

**อิทธิพลของปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กร และกระบวนการ
สื่อสารภายในองค์กรที่มีต่อประสิทธิผลในการสื่อสารภายใน
องค์กร ของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง
ในเขตกรุงเทพมหานคร**

**THE EFFECT OF ORGANIZATIONAL CLIMATE
AND ORGANIZATIONAL COMMUNICATION
PROCESS ON COMMUNICATION EFFECTIVENESS
OF EMPLOYEES OF A PRIVATE COMPANY
IN BANGKOK**

Received: January 24, 2019

Revised: July 29, 2019

Accepted: August 10, 2019

อุมาภรณ์ จันทร์จุฬา*

Umaporn Junjula*

จรัญญา ปานเจริญ**

Charunya Parncharoen**

* นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

* M.B.A. Candidate, Master of Business Administration, Dhurakij Pundit University

* Email: 605151020001@dpu.ac.th

** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ และปริญญาเอก วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

** Assistant Professor, and Ph.D., College of Innovative Business and Accountancy,
Dhurakij Pundit University

** Email: charunya@dpu.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประสิทธิผลในการสื่อสารภายในองค์กร และเพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กร และกระบวนการสื่อสารภายในองค์กร ที่มีต่อประสิทธิผลในการสื่อสารภายในองค์กรของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 353 คน และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้วิธีวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ผลการวิจัยพบว่า พนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานครที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง เห็นว่า ประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์กรในภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการสื่อสารที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมของพนักงานในองค์กรที่มีผลต่อความสำเร็จขององค์กร รองลงมาคือ ด้านการสื่อสารที่ตรงประเด็นบรรลุเป้าหมายขององค์กร ด้านการสื่อสารที่ทันต่อเวลา และสถานการณ์ และด้านการสื่อสารที่มีความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กรและกระบวนการสื่อสารภายในองค์กร ในภาพรวมมีอิทธิพลกับประสิทธิผลในการสื่อสารภายในองค์กรของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: ปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กร กระบวนการสื่อสารภายในองค์กร ประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์กร

Abstract

The objectives of this independent study were to study the communication effectiveness and to study the effect of organizational climate and communication process on communication effectiveness of employees of a private company in Bangkok. This study was a survey research. Data were collected through the questionnaire from the sample of 353 employees of a private company in Bangkok. Data were analyzed by percentage, mean ($\bar{X}$), and standard deviation. The hypothesis was tested by using Stepwise Multiple Regression Analysis. The results of this study found that the communication effectiveness for both overall and individual aspects was at a high level. When individual aspect was considered, an aspect with the highest mean score was communication that leads to behavior affecting to organizational success, followed by straightforward communication that can achieve organizational goal, communication timeliness, and reliable communication, respectively. The results of hypothesis testing showed that overall organizational climate and overall organizational communication process were highly affected to communication effectiveness of employees of a private company in Bangkok.

Keywords: Organizational Climate, Organizational Communication Process, Communication Effectiveness

บทนำ

การสื่อสารถือเป็นปัจจัยสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ โดยการสื่อสาร (Communication) หมายถึง กระบวนการในการรับรู้ข่าวสารที่มีการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ข้อมูล และ อารมณ์ ด้วยการใช้สัญลักษณ์ เช่น คำพูด อักษร ภาพ ตัวเลข ทำให้บุคคลสามารถเข้าใจถึงจิตใจของผู้อื่นได้ (นิคม มณีสง่า, 2558, น.8) การสื่อสารยังหมายถึง กระบวนการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร ความรู้ และประสบการณ์ ความรู้สึก ความคิดเห็นจากผู้ส่งสาร โดยผ่านสื่อต่างๆ ไปยังผู้รับสาร โดยการสื่อสารใช้ ภาพ สัญลักษณ์ สัมผัส หรือท่าทางประกอบรวมไปถึง การพูด อ่าน เขียน เพื่อสื่อความหมายต่างๆ ไปยังคู่สนทนาหรือผู้รับสาร เพื่อให้เข้าใจความหมายตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ พร้อมทั้งเกิดการรับรู้ร่วมกัน และมีปฏิริยาตอบสนองต่อกัน โดยมีบริบทในการสื่อสารที่เหมาะสมอันเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพได้ ในปัจจุบันการสื่อสารได้ก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัล ยุคแห่งข้อมูลข่าวสารที่มีการส่งรับข้อมูลจำนวนมากผ่านโทรคมนาคมไร้สาย หรือสื่อดิจิทัลอย่างรวดเร็ว รวมทั้งพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป การสื่อสารจึงเป็นหัวใจสำคัญในการดำเนินธุรกิจ นั่นคือใช้เป็นอาวุธชนะใจลูกค้าในทางการตลาด และใช้เป็นอาวุธในการดำเนินงานกับบุคคลากรในองค์กร ที่เรียกว่า การสื่อสารภายในองค์กร (Organization Communication) อันหมายถึง กระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคล กลุ่มคนและการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในองค์กร (นิคม มณีสง่า, 2558, น.145) ซึ่งองค์การ ตระหนักถึงความสำคัญในการสื่อสารดังกล่าว และมีการปรับตัวให้ก้าวทันกับการเปลี่ยนแปลงที่เข้ามากระทบกับองค์กรอย่างรวดเร็ว เพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

องค์กรต่างๆ จึงใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะสร้างการรับรู้ ความเข้าใจกับบุคคลากรภายในองค์กร เกี่ยวกับเรื่องนโยบาย วัตถุประสงค์ เป้าหมายในการดำเนินงาน หรือทิศทางการดำเนินธุรกิจขององค์กรที่ปรับเปลี่ยนในช่วงเวลาแห่งการเปลี่ยนแปลงขององค์กรดังกล่าว (Organization Transformation) โดยพบว่า การสื่อสารภายในองค์กร มักจะประสบปัญหา อันเกิดจากสภาพบรรยากาศหลายปัจจัย อาทิ การสื่อสารจากผู้บริหารลงสู่พนักงาน ซึ่งพบว่าพนักงานได้รับข้อมูลไม่เพียงพอ ช่องทางการสื่อสารไม่ทั่วถึง ข่าวสารที่ส่งมามีการบิดเบือนไปจากเดิม อันเกิดจากสิ่งรบกวนระหว่างการสื่อสารความคิดเห็นส่วนบุคคลหรือประสบการณ์ของผู้รับสารที่แตกต่างกัน ซึ่งหลายครั้งส่งผลให้เกิดความเข้าใจที่ไม่ถูกต้อง เกิดเป็นกระแสต่อต้าน การซุบซิบ ข่าวลือ เกิดคลื่นใต้น้ำจนอาจบานปลายเป็นเรื่องที่ส่งผลกระทบต่อองค์กรได้โดยง่าย หรือพบว่าในหลายๆ ครั้ง การสื่อสารแบบสองทาง (Two way communication) ยังไม่ได้มีประสิทธิภาพ เพราะวัฒนธรรมของสังคมไทยที่ยังมีความเกรงใจ ไม่กล้าสื่อสารแสดงความคิดเห็นออกไปโดยแท้จริง กลัวว่าจะเกิดผลกระทบต่อตนเอง เพราะขาดความไว้วางใจซึ่งกันและกัน ซึ่งผลกระทบจากปัญหาดังกล่าวนี้อาจส่งผลต่อการดำเนินงานขององค์กร เพราะพนักงานในองค์กรไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ไม่มีความเข้าใจเป้าหมายขององค์กรที่แท้จริง และไม่มีการแสดงความคิดเห็นขึ้นไปยังผู้บริหารให้รับทราบได้ทันต่อสถานการณ์ การดำเนินงานจึงขาดการประสานงานระหว่างกัน องค์กรไม่สามารถแก้ปัญหาได้ตรงจุด เกิดความเสียหายต่อการดำเนินธุรกิจและเสียเปรียบให้กับคู่แข่งทางธุรกิจได้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กร และกระบวนการสื่อสารภายในองค์กร ที่มีอิทธิพลกับประสิทธิภาพในการสื่อสารภายในองค์กร ของบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นบริษัทที่ให้บริการเครือข่ายการสื่อสารโทรคมนาคม ดิจิทัลคอนเทนต์และดิจิทัลแพลตฟอร์ม ให้กับลูกค้าทั้งในรูปแบบลูกค้าบุคคล และลูกค้าองค์กร เพื่อสร้างให้เกิดประสิทธิภาพในการสื่อสารภายในองค์กร ซึ่งผู้วิจัยเชื่อว่าเป็นหัวใจสำคัญที่จะทำให้พนักงานในองค์กรเกิดความเข้าใจในวิสัยทัศน์ พันธกิจ วัตถุประสงค์ทางหน้าที่ของตนเอง มีความสามัคคีเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน ร่วมมือร่วมใจดำเนินงานให้เป็นไปตามเป้าหมาย และสามารถดำเนินงานส่งมอบบริการที่ดีเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาประสิทธิผลในการสื่อสารภายในองค์การของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยบรรยากาศภายในองค์การ และกระบวนการสื่อสารภายในองค์การที่มีต่อประสิทธิผลในการสื่อสารภายในองค์การของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร

แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัยบรรยากาศภายในองค์การ

Litwin and Stringer (1968, p. 21 อ้างถึงใน เบญจวรรณ แจ่มบำรุง, 2557, น.11) ได้ให้ความหมายของบรรยากาศภายในองค์การว่า เป็นองค์ประกอบของสภาพแวดล้อมภายในองค์การ ซึ่งบุคคลในองค์การรับรู้ทั้งทางตรง และทางอ้อม และมีอิทธิพลต่อการปฏิบัติงานในองค์การ โดย Stringer (2002 อ้างถึงใน ฐาปณีย์ บุญเกียรติ, 2559, น. 28) ได้กล่าวถึงบรรยากาศที่มีองค์ประกอบ 6 ด้าน ดังนี้

1. ด้านโครงสร้างการทำงาน (Structure) สะท้อนให้เห็นถึงการรับรู้ของพนักงานที่เกี่ยวกับระบบการทำงานที่ดี มีการกำหนดบทบาท และหน้าที่รับผิดชอบที่ชัดเจน
2. ด้านมาตรฐานในการปฏิบัติงาน (Standards) เป็นความรู้สึกถึงความกดดันเพื่อให้การปฏิบัติงานดียิ่งขึ้น และระดับมาตรฐานในการปฏิบัติงานที่กำหนดขึ้นนั้นเป็นตัวกำหนดผลงานของพนักงาน
3. ด้านความรับผิดชอบ (Responsibility) สะท้อนให้เห็นถึงการรับรู้เกี่ยวกับการเป็นนายของตัวเองและความรับผิดชอบของตนเองนั้น ไม่ต้องตรวจสอบการตัดสินใจทุกๆ เรื่อง
4. ด้านการยอมรับ (Recognition) เป็นตัวบ่งชี้ถึงความรู้สึกของพนักงานเกี่ยวกับรางวัล สำหรับงานที่ตนได้ปฏิบัติตามเป้าหมายขององค์การ การยอมรับเป็นการให้ความสำคัญกับระบบการให้รางวัลมากกว่าการจับผิดและการลงโทษ
5. ด้านการสนับสนุน (Support) สะท้อนให้เห็นถึงความรู้สึกของพนักงานเกี่ยวกับความเชื่อใจรวมทั้งการสนับสนุนซึ่งกันและกัน มีอยู่ทั่วไปภายในกลุ่มงาน
6. ด้านความเป็นอันหนึ่งอันเดียว (Commitment) สะท้อนให้เห็นถึงความรู้สึกของพนักงาน ที่เกิดความภูมิใจว่าตนเป็นส่วนหนึ่งขององค์การและความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันนั้นจะต้องไปถึงเป้าหมายขององค์การ

จากการศึกษาองค์ประกอบของบรรยากาศภายในองค์การตามแนวคิดของนักวิชาการดังกล่าวข้างต้นนี้ แม้จะมีการแบ่งองค์ประกอบไว้แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาแล้วพบว่า มีความเกี่ยวข้องในด้านเนื้อหาที่ไม่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัย ขอสรุปการศึกษาองค์ประกอบปัจจัยบรรยากาศขององค์การที่มีความสำคัญต่อการสื่อสารภายในองค์การเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านโครงสร้างของการทำงาน ด้านความรับผิดชอบ ด้านการยอมรับและความไว้วางใจ และด้านการสนับสนุนกันและกัน อันจะนำมาซึ่งการรับรู้และเกิดพฤติกรรมของสมาชิกในองค์การตามที่องค์การวางเป้าหมายไว้

กระบวนการสื่อสารภายในองค์การ

กระบวนการสื่อสารภายในองค์การ หมายถึง การติดต่อสื่อสารที่เป็นวงจรในการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างบุคคล 2 คนขึ้นไป หรือกลุ่มคนภายในองค์การทุกระดับชั้น เดวิด เบอร์โล (David Berlo 1980, p. 50 อ้างถึงใน ญัตติชุตตา วิจิตรจามรี, 2558, น. 17) ได้พัฒนาแบบจำลองตามแนวคิดเชิงกระบวนการ ที่ประกอบไปด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ แหล่งสาร (Source) สาร (Message) ช่องทางการสื่อสาร (Channel) และผู้รับสาร (Receiver) องค์ประกอบทั้ง 4 มีปฏิสัมพันธ์กันในกระบวนการสื่อสาร ยกตัวอย่างเช่น ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร มีทักษะการสื่อสาร ทักษะคิด และความรู้ในเรื่องที่สื่อสาร และระบบสังคมวัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อวิธีและเนื้อหา

การสื่อสาร ตลอดจนการตีความหมายของสาร สารที่ถูกถ่ายทอดประกอบด้วย เนื้อหาสาร องค์ประกอบสาร การจัดเรียงสาร โครงสร้างและรหัส ส่วนช่องทางในการสื่อสารที่ประกอบด้วย ประสาทสัมผัสทั้ง 5 ตามแบบจำลองการสื่อสารเชิงวงกลมของ ออสกู๊ดและชรัมม์ (Osgood & Schramm 2009, p. 11 อ้างถึงใน ณัฏฐ์ชุดา วิจิตรจามรี, 2558, น. 13-14) เป็นแบบจำลองเชิงเทคนิคเช่นเดียวกัน และเป็นแบบจำลองที่แสดงให้เห็นว่าการสื่อสารไม่ใช่กระบวนการเส้นตรงทางเดียว แต่เป็นกระบวนการที่หมุนเวียนต่อเนื่อง โดยไม่มีที่สิ้นสุด โดยผู้ส่งสารและผู้รับสารมีบทบาทเป็นทั้งผู้เข้ารหัส (Encode) ผู้ตีความ (Interpreter) และผู้ถอดรหัส (Decoder) โดยมีอีกองค์ประกอบที่สำคัญของแบบจำลองนี้คือ ปฏิกริยาตอบกลับในการสื่อสาร (Feedback) ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่ทำให้กระบวนการสื่อสารครบวงจรและทำให้ผู้รับสารสามารถมีส่วนร่วมโดยตรงในกระบวนการสื่อสารได้ จากแนวคิดกระบวนการสื่อสารของนักวิชาการดังกล่าว ผู้วิจัยพบว่านักวิชาการได้มีวิวัฒนาการในการศึกษาการสื่อสารในแต่ละยุคแตกต่างกันออกไป ทั้งนี้แนวคิดที่เหมาะสมกับกระบวนการสื่อสารภายในองค์การในปัจจุบัน ที่ผู้วิจัยเลือกมาประยุกต์ใช้กับงานวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แนวคิดกระบวนการสื่อสารเดวิด เบอร์โล และ ออสกู๊ดและ ชรัมม์ จึงกล่าวสรุปได้ว่ากระบวนการสื่อสารภายในองค์การเป็นกระบวนการที่เริ่มจาก ผู้ส่งสาร (Sender) นำข้อมูลข่าวสาร (Message) ถ่ายทอดผ่านช่องทางการสื่อสารหรือวิธีการรูปแบบต่างๆ (Channel) ไปยังผู้รับสาร (Receiver) เพื่อให้ผู้รับสารทราบถึงข้อความหรือสารตามวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร พร้อมกันนั้นผู้รับสารยังสามารถส่งข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) ไปยังผู้ส่งสารผ่านช่องทางได้ในโอกาสต่างๆ เป็นวงจรซ้ำไปซ้ำมาเรื่อยๆ จนกว่าทั้งสองฝ่ายจะเข้าใจซึ่งกันและกัน

ประสิทธิผลในการสื่อสารภายในองค์การ

จากการศึกษาแนวคิดจากนักวิชาการหลายท่าน ผู้วิจัยได้ข้อสรุปว่า ประสิทธิผลในการสื่อสารภายในองค์การหมายถึง ผลสำเร็จของการสื่อสารภายในองค์การที่นำไปสู่การบรรลุเป้าหมายขององค์การตามแนวคิดของ Anderson and Narus (1990, อ้างถึงใน วิไล เจียรบรรพต, 2558, น.26) ซึ่งกล่าวถึงการสื่อสารที่มีประสิทธิผล ประกอบด้วย 3 ด้าน คือ 1. ด้านการสื่อสารที่ตรงประเด็น 2. ด้านการสื่อสารได้ทันเวลา และ 3. ด้านการสื่อสารที่มีความน่าเชื่อถือของข้อมูล นอกจากนี้ จากการศึกษาแนวคิดของ Steers (1977 อ้างถึงใน วรวัชร เอี่ยมล้ำอาจค์, 2557, น. 9) เสนอว่าการวัดประสิทธิผลของการสื่อสารภายในองค์การ สามารถทำได้ดีที่สุดด้วยการพิจารณาแนวความคิด 3 ประการ ได้แก่

1. การบรรลุเป้าหมาย (Goal optimization) ซึ่งประสิทธิผล ในที่นี้หมายถึงความสามารถขององค์การในการได้มาตามเป้าหมาย และใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่มีจำกัดและมีคุณค่าให้เป็นประโยชน์ที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ ในการปฏิบัติตามเป้าหมาย
2. แนวความคิดด้านระบบการวิเคราะห์เป้าหมาย
3. การเน้นเรื่องพฤติกรรม เป็นการเน้นบทบาทของพฤติกรรมของบุคคลในองค์การที่มีผลต่อความสำเร็จขององค์การ หรือการยอมรับว่าเป้าหมายขององค์การจะสามารถบรรลุถึงได้โดยอาศัยพฤติกรรมของสมาชิกในองค์การ

ดังนั้น ผู้วิจัยได้เลือกแนวคิดประสิทธิผลของการสื่อสารภายในองค์การ มา 4 ด้าน ที่เกี่ยวข้องกับบริบทที่สนใจในการศึกษา ประกอบด้วย 1. การสื่อสารที่ตรงประเด็น บรรลุเป้าหมายขององค์การ 2. การสื่อสารที่มีความน่าเชื่อถือของข้อมูล 3. การสื่อสารทันต่อเวลาและสถานการณ์ และ 4. การสื่อสารที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมของพนักงานในองค์การ ที่มีผลต่อความสำเร็จขององค์การ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

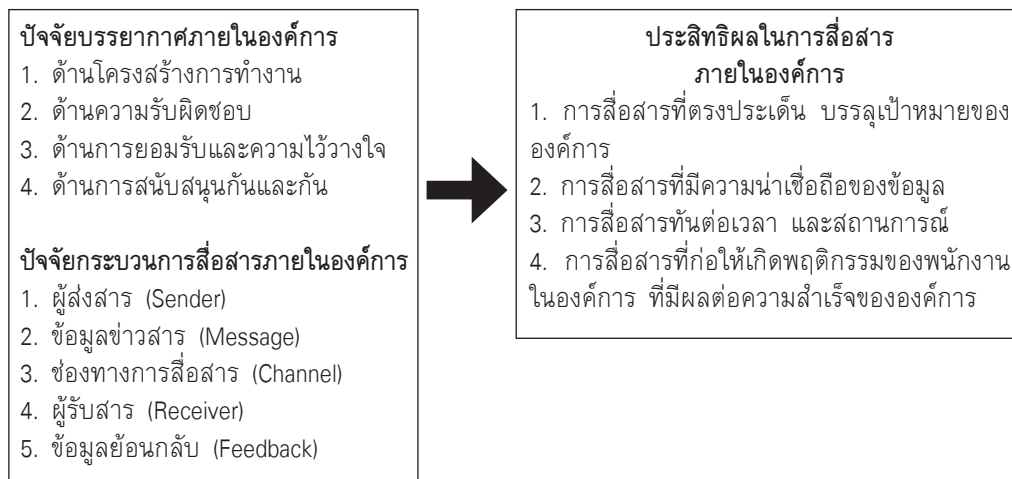
เบญจวรรณ แจ่มจำรูญ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยบรรยากาศในการสื่อสารภายในองค์การ กระบวนการในการสื่อสารและสื่อสังคมออนไลน์ ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการสื่อสารภายในองค์การของบริษัทเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร และพบว่า บรรยากาศในการสื่อสารภายในองค์การ ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจส่งผลต่อประสิทธิภาพในการสื่อสารภายในองค์การของพนักงานบริษัทเอกชนใน

เขตกรุงเทพมหานคร มากที่สุด รองลงมา คือ กระบวนการสื่อสารด้านช่องทางการสื่อสาร บรรยายภาคในการสื่อสารภายในองค์การด้านการสนับสนุนซึ่งกันและกัน กระบวนการสื่อสารด้านผู้ส่งสาร และบรรยายภาคในการสื่อสารภายในองค์การด้านการเปิดเผยการสื่อสารจากบนลงล่าง ตามลำดับ โดยร่วมกันพยากรณ์ประสิทธิภาพในการสื่อสารภายในองค์การของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ได้คิดเป็นร้อยละ 63.1 นอกจากนี้ จากการศึกษาของ วิไล เจียรบรรพต (2558) พบว่า บรรยายภาคการสื่อสารในองค์การมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการสื่อสารนโยบายด้านการพัฒนาบุคลากรของหัวหน้าหอผู้ป่วย ในโรงพยาบาลระดับตติยภูมิ สังกัดสำนักการแพทย์ กรุงเทพมหานคร โดยสามารถอธิบายความแปรปรวนของประสิทธิผลของการสื่อสารนโยบายด้านการพัฒนาบุคลากรของหัวหน้าหอผู้ป่วย ในโรงพยาบาลระดับตติยภูมิ สังกัดสำนักการแพทย์ กรุงเทพมหานคร ส่วนเจตคติและประสบการณ์การทำงาน ไม่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการสื่อสารนโยบายด้านการพัฒนาบุคลากรของหัวหน้าหอผู้ป่วย ในโรงพยาบาลระดับตติยภูมิ สังกัดสำนักการแพทย์ กรุงเทพมหานคร อีกทั้งงานวิจัยของ ฐาปณี บุญเกียรติ (2559) ยังพบว่าบรรยายภาคองค์การด้านโครงสร้างของงานด้านความรับผิดชอบและด้านการยอมรับมีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์การ และบรรยายภาคองค์การด้านการสนับสนุน ด้านโครงสร้างของงานและด้านความรับผิดชอบมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของพนักงานงานต่อองค์การ

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. กรอบแนวคิด

กรอบแนวคิดการวิจัย ปรากฏดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

2. ประชากรตัวอย่าง

ผู้วิจัยจึงกำหนดประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 4,325 คน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเลือกใช้สูตรของคอเครน (Cochran, 1977) โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่น 95% จากการแทนค่าสูตรทำให้ได้ขนาดตัวอย่างไม่น้อยกว่า 353 ตัวอย่าง เพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงกำหนดให้มีการสำรวจเพิ่มจำนวน 17 คน รวมขนาดของแบบสอบถามที่ทำการแจกทั้งสิ้น 370 ฉบับ โดยทำการการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิตามสัดส่วน (Proportionate Stratified Random Sampling) ตามสายงาน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยได้พัฒนาแบบสอบถามจากการทบทวนวรรณกรรม ศึกษาค้นคว้า จากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอิทธิพลของปัจจัยบรรยากาศภายในองค์การ กระบวนการสื่อสารภายในองค์การ ที่มีต่อประสิทธิผลในการสื่อสารภายในองค์การของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร และทำการทดสอบหาความเชื่อมั่น (Reliability Test) โดยค่า Cronbach's Alpha ที่ได้อยู่ระหว่าง 0.754 – 0.899 ซึ่งอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ แสดงว่าเครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจครั้งนี้มีความน่าเชื่อถือ

4. วิเคราะห์ข้อมูล

ทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้ทั้งหมดมาวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์โดยใช้สถิติพรรณนา โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) การแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และทำการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) ด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยใช้วิธีวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่องอิทธิพลของปัจจัยบรรยากาศภายในองค์การ กระบวนการสื่อสารภายในองค์การ ที่มีต่อประสิทธิผลในการสื่อสารภายในองค์การของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร

1. ประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์การ

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การแปลความหมายและระดับความคิดเห็นต่อ ปัจจัยด้านประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์การ ในภาพรวมทั้งหมด

ประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์การ	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านการสื่อสารที่ตรงประเด็นบรรลุเป้าหมายขององค์การ	3.90	0.65	มาก
2. ด้านการสื่อสารที่มีความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร	3.67	0.71	มาก
3. ด้านการสื่อสารที่ทันต่อเวลา และสถานการณ์	3.80	0.70	มาก
ประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์การ	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
4. ด้านการสื่อสารที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมของพนักงานในองค์การที่มีผลต่อความสำเร็จขององค์การ	4.00	0.61	มาก
รวม	3.84	0.60	มาก

จากตารางที่ 2 ผลจากการวิจัย พบว่า พนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานครที่เป็นตัวอย่างเห็นว่า ประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์การในภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการสื่อสารที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมของพนักงานในองค์การที่มีผลต่อความสำเร็จขององค์การ รองลงมาคือ ด้านการสื่อสารที่ตรงประเด็นบรรลุเป้าหมายขององค์การ ด้านการสื่อสารที่ทันต่อเวลา และสถานการณ์ และด้านการสื่อสารที่มีความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร ตามลำดับ อาจเนื่องมาจาก การสื่อสารในองค์การซึ่งอยู่ในช่วงเวลาของการเปลี่ยนแปลงขององค์การนั้น พนักงานมีความคิดเห็นว่าการสื่อสารเพื่อวัตถุประสงค์ในการรับรู้ และเข้าใจอาจจะไม่เพียงพอ

แต่การสื่อสารก็ต้องสร้างให้เกิดพฤติกรรมที่เกิดขึ้น และเป็นพฤติกรรมที่มีผลต่อความสำเร็จขององค์การ อาทิ การสื่อสารเรื่องนโยบายขององค์การ จะต้องสื่อสารเพื่อให้พนักงานรับรู้และเข้าใจตลอดจนเกิดการนำไปปฏิบัติตามกลยุทธ์ที่ได้จัดสรรลงไปในส่วนงานต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพอีกด้วย และที่สำคัญไม่น้อยไปกว่านั้นคือ พนักงานมีความเห็นว่าการสื่อสารที่ตรงประเด็นมีความสำคัญซึ่งจะทำให้พนักงานปฏิบัติงานได้ตรงกับเป้าหมายขององค์การ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วิไล เจียรบรรพต (2558) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการสื่อสารนโยบายด้านการพัฒนาบุคลากรของหัวหน้าฝ่าย ในโรงพยาบาลระดับตติยภูมิ สังกัดสำนักงานการแพทย์ กรุงเทพมหานคร และพบว่าพนักงานมีระดับความคิดเห็นต่อด้านข้อมูลข่าวสารที่มีความน่าเชื่อถือมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการสื่อสารที่ทันเวลาและสถานการณ์ และ ด้านการสื่อสารที่ตรงประเด็น ตามลำดับ

2. ปัจจัยบรรยากาศภายในองค์การและกระบวนการสื่อสารภายในองค์การที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลในการสื่อสารภายในองค์การ ของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยบรรยากาศภายในองค์การและกระบวนการสื่อสารภายในองค์การที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลในการสื่อสารภายในองค์การ ของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร
ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ปรากฏดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ปัจจัยบรรยากาศภายในองค์การที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลในการสื่อสารภายในองค์การ

ตัวแปรอิสระ	b	Beta	t-value	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	0.558		2.797	0.005
ด้านโครงสร้างการทำงาน	0.215	0.192	3.660	0.000
ด้านความรับผิดชอบ	0.199	0.224	4.062	0.000
ด้านการยอมรับและความไว้วางใจ	0.255	0.272	4.259	0.000
ด้านการสนับสนุนกันและกัน	0.184	0.164	3.547	0.000
R=0.718 R ² =0.515 F=92.535 Sig.=0.000				

จากตารางที่ 3 การวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยบรรยากาศภายในองค์การทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วยด้านโครงสร้างการทำงาน ด้านความรับผิดชอบ ด้านการยอมรับและความไว้วางใจ และด้านการสนับสนุนกันและกัน มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลในการสื่อสารภายในองค์การ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ปัจจัยบรรยากาศภายในองค์การทั้ง 4 ด้านสามารถอธิบายการผันแปรของประสิทธิผลในการสื่อสารภายในองค์การได้ร้อยละ 51.50 โดยด้านการยอมรับและความไว้วางใจมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.272 ค่า t เท่ากับ 4.259 รองลงมาคือ ด้านความรับผิดชอบมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.224 ค่า t เท่ากับ 4.062 ด้านโครงสร้างการทำงานมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.192 ค่า t เท่ากับ 3.660 และด้านการสนับสนุนกันและกัน มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.164 ค่า t เท่ากับ 3.547 ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ วิไล เจียรบรรพต (2558) ที่พบว่าปัจจัยบรรยากาศภายในองค์การ มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการสื่อสารนโยบายด้านการพัฒนาบุคลากรของหัวหน้าผู้ช่วย ในโรงพยาบาลระดับตติยภูมิ สังกัดสำนักงานการแพทย์ อาจเนื่องมาจากการยอมรับและความไว้วางใจเป็นการเปิดโอกาสให้พนักงานได้ปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถและมีการสื่อสารระหว่างกันแบบตรงไปตรงมา ในสถานการณ์การแข่งขันที่องค์กรเคลื่อนตัวอย่างรวดเร็ว การยอมรับและความไว้วางใจจะช่วยให้พนักงานมีขวัญและกำลังใจกล้าที่จะโต้แย้งหรือสื่อสารข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงาน พร้อมทั้งมีความเชื่อมั่นในการบริหารงานของผู้บริหาร และเกิดความศรัทธาในการทำงานของเพื่อนร่วมงาน ส่งผลให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ

ตามมา อีกทั้งการมีความรับผิดชอบต่อการทำงานของพนักงาน ทำให้พนักงานได้ใช้ความรู้ความสามารถเต็มที่ มีอิสระในการตัดสินใจในงานที่ได้รับมอบหมาย และมีการเปิดโอกาสให้พนักงานแสดงความคิดเห็นใหม่ๆ ในงานที่ตนเองรับผิดชอบเสมอ ซึ่งจะส่งผลต่อความสัมพันธ์กับการสื่อสารในองค์การให้มีประสิทธิผลเพิ่มมากขึ้น และสอดคล้องไปกับแนวคิดของ Litwin and Stringer (1968, p. 189-190) อ้างถึงใน เบญจวรรณ แจ่มจำรูญ, 2557, น. 18-20) ซึ่งกล่าวถึงบรรยากาศองค์การที่เน้นความสัมพันธ์ (Affinitive-oriented Climate) คือ เปิดโอกาสให้เกิดการรวมกลุ่ม และมีความสัมพันธ์ที่อบอุ่นจริงใจ ให้การยอมรับและไว้วางใจ ทำให้เกิดความเป็นอิสระในการทำงาน โดยมีโครงสร้างองค์การที่ไม่เข้มงวดหรือบีบบังคับเกินไปและให้เกิดการยอมรับว่าบุคคลเป็นสมาชิกของกลุ่มงาน จะนำไปสู่การสื่อสารที่มีประสิทธิผลและความสำเร็จตามเป้าหมายงานได้ง่ายมากขึ้น

สมมติฐานที่ 2 กระบวนการสื่อสารภายในองค์การที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลในการสื่อสารภายในองค์การของพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ปรากฏดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 กระบวนการสื่อสารภายในองค์การที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลในการสื่อสารภายในองค์การ

ตัวแปรอิสระ	b	Beta	t-value	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	0.419		3.221	0.001
ข้อมูลข่าวสาร	0.225	0.232	6.322	0.000
ช่องทางการสื่อสาร	0.415	0.474	10.946	0.000
ข้อมูลย้อนกลับ	0.246	0.254	6.037	0.000
R=0.830 R ² =0.689 F=257.950 Sig.=0.000				

จากตารางที่ 4 การวิเคราะห์พบว่า กระบวนการสื่อสารภายในองค์การที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลในการสื่อสารภายในองค์การ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ประกอบด้วย ข้อมูลข่าวสาร ช่องทางการสื่อสาร และข้อมูลย้อนกลับ และสามารถอธิบายการผันแปรของประสิทธิผลในการสื่อสารภายในองค์การได้ร้อยละ 68.90 โดยช่องทางการสื่อสารมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.474 ค่า t เท่ากับ 10.946 รองลงมาคือ ข้อมูลย้อนกลับ มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.254 ค่า t เท่ากับ 6.037 และข้อมูลข่าวสารมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.232 ค่า t เท่ากับ 6.322 ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญจวรรณ แจ่มจำรูญ (2557) ที่ พบว่า ช่องทางการสื่อสารเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสื่อสารทำหน้าที่นำสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร และยังสอดคล้องกับแนวคิดของเสนาะ ตีแยวี่ (อ้างถึงใน เบญจวรรณ แจ่มจำรูญ 2557, น. 92) ที่กล่าวไว้ว่า การจัดให้มีช่องทางการติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ได้แก่ การจัดให้มีระบบและวิธีการในการแจ้งข้อมูลข่าวสารภายในองค์การให้พนักงานรับรู้โดยทั่วถึง การจัดระบบข่าวสารอาจจะกระทำได้หลายรูปแบบ เช่น วารสาร บันทึกรับข้อความ อีเมล ศูนย์การเผยแพร่ข่าวสารหรือสิ่งตีพิมพ์อื่นใด พนักงานภายในองค์การจะเกิดความพอใจมากขึ้น หากสามารถหาข้อมูลหรือส่งข้อมูลไปยังเพื่อนร่วมงาน หรือหน่วยงานต่างๆ ในองค์การได้อย่างทั่วถึงและตามที่ต้องการ และอาจเนื่องมาจาก ในยุคของการสื่อสารดิจิทัล ในองค์การที่ให้บริการดิจิทัลนั้น พนักงานมีความต้องการใช้ช่องทางการสื่อสารที่สะดวก ทันสมัย และสื่อสารในการทำงานกันได้ทุกที่ทุกเวลา ซึ่งหากองค์การมีช่องทางการสื่อสารที่รวบรวมข้อมูลข่าวสารได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น จะมีความผลต่อประสิทธิผลในการสื่อสารภายในองค์การ นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับแนวคิด เบิร์นาร์ด (Barnard, 1986, อ้างถึงใน วิไล เจียรบรรพต, 2558, น. 26) ที่กล่าวถึงความสำคัญในการนำพาองค์การไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ ประกอบไปด้วยองค์ประกอบที่สำคัญลำดับ 1-2 ได้แก่ ช่องทางการสื่อสารที่ชัดเจน และช่องทางการสื่อสารที่

แน่นอนต่อบุคลากรในองค์กร และสำหรับข้อมูลย้อนกลับมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลในการสื่อสารภายในองค์กรตามมา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดตามแบบจำลองของ ออสกู๊ดและชรามม์ (Osgood & Schramm 2009, p. 11 อ้างถึงใน ญักรัษฎา วิจิตรจามรี, 2558, น. 13-14) ซึ่งกล่าวถึงปฏิกริยาในการตอบกลับในการสื่อสาร (Feedback) ว่าเป็นกระบวนการที่ทำให้การสื่อสารครบวงจร สร้างประโยชน์ต่อผู้ส่งสารได้ว่าผู้รับสารเข้าใจและตีความสารที่ส่งไปในลักษณะใด และยังสามารถทำให้ผู้ส่งสารนำมาปรับปรุงแก้ไขในครั้งต่อไป ก่อให้เกิดประสิทธิผลในการสื่อสารมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้

1) ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กรด้านการยอมรับและความไว้วางใจมีอิทธิพลระดับมากกับประสิทธิผลในการสื่อสารภายในองค์กร ซึ่งแสดงว่าหากผู้บริหารต้องการให้เกิดประสิทธิผลในการสื่อสารภายในองค์กร จะต้องคำนึงถึงปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กร ด้านการยอมรับและความไว้วางใจมาเป็นลำดับแรก และเมื่อพิจารณาระดับความคิดเห็นภาพรวมของด้านการยอมรับและความไว้วางใจอยู่ในระดับมาก แต่ยังสามารถเพิ่มเติมแนวทางการสร้างบรรยากาศในด้านการยอมรับและความไว้วางใจให้เกิดขึ้นภายในองค์กรให้ดียิ่งขึ้นไปอีก โดยเฉพาะเรื่อง การได้รับคำชมจากผู้บังคับบัญชาอย่างสม่ำเสมอ เพราะมีระดับค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดในด้านนี้ สะท้อนให้เห็นว่าผู้บังคับบัญชาไม่ค่อยได้มีการชื่นชมผู้ใต้บังคับบัญชาอย่างสม่ำเสมอ ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะกับผู้บริหาร โดยควรมุ่งเน้นการสร้างวัฒนธรรมองค์กรด้าน Reward and Recognition ทั้งแบบทางการและไม่ทางการ อาทิ แบบทางการ บริษัทโดย หน่วยงานทรัพยากรบุคคลประกาศนโยบายและจัดหาเครื่องมือให้ผู้บังคับบัญชาได้มอบรางวัลพนักงาน หรือมอบคะแนนสะสมเพื่อแลกของขวัญพิเศษหรือเงินรางวัล เมื่อพนักงานปฏิบัติงานได้ตามเป้าหมายของหน่วยงานและองค์กร โดยมีการกำหนดหลักเกณฑ์การให้รางวัลที่ชัดเจน และสำหรับการให้คำชื่นชมแบบไม่เป็นการ บริษัทโดยทีม Corporate Culture สามารถจัดทำโครงการชื่นชมคนทำดีภายในองค์กร โดยจัดให้มีช่องทางให้ได้แสดงออกถึงการชื่นชมพนักงานที่เป็นคนเก่ง คนดี ผ่านบอร์ดประชาสัมพันธ์ Digital Media หรือกิจกรรมพิเศษภายในองค์กร เพื่อสร้างให้เกิดการยอมรับและไว้วางใจภายในองค์กรมากยิ่งขึ้น สำหรับประเด็นที่ผู้บริหารจำเป็นต้องให้ความสำคัญรองลงมาคือ เรื่องการได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติงานที่สำคัญโดยปราศจากการควบคุม เพราะการสื่อสารในบรรยากาศที่ให้ความยอมรับและสร้างความไว้วางใจจะต้องให้พนักงานได้เมื่อพนักงานได้รับโอกาสปฏิบัติงานที่สำคัญแล้ว จะต้องรู้สึกถึงการได้รับอิสระทางความคิด โดยปราศจากการควบคุม กรณีนี้ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่า ฝ่ายพัฒนาทรัพยากรบุคคล ควรจัดให้มีหลักสูตรพัฒนา Soft skill ของผู้บริหารระดับผู้จัดการขึ้นไปอย่างต่อเนื่อง ในเรื่องการบริหารคน การ Coaching โดยใช้คำถามที่ทรงพลัง สร้างการเปิดใจรับฟัง (Openness) เพื่อให้ผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชาเปิดใจรับฟัง และสื่อสารระหว่างการปฏิบัติงานให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด นอกจากนี้ผู้วิจัยเสนอแนะให้หน่วยงาน Corporate Culture จัดโครงการพิเศษ เพื่อเน้นย้ำการสร้างวัฒนธรรมองค์กรเรื่องการเปิดใจรับฟัง (Openness) ให้เกิดขึ้นทั้งองค์กร ผ่านการณรงค์ พูดคุย จัดทำและเผยแพร่วิดีโอออนไลน์ข้อคิดและแนวทางในการบริหารงานของผู้บริหารระดับสูง เพื่อเป็น Role Model ในด้านนี้ เป็นต้น

2) ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยบรรยากาศภายในองค์กรด้านความรับผิดชอบ มีอิทธิพลในระดับมากกับประสิทธิผลในการสื่อสารภายในองค์กรรองลงมา เมื่อพิจารณาระดับความคิดเห็นภาพรวมของด้านความรับผิดชอบอยู่ในระดับมาก แต่ยังสามารถเพิ่มเติมแนวทางการสร้างบรรยากาศในด้านความรับผิดชอบให้ดียิ่งขึ้นได้อีก โดยเฉพาะเรื่องปริมาณงานที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบอยู่ในระดับที่เหมาะสมในสถานการณ์ที่มีการแข่งขันสูงขององค์กร ปฏิเสธไม่ได้ว่าองค์กรต้องเร่งทำผลงาน พนักงานจึงต้องมีความรับผิดชอบงานที่มากขึ้น ปริมาณงานที่มากขึ้นตามมา ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่าผู้บังคับบัญชาจะต้องสื่อสารกับผู้ใต้บังคับบัญชาเพื่อหาแนวทางในการจัดสรรงานให้เหมาะสม หรือการนำเทคโนโลยี และระบบมารองรับในการปฏิบัติงาน หรือท้ายที่สุดคือการที่ฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคลร่วมกับผู้บริหารระดับสูงร่วมกันวางแผนกำลังคนให้เหมาะสมยิ่งขึ้น

3) ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการสื่อสารภายในองค์กร ด้านช่องทางการสื่อสาร มีอิทธิพลระดับมากกับประสิทธิผลในการสื่อสารภายในองค์กร ซึ่งแสดงว่าหากผู้บริหารต้องการให้เกิดประสิทธิผลในการสื่อสารภายในองค์กร จะต้องคำนึงถึงกระบวนการสื่อสารภายในองค์กร ด้านช่องทางการสื่อสารมาเป็นลำดับแรก เพราะเมื่อพิจารณาระดับความคิดเห็นภาพรวมของด้านช่องทางการสื่อสารนั้นอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณารายปัจจัยพบว่า ยังสามารถพัฒนาช่องทางการสื่อสารในเรื่อง ความครบถ้วน ทันสมัย และสามารถค้นหาข้อมูลย้อนหลังของข้อมูลข่าวสารภายในองค์กรได้มากขึ้น โดยจะเห็นได้ว่าพนักงานมีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยต่ำที่สุดในด้านช่องทางการสื่อสาร ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่าช่องทางการสื่อสารภายในองค์กรยังขาดความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารย้อนหลัง พนักงานยังไม่สามารถเรียกดูข้อมูลได้ทันต่อความต้องการ ซึ่งผู้วิจัยขอเสนอแนะว่า แผนการสื่อสารภายในองค์กรควรพัฒนาระบบ Intranet ในการเก็บข้อมูลข่าวสาร โดยแยกหมวดหมู่ให้ชัดเจน และมีช่องทางให้พนักงานสามารถค้นหา (Search) ข่าวสารย้อนหลังได้อย่างสะดวกรวดเร็ว

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรเพิ่มเติมเกี่ยวกับการเก็บข้อมูลในรูปแบบการสัมภาษณ์เชิงลึกทั้งแบบเดี่ยวและกลุ่ม เพื่อให้ได้รับข้อมูลความคิดเห็นที่มีรายละเอียดมากยิ่งขึ้น
2. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรเพิ่มเติมนกลุ่มเป้าหมาย เป็นพนักงานนอกเขตกรุงเทพมหานคร อันได้แก่ พนักงานชุมสาย พนักงานที่ปฏิบัติงานในส่วนภูมิภาค ซึ่งประกอบไปด้วย 5 ภูมิภาค คือ ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคตะวันตก และภาคใต้ เพื่อให้เกิดความครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายในการศึกษามากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- รังสรรค์ ประเสริฐศรี. (2548). *พฤติกรรมองค์กร*. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- สุรพงษ์ โสธนเสถียรและสถาพร สายเชื้อ. (2549). *การสื่อสารเพื่อการจัดการในองค์กรธุรกิจ*. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ประสิทธิ์ภัณฑ์แอนด์พรินติ้ง.
- สุรพงษ์ โสธนเสถียร. (2549). *การสื่อสารเพื่อการจัดการ*. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ประสิทธิ์ภัณฑ์แอนด์พรินติ้ง.
- ณัฐพันธ์ เขจรนนท์. (2551). *พฤติกรรมองค์กร*. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น.
- สมยศ นาวิการ. (2554). *การติดต่อสื่อสารขององค์กร*. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์บรรณกิจ.
- นิคมล มณีสว่าง. (2558). *การสื่อสารในองค์กร*. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ณัฐชุตา วิจิตรจามรี. (2558). *การสื่อสารในองค์กร*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ทรรศพรรณ พิริยประเสริฐ. (2554). *การสื่อสารภายในองค์กรของสมาคมอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย*. (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เบญจวรรณ แจ่มจำรูญ. (2557). *ปัจจัยบรรยากาศในการสื่อสารภายในองค์กร กระบวนการในการสื่อสารและสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการสื่อสารภายในองค์กรของบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ฐาปณี บุญยเกียรติ. (2559). *การรับรู้บรรยากาศองค์การที่มีอิทธิพล ต่อความผูกพันต่อองค์การ และพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของพนักงานต่อองค์การ*. (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไป. บริหารธุรกิจ). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- วิไล เจียรบรรพต. (2558). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการสื่อสารนโยบายด้านการพัฒนาบุคลากรของหัวหน้าหอผู้ป่วย ในโรงพยาบาลระดับตติยภูมิสังกัดสำนักงานการแพทย์ กรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, พยาบาลศาสตร์มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- รังสิมา เพลงรัตน์. (2009). *ความสำคัญของบรรยากาศองค์การ*. สืบค้น 5 ตุลาคม 2561, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/276455>