบุคคลในเรื่องความคาดหวัง และเครื่องมือที่ใช้เกี่ยวกับการสื่อสาร ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะมี ปฏิสัมพันธ์และวิวัฒนาการอย่างต่อเนื่องไปพร้อมๆ กับขบวนการต่างๆในองค์การ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นอยู่ทั่วไป ในองค์การและปฏิบัติกันเป็นปกติ

สมยศ นาวิการ (2527:100-101) กล่าวว่า บรรยากาศของการติดต่อสื่อสารในองค์การประกอบขึ้น ด้วยการประเมินและปฏิกริยาต่อกิจกรรมบางอย่างที่เกิดขึ้นในองค์การ บรรยากาศของการติดต่อสื่อสารของ องค์การเกี่ยวข้องกับส่วนต่างๆ ที่ขึ้นอยู่กับส่วนต่างๆ สามส่วนตามที่แสดงให้เห็นในภาพ

ส่วน ก	ส่วน ข	ส่วน ค
การรับรู้ต่อ - ทศนคติต่อ - ความคาดหวังต่อ - ความพึงพอใจต่อ	การหามาได้ของข่าวสาร : - สภาพะการทำงาน - การบังคับบัญชา - การจ่ายผลตอบแทน - ความก้าวหน้า - เพื่อนร่วมงาน - นโยบายขององค์การ	โดยที่สิ่งเหล่านี้แสดงให้เห็นอย่างไร - ความไว้วางใจ - ความสนับสนุน - ความรับผิดชอบ - ข่าวสารจากเบื้องบนสู่เบื้องล่างที่ถูก ต้องและเปิดเผย - ข่าวสารจากเบื้องล่างสู่เบื้องบนที่เชื่อ ถือได้ และตรงไปตรงมา - การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ - การมุ่งเป้าหมายการปฏิบัติงานที่สูง และ งานที่ทำหาย

ภาพประกอบ 4 ส่วนที่เกี่ยวข้องกันของบรรยากาศของการติดต่อสื่อสารในองค์การ

ที่มา : สมยศ นาวิการ (2527:101)

จากแผนภาพ อธิบายได้ว่าบรรยากาศของการติดต่อสื่อสารเป็นผลมาจากการที่สมาชิกขององค์กรรับรู้ (ทัศนคติและความคาดหวังหรือความพึงพอใจ) ต่อคุณลักษณะขององค์กร เช่น นโยบาย การส่งข่าวสาร งาน ผลตอบแทน การเลื่อนตำแหน่ง เพื่อนร่วมงาน และผู้บังคับบัญชาอย่างไร โดยสิ่งเหล่านี้แสดงให้เห็นสมาชิกขององค์กรเห็นว่าองค์กรไว้วางใจพวกเขาและยอมให้พวกเขามีความเป็นอิสระ สนับสนุนและให้พวกเขารับผิดชอบการปฏิบัติงานของพวกเขา ส่งข่าวสารเกี่ยวกับองค์กรที่ถูกต้องและเพียงพอ รับฟังและต้องการข่าวสารจากผู้อยู่ใต้บังคับบัญชา ปรีกษาหรือกับสมาชิกขององค์กร และให้ความสำคัญกับมาตรฐานที่สูงและการทำงานที่ท้าทายแค่ไหน

บรรยากาศการสื่อสารในองค์กรมีความสัมพันธ์กับปัจจัยอย่างอื่นขององค์กร เช่น โครงสร้างระเบียบข้อบังคับ ขวัญและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในองค์กรนั้น ถ้าหากปรับปรุงบรรยากาศของการสื่อสารให้ดีขึ้นแล้วก็จะทำให้ประสิทธิภาพขององค์กรสูงขึ้นด้วย บรรยากาศทางการสื่อสารมีความสำคัญต่อองค์กรซึ่งมีผลกระทบโดยตรงต่อประสิทธิภาพขององค์กร ดังนั้นองค์กรจะต้องสร้างบรรยากาศทางการสื่อสารที่สร้างความพอใจให้แก่สมาชิกขององค์กร การสร้างความพอใจให้เกิดขึ้นหมายถึงการทำให้สมาชิกขององค์กรรู้ข้อมูลต่างๆอย่างสมบูรณ์ องค์กรจะต้องให้ข้อมูลแก่บุคคลในองค์กรจะต้องให้ข้อมูลแก่บุคคลในองค์กรในปริมาณที่เท่ากับความต้องการอยากรู้ของบุคคลในองค์กร

ในการสร้างความพอใจในบรรยากาศการสื่อสารในองค์กรให้เกิดขึ้นในหมู่สมาชิกสามารถกระทำได้โดยยึดหลักปัจจัย 7 ประการ คือ (เสนาะ ดีเยาว์. 2530:524-525)

1. การทำให้บุคคลมีความพอใจในงานของตนเอง ความพอใจในงานจะเกิดขึ้นด้วยการจ่ายค่าจ้างอย่างยุติธรรม การให้ประโยชน์ตอบแทนอย่างอื่นที่เหมาะสม การเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่งงานให้มีความก้าวหน้าในงาน และการมอบหมายงานที่ตรงกับความสามารถของผู้ปฏิบัติงาน เมื่อผู้ปฏิบัติงานมีความพอใจในงานของตนก็จะเป็นส่วนที่ทำให้เกิดความพอใจในบรรยากาศการสื่อสารขององค์กรด้วย
2. การให้ข้อมูลและข่าวสารที่เพียงพอ ข้อมูลที่เพียงพอจะต้องรวมข้อมูลต่างๆ 5 รายการคือการแจ้งให้รู้ถึงนโยบายขององค์กร เทคโนโลยีใหม่ๆ ของการทำงาน การเปลี่ยนแปลงผู้บริหารและพนักงาน แผนงานเกี่ยวกับอนาคตขององค์กร และผลการประเมินการปฏิบัติงานของพนักงาน การให้ข้อมูลข่าวสารดังกล่าวแก่บุคคลในองค์กรเป็นการแสดงให้เห็นถึงแนวความคิดหลักของการสื่อสารขององค์กร
3. การเพิ่มพูนความรู้ความสามารถของบุคลากรในองค์กร จัดทำโครงการพัฒนาพนักงานโดยจัดให้ทุกคนเข้ารับการอบรมเพื่อเพิ่มพูนประสิทธิภาพในการทำงาน องค์กรจะต้องกำหนดนโยบายในการฝึกอบรมไว้อย่างแน่นอน สนับสนุนและจัดให้มีโครงการอบรมโดยมีหน่วยงานภายในหรือจากภายนอกองค์กร
4. การจัดให้มีช่องทางการติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ได้แก่การจัดให้มีระบบและวิธีการในการแจ้งข้อมูลหรือเผยแพร่ข่าวสารในองค์กรให้พนักงานรับรู้โดยทั่วถึง การจัดระบบข่าวสารอาจกระทำได้ใน

หลายรูปแบบ เช่น วารสาร หนังสือเวียน บันทึกข้อความศูนย์เผยแพร่ข่าวสารหรือสิ่งตีพิมพ์อื่นใด บุคคลในองค์กรอาจจะเกิดความพอใจถ้าหากเขาสามารถหาข้อมูลหรือส่งข้อมูลไปยังบุคคลหรือหน่วยงานต่างๆ ในองค์กรได้อย่างทั่วถึงและตามที่ต้องการ

5. การจัดให้มีสื่อในการติดต่อที่มีคุณภาพ ความพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลในองค์กรมีความเชื่อถือในข่าวสารหรือสื่อที่ใช้ในการติดต่อระหว่างบุคคลในองค์กร แม้ว่าองค์กรจะจัดให้มีการเผยแพร่ข่าวสารโดยทั่วถึงก็ตาม ข่าวสารนั้นจะต้องมีคุณภาพเชื่อถือได้และกระทำไ้รวดเร็วทันการ คุณภาพของการสื่อสารติดต่อมีความหมายรวมถึงวิธีการที่อำนวยความสะดวกให้บุคคลในองค์กรแจ้งข่าวสารไปยังบุคคลอื่นในองค์กรได้ ข่าวสารตรงกับความเป็นจริงและเชื่อถือได้ เนื้อหาของข่าวสารมีคุณค่า ข่าวสารทันต่อเหตุการณ์ และเสนอข่าวไ้รวดเร็ว

6. การอำนวยความสะดวกให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถติดต่อกันได้ องค์กรจะต้องสร้างข่ายการสื่อสารในแนวนอนและการสื่อสารที่เป็นลักษณะส่วนต้วระหว่างบุคคลที่อยู่ต่างหน่วยงานกัน เพื่อให้บุคคลเหล่านี้สามารถติดต่อกันได้ทั้งในเรื่องการประสานงานกันและการสร้างความสัมพันธ์ส่วนบุคคลระหว่างกัน การจัดให้บุคคลในองค์กรเดียวกันพบปะแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันจะทำให้สัมพันธภาพระหว่างบุคคลดี และสร้างความพอใจให้เกิดขึ้น

7. การสร้างความพอใจในระบบการติดต่อสื่อสารโดยส่วนรวมของทั้งองค์กร ปัจจัยนี้รวมถึงวิธีการต่างๆ ที่จะสร้างความสัมพันธ์ที่ดีภายในองค์กร การสนับสนุนกิจกรรมทางการสื่อสาร และการให้ข้อมูลโดยไม่มีการปิดบังเพื่อสร้างความไว้วางใจระหว่างองค์กรกับสมาชิกขององค์กรกับฝ่ายบริหารและฝ่ายปฏิบัติ

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบริษัท

บริษัทไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด เป็นบริษัทนำเข้าและจัดจำหน่ายสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าและเครื่องใช้ในครัวเรือน ซึ่งมีระยะการก่อตั้งมาเป็นเวลา 10 ปี ซึ่งมีรายละเอียดในเรื่องสินค้าและโครงสร้างการบริหารตามรายละเอียดดังต่อไปนี้ (ข้อมูลจากฝ่ายการตลาดและบริหารวันที่ 30 พฤษภาคม 2545)

ก่อตั้งบริษัท พ.ศ. 2534

บริษัทไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด เริ่มก่อตั้งเมื่อ ปี พ.ศ. 2534 ด้วยทุนก่อตั้งเป็นจำนวนเงิน 20 ล้านบาท โดยได้มีการร่วมทุนระหว่างผู้บริหารชาวไทยและผู้บริหารชาวฮ่องกงโดยผู้บริหารชาวฮ่องกงเป็นผู้ถือหุ้นที่ดำเนินธุรกิจผลิตและส่งออกสินค้า และรับผลิตสินค้าภายใต้การขายแบบ OEM (Original Equipment Manufacturing) ให้กับตราสินค้าชั้นนำต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น SONY, PANASONIC, DUAL, EMERSON ซึ่งมีสาขาทั้งในประเทศจีน ฮ่องกง ไต้หวัน สิงคโปร์ อินโดนีเซีย มาเลเซีย และประเทศไทย

ในระยะแรก บริษัทฯ รับผลิตสินค้า ซึ่งได้แก่ ที่วีชาวดำ วิทย์ เครื่องซักผ้า ภายใต้การขายแบบ OEM ให้กับตราสินค้าในประเทศไทย อาทิเช่น ธานินทร์ แฟมมิลี่ ซิงเกอร์ โดยมีโรงงานผลิตสินค้าตั้งอยู่ที่ อำเภอหนองแค จังหวัดสระบุรี

วิกฤติและการเปลี่ยนแปลง

เมื่อปี พ.ศ. 2539 เศรษฐกิจของประเทศตกต่ำ ประกอบกับ การขยายโรงงานผลิตสินค้า สันหนากการ เข้าไปในประเทศจีน มีความสะดวกในเรื่องการสั่งซื้ออะไหล่มากกว่าในประเทศไทย ทำให้เกิด ภาวะวิกฤติขึ้นภายในบริษัท ดังนั้นผู้บริหารจึงมีแนวคิดการออกมาทำตลาดสินค้าด้วยตนเอง ภายใต้ตรา สินค้า ACONATIC โดยนำเข้าสินค้าประเภทดังกล่าวจากผู้ผลิต ทั้งในประเทศจีน ฮองกง และมาเลเซีย

สินค้าที่นำเข้าในช่วงเวลานี้ เป็นสินค้าจำพวก วิทยุกระเป๋าหิ้ว (Portable Radio) และ มินิ คอมโปเนน (Mini Component) ซึ่งมีวางจำหน่ายที่ห้างดิสน์เคาต์สโตร์ ดังนี้ MAKRO BIG C LOTUS CAREEFOUR และนอกจากนี้ยังวางจำหน่ายตามร้านขายเครื่องไฟฟ้าชั้นนำทั่วไป

พ.ศ. 2540 จนถึงปัจจุบัน

ในปี พ.ศ. 2540 ทางบริษัทฯ ได้นำเข้าเครื่องเล่น วีซีดี (VCD Player) เนื่องจากได้เล็งเห็น ความต้องการของผู้บริโภคได้เปลี่ยนค่านิยมจากการใช้เครื่องเล่น วีดีโอ มาสนใจ เครื่องเล่น วีซีดี มากขึ้น จากจุดนี้ ทำให้บริษัทฯ ต้องพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ และสามาถนำเข้าเครื่องเล่น วีซีดี สู้ตลาดได้เป็นรายแรกๆ ของประเทศไทย

ในปี พ.ศ. 2543 ทางบริษัทฯ ได้นำเข้าเครื่องเล่นดีวีดี (DVD Player) เพื่อตอบสนองกลุ่ม ลูกค้าที่มีความต้องการสินค้าที่มีความคมชัดของภาพ เพื่อเพิ่มอรรถรสของการชมภาพยนตร์มากขึ้น ซึ่งลูกค้า กลุ่มนี้เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ ที่ต้องการสินค้าเทคโนโลยีสูง และมีกำลังซื้อสูงเช่นกัน

ในปัจจุบัน ทางบริษัทฯ ได้นำเข้าสินค้า โดยแบ่งเป็นประเภทได้ดังนี้

1. เครื่องเล่น วีซีดี, เครื่องเล่น ดีวีดี เป็นผลิตภัณฑ์ที่บริษัทฯ มียอดการจำหน่ายในปี 2543 ประมาณร้อยละ 70 ของยอดขายทั้งหมดของบริษัท โดยที่บริษัทฯ เป็นผู้บุกเบิกตลาดเครื่องเล่นวีซีดี ปัจจุบันสามารถมีส่วนแบ่งตลาดวีซีดีอยู่ในระดับสูง และความต้องการของผู้บริโภคได้เปลี่ยนค่านิยมมาสนใจ วีซีดีมากขึ้น ส่วนวีดีโอลดลง จากจุดนี้ทำให้บริษัทฯ ต้องพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์
2. โทรทัศน์ขาวดำ 5.5 นิ้ว และ 14 นิ้ว
3. เครื่องเสียง
 - มินิคอมโปเนน (Mini Component)
 - มิวสิค เซ็นเตอร์ (Music Centre)
 - วิทยุกระเป๋าหิ้ว (Portable Radio)
4. สินค้าเครื่องใช้ในครัว ภายใต้ตราสินค้าPENSONIC เช่น เครื่องปั่นน้ำผลไม้ เครื่องทำแซนด์วิช เครื่องปั่นขนมปัง

นอกจากนี้ยังมีสินค้าที่ผลิตในประเทศ ออกจำหน่ายในบางประเภทสินค้าด้วยโดยช่องทางการ จำหน่าย มีทั้งDISCOUNT STORE เช่น BIG C MAKRO LOTUS CAREEFOUR และ MODREN TRADE เช่น POWER MALL POWER BUY เป็นต้น

ผังองค์กร (ORGANIZATION CHART)

ในปัจจุบัน บริษัทไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด เป็นบริษัท นำเข้า และจัดจำหน่ายสินค้า ซึ่งมีจำนวนพนักงาน เป็นจำนวนทั้งหมด 125 คน (ข้อมูลจากฝ่ายบุคคลวันที่ 30 ตุลาคม 2545) ซึ่งถือได้ว่าเป็นบริษัทขนาดกลาง การจัดผังองค์กรถือได้ว่าเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากจะสามารถแบ่งแยกการทำงานในแต่ละฝ่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นจะทำให้บริษัทฯ ได้รับประโยชน์สูงสุด ใน บริษัทฯได้ทำการจัดผังองค์กร โดยแบ่งตามหน้าที่ความรับผิดชอบของงาน โดยแบ่งหน่วยงานหลักภายใน องค์กรเป็น 5 ฝ่าย ดังนี้

1. ฝ่ายบริหารและปฏิบัติการ (Administration and Operation Department)
2. ฝ่ายการตลาด (Marketing Department)
3. ฝ่ายขาย (Sales Department)
4. ฝ่ายบัญชีและการเงิน (Accountant & Finance Department)
5. ฝ่ายต่างประเทศ (International Business Department)

ฝ่ายบริหารและปฏิบัติการ (Administration And Operation Department)

มีหน้าที่รับผิดชอบแบ่งได้เป็น 2 หน่วยงานหลักคือ

1. หน่วยงานบริหาร (Administration) รับผิดชอบงานด้านบุคคลและธุรการภายในบริษัท และการติดต่อประสานงานกับบุคคลภายนอกบริษัท
2. หน่วยงานปฏิบัติการ (Operation) รับผิดชอบงานด้านคลังสินค้าและจัดส่ง การบริการ หลังการขาย และการตรวจสอบคุณภาพสินค้า โดยในหน่วยงานปฏิบัติการ บริษัทฯได้วางแผนงานบริการ หลังการขาย ซึ่งจะมีหน่วยการบริการตรวจสอบเครื่องไปบริการให้ลูกค้าตามร้านค้าต่างจังหวัด โดยโครงการ นี้อยู่ในระหว่างการศึกษาข้อมูลและวางแผนการซ่อม ซึ่งทางบริษัทฯต้องทำการทดลองหน่วยงานบริการนี้ ก่อนที่จะเริ่มงานจริง เพื่อที่จะได้ทราบปัญหาและหาทางแก้ไขปัญหานั้นได้อย่างทัน่วงที

ฝ่ายการตลาด (Marketing Department)

ทางบริษัทฯวางนโยบายให้ฝ่ายการตลาดเป็นฝ่ายที่สนับสนุนการทำงานของฝ่ายขาย โดยได้มีการ จัดทำโปรโมชั่น (Promotion) และการส่งเสริมการตลาดด้านต่าง ๆ เช่น การส่งเสริมการขายร่วมกับบริษัทสิน ธารทรัพย์ ทำรายการดอกเบี้ย 0% หรือการจัดพื้นที่ส่งเสริมการขายในห้างดิสน์เคาต์สโตร์ ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น LOTUS BIG C MAKRO เป็นต้น ดังนั้นเพื่อให้การส่งเสริมการตลาดต่างดังกล่าวมีประสิทธิภาพและเกิด ประสิทธิภาพ ทางบริษัทฯจึงแบ่งหน่วยงานการตลาดเป็น 4 หน่วยงานดังนี้

1. ธุรการฝ่ายการตลาด (Marketing Admin) ทำหน้าที่ติดต่อประสานงานทั้งภายในและ ภายนอกบริษัท
2. Promotion Division รับผิดชอบการจัดทำการส่งเสริม การตลาดนอกสถานที่ เช่น การจัด แสดงสินค้าตามนิทรรศการต่าง ๆ และการออกบูธจำหน่ายสินค้า
3. Product Division รับผิดชอบงานด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่ตรง ตามความต้องการของผู้บริโภค

4. Agency House ทำหน้าที่ออกแบบสื่อโฆษณาต่างๆ เช่น แผ่นพับ โบปลิว ออกแบบสื่อโฆษณาในหนังสือพิมพ์ สื่อโฆษณากลางแจ้ง

ฝ่ายขาย (SALES DEPARTMENT) แบ่งเป็น 2 ช่องทางการจัดจำหน่าย และแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบตามช่องทางการจำหน่าย ดังนี้

1. MODERN TRADE สินค้าของทางบริษัท จำหน่ายตามห้างสรรพสินค้าต่างๆ เช่น MAKRO, BIG C, LOTUS, CAREEFOUR, POWER BUY, POWER MALL, SIAM JUSCO
2. ร้านค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าทั่วไป ทั้งขายปลีก และตัวแทนจำหน่าย ทั้งในกรุงเทพฯ และทั่วประเทศ

ฝ่ายบัญชีและการเงิน (A/C And Finance Department) แบ่งหน่วยงานเป็น 2 หน่วยงานดังนี้

1. A/C Division
2. Finance Division

ฝ่ายต่างประเทศ (International Business)

เนื่องจากบริษัท ดำเนินธุรกิจทั้งนำเข้าและส่งออก เพื่อเป็นการวางแผนในการสั่งสินค้าและติดต่อลูกค้าต่างประเทศ ทำให้ต้องมีฝ่ายต่างประเทศ เพื่อเป็นการรองรับการขยายขอบเขตงานให้กว้างขึ้น ภายใต้สังคมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยแบ่งเป็น 2 หน่วยงาน คือ

1. นำเข้า (Import Division)
2. ส่งออก (Export Division)

นอกจากนี้ยังมี 2 หน่วยงานที่ขึ้นตรงต่อกรรมการผู้จัดการคือ งานตรวจสอบภายใน (Audit) และระบบข้อมูลทางเทคโนโลยี (IT)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทิวาพร เลิศสมบูรณ์ (2532:บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการสื่อสารของผู้บังคับบัญชา ความพึงพอใจในการทำงานของผู้ใต้บังคับบัญชาในกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม พบว่า พนักงานสามารถรับข่าวสารเกี่ยวกับหน่วยงานและการเปลี่ยนแปลงต่างๆ จากเอกสาร หรือหนังสือเวียน ส่วนการติดต่อสื่อสารในการสั่งงานแบบเป็นลายลักษณ์อักษรเป็นทางการ จะสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชามากที่สุด เพราะเป็นไปตามระเบียบของทางราชการ มีหลักฐานชัดเจนในความรับผิดชอบและการปฏิบัติงาน

สิริวรรณ จันทร์ศรี (2534:149-150) ได้ศึกษาเรื่อง การสื่อสารภายในบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ ศึกษาจากบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ทั้งหมด 72 บริษัท “ พบว่า ลักษณะภูมิหลังของแต่ละบุคคลในเรื่อง เพศ อายุ อาชีพ ตำแหน่ง ระดับการศึกษา ไม่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร และ

ขนาดขององค์กรแตกต่างกัน มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร จากการศึกษาพบว่า องค์กรขนาดกลางหรือขนาดเล็กจะมีประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสารมากกว่าองค์กรขนาดใหญ่ และยิ่งขนาดขององค์กรใหญ่มากเท่าใดควรจะทำให้ความสนใจกับการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรมากขึ้น

ระวิทย์ บุญสินสุข (2535:บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องการสื่อสารเพื่อการดำเนินงานภายในของบรรษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ได้เสนอแนะว่า ทิศทางการสื่อสารในองค์กรที่ก่อให้เกิดประโยชน์ในการบริหารงานมากที่สุด คือ การสื่อสารสองทาง คือเปิดโอกาสให้ผู้ใต้บังคับบัญชาได้พูด ได้แสดงความคิดเห็น ความรู้สึกและทัศนะต่าง ๆ อย่างเปิดเผยเสรี สำหรับวิธีการสื่อสารหน่วยงานควรมีเครื่องมือการสื่อสารเพื่อช่วยในการประชาสัมพันธ์ ส่วนการส่งงานควรใช้ทั้งวาจาและลายลักษณ์อักษรควบคู่กันไป

อัครฤทธิ์ อุทัยรัตน์ (2537:บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารในองค์กรกับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานองค์กรขนส่งมวลชนกรุงเทพ พบว่า องค์กรประกอบทางสังคม ด้านสังคม ด้านอายุ ระดับการศึกษา และระยะเวลาของการทำงาน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารในองค์กร และพนักงานส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารและความพึงพอใจในการปฏิบัติกรอยู่ในระดับปานกลาง

เก็จวลี จิตวัฒนไธ (อัครฤทธิ์ อุทัยรัตน์. 2537:69 ; อ้างอิงจาก เก็จวลี. 2530. รูปแบบของการสื่อสารที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจและไม่พึงพอใจในการปฏิบัติงานศึกษาเฉพาะข้าราชการสาย ข.และสายค. ในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบของการสื่อสารที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจและไม่พึงพอใจในการปฏิบัติงาน พบว่า รูปแบบการสื่อสารทั้งการสื่อสารสองทาง และการสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการมีความสำคัญต่อผู้ปฏิบัติงานมาก โดยเฉพาะในด้านความพึงพอใจและไม่พึงพอใจในการปฏิบัติงาน ผู้ทำงานมีความพึงพอใจกับการสื่อสารแบบสองทางซึ่งมีการแลกเปลี่ยนข่าวสารกันมากกว่าการสื่อสารแบบทางเดียว และการสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการ ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กับการศึกษา แต่สถานภาพส่วนบุคคลทางด้านเพศ อายุ อายุราชการ ตำแหน่ง สายงานระดับ และเงินเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน

ชาลิน นานา (2539:บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการสื่อสารกับความพึงพอใจในการสื่อสารของพนักงานบริษัทอเมริกันและญี่ปุ่นทางด้านช่องทางการสื่อสารพบว่า การสื่อสารสองทางมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการสื่อสารในทางบวกทางด้านประเภทของการสื่อสาร พบว่า การสื่อสารอย่างเป็นทางการส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการสื่อสารในทางบวก ทางด้านทิศทางการสื่อสาร พบว่า การสื่อสารจากล่างขึ้นบน การสื่อสารในแนวนอน และการสื่อสารแบบข้ามสายงานมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการสื่อสาร

วิญลี สุทธิวิเศษ (กัลยิมา โตกะคุนะ. 2541:52 ; อ้างอิงจาก วิญลี. 2540. ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร ความพึงพอใจ ขวัญ กำลังใจในการทำงานของพนักงานในโรงงานอุตสาหกรรม.) ทำวิจัยเรื่องความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร ความพึงพอใจ ขวัญ กำลังใจในการทำงานของพนักงานในโรงงานอุตสาหกรรม พบว่าเพศ อายุ และระยะเวลาในการทำงานที่ความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร แต่ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการทำงาน และพบว่า ความพึงพอใจ

ในการติดต่อสื่อสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการทำงาน และความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารมีความสัมพันธ์กับ ชวัญ และกำลังใจในการทำงาน

เรวตร์ สมบัติทิพย์ (2543:บทคัดย่อ) ได้ศึกษา “การติดต่อสื่อสารในองค์กร:กรณีศึกษาบริษัทซีเทคเทคโนโลยี” ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบทางสังคม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ตำแหน่ง มีความสัมพันธ์กับการคิดเห็นต่อการสื่อสารในองค์กรด้านต่างๆ (ภาพรวมขององค์การโดยทั่วไป ข้อมูลป้อนกลับส่วนตัว การประสานหล่อหลอมขององค์การ การติดต่อสื่อสารกับผู้บังคับบัญชา บรรยากาศของการติดต่อสื่อสาร การสื่อสารตามแนวนอน และคุณภาพของสื่อ) ส่วนระยะเวลาการทำงานนั้นไม่มีความสัมพันธ์กับการคิดเห็นต่อการสื่อสารในองค์กร

พิเชษฐ์ บุญมี (2544:บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่องการสื่อสารภายในองค์กร : ศึกษากรณีธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ พบว่า พนักงานส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการสื่อสารภายในองค์กรของธนาคาร สามารถทำให้เกิดสัมพันธภาพ เกิดความเข้าใจ เกิดการประสานงาน และเกิดประสิทธิผลสูงในการทำงาน ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการสื่อสารภายในองค์กร ได้แก่ ตำแหน่ง รูปแบบ และช่องทางการสื่อสารภายในธนาคาร

ภาวดี อิศรเสนา ณ อยุธยา (พิเชษฐ์ บุญมี. 2544:49 ; อ้างอิงจาก ภาวดี. 2514.) จากการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะของประชากรศาสตร์ เห็นว่า ความแตกต่างด้าน อายุ เพศ การศึกษา และ ระดับตำแหน่งนั้น จะส่งผลต่อให้เกิดความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารความรู้และทัศนคติในทางบวก และทางลบต่อสิ่งนั้น

เกราส์เซอร์ (โชติรส ทิมพัฒน์พงษ์. 2537:29 ; อ้างอิงจาก Glauser.1984. *Human Relation.*) จากการศึกษาวิจัยพบว่า การเปิดโอกาสในการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชา มีผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของผู้ใต้บังคับบัญชา โดยเฉพาะอย่างยิ่งบรรยากาศที่ผู้ใต้บังคับบัญชาได้รับความพึงพอใจมาก เขาจะปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ และเมื่อช่องทางการสื่อสารจากล่างขึ้นบนเป็นระบบเปิดด้วยแล้วจะทำให้ผู้ใต้บังคับบัญชาเต็มใจที่จะรายงานข่าวสารสู่ผู้บังคับบัญชา

เดวิส (กัลยิมา โตทะคุณะ. 2541:51 ; อ้างอิงจาก Davis. 1974. *Nursing Research.*) พบว่า ความพึงพอใจในการสื่อสารเป็นความพึงพอใจในข่าวสารต่างๆ ที่ได้รับ เพราะข่าวสารต่างๆ ที่ได้รับนั้น ผู้ปฏิบัติงานสามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจ และวางแผนปฏิบัติงานต่างๆ ให้สำเร็จลุล่วงไปได้ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดความพึงพอใจในการทำงาน หากทางปรับปรุงการทำงานให้เป็นไปอย่างราบรื่น ไม่มีอุปสรรค ดังนั้นความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร จึงมักเป็นปรากฏการณ์ของความพึงพอใจในการทำงานด้วย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษา ความพึงพอใจของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กร: กรณีศึกษา บริษัทไอพี โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด โดยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่พนักงานของบริษัทไอพี โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด ซึ่งมีจำนวนพนักงานรวมทั้งสิ้น 125 คน (ข้อมูลจากฝ่ายบุคคล ณ วันที่ 30 ตุลาคม 2545)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง เป็นจำนวนเท่ากับจำนวนประชากรทั้งหมดที่มีอยู่ คือจำนวนพนักงานทั้งหมด 125 คน (ข้อมูลจากฝ่ายบุคคล ณ วันที่ 30 ตุลาคม 2545)

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวม

สำหรับการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้สร้างขึ้น เพื่อเป็นการศึกษา ความพึงพอใจของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กร โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของพนักงาน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และ ตำแหน่งงานในบริษัท เป็นคำถามแบบปลายปิด จำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร ได้แก่ ทิศทางการสื่อสาร และ ประสิทธิภาพการใช้ ลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราประเมิน Rating Scale โดยแบ่งคะแนนออกเป็น 5 ระดับ คือ

ระดับความเห็น	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่แล้ว จะใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมาพิจารณาระดับความพึงพอใจ ซึ่งมีเกณฑ์ในการพิจารณาดังนี้ (ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ. 2545:210-211)

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{(\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด})}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= \frac{5 - 1}{3} = 1.33$$

จากเกณฑ์ดังกล่าว สามารถแปลความหมายระดับคะแนนดังนี้ (พิเชษฐ บุญมี. 2544:60-61)

1. ระดับความคิดเห็นต่อทิศทางการสื่อสาร

ระดับความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางเดียว	ระดับคะแนนเฉลี่ย
มีการสื่อสารทางเดียวน้อย	1.00 – 2.33
มีการสื่อสารทางเดียวปานกลาง	2.34 – 3.66
มีการสื่อสารทางเดียวมาก	3.67 – 5.00

ระดับความคิดเห็นต่อการสื่อสารสองทาง	ระดับคะแนนเฉลี่ย
มีการสื่อสารสองทางน้อย	1.00 – 2.33
มีการสื่อสารสองทางปานกลาง	2.34 – 3.66
มีการสื่อสารสองทางมาก	3.67 – 5.00

2. ระดับความคิดเห็นต่อประเภทของการใช้

ระดับความคิดเห็นต่อการสื่อสารแบบเป็นทางการ	ระดับคะแนนเฉลี่ย
มีการสื่อสารแบบเป็นทางการน้อย	1.00 – 2.33
มีการสื่อสารแบบเป็นทางการปานกลาง	2.34 – 3.66
มีการสื่อสารแบบเป็นทางการมาก	3.67 – 5.00

ระดับความคิดเห็นต่อการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ	ระดับคะแนนเฉลี่ย
มีการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการน้อย	1.00 – 2.33
มีการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการปานกลาง	2.34 – 3.66
มีการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการมาก	3.67 – 5.00

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามที่วัดความพึงพอใจของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กรในด้านต่าง ๆ ดังนี้

(1) ความพึงพอใจในงานของบุคคล คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อองค์ประกอบของงานและสภาพแวดล้อมของงาน ได้แก่ เงินเดือน การเลื่อนตำแหน่งสวัสดิการและตัวงาน

(2) ความพึงพอใจของข่าวสาร คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อปริมาณของข่าวสารที่ได้รับจากองค์กร ได้แก่ ข่าวสารเกี่ยวกับนโยบาย เทคนิคใหม่ๆ การเปลี่ยนแปลงทางการบริหารงานในอนาคตและผลการปฏิบัติงานส่วนบุคคล

(3) ความสามารถเสนอแนะปรับปรุงให้ดีขึ้น คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อความอิสระในการแสดงความคิดเห็นในด้านการเสนอแนะปรับปรุง

(4) ความมีประสิทธิภาพของช่องทางการติดต่อสื่อสารต่างๆ คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อเอกสารลายลักษณ์อักษรใช้ถ้อยคำดีแค่ไหน คุณค่าของข่าวสารที่ได้รับ และการมาถึงของข่าวสารอย่างทันทั่วทั้งที่

(5) คุณภาพของสื่อกลางคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อเอกสารลายลักษณ์อักษรใช้ถ้อยคำดีแค่ไหน คุณค่าของข่าวสารที่ได้รับ และการมาถึงของข่าวสารอย่างทันทั่วทั้งที่

(6) วิธีการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนร่วมงานคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อลักษณะการติดต่อสื่อสารได้แก่การติดต่อสื่อสารตามแนวนอน การติดต่อสื่อสารที่ไม่เป็นทางการ กับ เพื่อนร่วมงาน

สำหรับการวัดความคิดเห็นนี้ ลักษณะของคำถามเป็นข้อความเชิงบวก และลบโดยให้เลือกตอบได้คำตอบเดียว ใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของ Likert แบ่งออกเป็น 5 ระดับ

กำหนดระดับคะแนนขึ้นอยู่กับลักษณะของข้อความ ดังต่อไปนี้

ระดับความเห็น	เชิงบวก ระดับคะแนน	เชิงลบ ระดับคะแนน
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	1
เห็นด้วย	4	2
ไม่แน่ใจ	3	3
ไม่เห็นด้วย	2	4
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	5

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่แล้ว จะใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมาพิจารณาระดับความพึงพอใจ ซึ่งมีเกณฑ์ในการพิจารณาดังนี้ (ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ. 2545:210-211)

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{(\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด})}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= \frac{5 - 1}{3} = 1.33$$

ซึ่งสามารถแปลความหมายระดับคะแนนของความพึงพอใจต่อการสื่อสารภายในองค์กรดังนี้

ระดับความพึงพอใจ	ระดับคะแนนเฉลี่ย
น้อย	1.00 – 2.33
ปานกลาง	2.34 – 3.66
มาก	3.67 – 5.00

การทดสอบเครื่องมือ

ผู้ศึกษาวิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาใช้ในการศึกษาวิจัยไปทดสอบความเที่ยงตรงและทดสอบความเชื่อมั่นโดยวิธีการดังนี้

1. การหาความเที่ยงตรง (Validity) โดยนำแบบสอบถามไปเสนอต่อคณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์ เพื่อทำการตรวจสอบความถูกต้องตรงในเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของคำถามในแต่ละข้อว่าตรงตามจุดมุ่งหมายของการศึกษาวิจัยหรือไม่ และก็นำมาทำการแก้ไขตามที่คณะกรรมการแนะนำแล้วดำเนินการในขั้นต่อไป

2. การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้ศึกษาวิจัยจะหาความเชื่อมั่นโดยนำแบบสอบถามไปทดสอบ (Pre-test) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน จำนวน 25 ราย (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2542 :29) นำแบบสอบถามที่ได้ไปทดสอบความเชื่อมั่นรวมโดยใช้วิธีการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach' s Alpha Coefficient) ซึ่งมีสูตรในการคำนวณ ดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์. มปป. : 114 – 117)

$$\alpha = \frac{k}{(k - 1)} \left(1 - \frac{\sum v_i}{v_t} \right)$$

เมื่อ	α	คือ	ค่าความเชื่อมั่น
	k	คือ	จำนวนข้อ
	V_i	คือ	ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
	V_t	คือ	ความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อ

การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ได้ค่าความเชื่อมั่น (α) = .8009

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

ดำเนินการสร้างดังนี้

1. ศึกษาตำรา เอกสาร บทความ ทฤษฎีหลักการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตของ การวิจัย และสร้างเครื่องมือ ในการวิจัย ให้ครอบคลุมตามความมุ่งหมายการวิจัย
2. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถาม จากเอกสาร สัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตและเนื้อหาแบบทดสอบ จะได้มีความชัดเจนตามความมุ่งหมายการวิจัยยิ่งขึ้น
3. นำข้อมูลที่ได้นำมาสร้างแบบสอบถาม
4. นำแบบสอบถามฉบับร่างที่ได้ ไปขอคำปรึกษาจากประธาน และกรรมการควบคุมสารนิพนธ์ พิจารณา ตรวจสอบ และขอคำแนะนำ ในการแก้ไข ปรับปรุงเพื่อให้อ่านแล้วมีความเข้าใจง่ายและชัดเจนตามความมุ่งหมายของการวิจัย

5. นำแบบสอบถามที่แก้ไขตามคำแนะนำ แล้วมาดำเนินการทดสอบ (Pre-test) กับพนักงานปรับปรุงรูปแบบสอบถามอีกครั้ง แล้วนำเสนอผู้ทรงคุณวุฒิชุดเดิม เพื่อแก้ไขปรับปรุงจนได้เครื่องมือวัดที่มีประสิทธิภาพ

6. นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 ประเภท ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่รวบรวมจากแบบสอบถาม มีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1.1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นกรอบในการศึกษาวิจัยแล้ว นำมาสร้าง เป็นแบบสอบถาม เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1.2 ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์จากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร ทำหนังสือขอความร่วมมือไปยังฝ่ายบุคคลของพนักงานบริษัทไอพี โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด เพื่อขอศึกษาข้อมูลของพนักงาน

1.3 การส่งแบบสอบถาม ได้ส่งพร้อมหนังสือขออนุญาต ให้กับพนักงานบริษัทไอพี โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด ด้วยตนเอง และเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามภายใน 2 อาทิตย์

1.4 ตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบสอบถาม ก่อนที่จะนำมาประมวลผล

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากหนังสือ ตำรา บทความ ผลงานวิจัย และเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ประกอบการกำหนดกรอบแนวคิดในการ วิจัย (Conceptual Framework) ครั้งนี้ และใช้อ้างอิง (Reference) ในการเขียนรายงานผลการวิจัย (Research Report)

การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาดำเนินการดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม และแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้ว มาลงรหัสตามที่ได้กำหนดไว้ล่วงหน้า สำหรับแบบสอบถามที่เป็นปลายปิด (Close-ended) การประมวลผลข้อมูล ข้อมูลที่ลงรหัสแล้ว ได้นำมาบันทึกเข้า file โดยใช้ไมโครคอมพิวเตอร์ เพื่อทำการประมวลผล ซึ่งใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป และการแจกแจงความถี่ของทุกตัวแปร แล้วคำนวณค่าร้อยละ (Percentage)

4. การวิเคราะห์ข้อมูล มีวิธีการดังนี้ การวิเคราะห์เพื่อนำไปใช้ในการแก้ปัญหา ใช้สถิติ คือ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กร กรณีกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ใช้สถิติทดสอบ t-test กรณีกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เท่ากับ 0.05 และเมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจึงใช้การทดสอบโดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อตรวจสอบระหว่างคู่ ส่วนการทดสอบหาความสัมพันธ์ระหว่าง ทิศทางการสื่อสาร ได้แก่การสื่อสาร

ทางเดียวกับการสื่อสารแบบสองทาง และประเภทของการใช้ ได้แก่ การสื่อสารแบบเป็นทางการและการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ กับความพึงพอใจในการสื่อสารในองค์กร โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยข้อมูลใช้สถิติ และอักษรย่อดังนี้

1. ค่าสถิติพื้นฐาน ประกอบด้วย

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

$$\% = \frac{f}{n} \times 100$$

เมื่อ % แทน ค่าร้อยละ
f แทน ความถี่หรือจำนวนผู้ที่ตอบแบบสอบถามข้อนั้น
n แทน จำนวนตัวอย่างทั้งหมด หรือจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

1.2 สูตรค่าเฉลี่ย / มัชฌิมเลขคณิต (Arithmetic mean) (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541 : 40)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

$\bar{X}$ = คะแนนเฉลี่ยหรือค่าเฉลี่ย
 $\sum X$ = ผลรวมของคะแนนข้อมูล
n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 สูตรส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.) (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541:65)

$$S.D = \sqrt{\frac{n \sum X^2 - (\sum X)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ S.D. แทน ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$\sum X^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
 $(\sum X)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

n แทน จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม

2. สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน

2.1 ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มตามตัวแปรเพศ และตำแหน่งงานโดยใช้สถิติ t-test ในกรณีความแปรปรวน 2 กลุ่มใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541:165)

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

เมื่อ t แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t - distribution

$\bar{X}_1, \bar{X}_2$ แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ

S_1^2, S_2^2 แทน ความแปรปรวนของคะแนนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มตัวอย่างที่ 2 ตามลำดับ

n_1, n_2 แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ

2.2 ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม ตามตัวแปร อายุ และระดับการศึกษา โดยใช้การวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA)(ประกอบ กรรณสูต. 2529:179-289)

สูตร
$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

F แทน ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาใน F - distribution

MS_b แทน ความแปรปรวน (Mean Square) ระหว่างกลุ่ม

MS_w แทน ความแปรปรวน (Mean Square) ภายในกลุ่ม

$$MS_b = \frac{SS_b}{k-1}$$

$$MS_w = \frac{SS_w}{n-k}$$

SS_B แทน ผลรวมของกำลังสองระหว่างกลุ่ม

SS_w แทน ผลรวมของกำลังสองภายในกลุ่ม

k	แทน	จำนวนกลุ่ม
n	แทน	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง
(k - 1)	Degree of freedom	สำหรับการผันแปรระหว่างกลุ่ม
(n - k)	Degree of freedom	สำหรับการผันแปรภายในกลุ่ม

2.3 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร คือ ทิศทางการสื่อสาร ได้แก่การสื่อสารทางเดียวกับการสื่อสารแบบสองทาง และประเภทของการใช้ ได้แก่การสื่อสารแบบเป็นทางการและการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ กับความพึงพอใจในการสื่อสารในองค์กรการ โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) โดยใช้สูตรดังนี้ (กานดา พูนลาภทวี. 2539:304)

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2] [n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

เมื่อ r_{xy}	แทน	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
$\sum x$	แทน	ผลรวมของคะแนน X
$\sum y$	แทน	ผลรวมของคะแนน y
$\sum x^2$	แทน	ผลรวมคะแนนชุด X แต่ละตัวยกกำลังสอง
$\sum y^2$	แทน	ผลรวมคะแนนชุด X แต่ละตัวยกกำลังสอง
$\sum xy$	แทน	จำนวนคนหรือกลุ่มตัวอย่าง

โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะมีค่าระหว่าง $-1 < r < 1$

1. ค่า r เป็นลบแสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกัน
2. ค่า r เป็นบวกแสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
3. ถ้า $r = 0$ แสดงว่า X และ Y ไม่มีความสัมพันธ์กัน

การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ในกรณีที่มีนัยสำคัญโดยไม่สนใจเครื่องหมายของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

1. ค่า r_{xy} มีค่ามากกว่า 0.70 แสดงว่า x และ y มีระดับความสัมพันธ์กันมาก
2. ค่า r_{xy} มีค่าระหว่าง 0.30-0.70 แสดงว่า x และ y มีระดับความสัมพันธ์กันปานกลาง
3. ค่า r_{xy} มีค่าน้อยกว่า 0.30 แสดงว่า x และ y มีระดับความสัมพันธ์กันน้อย

ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน

ข้อที่ 1 พนักงานที่มีเพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการสื่อสารในองค์กรแตกต่างกัน

ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ t-test

ข้อที่ 2 พนักงานที่มีอายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการสื่อสารในองค์กรแตกต่างกัน

ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานคือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA)

ข้อที่ 3 พนักงานที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการสื่อสารในองค์กรแตกต่างกัน

ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานคือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA)

ข้อที่ 4 พนักงานที่มีตำแหน่งงานที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการสื่อสารในองค์กรแตกต่างกัน

ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ t-test

ข้อที่ 5 ทิศทางการสื่อสารได้แก่ การสื่อสารทางเดียวกับการสื่อสารแบบสองทางมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กร

ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานคือ สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient)

ข้อที่ 6 ประเภทของการใช้ในการสื่อสารได้แก่การสื่อสารแบบเป็นทางการและการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กร

ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานคือ สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา ความพึงพอใจของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กร:กรณีศึกษา บริษัท ไอพี โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด การวิเคราะห์ข้อมูลและ การแปลผลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ ข้อมูล ดังนี้

n	แทน	จำนวนพนักงานในกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
df	แทน	ขั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
t	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา t - Distribution
F-Ratio	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา F – Distribution
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
Sig.	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบที่ใช้ในการสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
**	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอผลตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 4 ตอน ตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของพนักงานบริษัทไอพี โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา และระดับตำแหน่งงาน

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในบริษัทไอพี โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด จำแนกตามทิศทางการสื่อสาร ได้แก่ การสื่อสารทางเดียว กับ การสื่อสารสองทาง และประเภทของการ ใช้ ได้แก่ การสื่อสารแบบเป็นทางการ และการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการสื่อสารภายในองค์กร รวม 6 ด้าน ได้แก่ ด้านความพึงพอใจในงานของบุคคล ด้านความพึงพอใจของข่าวสาร ด้านความสามารถเสนอแนะ ปรับปรุงให้ดีขึ้น ด้านความมีประสิทธิภาพของช่องทางการติดต่อสื่อสาร ด้านคุณภาพของสื่อกลาง และด้าน วิธีการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนร่วมงาน

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของพนักงานบริษัทไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา และระดับตำแหน่งงาน โดยวิเคราะห์จำนวนและร้อยละ ดังปรากฏตาม ตารางต่อไปนี้

ตาราง 1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของพนักงานบริษัทไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา และระดับตำแหน่งงาน

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	62	51.7
1.2 หญิง	58	48.3
รวม	120	100.0
2. อายุ		
2.1 ต่ำกว่า 25 ปี	32	26.7
2.2 25-35 ปี	58	48.3
2.3 36-45 ปี	19	15.8
2.3 46-55 ปี	11	9.2
2.3 มากกว่า 55 ปีขึ้นไป	0	0
รวม	120	100.0
3. ระดับการศึกษา		
3.1 ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	28	23.3
3.2 มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	27	22.5
3.3 อนุปริญญา/ปวส.	17	14.2
3.4 ปริญญาตรี	46	38.3
3.5 สูงกว่าปริญญาตรี	2	1.7
รวม	120	100.0
4. ระดับตำแหน่งงาน		
4.1 ระดับบริหาร/ผู้บังคับบัญชา	23	19.2
4.2 ระดับปฏิบัติการ	97	80.8
รวม	120	100.0

จากตาราง 1 สามารถอธิบายลักษณะทั่วไปดังนี้

เพศ

จากพนักงานบริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัดที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 100 พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 51.7 และรองลงมาเป็นเพศหญิง จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 48.3

อายุ

จากพนักงานบริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัดที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 120 คน พบว่า พนักงานส่วนใหญ่มีอายุ 25-35 ปี จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 48.3 รองลงมาเป็นพนักงานที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปีมีจำนวน 32 คนคิดเป็นร้อยละ 20.6 พนักงานที่มีอายุ 36-45 ปี มีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 และพนักงานที่มีอายุ 46-55 ปี มีจำนวน 11 คนคิดเป็นร้อยละ 9.2

ระดับการศึกษา

จากพนักงานบริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัดที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 120 คน พบว่า พนักงานส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 46 คนคิดเป็นร้อยละ 38.3 รองลงมาเป็นพนักงานที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 พนักงานที่มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 พนักงานที่มีระดับการศึกษานุปริญญา/ปวส. คิดเป็นร้อยละ 14.2 และพนักงานที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7 ตามลำดับ แต่เนื่องจากพนักงานที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีเพียง 2 คน ผู้วิจัยจึงได้ปรับรวมเข้าไปอยู่ในกลุ่มพนักงานที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าอนุปริญญา/ปวส.ขึ้นไป ซึ่งปรับได้เป็นดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 2 จำนวน และค่าร้อยละ ของข้อมูลทั่วไปของพนักงานบริษัทไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา และระดับตำแหน่งงาน หลังจากปรับด้านระดับการศึกษาของพนักงานแล้ว

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
3. ระดับการศึกษา		
3.1 ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	28	23.3
3.2 มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	27	22.5
3.3 อนุปริญญา/ปวส.	17	14.2
3.4 สูงกว่าอนุปริญญา/ปวส.ขึ้นไป	48	40.0
รวม	120	100.0

ระดับตำแหน่งงาน

จากพนักงานบริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัดที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 120 คน พบว่าส่วนใหญ่มีตำแหน่งระดับปฏิบัติการ จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 80.8 และรองลงมามีตำแหน่งระดับบริหาร/ผู้บังคับบัญชา จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในบริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด จำแนกตามทิศทางการสื่อสาร ได้แก่ การสื่อสารทางเดียวกับการสื่อสารสองทาง และประเภทของการใช้ ได้แก่ การสื่อสารแบบเป็นทางการ และการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ ดังปรากฏตามตารางต่อไปนี้

ตาราง 3 ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นที่มีต่อทิศทางการสื่อสารภายใน บริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด

ทิศทางการสื่อสาร	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ระดับความคิดเห็น		
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
การสื่อสารทางเดียว								
1. ผู้บังคับบัญชาของท่านมักออกคำสั่งโดยไม่รับฟังความคิดเห็นของท่านและเพื่อนร่วมงานเลย	15 (2.5)	3 (12.5)	24 (20.0)	46 (38.3)	32 (26.7)	2.26	1.06	น้อย
2. ท่านไม่มีโอกาสได้ปรึกษาหารือกับผู้บังคับบัญชาของท่าน	4 (3.3)	8 (6.7)	30 (25.0)	51 (42.5)	27 (22.5)	2.26	0.99	น้อย
3. เมื่อผู้บังคับบัญชามอบหมายงานให้ท่านแล้ว ท่านไม่มีโอกาสสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม	6 (5.0)	10 (8.3)	31 (25.8)	39 (32.5)	34 (28.3)	2.29	1.11	น้อย
4. เมื่อท่านมีปัญหายุ่งยากเกี่ยวกับงาน ท่านจะไม่แจ้งให้ผู้บังคับบัญชาท่านทราบ	4 (3.3)	10 (8.3)	17 (14.2)	48 (40.0)	41 (34.2)	2.07	1.09	น้อย
รวมการสื่อสารทางเดียว						2.22	0.83	น้อย

ตาราง 3 (ต่อ)

ทิศทางการสื่อสาร	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ระดับความคิดเห็น		
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
<u>การสื่อสารสองทาง</u>								
5.เมื่อท่านมีปัญหาเกี่ยวกับงานผู้บังคับบัญชาของท่านจะให้คำแนะนำแก่ท่านเสมอ	34 (28.3)	47 (39.2)	28 (23.3)	6 (5.0)	5 (4.2)	3.38	1.03	มาก
6.ผู้ปฏิบัติงานสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระต่อผู้บังคับบัญชา	23 (19.2)	46 (38.3)	39 (32.5)	9 (7.5)	3 (3.5)	3.64	0.96	ปานกลาง
7. หน่วยงานของท่านมักมีการประชุมเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือ ร่วมกันแก้ปัญหาหากน้อยเพียงใด	18 (15.0)	41 (34.2)	42 (35.0)	11 (9.2)	8 (6.7)	3.42	1.06	ปานกลาง
8. ผู้บังคับบัญชาของท่านมักเรียกท่านเข้าพบเพื่อรายงานความคืบหน้าในการทำงาน	12 (10.0)	28 (23.3)	51 (42.5)	26 (21.7)	3 (2.5)	3.17	0.96	ปานกลาง
รวมการสื่อสารสองทาง						3.51	0.76	ปานกลาง

จากตาราง 3 สามารถอธิบายข้อมูลได้ดังนี้

พนักงานบริษัท ไอพี โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด ส่วนใหญ่จะมีการสื่อสารทางเดียวโดยรวมในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.22$) โดยมีการสื่อสารทางเดียวมากที่สุดในเรื่องเมื่อผู้บังคับบัญชามอบหมายงานไปแล้วไม่มีโอกาสสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม ($\bar{x} = 2.29$) และมีการสื่อสารทางเดียวน้อยที่สุดในเรื่องเมื่อมีปัญหาเกี่ยวกับงานแล้วจะไม่แจ้งให้ผู้บังคับบัญชาทราบ ($\bar{x} = 2.07$)

และพนักงานส่วนใหญ่จะมีการสื่อสารสองทางโดยรวมในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.51$) โดยมีการสื่อสารสองทางมากที่สุดในเรื่องเมื่อมีปัญหาเกี่ยวกับงานผู้บังคับบัญชาจะให้คำแนะนำเสมอ ($\bar{x} = 3.83$) และมีการสื่อสารสองทางน้อยที่สุดในเรื่องผู้บังคับบัญชามักเรียกเข้าพบเพื่อรายงานความคืบหน้าในการทำงาน ($\bar{x} = 3.17$)

ตาราง 4 ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นที่มีต่อประเภทของ
การใช้ในการสื่อสารภายในบริษัท ไฮไฟฟ์ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด

ประเภทของการใช้	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ระดับความคิดเห็น		
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	X	S.D.	แปลผล
<u>การสื่อสารแบบเป็นทางการ</u>								
9. การสื่อสารในหน่วยงานของท่านต้องเป็นไปตามสายบังคับบัญชาเท่านั้น	9	47	50	13	1	3.42	0.81	ปานกลาง
10. การเสนอข้อมูลข่าวสารภายในหน่วยงานของท่านมีลักษณะที่เป็นระเบียบแบบแผนที่ชัดเจนมากน้อยเพียงใด	5	26	63	20	6	3.03	0.87	ปานกลาง
11. ท่านจะมีโอกาสปรึกษาพูดคุยกับผู้บังคับบัญชาของท่านได้เฉพาะการพูดคุยอย่างเป็นทางการเท่านั้น	3	13	41	50	13	2.56	0.91	ปานกลาง
12. ผู้บังคับบัญชาของท่านจะมอบหมายงานให้โดยการเขียนเป็นลายลักษณ์อักษร	12	15	42	35	16	2.77	1.14	ปานกลาง
รวมการสื่อสารแบบเป็นทางการ						2.93	0.54	ปานกลาง
<u>การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ</u>								
13. ผู้บังคับบัญชาของท่านให้ความเป็นกันเองท่านสามารถปรึกษาได้ทุกเรื่อง	36	39	30	8	7	3.74	1.13	มาก
14. ข้อมูลข่าวสารที่ท่านได้รับ มาจากการพูดคุยอย่างไม่เป็นทางการกับผู้บังคับบัญชาหรือเพื่อนร่วมงานของท่าน	12	32	51	21	5	3.22	0.98	ปานกลาง

ตาราง 4 (ต่อ)

ประเภทของการใช้	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ระดับความคิดเห็น		
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
15. เมื่อท่านต้องการข่าวสารข้อมูลต่างๆ ท่านจะขอข้อมูลโดยใช้สัมพันธภาพส่วนตัวโดยไม่ใช้ตำแหน่งหน้าที่ในงานเข้ามาเกี่ยวข้อง	8 (6.7)	26 (21.6)	47 (39.2)	30 (25.0)	9 (7.5)	2.95	1.02	ปานกลาง
16. การติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงานของท่านเป็นไปด้วยความรวดเร็วมากน้อยเพียงใด	10 (8.3)	36 (30.0)	60 (50.0)	12 (10.0)	12 (1.7)	3.33	0.83	ปานกลาง
รวมการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ						3.31	0.55	ปานกลาง

จากตาราง 4 สามารถอธิบายข้อมูลได้ดังนี้

พนักงานบริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด ส่วนใหญ่จะมีการสื่อสารแบบเป็นทางการโดยรวมในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.93$) โดยมีการสื่อสารแบบเป็นทางการมากที่สุดในเรื่องการสื่อสารในหน่วยงานต้องเป็นไปตามสายบังคับบัญชา ($\bar{x} = 3.42$) และมีการสื่อสารแบบเป็นทางการน้อยที่สุดในเรื่องการมีโอกาสปริกษาพูดคุยกับผู้บังคับบัญชาได้เฉพาะการพูดคุยอย่างเป็นทางการเท่านั้น ($\bar{x} = 2.56$)

และพนักงานส่วนใหญ่จะมีการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการโดยรวมในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.31$) โดยมีการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการมากที่สุดในเรื่องผู้บังคับบัญชาให้ความเป็นกันเองสามารถปรึกษาได้ทุกเรื่อง ($\bar{x} = 3.74$) และมีการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการน้อยที่สุดในเรื่องเมื่อต้องการข่าวสารข้อมูลต่างๆ จะขอข้อมูลโดยใช้สัมพันธภาพส่วนตัวโดยไม่ใช้ตำแหน่งหน้าที่ในงานเข้ามาเกี่ยวข้อง ($\bar{x} = 2.95$)

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการสื่อสารภายในองค์กรโดยรวม รวม 6 ด้าน ได้แก่ ด้านความพึงพอใจในงานของบุคคล ด้านความเพียงพอของข่าวสาร ด้านความสามารถเสนอแนะปรับปรุงให้ดีขึ้น ด้านความมีประสิทธิภาพของช่องทางการติดต่อสื่อสาร ด้านคุณภาพของสื่อกลาง และด้านวิธีการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนร่วมงาน ดังปรากฏตามตารางต่อไปนี้

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจต่อการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรของพนักงานบริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด โดยรวม

ความพึงพอใจต่อการสื่อสารภายในองค์กร	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านความพึงพอใจในงาน	3.45	0.63	ปานกลาง
ด้านความเพียงพอของข่าวสาร	3.41	0.53	ปานกลาง
ด้านความสามารถเสนอแนะปรับปรุงให้ดีขึ้นของบุคคล	3.67	0.61	มาก
ด้านประสิทธิภาพของช่องทางการติดต่อสื่อสาร	2.79	0.74	ปานกลาง
ด้านคุณภาพของสื่อกลาง	3.50	0.51	ปานกลาง
ด้านวิธีการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนร่วมงาน	3.86	0.52	มาก
รวม	3.48	0.39	ปานกลาง

จากตาราง 5 สามารถอธิบายข้อมูลได้ดังนี้

พนักงานบริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการสื่อสารภายในองค์กรโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.48 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าพนักงานส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านความสามารถเสนอแนะปรับปรุงให้ดีขึ้นของบุคคล โดยพนักงานมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.86 ด้านวิธีการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนร่วมงาน พนักงานมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.86 ด้านคุณภาพของสื่อกลางมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.50 ด้านความพึงพอใจในงาน พนักงานมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.45 ด้านความเพียงพอของข่าวสาร พนักงานมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.41 และด้านประสิทธิภาพของช่องทางการติดต่อสื่อสาร พนักงานมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.79 ตามลำดับ

ตาราง 6 ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจต่อการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรของพนักงานบริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด ด้านความพึงพอใจในงาน

ด้านความพึงพอใจในงาน	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง	ระดับความพึงพอใจ		
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. ท่านคิดว่าท่านได้รับ ค่าตอบแทน (เงินเดือน, ค่า ล่วงเวลา) ตลอดจน สวัสดิการ เป็นไปอย่าง เหมาะสม	14 (11.7)	50 (41.7)	32 (26.6)	16 (13.3)	8 (6.7)	3.38	1.07	ปาน กลาง
2. การเลื่อนขั้น เลื่อน ตำแหน่ง ในหน้าที่การงาน ไม่เป็นไปลักษณะอาศัย ความใกล้ชิดสนิทสนม*	22 (18.3)	48 (40.0)	26 (21.7)	15 (12.5)	9 (7.5)	3.49	1.15	ปาน กลาง
3. ท่านได้รับมอบหมายให้ ปฏิบัติงานที่ตรงกับความรู้ ความสามารถ	12 (10.0)	70 (58.3)	33 (27.5)	1 (0.8)	4 (3.3)	3.71	0.79	มาก
4. ท่านประสบความสำเร็จ กับงานที่ปฏิบัติ	11 (9.2)	61 (50.8)	39 (32.5)	6 (5.0)	3 (2.5)	3.59	0.82	ปาน กลาง
5. งานที่ท่านปฏิบัติไม่มี ลักษณะ ซ้ำซาก จำเจ น เบื่อ*	7 (5.8)	31 (25.8)	49 (40.8)	27 (22.5)	6 (5.0)	3.05	0.96	ปาน กลาง
รวม						3.45	0.63	ปาน กลาง

* เป็นคำถามเชิงลบ ซึ่งผู้วิจัยได้ปรับแบบสอบถามเป็นเชิงบวกและปรับสเกลแล้ว

จากตาราง 6 สามารถอธิบายข้อมูลได้ดังนี้

พนักงานบริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการสื่อสารภายในองค์กรด้านความพึงพอใจในงาน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.45$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า การที่ได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติงานที่ตรงกับความรู้ความสามารถ พนักงานมีระดับความพึงพอใจมาก ($\bar{x} = 3.71$) การที่ประสบความสำเร็จกับงานที่ปฏิบัติ พนักงานมีระดับความพึงพอใจปานกลาง ($\bar{x} = 3.59$) การเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่ง ในหน้าที่การงาน พนักงานมีระดับความพึงพอใจปานกลาง ($\bar{x} = 3.49$) การที่ได้รับค่าตอบแทน (เงินเดือน, ค่าล่วงเวลา) ตลอดจนสวัสดิการ เป็นไปอย่างเหมาะสม พนักงานมีระดับความพึงพอใจปานกลาง ($\bar{x} = 3.38$) และลักษณะงานที่ปฏิบัติ พนักงานมีระดับความพึงพอใจปานกลาง ($\bar{x} = 3.05$)

ตาราง 7 ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจต่อการติดต่อสื่อสาร
ภายในองค์กรของพนักงานบริษัท ไฮไฟฟ์ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด ด้านความพึงพอใจของข่าวสาร

ด้านความพึงพอใจของ ข่าวสาร	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	ระดับความพึงพอใจ		
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	$\bar{x}$	S.D.	แปล ผล
6. องค์กรได้แจ้งให้พนักงาน ทราบเกี่ยวกับนโยบายและ เป้าหมายขององค์กรเสมอ	5 (4.2)	67 (55.8)	36 (30.0)	10 (8.3)	2 (1.7)	3.56	0.77	ปาน กลาง
7. องค์กรได้แจ้งให้พนักงาน ทราบเกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆ ขององค์กรเสมอ	7 (5.8)	72 (60.0)	28 (23.3)	12 (10.0)	1 (0.8)	3.60	0.78	ปาน กลาง
8. องค์กรได้แจ้งให้พนักงาน ทราบเกี่ยวกับความ เคลื่อนไหวและสถานการณ์ แวดล้อมที่มีผลกระทบต่อ องค์กรเสมอ	11 (9.2)	49 (40.8)	45 (37.5)	13 (10.8)	2 (1.7)	3.45	0.86	ปาน กลาง
9. องค์กรได้แจ้งให้พนักงาน ทราบเกี่ยวกับการ เปลี่ยนแปลงผู้บริหารเสมอ	4 (3.3)	63 (52.5)	32 (26.7)	19 (15.8)	2 (1.7)	3.40	0.85	ปาน กลาง
10. องค์กรได้แจ้งให้พนักงาน ทราบเกี่ยวกับการ เปลี่ยนแปลงพนักงานเสมอ	4 (3.3)	48 (40.0)	45 (37.5)	21 (17.5)	2 (1.7)	3.26	0.84	ปาน กลาง
11. องค์กรได้แจ้งให้พนักงาน ทราบเกี่ยวกับการประเมินผล, การปฏิบัติงานของท่านเสมอ	11 (9.2)	66 (55.0)	23 (19.2)	16 (13.3)	4 (3.3)	3.53	0.95	ปาน กลาง
12. องค์กรของท่านให้ข้อมูล ข่าวสารที่ชัดเจนเกี่ยวกับค่า ตอบแทนและประโยชน์ที่ได้รับ *	6 (5.0)	33 (27.5)	40 (33.3)	33 (27.5)	8 (6.7)	2.97	1.01	ปาน กลาง
13. ท่านได้รับการแจ้งให้ทราบ เมื่อมีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในองค์กร	15 (12.5)	59 (48.2)	30 (25.0)	13 (10.8)	3 (2.5)	3.58	0.93	ปาน กลาง
รวม						3.41	0.53	ปาน กลาง

* เป็นคำถามเชิงลบ ซึ่งผู้วิจัยได้ปรับแบบสอบถามเป็นเชิงบวกและปรับสเกลแล้ว

จากตาราง 7 สามารถอธิบายข้อมูลได้ดังนี้

พนักงานบริษัท ไอพี โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการสื่อสารภายในองค์กรด้านความเพียงพอของข่าวสารโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.41$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ค่าเฉลี่ยของแต่ละข้ออยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลาง ซึ่งแสดงว่าพนักงานมีความพึงพอใจระดับปานกลางกับปริมาณข่าวสารที่เพียงพอกับความต้องการที่ทางองค์กรแจ้งให้ทราบ

ตาราง 8 ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจต่อการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรของพนักงานบริษัท ไอพี โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด ด้านความสามารถเสนอแนะปรับปรุงให้ดีขึ้นของบุคคล

ด้านความสามารถเสนอแนะปรับปรุงให้ดีขึ้นของบุคคล	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ระดับความพึงพอใจ		
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
14. ผู้บังคับบัญชาของท่านให้ความสนใจในการรับฟังความคิดเห็นของท่าน	13 (10.8)	80 (66.7)	21 (17.5)	6 (5.0)	0 (0.0)	3.83	0.67	มาก
15. ผู้บังคับบัญชาของท่านได้ส่งเสริมสนับสนุนให้มีการติดต่อสื่อสารทุกรูปแบบ	14 (11.7)	62 (51.7)	37 (30.8)	6 (5.0)	1 (0.8)	3.68	0.77	มาก
16. ผู้บังคับบัญชาของท่านยอมรับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของท่านในด้านการแก้ไขปัญหาในหน่วยงาน *	15 (12.5)	51 (42.5)	33 (27.5)	19 (15.8)	2 (1.7)	3.48	0.96	ปานกลาง
รวม						3.67	0.61	มาก

* เป็นคำถามเชิงลบ ซึ่งผู้วิจัยได้ปรับแบบสอบถามเป็นเชิงบวกและปรับสเกลแล้ว

จากตาราง 8 สามารถอธิบายข้อมูลได้ดังนี้

พนักงานบริษัท ไอพี โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการสื่อสารภายในองค์กรด้านความสามารถเสนอแนะปรับปรุงให้ดีขึ้นของบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.67$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า การที่ผู้บังคับบัญชาให้ความสนใจในการรับฟังความคิดเห็น พนักงานมีระดับความพึงพอใจมาก ($\bar{x} = 3.83$) การที่ผู้บังคับบัญชาได้ส่งเสริมสนับสนุนให้มีการติดต่อสื่อสารทุกรูปแบบ พนักงานมี

ระดับความพึงพอใจมาก ($\bar{x} = 3.68$) และการที่ผู้บังคับบัญชายอมรับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในด้านการแก้ไขปัญหาในหน่วยงาน พนักงานมีระดับความพึงพอใจปานกลาง ($\bar{x} = 3.48$)

ตาราง 9 ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจต่อการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรของพนักงานบริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด ด้านประสิทธิภาพของช่องทางการติดต่อสื่อสาร

ด้านประสิทธิภาพของช่องทางการติดต่อสื่อสาร	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ระดับความพึงพอใจ		
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
17. ท่านคิดว่าวิธีที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรของท่านมีความเพียงพอแล้ว	2 (1.7)	40 (33.3)	43 (35.8)	34 (28.3)	1 (0.8)	3.07	0.84	ปานกลาง
18. ท่านคิดว่าวิธีการที่ใช้สื่อสารภายในองค์กรของท่าน สามารถแจ้งข้อมูลข่าวสารได้อย่างทั่วถึง	2 (1.7)	17 (14.2)	33 (27.5)	56 (46.7)	33 (10.0)	2.51	0.91	ปานกลาง
รวม						2.79	0.74	ปานกลาง

จากตาราง 9 สามารถอธิบายข้อมูลได้ดังนี้

พนักงานบริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการสื่อสารภายในองค์กรด้าน ประสิทธิภาพของช่องทางการติดต่อสื่อสาร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.79$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า การที่วิธีที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรมีความเพียงพอแล้ว พนักงานมีระดับความพึงพอใจปานกลาง ($\bar{x} = 3.07$) และการที่วิธีการที่ใช้สื่อสารภายในองค์กรสามารถแจ้งข้อมูลข่าวสารได้อย่างทั่วถึง พนักงานมีระดับความพึงพอใจปานกลาง ($\bar{x} = 2.51$)

ตาราง 10 ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจต่อการ
ติดต่อสื่อสารภายในองค์กรของพนักงานบริษัท ไฮไฟฟ์ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด ด้านคุณภาพของสื่อกลาง

ด้านคุณภาพของสื่อกลาง	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง	ระดับความพึงพอใจ		
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
19. ท่านรู้สึกว่าคุณภาพสื่อกลางที่ได้รับจากองค์กรเป็นประโยชน์ต่อตัวท่าน	18 (15.0)	67 (55.8)	30 (25.0)	5 (4.2)	0 (0.0)	3.82	0.73	มาก
20. ท่านรู้สึกว่าคุณภาพสื่อกลางที่ได้รับจากองค์กรเป็นที่น่าสนใจ	19 (15.8)	48 (40.0)	44 (36.7)	9 (7.5)	0 (0.0)	3.64	0.83	ปานกลาง
21. ข่าวสารในเรื่องต่างๆ จากองค์กรตลอดจนคำสั่งที่ออกมา มีความน่าเชื่อถือ	8 (6.7)	56 (46.7)	50 (41.7)	6 (5.0)	0 (0.0)	3.55	0.69	ปานกลาง
22. ท่านมักได้รับบันทึกหนังสือเวียน เกี่ยวกับเรื่องราวใดๆ ที่น่าสนใจเสมอ*	7 (5.8)	28 (23.3)	47 (39.2)	35 (29.2)	3 (2.5)	3.01	0.93	ปานกลาง
รวม						3.50	0.51	ปานกลาง

* เป็นคำถามเชิงลบ ซึ่งผู้วิจัยได้ปรับแบบสอบถามเป็นเชิงบวกและปรับสเกลแล้ว

จากตาราง 10 สามารถอธิบายข้อมูลได้ดังนี้

พนักงานบริษัท ไฮไฟฟ์ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการสื่อสารภายในองค์กรด้านคุณภาพของสื่อกลาง โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.50$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า การที่รู้สึกว่าคุณภาพสื่อกลางที่ได้รับจากองค์กรเป็นประโยชน์ พนักงานมีระดับความพึงพอใจมาก ($\bar{x} = 3.82$) การที่รู้สึกว่าคุณภาพสื่อกลางที่ได้รับจากองค์กรเป็นที่น่าสนใจ พนักงานมีระดับความพึงพอใจปานกลาง ($\bar{x} = 3.64$) ข่าวสารในเรื่องต่างๆ จากองค์กรตลอดจนคำสั่งที่ออกมา มีความน่าเชื่อถือ พนักงานมีระดับความพึงพอใจปานกลาง ($\bar{x} = 3.55$) และความรวดเร็วในการได้รับบันทึก หนังสือเวียน เกี่ยวกับเรื่องราวใดๆ พนักงานมีระดับความพึงพอใจปานกลาง ($\bar{x} = 3.01$)

ตาราง 11 ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจต่อการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรของพนักงานบริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด ด้านวิธีการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนร่วมงาน

ด้านวิธีการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนร่วมงาน	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ระดับความพึงพอใจ		
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
23. ท่านได้ติดต่อสื่อสารแบบไม่เป็นทางการเช่นพบปะสังสรรค์กับเพื่อนร่วมงานนอกเวลาทำงานเสมอ	12 (10.0)	51 (42.5)	36 (30.0)	21 (17.5)	0 (0.0)	3.45	0.89	มาก
24. ในองค์กรของท่านการพบปะพูดคุยกันระหว่างเพื่อนร่วมงาน หรือเพื่อนร่วมบริษัทเป็นไปด้วยดีเสมอ	26 (21.7)	78 (65.0)	15 (12.5)	1 (0.8)	0 (0.0)	4.08	0.61	มาก
25. ท่านและเพื่อนในหน่วยงานมีการปรึกษาแลกเปลี่ยนความเห็นกันเสมอ	19 (15.8)	79 (65.8)	15 (12.5)	7 (5.8)	0 (0.0)	3.92	0.71	มาก
26. ท่านรู้สึกสบายใจเมื่อคุยกับเพื่อนร่วมงาน	30 (25.0)	68 (56.7)	18 (15.0)	2 (6.7)	2 (6.7)	4.02	0.79	มาก
รวม						3.86	0.52	มาก

จากตาราง 11 สามารถอธิบายข้อมูลได้ดังนี้

พนักงานบริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการสื่อสารภายในองค์กรด้านวิธีการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนร่วมงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.86$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า การที่ได้พบปะพูดคุยกันระหว่างเพื่อนร่วมงาน หรือเพื่อนร่วมบริษัทเป็นไปด้วยดีเสมอ พนักงานมีระดับความพึงพอใจมาก ($\bar{x} = 4.08$) การที่รู้สึกสบายใจเมื่อคุยกับเพื่อนร่วมงาน พนักงานมีระดับความพึงพอใจ

มาก ($\bar{x} = 4.02$) การที่มีการปรึกษาแลกเปลี่ยนความเห็นกับเพื่อนในหน่วยงานกันเสมอ พนักงานมีระดับความพึงพอใจมาก ($\bar{x} = 3.92$) และการที่ได้ติดต่อสื่อสารแบบไม่เป็นทางการเช่น พบปะสังสรรค์กับเพื่อนร่วมงานนอกเวลาทำงานเสมอ พนักงานมีระดับความพึงพอใจปานกลาง ($\bar{x} = 3.92$)

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 พนักงานที่มีเพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : เพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระกัน (Independent t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Significant (Sig.) 2-tailed มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 12

ตาราง 12 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของพนักงานบริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด ที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กร จำแนกตามเพศ โดยรวม

ตัวแปรที่ศึกษา	เพศ	t-test for Equality of Means				
		$\bar{x}$	S.D.	t	df	Sig.
ความพึงพอใจที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กร	ชาย	3.47	0.41	0.933	118	.725
	หญิง	3.49	0.38			

จากตาราง 12 สามารถอธิบายข้อมูลได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบเพศของพนักงานที่มีต่อความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กร โดยใช้สถิติ Independent Samples t-test ในการทดสอบ พบว่า ที่มีค่า Significant (Sig.) เท่ากับ .725 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ไม่ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า พนักงานที่มีเพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 2 พนักงานที่มีอายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า Significant (Sig.) น้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และมีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05

ตาราง 13 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของพนักงานบริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด ที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กร จำแนกตามอายุ โดยรวม

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ความพึงพอใจที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กร	ระหว่างกลุ่ม	3	253.715	84.572	.813	.489
	ภายในกลุ่ม	116	12071.277	104.063		
	รวม	119	12324.992			

จากตาราง 13 สามารถอธิบายข้อมูลได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบอายุของพนักงานที่มีต่อความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรโดยรวม โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) เมื่อพิจารณาโดยรวมพบว่า ค่า Significant (Sig.) ของความพึงพอใจที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กรมีค่า 0.489 ซึ่งมี ค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือไม่ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า พนักงานที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 3 พนักงานที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า Sig. น้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และมีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05

ตาราง 14 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของพนักงานบริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด ที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กร จำแนกตามระดับการศึกษา โดยรวม

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ความพึงพอใจที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กร	ระหว่างกลุ่ม	3	107.391	35.797	.340	.797
	ภายในกลุ่ม	116	12217.600	105.324		
	รวม	119	12324.992			

จากตาราง 14 สามารถอธิบายข้อมูลได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบการศึกษาของพนักงานที่มีต่อความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรโดยรวม โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) เมื่อพิจารณาโดยรวมพบว่า ค่า Significant (Sig.) ของความพึงพอใจที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กรมีค่า 0.797 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือไม่ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า พนักงานที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 4 พนักงานที่มีตำแหน่งงานที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ตำแหน่งงานที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรไม่แตกต่างกัน

H_1 : ตำแหน่งงานที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระกัน (Independent t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Significant (Sig.) 2-tailed มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 15

ตาราง 15 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของพนักงานบริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด ที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กร จำแนกตามระดับตำแหน่งงาน โดยรวม

ตัวแปรที่ศึกษา	ตำแหน่ง	t-test for Equality of Means				
		$\bar{X}$	S.D.	t	df	Sig.
ความพึงพอใจที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กร	ระดับบริหาร/หัวหน้างาน	3.67	0.39	2.624	118	.010
	ระดับปฏิบัติการ	3.44	0.38			

จากตาราง 15 สามารถอธิบายข้อมูลได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบตำแหน่งงานของพนักงานที่มีต่อความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรโดยใช้สถิติ Independent Samples t-test ในการทดสอบ พบว่า ที่มีค่า Significant (Sig.) เท่ากับ .010 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า พนักงานที่มีตำแหน่งงานที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานที่ 5 ทิศทางการสื่อสารได้แก่การสื่อสารทางเดียวกับการสื่อสารสองทางมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กร สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทิศทางการสื่อสารได้แก่การสื่อสารทางเดียวไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กร

H_1 : ทิศทางการสื่อสารได้แก่การสื่อสารทางเดียวมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กร

ตาราง 16 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทิศทางการสื่อสารทางเดียวกับความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กร

ตัวแปร	ความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กร		
	n	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)
ทิศทางการสื่อสารทางเดียว	120	-.483 **	.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 16 สามารถอธิบายข้อมูลได้ดังนี้

ผลความสัมพันธ์ระหว่างทิศทางการสื่อสารทางเดียวกับความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กร โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการวิเคราะห์พบว่า ค่า significant (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทิศทางการสื่อสารทางเดียวกับความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กร มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ -0.483 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีระดับความสัมพันธ์ปานกลาง และมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ เมื่อพนักงานมีการสื่อสารทางเดียวมากขึ้นจะส่งผลทำให้ความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรน้อยลง

H_0 : ทิศทางการสื่อสารได้แก่การสื่อสารสองทางไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการสื่อสาร
ภายในองค์กร

H_1 : ทิศทางการสื่อสารได้แก่การสื่อสารสองทางมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการสื่อสาร
ภายในองค์กร

ตาราง 17 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทิศทางการสื่อสารสองทางกับความพึงพอใจในการ
สื่อสารภายในองค์กร

ตัวแปร	ความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กร		
	n	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)
ทิศทางการสื่อสารสองทาง	120	.477 **	.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 17 สามารถอธิบายข้อมูลได้ดังนี้

ผลความสัมพันธ์ระหว่างทิศทางการสื่อสารสองทางกับความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กร
โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการวิเคราะห์
พบว่า ค่า Significant (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก
(H_0) หมายความว่า ทิศทางการสื่อสารสองทางกับความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กร มีความสัมพันธ์
กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .477 แสดงว่า ตัวแปรทั้ง
สองมีระดับความสัมพันธ์ปานกลาง และมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อพนักงานมีการ
สื่อสารสองทางมากขึ้นจะส่งผลทำให้ความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรมากขึ้น

สมมติฐานที่ 6 ประเภทของการใช้ในการสื่อสารได้แก่การสื่อสารแบบเป็นทางการกับการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กร สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ประเภทของการใช้ในการสื่อสารได้แก่การสื่อสารแบบเป็นทางการไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กร

H_1 : ประเภทของการใช้ในการสื่อสารได้แก่การสื่อสารแบบเป็นทางการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กร

ตาราง 18 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของการใช้ในการสื่อสารได้แก่การสื่อสารแบบเป็นทางการกับความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กร

ตัวแปร	ความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กร		
	n	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)
การสื่อสารแบบเป็นทางการ	120	.157*	.087

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 18 สามารถอธิบายข้อมูลได้ดังนี้

ผลความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของการใช้ในการสื่อสารแบบเป็นทางการ กับความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรโดยใช้สถิติสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Significant (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.087 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ไม่ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ประเภทของการใช้ในการสื่อสารแบบเป็นทางการกับความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กร ไม่มีความสัมพันธ์กัน กล่าวคือ เมื่อพนักงานมีการสื่อสารแบบเป็นทางการก็并不会ส่งผลต่อความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กร

H_0 : ประเภทของการใช้ในการสื่อสารได้แก่การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กร

H_1 : ประเภทของการใช้ในการสื่อสารได้แก่การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กร

ตาราง 19 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของการใช้ในการสื่อสารได้แก่การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการกับความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กร

ตัวแปร	ความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กร		
	n	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)
การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ	120	.216*	.018

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 19 สามารถอธิบายข้อมูลได้ดังนี้

ผลความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการกับความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรโดยใช้สถิติสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการวิเคราะห์ พบว่า ค่า Significant (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.018 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการกับความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กร มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ .216 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีระดับความสัมพันธ์น้อย และมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อพนักงานมีการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการมากขึ้นจะส่งผลทำให้ความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรมากขึ้น

บทที่ 5

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีการศึกษาค้นคว้า

การวิจัยนี้มุ่งศึกษาความพึงพอใจของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กร:กรณีศึกษาบริษัท ไอพี โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนา ,ปรับปรุงวิธีการและรูปแบบในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรให้เหมาะสมเพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพ และการดำเนินงานที่ดีขององค์กร

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งจุดมุ่งหมายไว้ดังนี้

- 1.เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กรของพนักงานบริษัท ไอพี โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด
- 2.เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร โดยจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคลของพนักงานได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และตำแหน่งงาน
- 3.เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรได้แก่ ทิศทางการสื่อสาร ประเภทของการใช้ กับความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร

สมมติฐานในการวิจัย

1. พนักงานที่มีเพศที่ต่างกันมีความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรแตกต่างกัน
2. พนักงานที่มีอายุที่ต่างกันมีความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรแตกต่างกัน
3. พนักงานที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกันมีความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรแตกต่างกัน
4. พนักงานที่มีตำแหน่งงานที่ต่างกันมีความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรแตกต่างกัน
5. ทิศทางการสื่อสารได้แก่การสื่อสารทางเดียวกับการสื่อสารสองทางมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กร
6. ประเภทของการใช้ในการสื่อสารได้แก่การสื่อสารแบบเป็นทางการกับการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กร

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่พนักงานของบริษัท ไอพี โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด ซึ่งมีจำนวนพนักงานรวมทั้งสิ้น 125 คน (ข้อมูลจากฝ่ายบุคคล ณ วันที่ 30 ตุลาคม 2545)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง เป็นจำนวนเท่ากับ จำนวนประชากรทั้งหมดที่มีอยู่ คือจำนวนพนักงานทั้งหมด 125 คน (ข้อมูลจากฝ่ายบุคคล ณ วันที่ 30 ตุลาคม 2545) แต่สามารถเก็บแบบสอบถามได้จำนวน 120 คนคิดเป็นร้อยละ 96

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวม

สำหรับการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้สร้างขึ้น เพื่อเป็นการศึกษา ความพึงพอใจของ พนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กร โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของพนักงาน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และ ตำแหน่งงานในบริษัท เป็นคำถามแบบปลายปิด จำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร ได้แก่ ทิศทางการสื่อสาร และ ประเภทของการใช้ ลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราประเมิน Rating Scale จำนวน 16 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามที่วัดความพึงพอใจของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กรในด้านต่างๆ 6 ด้านดังนี้ ด้านความพึงพอใจในงานของบุคคล ด้านความเพียงพอของข่าวสาร ด้านความสามารถเสนอแนะ ปรับปรุงให้ดีขึ้น ด้านความมีประสิทธิภาพของช่องทางการติดต่อสื่อสาร ด้านคุณภาพของสื่อกลาง และด้าน วิธีการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนร่วมงาน จำนวน 26 ข้อ ใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของ Likert

วิธีดำเนินการรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 ประเภท ดังนี้

1.ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่รวบรวมจากแบบสอบถาม มีขั้นตอนการเก็บรวบรวม ข้อมูล ดังนี้

1.1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นกรอบในการศึกษาวิจัยแล้ว นำมา สร้าง เป็นแบบสอบถาม เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1.2 ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์จากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร ทำ หนังสือขอความร่วมมือไปยังฝ่ายบุคคลของพนักงานบริษัทไอพี โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด เพื่อขอศึกษาข้อมูลของพนักงาน

1.3 การส่งแบบสอบถาม ได้ส่งพร้อมหนังสือขออนุญาต ให้กับพนักงานบริษัทไอพี โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด ด้วยตนเอง และเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามภายใน 2 อาทิตย์

1.4 ตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบสอบถาม ก่อนที่จะนำมาประมวลผล

2.ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากหนังสือ ตำรา บทความ ผลงานวิจัย และเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ประกอบการกำหนดกรอบแนวคิดในการ วิจัย (Conceptual Framework) ครั้งนี้ และใช้อ้างอิง (Reference) ในการเขียนรายงานผลการวิจัย (Research Report)

การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาดำเนินการดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม และแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้ว มาลงรหัสตามที่ได้กำหนดไว้ล่วงหน้า สำหรับแบบสอบถามที่เป็นปลายปิด (Close-ended) ส่วนแบบสอบถามที่เป็นปลายเปิด (Open-ended) ผู้วิจัยได้จัดกลุ่มคำตอบแล้วจึงนับคะแนนใส่รหัส
3. การประมวลผลข้อมูล ข้อมูลที่ลงรหัสแล้ว ได้นำมาบันทึกเข้า file โดยใช้ไมโครคอมพิวเตอร์ เพื่อทำการประมวลผล ซึ่งใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป และ การแจกแจงความถี่ของทุกตัวแปร แล้วคำนวณค่าร้อยละ (Percentage)
4. การวิเคราะห์ข้อมูล มีวิธีการดังนี้ การวิเคราะห์เพื่อนำไปใช้ในการแก้ปัญหา ใช้สถิติ คือ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กร กรณีกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ใช้สถิติทดสอบ t-test กรณีกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เท่ากับ 0.05 และเมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจึงใช้การทดสอบโดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อตรวจสอบระหว่างคู่ ส่วนการทดสอบหาความสัมพันธ์ระหว่าง ทิศทางการสื่อสาร ได้แก่ การสื่อสารทางเดียวกับการสื่อสารแบบสองทาง และประเภทของการใช้ ได้แก่ การสื่อสารแบบเป็นทางการและการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ กับความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กร โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient)

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กร: กรณีศึกษาบริษัทไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของพนักงานบริษัทไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา และระดับตำแหน่งงาน

พนักงานบริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัดที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 120 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 62 คน และเป็นเพศหญิง จำนวน 58 คน ส่วนใหญ่จะมีอายุอยู่ระหว่าง 25-35 ปี มีระดับการศึกษาสูงกว่าอนุปริญญา/ปวส.ขึ้นไป และมีตำแหน่งระดับบริหาร/ผู้บังคับบัญชา จำนวน 23 คน มีตำแหน่งระดับปฏิบัติการ จำนวน 97 คน

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในบริษัทไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด จำแนกตามทิศทางการสื่อสาร ได้แก่ การสื่อสารทางเดียว กับ การสื่อสารสองทาง และประเภทของการใช้ ได้แก่ การสื่อสารแบบเป็นทางการ และการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ

พนักงานบริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อรูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรซึ่งจำแนกตามทิศทางการสื่อสาร ได้แก่ การสื่อสารทางเดียว กับ การสื่อสารสองทาง พบว่า

พนักงานมีการสื่อสารทางเดียวในระดับน้อย และมีการสื่อสารสองทางในระดับปานกลาง และเมื่อจำแนกตามประเภทของการใช้ ซึ่งได้แก่ การสื่อสารแบบเป็นทางการกับแบบไม่เป็นทางการ พบว่าพนักงานส่วนใหญ่มีการสื่อสารแบบเป็นทางการในระดับปานกลาง และมีการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการในระดับปานกลางเช่นกัน

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการสื่อสารภายในองค์กรโดยรวม รวม 6 ด้าน ได้แก่ ด้านความพึงพอใจในงานของบุคคล ด้านความเพียงพอของข่าวสาร ด้านความสามารถเสนอแนะปรับปรุงให้ดีขึ้น ด้านความมีประสิทธิภาพของช่องทางการติดต่อสื่อสาร ด้านคุณภาพของสื่อกลาง และด้านวิธีการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนร่วมงาน

พนักงานบริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการสื่อสารภายในองค์กรโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.48 เมื่อพิจารณาารายด้านพบว่าพนักงานส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านความสามารถเสนอแนะปรับปรุงให้ดีขึ้นของบุคคล โดยพนักงานมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.86 ด้านวิธีการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนร่วมงาน พนักงานมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.86 ด้านคุณภาพของสื่อกลางมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.50 ด้านความพึงพอใจในงาน พนักงานมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.45 ด้านความเพียงพอของข่าวสาร พนักงานมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.41 และด้านประสิทธิภาพของช่องทางการติดต่อสื่อสาร พนักงานมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.79 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 พนักงานที่มีเพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรแตกต่างกัน

จากการวิจัยสรุปได้ว่า พนักงานบริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด ที่มีเพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 พนักงานที่มีอายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรแตกต่างกัน

จากการวิจัยสรุปได้ว่า พนักงานบริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด ที่มีอายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3 พนักงานที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรแตกต่างกัน

จากการวิจัยสรุปได้ว่า พนักงานบริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด ที่มีการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 4 พนักงานที่มีตำแหน่งงานที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรแตกต่างกัน

จากการวิจัยสรุปได้ว่า พนักงานบริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด ที่มีระดับตำแหน่งงานที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 5 ทิศทางการสื่อสารได้แก่การสื่อสารทางเดียวกับการสื่อสารสองทางมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กร

จากการวิจัยสรุปได้ว่า ทิศทางการสื่อสารของพนักงานบริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด ได้แก่การสื่อสารทางเดียวกับการสื่อสารสองทางมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กร ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 6 ประเภทของการใช้ในการสื่อสารได้แก่การสื่อสารแบบเป็นทางการกับการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กร

จากการวิจัยสรุปได้ว่า ประเภทของการใช้ในการสื่อสารได้แก่การสื่อสารแบบเป็นทางการไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กร ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนประเภทของการใช้ในการสื่อสารได้แก่การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กร ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กร:กรณีศึกษาบริษัทไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด สามารถนำมาอภิปรายผลดังนี้

1.จากการศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กร:กรณีศึกษาบริษัทไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด จำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา และตำแหน่ง พบว่า พนักงานบริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัดที่มีเพศ อายุ และการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กรไม่แตกต่างกัน โดยไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิเชษฐ บัญมี (2544:153-155) ได้ทำการวิจัยเรื่องการสื่อสารภายในองค์กร : ศึกษากรณีธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ พบว่าเพศ อายุ การศึกษา และอายุงานของพนักงานที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อผลของการสื่อสารภายในธนาคารไม่แตกต่างกัน

ทั้งนี้อาจเป็นเพราะพนักงานที่มีเพศ อายุ และการศึกษาที่แตกต่างกัน ต่างก็มีโอกาสที่จะรับรู้ข่าวสารจากช่องทางการสื่อสารภายในองค์กรอย่างเท่าเทียมกัน ดังนั้นเพศ อายุ และการศึกษาไม่เป็นปัจจัยที่ทำให้พนักงานบริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด มีความพึงพอใจของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กรแตกต่างกัน

ส่วนผลการวิจัยด้านตำแหน่งงานพบว่า พนักงานบริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัดที่มีตำแหน่งงานที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการสื่อสารภายในองค์กรแตกต่างกัน โดยเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากการให้นโยบาย, ข่าวสารต่างๆ มักจะมอบหมายให้พนักงานระดับบริหาร/ผู้บังคับบัญชา เพื่อให้นำไป

ถ่ายทอดให้กับพนักงานระดับปฏิบัติการต่อไป พนักงานระดับบริหาร/ผู้บังคับบัญชาจึงมีโอกาสดังกล่าวจะได้รับข่าวสารที่ครบถ้วนและมากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเรวัตร์ สมบัติทรัพย์ (2543:บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการติดต่อสื่อสารในองค์กร:กรณีศึกษาบริษัทซีเคทีเทคโนโลยี พบว่า องค์ประกอบทางสังคม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ตำแหน่ง มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อการสื่อสารในองค์กร และงานวิจัยของชนินฐา มณีรัตน์ และวนิดา จิตประไพ (เรวัตร์ สมบัติทรัพย์. 2543:82 ; อ้างอิงจาก ชนินฐา และวนิดา. 2540. *ประเภทและระดับตำแหน่งในห้องสมุดมหาวิทยาลัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการสื่อสาร.*) พบว่าการสื่อสารของบุคคลในห้องสมุดที่มีระดับตำแหน่งต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อที่ติดต่อสื่อสารแตกต่างกันอย่างชัดเจน ดังนั้นสถานภาพของบุคคลเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความแตกต่างในเรื่องของการติดต่อสื่อสาร บุคคลที่มีระดับตำแหน่งภายในองค์กรสูง มีแนวโน้มที่จะได้รับข่าวสารที่จำเป็นสำหรับการปฏิบัติงานของเขาได้มากกว่า บุคคลที่มีระดับตำแหน่งภายในองค์กรต่ำ บุคคลที่มีระดับตำแหน่งภายในองค์กรต่ำจึงมักเป็นบุคคลที่ข่าวสารอยู่เสมอ

2. จากผลของการวิจัยพบว่าในด้านทิศทางการสื่อสาร พนักงานบริษัท ไอพี โอเรียนท์ (ไทย) จำกัดมีการสื่อสารทางเดียวในระดับน้อย และมีการสื่อสารสองทางระดับปานกลาง แสดงว่าภายในองค์กรให้ความสำคัญต่อการสื่อสารสองทางมากกว่าการสื่อสารทางเดียว คือให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกันได้ ในขณะที่เดียวกันก็เปิดโอกาสให้พนักงานได้แสดงความคิดเห็น ชักถามในเรื่องต่างๆได้ ซึ่งเป็นการลดช่องว่างของการสื่อสาร และยังสามารถตรวจสอบความเข้าใจร่วมกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ข้อมูลที่ได้จึงตรงความเป็นจริงมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ระวิทย์ บุญสินสุข (2535:บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องการสื่อสารเพื่อการดำเนินงานภายในของบรรษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย พบว่า ทิศทางการสื่อสารในองค์กรที่ก่อให้เกิดประโยชน์ในการบริหารงานมากที่สุด คือ การสื่อสารสองทาง คือเปิดโอกาสให้ผู้บังคับบัญชาได้พูด ได้แสดงความคิดเห็น ความรู้สึกและทัศนะต่างๆ อย่างเปิดเผยเสรี

และผลของการวิจัยยังพบว่าการสื่อสารสองทาง มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจต่อการสื่อสารภายในองค์กร โดยเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเมื่อพนักงานมีการสื่อสารสองทางมากก็มีแนวโน้มที่ความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรมากตามไปด้วย โดยสอดคล้องกับทฤษฎีดังนี้ สอดคล้องกับแบบจำลองการสื่อสารของ Roger ที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยสิ่งแวดล้อมซึ่งทำให้การสื่อสารเกิดขึ้นด้วย ทั้งยังให้ความสำคัญกับผลของการสื่อสาร (effect) และปฏิกิริยาโต้ตอบ (feedback) ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร เนื่องจาก ผลของการสื่อสารและปฏิกิริยาโต้ตอบเป็นกลไกที่ทำให้ผู้ส่งสารทราบว่า ข่าวสารที่ส่งออกไปนั้นได้รับตามเป้าหมายหรือไม่ เพียงใด เมื่อมีการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างบุคคลสองคน จะมีผลการสื่อสารปรากฏในรูปของการเปลี่ยนแปลงระดับความรู้ ทัศนคติ และปฏิกิริยาโต้ตอบ จะคอยแจ้งให้ผู้ส่งสาร ทราบว่า การสื่อสารผิดพลาด ล้มเหลว หรือบกพร่องแค่ไหน เพียงไร เพื่อจะได้หาทางปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น ดังนั้น การสื่อสารสองทางซึ่งมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในการปฏิบัติงานย่อมสามารถช่วยเกิดความเข้าใจในเรื่องเดียวกันอย่างสอดคล้องต้องกัน ทำให้ไม่เกิดความขัดแย้งทางความคิด และก่อให้เกิดความพึงพอใจในการสื่อสาร บุญเลิศ ศุภดิลง (ชาลิน นานา. 2539:105 ; อ้างอิงจาก บุญเลิศ. 2523.*การสื่อสารโครงสร้างและหน้าที่ในสังคม.*)

3. จากผลของการวิจัยประเภทของการใช้ ได้แก่ การสื่อสารแบบเป็นทางการ และการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ พบว่าพนักงานบริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัดมีการสื่อสารแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการในระดับปานกลาง ทั้งนี้เนื่องจากองค์กรมีการสื่อสารทั้งสองแบบควบคู่กันไป กล่าวคือ หากเป็นเรื่องกฎระเบียบ นโยบาย วิธีการทำงานก็ต้องมีสื่อสารไปตามสายการบังคับบัญชา เพื่อให้การทำงานเป็นระเบียบ องค์กรจะให้การสื่อสารแบบเป็นทางการ ในขณะที่เดียวกันก็มีการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ เพื่อเป็นการสร้างสัมพันธภาพที่ดี

และผลของการวิจัยยังพบว่าการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กร โดยเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการจะช่วยลดปัญหาความขัดแย้งอันเนื่องมาจากความคิดเห็นไม่ตรงกัน เป็นการสื่อสารที่ช่วยลดความไม่แน่ใจ โดยมีการโต้ตอบกลับไปกลับมา จึงสามารถตรวจสอบปฏิกิริยาตอบกลับ (feedback) ของอีกฝ่ายได้ ว่าผู้รับสารเข้าใจข่าวสารที่ส่งไปหรือไม่ ตลอดจนเป็นการสร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างผู้บังคับบัญชา และพนักงาน Infante A. Dominic, Rancer S. Andrew and Womack F. Deanna (กัลยิมา โตกะคุณะ. 2541:116 ; อ้างอิงจาก Infante, Rancer and Womack 1993. *Building Communication theory.*)

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ความพึงพอใจของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กร:กรณีศึกษาบริษัทไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงการสื่อสารภายในองค์กร ดังนี้

1. จากการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กรโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาทางด้านพบว่า ส่วนใหญ่พนักงานมีความพึงพอใจด้านประสิทธิภาพของช่องทางการติดต่อสื่อสารน้อยที่สุดจากทุกด้าน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ช่องทางหรือวิธีการที่องค์กรใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารยังไม่ทั่วถึง และเพียงพอแก่ความต้องการของพนักงาน ดังนั้นหากองค์กรมีการปรับปรุงช่องทางการติดต่อสื่อสารให้ดีขึ้น ก็จะส่งผลต่อความพึงพอใจของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กรให้ดีขึ้น องค์กรจึงควรหาวิธีการที่จะเผยแพร่ข่าวสารในช่องทางอื่นเพิ่มเติมที่เหมาะสมกับสถานการณ์การสื่อสาร เพื่อให้ข่าวสารแพร่ได้อย่างทั่วถึงและรวดเร็ว สามารถเข้าถึงผู้รับสารได้ง่ายโดยที่ผู้รับสารไม่เกิดความลำบากหรือจะต้องใช้ความพยายามอย่างมากในการเปิดรับสื่อหรือสารโดยอาจจะนำเอาสื่อ หรือเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการติดต่อสื่อสารภายใน เช่นระบบ intranet , eletronic mail (e-mail) ,ประกาศเสียงตามสาย หรือจัดให้มีการประชุมหารือเป็นกลุ่มบ่อยขึ้น เป็นต้น

2. จากการวิจัยพบว่าพนักงานระดับบริหาร/ผู้บังคับบัญชา มีระดับความพึงพอใจต่อการสื่อสารภายในองค์กรที่สูงกว่าพนักงานระดับปฏิบัติการ เนื่องจากพนักงานระดับบริหาร/ผู้บังคับบัญชาได้รับการถ่ายทอดข่าวสาร หรือติดต่อสื่อสารกับผู้บริหารระดับสูงโดยตรง จึงมีโอกาสดังกล่าวที่ได้รับข่าวสารที่ครบถ้วนและปริมาณมากกว่า และการที่พนักงานระดับบริหาร/ผู้บังคับบัญชาต้องถ่ายทอดข่าวสารที่ได้รับให้กับพนักงานระดับปฏิบัติการต่อไป ทำให้บางครั้งข่าวสารที่ถ่ายทอดไปอาจจะไม่ครบถ้วนและชัดเจน ซึ่งขึ้นอยู่กับความสามารถในการถ่ายทอดข่าวสารของแต่ละบุคคล ดังนั้น พนักงานระดับบริหาร/ผู้บังคับบัญชาต้องให้ความสำคัญกับการติดต่อสื่อสาร มีความตั้งใจที่จะส่งข่าวสาร และควรที่จะถ่ายทอดข่าวสาร ข้อมูลให้กับผู้

ปฏิบัติการให้ครบถ้วน เพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจในการสื่อสาร โดยทางองค์กรก็ควรมีการจัดฝึกอบรมเพิ่มทักษะของการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพให้กับและพนักงานระดับบริหาร/ผู้บังคับบัญชาด้วย

3. จากการวิจัยพบว่าทิศทางการสื่อสารสองทาง และการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ มีความสัมพันธ์ ทางบวกกับความพึงพอใจต่อการสื่อสารภายในองค์กร ซึ่งหมายความว่า ถ้าองค์กรมีการใช้รูปแบบการสื่อสารสองทาง และการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการมากขึ้น ความพึงพอใจต่อการสื่อสารภายในองค์กรก็จะมากขึ้นด้วย ดังนั้นผู้บริหารควรส่งเสริมให้มีการสื่อสารแบบสองทาง และการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการให้มากขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ โดยการจัดการให้เหมาะสมและสอดคล้องกับสภาพการทำงานของพนักงาน ให้มากที่สุดเนื่องจากการสื่อสารแบบสองทาง สามารถใช้ตรวจสอบความเข้าใจในการทำงานร่วมกัน ซึ่งจะทำให้เกิดความผิดพลาดในการทำงานน้อยลง ส่วนการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ จะช่วยลดปัญหาความขัดแย้งอันเนื่องมาจากความคิดเห็นไม่ตรงกัน ตลอดจนเป็นการสร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างผู้บังคับบัญชา และพนักงาน

การส่งเสริมรูปแบบการสื่อสารดังกล่าวอาจปฏิบัติดังนี้

- (1) ผู้บังคับบัญชาควรเปิดโอกาสและส่งเสริมให้มีการติดต่อสื่อสารสองทาง โดยควรเปิดโอกาสให้ผู้ปฏิบัติการได้เข้าพบปรึกษาหารือ และได้มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน
- (2) ควรจัดให้มีการประชุมหารือเป็นกลุ่มย่อยให้บ่อยขึ้นกว่าที่เป็นอยู่
- (3) ผู้บริหารควรส่งเสริมการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ปฏิบัติการ เช่น กิจกรรมแข่งขันกีฬา

4. องค์กรควรมีการจัดระบบด้านข่าวสารองค์กรให้เหมาะสม ในเรื่องการกระจายข่าวสารให้สามารถเข้าถึงบุคคลที่ควรจะได้รับหรือมีโอกาสได้ใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารนั้นมากที่สุดโดยให้ข้อมูลข่าวสารไปถึงบุคคลเหล่านั้นในเวลาที่เหมาะสมทันการณ์ ซึ่งบุคคลในองค์กรต่างก็ต้องการข้อมูลที่แตกต่างกัน ผู้บริหารระดับต้นและผู้บริหารระดับกลางจะต้องการข่าวสารที่แตกต่างกัน แผนกการผลิต และแผนกบัญชีจะต้องการข้อมูลที่แตกต่างกันด้วย ผู้บริหารต้องทราบว่าคุณสมบัติอะไรที่บุคคลและกลุ่มต้องการและวิธีที่ได้ดีที่สุดที่ควรใช้กับบุคคลกลุ่มนั้น เช่น ส่งข่าวสารไปที่บ้าน, จดหมายข่าว, e-mail, การประชุมที่มืองาน เป็นต้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษา ความพึงพอใจของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กร:กรณีศึกษาบริษัทไอพี โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด ผู้วิจัยขอเสนอแนวทางในการศึกษาครั้งต่อไปดังนี้

1. ควรทำการศึกษาในแง่มุมอื่นของการสื่อสารภายในองค์กร โดยอาจกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยเพิ่มจากการวิจัยครั้งนี้ เช่น วิธีที่ใช้ในการสื่อสาร พฤติกรรมในการสื่อสาร โครงสร้างองค์กร และวัฒนธรรมองค์กร เป็นต้น ซึ่งอาจมีผลต่อความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กร
2. การศึกษานี้มุ่งศึกษาเฉพาะในบริษัทไอพี โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด เท่านั้น ดังนั้นควรศึกษาวิจัยในเรื่องนี้กับพนักงานในองค์กรอื่นๆ เพื่อดูผลว่าพนักงานในองค์กรอื่นมีความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรอย่างไร

3. ควรมีการศึกษาในลักษณะเปรียบเทียบความพึงพอใจของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กรกับองค์กรอื่นๆ เพื่อนำผลมาเปรียบเทียบความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรแต่ละองค์กร

บรรณาธิการ

บรรณานุกรม

- กริช สืบสนธิ์. (2525). การติดต่อสื่อสารในองค์กร. กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- _____. (2537). วัฒนธรรมและพฤติกรรมสื่อสารในองค์กร. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กานดา พูนลาภทวี. (2539). สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ: พลิทส์เซ็นเตอร์.
- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2542). การวิเคราะห์สถิติ:สถิติเพื่อการตัดสินใจ. พิมพ์ครั้งที่ 4 กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยิมา โตกะคุณะ. (2541). รูปแบบการสื่อสาร บรรยากาศการสื่อสารในองค์กร ความพึงพอใจในการสื่อสาร ความพึงพอใจในการทำงาน และความยืดหยุ่นผูกพันต่อองค์กรของพนักงานไทยในบริษัท อังกฤษ เยอรมัน และฝรั่งเศส ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต (ประชาสัมพันธ์). กรุงเทพมหานคร: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- ขวัญเรือน กิตติวัฒน์, และ คนอื่นๆ. (2535). พฤติกรรมศาสตร์การสื่อสาร. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัดนำทางการพิมพ์.
- ชาลิน นานา. (2539). ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการสื่อสารกับความพึงพอใจในการสื่อสาร และการทำงาน ของพนักงานไทยในบริษัทข้ามชาติ : เปรียบเทียบระหว่างญี่ปุ่นและอเมริกา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต (ประชาสัมพันธ์). กรุงเทพมหานคร: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2523). การวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : ภาควิชาพื้นฐานการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- โชติรส ทิมพัฒน์พงษ์. (2537). การสื่อสารในองค์กร ศึกษาเฉพาะกรณี : สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต (ประชาสัมพันธ์). กรุงเทพมหานคร: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- ดริกา จารุวัฒนกิจ. (2539). ปัจจัยการสื่อสารภายในองค์กรที่มีผลต่อความพึงพอใจในการทำงานของพนักงาน กลุ่ม บ. มินิแบร์ (ประเทศไทย). วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต (ประชาสัมพันธ์)กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- ถวิล เกื้อกุลวงศ์. (2530). การบริหารการศึกษามัยใหม่ทฤษฎีวิจัยและการปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.
- ทงเกียรติ เจริญวงศ์เพชร. (2545). ความคิดเห็นของพนักงานบริษัท กระเบื้องหลังคาซีแพค จำกัด ต่อการสื่อสารภายในบริษัท. ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐศาสตร์). กรุงเทพมหานคร: บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

ทิชาพร เลิศสมบุรณ์ (2532). ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการสื่อสารของผู้ได้บังคับบัญชากับความพึงพอใจในการทำงานของผู้ได้บังคับบัญชา ศึกษาเฉพาะกรณีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต (ภาควิชาการสื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

นพพงษ์ บุญจิตราดุลย์. (2525). หลักการบริหารการศึกษา. กรุงเทพมหานคร: บ.บพิตรการพิมพ์

นิตยา เงินประเสริฐศรี. (2541). ทฤษฎีองค์การแนวการศึกษาเชิงบูรณาการ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

บุญณิกา วงศ์วานิช. (2533). ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการสื่อสารสถานภาพทางสังคมกับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพัฒนากรในเขตจังหวัดนครราชสีมา วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต (ประชาสัมพันธ์). กรุงเทพมหานคร: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.

ประคอง กรรณสูตร. (2538). สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พิเชษฐ์ บุญมี. (2544). การสื่อสารภายในองค์กร : ศึกษากรณีธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต (รัฐศาสตร์). กรุงเทพมหานคร: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

ยุบล เบญจรงค์กิจ. (2534). การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ระวิทย์ บุญสินสุข. (2524). การศึกษาการสื่อสารเพื่อการดำเนินงานในบริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต (ภาควิชาการสื่อสารมวลชน). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

เรวัตร สมบัติทิพย์. (2543). การติดต่อสื่อสารในองค์กร : กรณีศึกษาบริษัท ซีเมนต์ เทคโนโลยี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทรัฐศาสตร์มหาบัณฑิต (รัฐศาสตร์). กรุงเทพมหานคร : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. (2545). เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์สุวีริยาสาส์น.

วิเชียร เกตุสิงห์. (มปป.). คู่มือการวิจัย การวิจัยปฏิบัติการ มปสพ.

วิไลลักษณ์ สุจิตตานนท์. (2539). หลักและทฤษฎีการสื่อสาร. กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์, คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏเพชรบุรีวิทยาลัยการณในพระบรมราชูปถัมภ์.

วุฒิชัย จ่านงค์. (2520). แนวคิดเรื่องพฤติกรรมขององค์กร. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์บรรณกิจ.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, และ คนอื่นๆ. (2541). *พฤติกรรมองค์กร*. กรุงเทพมหานคร: บริษัทริชาร์ดฟิล์มและโซเท็กซ์ จำกัด.

สมยศ นาวิการ.(2537). *การติดต่อสื่อสารขององค์กร*.กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ บรรณกิจ.

สมศรี ศานติเกษม. (2529). *ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยบุคคล ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร และความพึงพอใจในการทำงานของอาจารย์แพทย์ คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี วิทยาลัยนพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต (ประชาสัมพันธ์)*. กรุงเทพมหานคร: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.

สร้อยตระกูล อรรถมานะ. (2541). *พฤติกรรมองค์กร:ทฤษฎีและการประยุกต์*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศิริวรรณ จันทศรี. (2534). *การสื่อสารภายในบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์. วิทยาลัยนพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต (ภาควิชาการสื่อสารมวลชน)*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

สุรเชษฐ์ ชีระมณี. (2534). *พฤติกรรมมนุษย์ในองค์กร*. สงขลา : คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ สงขลา.

สุวรรณา ทองประดิษฐ์. (2527). *การบริหาร*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุวรรณี เตชะวิรัชชน. (2541). *พฤติกรรมการสื่อสารกับความพึงพอใจในการทำงานและการปรับตัวในการทำงานของคนญี่ปุ่นที่เข้ามาทำงานในประเทศไทย*. กรุงเทพมหานคร: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.

เสนาะ ดิยาว. (2530). *การสื่อสารในองค์กร*.กรุงเทพมหานคร:โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อศุภฤทธิ อุทัยรัตน์. (2533). *ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารในองค์กรกับความพึงพอใจในการปฏิบัติการของพนักงานองค์กรขนส่งมวลชนกรุงเทพ. วิทยาลัยนพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต (ประชาสัมพันธ์)*. กรุงเทพมหานคร: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.

Danial, Tom D. and Spiker, Barry K. (1987). *Organizational Commnication*. Dubeque Iowa : WM.C.Brown Publishers.

Dubrin, A.J. (1984). *Foundation of Organization Behavior* : An applied Perspective. Cambridge : Prentice Hall.

Evan, J.W., (1962)-*Alienationand learning in a Hospital Setting*. American Sociology Review.

Goldhaber, G.M. (1979). *Organizational Communication*. Dubuque Iowa : WM.C.Brown Publishers.

Jablin, Frederic M. and Others. (year). *Handbook of Organizational Communication : An Interdisciplinary Perspective*, USA. : Sage Publications.

Mondy, R.W. (1991). *Management Concepts Practices and Skills*. Massachusetts : Division of Simon and Schuster, Inc.

Pace, Wayne R. and Faules, Dan F. (1994). *Organizational communication*. New Jersey : Prentice Hall, Englewood Cliffs.

Redding, W.C. (1973). *Communication within the organization*. New York : Industrial Communication Council and Lafayette, Inc.

Rosenblatt, Bernard G., Cheatham, Richard T., and Watt, James T. (1977). *Communication in Business*. New Jersey : Prentice Hall, Englewood Cliffs.

Wiio, O.A., Goldhaber, G.M., and Yates, M.P. (1980). *Organizational Communication Research : Time For Reflection*. New Jersey :

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

เรื่อง ความพึงพอใจของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กร

กรณีศึกษาบริษัทไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด

แบบสอบถามนี้มีจุดมุ่งหมาย เพื่อศึกษาความพึงพอใจของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กร เพื่อนำผลที่ได้จากการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงวิธีการและรูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรให้เหมาะสมเพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพ และการดำเนินงานที่ดีขององค์กร

ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน ขอได้โปรดสละเวลาอันมีค่าของท่านตอบแบบสอบถามฉบับนี้โดยครบถ้วนเพื่อให้การวิจัยนี้ได้ผลสมบูรณ์ และขอขอบพระคุณท่านมา ณ โอกาสนี้

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้ แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ
 - ตอนที่ 1 ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
 - ตอนที่ 2 รูปแบบการสื่อสารในองค์กร
 - ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กร
2. โปรดทำเครื่องหมาย (✓) ลงในวงเล็บหน้าข้อที่ต้องการตอบ
3. โปรดตอบทุกข้อเพื่อความสมบูรณ์ของข้อมูลในการนำมาวิเคราะห์
4. โปรดเลือกคำตอบเพียงข้อเดียว

คำตอบของท่านจะเก็บเป็นความลับ โดยจะใช้เพื่อประโยชน์ทางการวิจัยและการนำเสนอผลโดยรวม จึงไม่มีผลกระทบจากการตอบแบบสอบถามแต่ประการใด

แบบสอบถาม

เรื่อง ความพึงพอใจของพนักงานต่อการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร

คำชี้แจง

- โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุดในแต่ละคำถาม
- แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอนคือ
 - ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบ
 - ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารในองค์กร
 - ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการติดต่อสื่อสารในองค์กร

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

() ชาย

() หญิง

2. อายุ

() ต่ำกว่า 25 ปี

() 25-35 ปี

() 36-45 ปี

() 46-55 ปี

() มากกว่า 55 ปีขึ้นไป

3. การศึกษาสูงสุด

() มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า

() มัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช.

() อนุปริญญาหรือปวส.

() ปริญญาตรี

() สูงกว่าปริญญาตรี

4. ระดับตำแหน่งงานที่ท่านดำรงอยู่ในปัจจุบัน

() ระดับบริหาร หรือผู้บังคับบัญชา

() ระดับปฏิบัติการ

ตอนที่ 2

ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการติดต่อสื่อสารในองค์กร

คำชี้แจง โปรดอ่านข้อความแล้วเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องขวามือให้ตรงกับความคิดเห็นของท่าน
โดยเลือกข้อละ 1 คำตอบเท่านั้น

คำถาม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<u>ทิศทางการสื่อสาร</u>					
1. ผู้บังคับบัญชาของท่านมักออกคำสั่งโดยไม่รับฟังความคิดเห็นของท่านและเพื่อนร่วมงานเลย					
2. ท่านไม่มีโอกาสได้ปรึกษาหารือกับผู้บังคับบัญชาของท่าน					
3. เมื่อผู้บังคับบัญชามอบหมายงานให้ท่านแล้วท่านไม่มีโอกาสสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม					
4. เมื่อท่านมีปัญหาเกี่ยวกับงานท่านจะไม่แจ้งให้ผู้บังคับบัญชาท่านทราบ					
5. เมื่อท่านมีปัญหาเกี่ยวกับงานผู้บังคับบัญชาของท่านจะให้คำแนะนำแก่ท่านเสมอ					
6. ผู้ปฏิบัติงานสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระต่อผู้บังคับบัญชา					
7. หน่วยงานของท่านมักมีการประชุมเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือ ร่วมกันแก้ปัญหาเล็กน้อยเพียงใด					
8. ผู้บังคับบัญชาของท่านมักเรียกท่านเข้าพบเพื่อรายงานความคืบหน้าในการทำงาน					
<u>ประเภทของการใช้ในการสื่อสาร</u>					
9. การสื่อสารในหน่วยงานของท่านต้องเป็นไปตามสายบังคับบัญชามากน้อยเพียงใด					
10. การเสนอข้อมูลข่าวสารภายในหน่วยงานของท่านมีลักษณะที่เป็นระเบียบแบบแผนที่ชัดเจนมากน้อยเพียงใด					
11. ท่านจะมีโอกาสปรึกษาพูดคุยกับผู้บังคับบัญชาของท่านได้เฉพาะการพูดคุยอย่างเป็นทางการเท่านั้น					
12. ผู้บังคับบัญชาของท่านจะมอบหมายงานให้โดยการเขียนเป็นลายลักษณ์อักษร					

คำถาม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
13. ผู้บังคับบัญชาของท่านให้ความเป็นกันเองท่านสามารถปรึกษาได้ทุกเรื่อง					
14. ข้อมูลข่าวสารที่ท่านได้รับ มาจากการพูดคุยอย่างไม่เป็นทางการกับ ผู้บังคับบัญชาหรือเพื่อนร่วมงานของท่าน					
15. เมื่อท่านต้องการข่าวสารข้อมูลต่างๆ ท่านจะขอข้อมูลโดยใช้สัมพันธภาพส่วนตัวโดยไม่ใช้ตำแหน่งหน้าที่ในงานเข้ามาเกี่ยวข้อง					
16. การติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงานของท่านเป็นไปด้วยความรวดเร็วมากน้อยเพียงใด					

ตอนที่ 3

ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการติดต่อสื่อสารในองค์การ

คำชี้แจง โปรดอ่านข้อความแล้วเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องขวามือให้ตรงกับความคิดเห็นของท่าน
โดยเลือกข้อละ 1 คำตอบเท่านั้น

ความคิดเห็นในการสื่อสารและสภาพที่เป็นจริง ที่เกิดขึ้นในองค์การของท่าน	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
<u>ด้านความพึงพอใจในงาน</u>					
1. ท่านคิดว่าท่านได้รับค่าตอบแทน (เงินเดือน, ค่าล่วงเวลา) ตลอดจนสวัสดิการ เป็นไปอย่างเหมาะสม					
2. การเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่ง ในหน้าที่การงานเป็นไปลักษณะอาศัยความใกล้ชิดสนิทสนม					
3. ท่านได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติงานที่ตรงกับความรู้ความสามารถ					
4. ท่านประสบความสำเร็จกับงานที่ปฏิบัติ					
5. งานที่ท่านปฏิบัติก็มีลักษณะ ช้าชาก จำเจ น่าเบื่อ					
<u>ด้านความเพียงพอของข่าวสาร</u>					
6. องค์การได้แจ้งให้พนักงานทราบเกี่ยวกับนโยบายและเป้าหมายขององค์การเสมอ					
7. องค์การได้แจ้งให้พนักงานทราบเกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆ ขององค์การเสมอ					
8. องค์การได้แจ้งให้พนักงานทราบเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวและสถานการณ์แวดล้อมที่มีผลกระทบต่อองค์การเสมอ					
9. องค์การได้แจ้งให้พนักงานทราบเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงผู้บริหารเสมอ					
10. องค์การได้แจ้งให้พนักงานทราบเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงพนักงานเสมอ					
11. องค์การได้แจ้งให้พนักงานทราบเกี่ยวกับการประเมินผล, การปฏิบัติงานของท่านเสมอ					
12. องค์การของท่านไม่ค่อยให้ข้อมูลข่าวสารที่ชัดเจนเกี่ยวกับค่าตอบแทนและประโยชน์ที่ได้รับ					

ความคิดเห็นในการสื่อสารและสภาพที่เป็นจริงที่เกิดขึ้นในองค์กรของท่าน	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
13. ท่านได้รับการแจ้งให้ทราบเมื่อมีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในองค์กร					
<u>ด้านความสามารถเสนอแนะปรับปรุงให้ดีขึ้นของบุคคล</u>					
14. ผู้บังคับบัญชาของท่านให้ความสนใจในการรับฟังความคิดเห็นของท่าน					
15. ผู้บังคับบัญชาของท่านได้ส่งเสริมสนับสนุนให้มีการติดต่อสื่อสารทุกรูปแบบ					
16. ผู้บังคับบัญชาของท่านไม่ค่อยยอมรับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของท่านในด้านการแก้ไขปัญหาในหน่วยงาน					
<u>ด้านประสิทธิภาพของช่องทางการติดต่อสื่อสาร</u>					
17. ท่านคิดว่าวิธีที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรของท่านมีความเพียงพอแล้ว					
18. ท่านคิดว่าวิธีการที่ใช้สื่อสารภายในองค์กรของท่าน สามารถแจ้งข้อมูลข่าวสารได้อย่างทั่วถึง					
<u>ด้านคุณภาพของสื่อกลาง</u>					
19. ท่านรู้สึกว่าคุณภาพข่าวสารที่ท่านได้รับจากองค์กรเป็นประโยชน์ต่อตัวท่าน					
20. ท่านรู้สึกว่าคุณภาพข่าวสารที่ท่านได้รับจากองค์กรเป็นที่น่าสนใจ					
21. ข่าวสารในเรื่องต่างๆ จากองค์กรตลอดจนคำสั่งที่ออกมา มีความน่าเชื่อถือ					
22. ท่านมักได้รับบันทึก หนังสือเวียน เกี่ยวกับเรื่องราวใดๆ ล่าช้าเสมอ					

ความคิดเห็นในการสื่อสารและสภาพที่เป็นจริง ที่เกิดขึ้นในองค์กรของท่าน	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
<u>ด้านวิธีการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนร่วมงาน</u>					
23. ท่านได้ติดต่อสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ เช่น พบปะสังสรรค์กับเพื่อนร่วมงานนอกเวลา ทำงานเสมอ					
24. ในองค์กรของท่านการพบปะพูดคุยกัน ระหว่างเพื่อนร่วมงาน หรือเพื่อนร่วมบริษัท เป็นไปด้วยดีเสมอ					
25. ท่านและเพื่อนในหน่วยงานมีการปรึกษา แลกเปลี่ยนความเห็นกันเสมอ					
26. ท่านรู้สึกสบายใจเมื่อคุยกับเพื่อนร่วมงาน					

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายชื่อ

1. รศ. ศิริวรรณ เสรีรัตน์

ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

อาจารย์ประจำ

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2. รศ.สุพาดา สิริกุตตา

รองประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

อาจารย์ประจำ

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ