

การสื่อสารภายในองค์กรเพื่อการบริหารงาน
ของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

Internal Communication for Administration
of the Faculty of Humanities and Social Sciences,
Kamphaeng Phet Rajabhat University

จิรพงษ์ เทียนแขก¹

Jirapong Teankaeg

พิษณุ บุญนิยม²

Phitsanu Boonniyom

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการสื่อสารภายในองค์กร 2) เพื่อเปรียบเทียบการสื่อสารภายในองค์กร 3) เพื่อศึกษาช่องทางการสื่อสารภายในองค์กร และ 4) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการสื่อสารภายในองค์กรของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ประชากร ได้แก่ ผู้บริหาร คณาจารย์ และเจ้าหน้าที่ ของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จำนวน 85 คน เครื่องที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ซึ่งมีได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.970 โดยเก็บข้อมูลแบบสอบถามออนไลน์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการสัมภาษณ์ วิเคราะห์และนำเสนอแบบความเรียง ผลการวิจัยพบว่า การสื่อสารภายในองค์กรเพื่อการบริหารงานของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ โดยภาพรวมทั้ง 3 ด้าน มีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการสื่อสารภายในองค์กร ค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.96$ รองลงมา ด้านการกำหนดภารกิจ

¹ นักวิชาการคอมพิวเตอร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

² อาจารย์ประจำหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

และเป้าหมายของการสื่อสาร ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.90$) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ด้านการมอบหมายตามบทบาทหน้าที่ ($\bar{X} = 3.89$) ผลการเปรียบเทียบ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด และสถานภาพ ไม่มีความสัมพันธ์กับการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อการบริหารงานของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สำหรับช่องทางการทราบข่าวสารของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มากที่สุดคือ จาก Line HUSO (HUSO NEWS) ร้อยละ 67.06 ช่องทางที่เหมาะสมสำหรับคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ คือ Line HUSO (HUSO NEWS) ร้อยละ 65.88 และแนวทางพัฒนาการสื่อสารภายในองค์กรของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ประกอบด้วย 1) ผู้บริหารควรสื่อสารทิศทาง ภารกิจ และเป้าหมายของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์สู่บุคลากรทั้งสายวิชาการและสายสนับสนุน 2) ผู้บริหารควรพิจารณาถึงศักยภาพของผู้ปฏิบัติงานเป็นสำคัญก่อนมอบหมายงานให้บุคลากร และ 3) คณะฯ ควรมิกติดำเนินการใช้ช่องทางการสื่อสารภายในองค์กรเฉพาะข้อมูลเกี่ยวกับการปฏิบัติงานที่มีสาระสำคัญ ไม่มีความจำเป็นที่ข้อมูลส่วนบุคคลในช่องทางการสื่อสารของคณะ

คำสำคัญ: การสื่อสารภายในองค์กร, การบริหารงาน

Abstract

This research aims to 1) study internal communication, 2) compare the communication within the organization, 3) study internal communication channels, and 4) study the development of communication within the organization of the Faculty of Humanities and Social Sciences, Kamphaeng Phet Rajabhat University. The population of 85 persons includes faculty executives and staff. The online questionnaires are used in the study to collect the data. The questionnaire reliability is 0.97. The data are analyzed for frequency, percentage, average, standard deviation, t-test, and f-test. The results of the overall communication within the organization for the faculty

administration is at the very high level of practice (= 3.92). When considering each aspect, it is found that the internal communication is the highest average (= 3.96), followed by the mission determination and communication goals (=3.90) and the role-based assignment duties (=3.89). There is no relationship between the internal communication for the faculty administration and other factors including population gender, age, educational level, and status. The most informative communication channel is Line HUSO (HUSO NEWS), 67.06 percent. It is convenient for the Faculty of Humanities and Social Sciences with 65.88 percent. The development guidelines for the internal communication of the faculty administration are: 1) executives should provide the academic and supporting staff direct communication for the faculty missions, 2) executives should consider and assign the duties on the basis of the staff potentials, and 3) the faculty should have the rules for using communication channels within the organization only for information about substantive operations. The staff personal data should not appear in any faculty communication channels.

Keywords: Internal Communication, Management

บทนำ

การสื่อสารของมนุษย์เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วส่งผลต่อการรับรู้ ข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ และเทคโนโลยีนั้นส่งผลให้คนในสังคมต้องปรับตัวและติดตามให้ทันต่อสิ่งต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงไป ปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้คนในสังคมก้าวทันการเปลี่ยนแปลง คือ การสื่อสารในรูปแบบ วิธีการหรือพฤติกรรมการสื่อสาร ซึ่งส่งผลต่อการรับรู้ เรียนรู้ โดยการสื่อสารหลายรูปแบบ หลายวิธีการ ทั้งระดับการสื่อสาร ทิศทางการสื่อสาร การสื่อสารแบบทางการ เช่น การ

พูดคุยอย่างเป็นทางการ การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ การสื่อสารแบบวัจนะ (Verbal Communication) การสื่อสารทั่ว ๆ ไปที่อาศัยคำ (Word) หรือเลขจำนวน (Number) หรือการเน้น (Punctuation) เป็นสัญลักษณ์ของข่าวสาร และการสื่อสารเชิงอวัจนะ (Nonverbal Communication) เป็นการสื่อสารที่ใช้สัญลักษณ์อย่างอื่นซึ่งไม่ใช่ภาษาพูดหรือภาษาเขียนในการสื่อสารแต่เป็นภาษาที่รับรู้และเข้าใจกันในแต่ละสังคม (วิไลลักษณ์ สุวจิตตานนท์, 2539, หน้า 7) การสื่อสารเป็นการถ่ายทอด ส่งผ่านข้อมูล ข่าวสารจากคนหนึ่งไปยังอีกคนหนึ่ง เพื่อให้เกิดถ่ายทอดข่าวสาร แลกเปลี่ยนข้อมูล และสร้างความเข้าใจระหว่างกัน โดยการสื่อสารทั่วไปนั้นประกอบไปด้วย 4 องค์ประกอบหลัก คือ ผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการสื่อสาร และผู้รับสาร (Judith R. Gordon and associates, 1990, p. 139; กิตติมา สุรสนธิ, 2541, หน้า 7-18)

การสื่อสารองค์กร (Organizational Communication) เป็นกระบวนการถ่ายทอดข่าวสาร ข้อมูล ความรู้ ประสบการณ์ ความรู้สึก ความคิดเห็น ความต้องการเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ เสริมสร้างเป้าหมายไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จขององค์กรคือประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กร (Gibson and Hodgetts, 1991, p.12) อาจใช้กระบวนการหลายรูปแบบที่แตกต่างกันไปตามความเหมาะสมจะช่วยก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจระหว่างกัน ช่วยส่งสารไปยังทุกคนในองค์กรให้มีความเข้าใจในแนวนโยบาย พันธกิจ วิสัยทัศน์และเป้าหมายองค์กรร่วมกัน เป็นการสร้างความร่วมมือและประสานสัมพันธ์กันในทุกระดับ ช่วยเสริมสร้างความเข้าใจให้กับคนในองค์กรให้ดำเนินงานไปในทิศทางเดียวกัน ปัญหาการสื่อสารที่เกิดขึ้นจากปัจจัยต่างๆ นั้น ส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการสื่อสารโดยรวมและอาจสะสมจากปัญหาเล็กๆ จนกลายเป็นปัญหาใหญ่ขึ้น เพราะการสื่อสารภายในมีปัญหา ขาดประสิทธิภาพ บุคลากรเข้าใจเป้าหมายองค์กรต่างกันส่งผลต่อปัญหาและการสื่อสารในองค์กรสามารถหาแนวทางในการแก้ไข ปรับปรุง พัฒนา เพื่อลดปัญหาที่เกิดจากการสื่อสาร และสามารถขับเคลื่อนองค์กรให้ก้าวต่อไป การสื่อสารในองค์กรมีบทบาทสำคัญยิ่งในการตัดสินใจสำหรับการบริหาร ผู้บริหารไม่สามารถตัดสินใจได้หากปราศจากข้อมูล ซึ่งข้อมูลจะต้องได้มาจากการติดต่อสื่อสาร

(จรัสโฉม ศิริรัตน์, 2558, หน้า 7) การนำพจนานุกรมให้บรรลุปาหมายได้นั้น สิ่งสำคัญคือการสื่อสารซึ่งมีจุดมุ่งหมายเพื่อรับและส่งข่าวสารด้านต่าง ๆ สำหรับผู้ที่ติดต่อเกี่ยวข้องกัน โดยมุ่งให้ความรู้และสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องและทำให้องค์กรบรรลุพันธกิจ (เอกชัย กี่สุขพันธ์, 2538, หน้า 91; เรียม ศรีทอง, 2542, หน้า 242; สมพร สุทัศนีย์, 2544, หน้า 294) นอกจากปัญหาการสื่อสารก่อให้เกิดผลเสียในระดับปัจเจกบุคคลแล้วยังก่อให้เกิดผลเสียในระดับองค์กรอีกด้วย องค์กรไม่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ลดคุณภาพของการตัดสินใจ ลดความพึงพอใจ ในงานของผู้ปฏิบัติงาน การขาดงานเพิ่มขึ้น อัตราการเข้าออก ในงานจะสูงขึ้น และลดผลิตภาพขององค์กรโดยรวม (นิตยา เงินประเสริฐศรี, 2544, หน้า 204-206)

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร มีพันธกิจ ประกอบด้วย 1) จัดการศึกษาทางด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ 2) ทำการวิจัยเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่และแก้ปัญหาท้องถิ่น 3) ปรับปรุง พัฒนาและเผยแพร่เทคโนโลยีที่เหมาะสมต่อท้องถิ่น 4) ให้บริการทางวิชาการแก่ท้องถิ่น และ 5) ทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นผู้นำองค์กรภายใต้วิสัยทัศน์ “เป็นผู้นำในการสร้างสรรค์องค์ความรู้และนวัตกรรมเพื่อพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน” โดยการมีส่วนร่วมของบุคลากรทุกระดับที่ยึดถือวัฒนธรรมองค์กรร่วมกัน คือ “มีมนุษยธรรม มีน้ำหนึ่งใจเดียว มุ่งสู่สังคมสร้างสรรค์สิ่งใหม่/ภูมิปัญญาอย่างยั่งยืน” มีเอกลักษณ์ของคณะ คือ “มุ่งเน้นท้องถิ่น สานศิลปวัฒนธรรม” จัดการเรียนการสอนในระดับปริญญาตรี จำนวน 10 สาขาวิชา นอกจากนี้ มีกลุ่มวิชาอีก 2 กลุ่มวิชาเพื่อสอนในรายวิชาศึกษาทั่วไป ได้แก่ กลุ่มวิชาปรัชญาและศาสนาและกลุ่มวิชานาฏศิลป์และการละคร จากการสำรวจในเบื้องต้นเกี่ยวกับการรับข้อมูลข่าวสารของบุคลากรในคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ พบว่า มีความคลาดเคลื่อนในบางข่าวสาร ซึ่งส่งผลต่อการปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุพันธกิจ ทั้งนี้ คณะฯ ได้ติดตามตรวจสอบและเร่งรัดการดำเนินงานโครงการและเบิกจ่ายงบประมาณให้ตรงตามไตรมาส เมื่อประเมินผลการดำเนินงาน และการใช้งบประมาณ 2563 พบว่า ไตรมาส 1-3 งบเงินรายได้ บ.กศ.มี 12 โครงการ โครงการที่ดำเนินการเสร็จสิ้น 2

โครงการ คิดเป็นร้อยละ 16.66 ไตรมาส 1-3 งบประมาณรายได้ กศ.บป. มี 6 โครงการ โครงการที่ดำเนินการเสร็จสิ้น 1 โครงการ คิดเป็นร้อยละ 16.66 ไตรมาส 1-3 งบประมาณแผ่นดินมี 46 โครงการ โครงการที่ดำเนินการเสร็จสิ้น 9 โครงการ คิดเป็นร้อยละ 19.56 (คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 2563, หน้า 116) สะท้อนให้เห็นการดำเนินการเบิกจ่ายงบประมาณไม่เป็นไปตามไตรมาส จากรายงานการประเมินความเสี่ยงระดับคณะพบว่า ควรสำรวจการสื่อสารในองค์กรเพื่อเป็นฐานในการพัฒนาปรับปรุงองค์กร

ด้วยเหตุผลดังกล่าวนี้ การบริหารงานยังไม่เป็นไปตามไตรมาส สะท้อนประสิทธิผลและประสิทธิภาพขององค์กร สิ่งสำคัญเกี่ยวกับการสื่อสารภายในองค์กร จึงต้องทำการวิจัยการสื่อสารภายในองค์กรของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และเพื่อปรับปรุงช่องทางการสื่อสารภายในองค์กร เพื่อนำผลการวิจัยมาเป็นแนวทางปรับปรุงและพัฒนาต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการสื่อสารภายในองค์กรของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
2. เพื่อเปรียบเทียบการสื่อสารภายในองค์กรของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
3. เพื่อศึกษาช่องทางการสื่อสารภายในองค์กรของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
4. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการสื่อสารภายในองค์กรของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหาร คณาจารย์ และเจ้าหน้าที่ ของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร จำนวน 85 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 2 เมษายน 2564)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยมีลักษณะของแบบสอบถาม การสร้างและการหาคุณภาพของเครื่องมือ ดังนี้

2.1 ลักษณะเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ตอนและมีลักษณะ ดังนี้

ตอนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม 1) เพศ 2) อายุ 3) ระดับการศึกษาสูงสุด และสถานภาพ

ตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อการบริหารงานของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

- 1 หมายถึง การปฏิบัติน้อยที่สุด
- 2 หมายถึง การปฏิบัติน้อย
- 3 หมายถึง การปฏิบัติปานกลาง
- 4 หมายถึง การปฏิบัติมาก
- 5 หมายถึง การปฏิบัติมากที่สุด

2.2 การสร้างและหาคุณภาพของแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามและนำแบบสอบถามมาหาคุณภาพ โดยการหาความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารภายในองค์กรจาก หนังสือเอกสารและผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วกำหนดเป็นกรอบให้ครอบคลุมเนื้อหาและวัตถุประสงค์ที่ทำการวิจัย

2. สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับการสื่อสารภายในองค์กรของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ตามกรอบแนวคิดการวิจัย

3. หาความเที่ยงตรง (Validity) โดยการนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) จำนวน 5 ท่าน

จากนั้น นำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของแต่ละข้อ (Index of Item Objective Congruence : IOC) ได้ค่า IOC มากกว่า 0.60 ขึ้นไปทุกข้อ

4. หาความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขจากผู้เชี่ยวชาญแล้วไปทดลองใช้กับบุคลากรของคณะครุศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ คณะวิทยาศาสตร์ และคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรมและหน่วยงานอื่นๆ ในมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร จำนวน 30 คน แล้วนำมาตรวจให้คะแนนเพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของความเชื่อมั่นตามวิธีการของครอนบาค (Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.970

5. ปรับปรุงแบบสอบถามให้สมบูรณ์และจัดทำแบบสอบถามออนไลน์เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยต่อไป

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อการบริหารงานของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูล

2. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากร จำนวน 85 คน โดยการนำแบบสอบถามฉบับที่สมบูรณ์แล้ว ไปเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างแบบออนไลน์

3. เก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ตอบเสร็จแล้วมาตรวจสอบความเรียบร้อยสมบูรณ์แล้วนำไปทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคล วิเคราะห์โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2. ข้อมูลเกี่ยวกับการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อการบริหารงานของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

3. การเปรียบเทียบข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามกับการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อการบริหารงานของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร วิเคราะห์โดย t-test, f-test

4. ช่องทางและความเหมาะสมของการทราบข่าวสารของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ วิเคราะห์โดยความถี่ Frequencies ร้อยละ Percentage

5. เกณฑ์การพิจารณาค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อการบริหารงานของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร มีดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2553, หน้า 120 -127)

ช่วงค่าเฉลี่ย การแปลความหมาย

4.51 – 5.00 การปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด

3.51 – 4.50 การปฏิบัติอยู่ในระดับมาก

2.51 – 3.51 การปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง

1.51 – 2.50 การปฏิบัติอยู่ในระดับน้อย

1.00 – 1.50 การปฏิบัติอยู่ในระดับน้อยที่สุด

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การสื่อสารภายในองค์กรเพื่อการบริหารงานของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ค้นพบผลการวิจัยดังต่อไปนี้

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 54.10 ผู้มีอายุ 31 – 35 ปี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 24.70 ระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 54.1 และปัจจุบันผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในสถานะบุคลากรสายวิชาการ จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 74.1

การสื่อสารภายในองค์กรเพื่อการบริหารงานของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ โดยภาพรวมทั้ง 3 ด้าน มีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$) คิดเป็นร้อยละ 78.00 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการสื่อสารภายในองค์กร ค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.96$) คิดเป็นร้อยละ 79.20 รองลงมา ด้านการกำหนดภารกิจ และเป้าหมายของการสื่อสาร ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.90$) คิดเป็นร้อยละ 78.00 และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ด้านการมอบหมายตามบทบาทหน้าที่ ($\bar{X} = 3.89$) คิดเป็นร้อยละ 77.80

การสื่อสารภายในองค์กรเพื่อการบริหารงานของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ด้านการกำหนดภารกิจและเป้าหมายของการสื่อสาร โดยภาพรวม ปฏิบัติอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ปฏิบัติงานยอมรับและปฏิบัติหน้าที่ตามภารกิจและเป้าหมาย ค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.07$) รองลงมา คือ ผู้ปฏิบัติงานให้ความสำคัญกับเป้าหมายขององค์กร ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.02$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ผู้บริหารสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานแก่ผู้ปฏิบัติ และผู้ปฏิบัติงานมีโอกาสร่วมกันกำหนดเป้าหมายของการสื่อสาร ($\bar{X} = 3.76$)

การสื่อสารภายในองค์กรเพื่อการบริหารงานของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ด้านการสื่อสารภายในองค์กร โดยภาพรวมปฏิบัติอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ช่องทางการสื่อสารในระดับ

คณะมีเพียงพอ ค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.18$) รองลงมา คือ ได้รับข่าวสารของคณะอย่างครบถ้วนและรวดเร็ว ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.07$) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ผู้บริหารถ่ายทอดวิสัยทัศน์และพันธกิจให้ผู้ปฏิบัติงานเข้าใจ ($\bar{X} = 3.81$)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศ อายุ การศึกษา และสถานภาพต่างกัน มีการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อการบริหารงานของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ไม่แตกต่างกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามช่องทางการทราบข่าวสารของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ อันดับ 1 ทราบจาก Line คณะ (HUSO NEWS) จำนวน 57 คน ร้อยละ 67.06 รองลงมา คือ ทราบจาก Facebook คณะ (<https://www.facebook.com/HusoKpru/>) จำนวน 10 คน ร้อยละ 11.76 และ ทราบจากเพื่อนร่วมงานในคณะ จำนวน 9 คน ร้อยละ 10.59

ผู้ตอบแบบสอบถามช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสมสำหรับคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ อันดับ 1 ช่องทาง Line HUSO (HUSO NEWS) จำนวน 56 คน ร้อยละ 65.88 รองลงมาคือ ช่องทาง Facebook คณะ (<https://www.facebook.com/HusoKpru/>) จำนวน 8 คน ร้อยละ 9.41 และการประชุมอย่างเป็นทางการกับผู้บริหารและบันทึกข้อความหรือจดหมายเวียน จำนวน 4 คน ร้อยละ 4.71

1. ข้อเสนอแนะด้านการกำหนดภารกิจและเป้าหมายของการสื่อสารเพื่อการบริหารงานของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ดังต่อไปนี้

1.1 ผู้บริหารควรสื่อสารทิศทาง ภารกิจ และเป้าหมาย ของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์สู่บุคลากรทั้งสายวิชาการและสายสนับสนุน

1.2 ผู้บริหารควรเพิ่มความถี่ในการสื่อสารกับบุคลากรของคณะให้มากขึ้นเพื่อสร้างการรับรู้ร่วมกัน

1.3 การสื่อสารภายในองค์กรของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ควรเป็นลักษณะของการให้คำแนะนำเกี่ยวกับการแก้ปัญหการปฏิบัติงานในองค์กร

1.4 การสื่อสารภายในองค์กรควรดำเนินการเพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับพันธกิจของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

1.5 การสื่อสารภายในองค์กรโดยเน้นการมีส่วนร่วมและแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการปฏิบัติของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

2. ข้อเสนอแนะ ด้านการมอบหมายงานตามบทบาทหน้าที่เพื่อการบริหารงานของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

2.1 ผู้บริหารควรพิจารณาถึงศักยภาพของผู้ปฏิบัติงานเป็นสำคัญก่อนมอบหมายงานให้บุคลากร

2.2 ผู้บริหารควรมีช่องทางในการติดตามงานตามลำดับความสำคัญ ความจำเป็น เร่งด่วน และระยะเวลาในการดำเนินการตามระบบการติดตาม

2.3 ผู้บริหารควรพิจารณาปริมาณงานและคุณภาพของงานตามศักยภาพของบุคลากร ก่อนมอบหมายงาน โดยยึดหลักความเป็นธรรมและทั่วถึง

2.4 ผู้บริหารควรมีหลักการสร้างแรงจูงใจ ความสนใจ และการทำงานเป็นทีม เพื่อให้บรรลุพันธกิจของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

3. ข้อเสนอแนะ ด้านการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อการบริหารงานของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

3.1 คณะฯ ควรมีกติกาในการใช้ช่องทางการสื่อสารภายในองค์กร เฉพาะข้อมูลเกี่ยวกับการปฏิบัติงานที่มีสาระสำคัญ ไม่มีควรนำเข้าสู่ข้อมูลส่วนบุคคลในช่องทางการสื่อสารของคณะ

3.2 คณะฯ ควรมีใช้ช่องทางการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อให้บุคลากรทุกกลุ่มได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารและทิศทาง นโยบาย พันธกิจ และเป้าหมายของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

3.3 คณะฯ ควรมีการสื่อสารภายในองค์กรเชิงบวกในการสร้างแรงบันดาลใจ กิจกรรมทางวิชาการ และเวทีวิชาการ เพื่อประโยชน์ของบุคลากรและนักศึกษา

3.4 Line huso news เป็นช่องทางหลักในการสื่อสารภายในองค์กร ควรใช้ให้เป็นประโยชน์และเน้นการสื่อสาร 2 ทาง

การอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง การสื่อสารภายในองค์กรเพื่อการบริหารงาน
ของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
คณะผู้วิจัยค้นพบประเด็นที่ควรนำมา ดังต่อไปนี้

การสื่อสารภายในองค์กรเพื่อการบริหารงานของคณะมนุษยศาสตร์
และสังคมศาสตร์ โดยภาพรวมทั้ง 3 ด้าน มีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการสื่อสารภายในองค์กร ค่าเฉลี่ย
สูงสุด ($\bar{X} = 3.96$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ช่องทางการสื่อสารในระดับ
คณะมีเพียงพอ ค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.18$) รองลงมา คือ ได้รับข่าวสารของคณะ
อย่างครบถ้วนและรวดเร็ว ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.07$) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ
ผู้บริหารถ่ายทอดวิสัยทัศน์และพันธกิจให้ผู้ปฏิบัติงานเข้าใจ ($\bar{X} = 3.81$) ทั้งนี้
อาจเนื่องมาจากคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ไม่ช่องทางในสื่อสารกับ
บุคลากรหลายช่องทางประกอบด้วย Line HUSO (HUSO NEWS), Facebook,
ป้ายประชาสัมพันธ์, หนังสือแจ้งอย่างเป็นทางการ เป็นต้น โดยเฉพาะในยุค
ปัจจุบันเครื่องมือสื่อสารมีความสะดวกรวดเร็วและตรงประเด็นในการแจ้ง
ข้อมูลข่าวสารให้แก่บุคลากรในคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ การสื่อสาร
ภายในองค์กรเป็นไปอย่างรวดเร็วทันต่อสถานการณ์ในการบริหารจัดการและ
การปรับเปลี่ยนแนวการปฏิบัติงานให้มีความคล่องตัวมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้อง
กับ อรอนงค์ สวัสดิ์บุรี (2555, หน้า 8-9) ได้แสดงทัศนะว่า การสื่อสารเป็นการ
ถ่ายทอดสารจากผู้ส่งสารไปสู่ผู้รับสาร และผู้รับสารตีความหมายให้ตรงกับ
วัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารแล้วถ่ายทอดความคิดเห็นของตนเองกับสู่ผู้รับสารอีก
ครั้งหนึ่งโดยผ่านสื่อต่างๆ เช่น คำพูด ท่าทาง รวมไปถึงสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น
โทรศัพท์ วิทยุกระจายเสียง ฯลฯ สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร
จดหมาย สื่อวีดีโอ ฯลฯ (อรอนงค์ สวัสดิ์บุรี, 2555, หน้า 8-9) สำหรับข้อ
คำถามที่ว่า ผู้บริหารถ่ายทอดวิสัยทัศน์และพันธกิจให้ผู้ปฏิบัติงานเข้าใจ ($\bar{X} = 3.81$)
มีคะแนนน้อยกว่าข้ออื่นนั้น อาจเป็นเพราะว่า การถ่ายทอดวิสัยทัศน์
และพันธกิจให้กับผู้ปฏิบัติงานเข้าใจนั้น มีในช่วงของการประชุมใหญ่ เช่น การ

ประชุมเปิด ปิด ภาคเรียน และการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ของคณะประจำปี อย่างไรก็ตาม คณะได้มีการถ่ายทอดพันธกิจของคณะ ผ่านระบบการติดตาม และการประชุมกรรมการบริหารคณะทุกเดือน และมีการถ่ายทอดพันธกิจของคณะผ่านประธานโปรแกรมวิชาสู่คณาจารย์ และบุคลากรอย่างต่อเนื่อง นับได้ว่า การสื่อสารภายในองค์กร 3 ประเภท การสื่อสารแบบสนทนา ช่องทางการสื่อสาร และการสื่อสารและกิจกรรมที่ทำให้เข้าใจความหมาย (Sharma & Kamalanabhan , 2012) การสื่อสารภายในองค์กรคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ เป็นการสื่อสารที่เป็นทั้งแบบการสื่อสารทางเดียวและการสื่อสารสองทางเพื่อให้บุคลากรได้ปฏิสัมพันธ์กับผู้บริหาร ซึ่งสอดคล้องกับ เรวัตรสมบัติทิพย์ (2543, หน้า 23) ได้จำแนกทิศทางการสื่อสารเป็น 2 แบบคือ การสื่อสารแบบทางเดียว (One – Way Communication) และการสื่อสารสองทาง (Two – Way Communication) ผู้ส่งสารจะให้ความสนใจกับปฏิกริยาโต้กลับของผู้รับสาร (Feedback)

สำหรับการสื่อสารภายในองค์กร ด้านการกำหนดภารกิจและเป้าหมายของการสื่อสาร โดยภาพรวม ปฏิบัติอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ปฏิบัติงานยอมรับและปฏิบัติหน้าที่ตามภารกิจและเป้าหมาย ค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.07$) รองลงมา คือ ผู้ปฏิบัติงานให้ความสำคัญกับเป้าหมายขององค์กร ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.02$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ผู้บริหารสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานแก่ผู้ปฏิบัติและผู้ปฏิบัติงานมีโอกาสร่วมกันกำหนดเป้าหมายของการสื่อสาร ($\bar{X} = 3.76$) ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจาก การสื่อสารภายในองค์กรของคณะมนุษยศาสตร์มีจุดมุ่งหมายของการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างผู้บริหารกับผู้ปฏิบัติงานร่วมกัน นอกจากนี้เพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสารที่เป็นทางการ และการร่วมแสดงความคิดเห็นในเมื่อบุคลากรได้รับเกียรติคุณ รางวัล หรือตำแหน่งทางวิชาการ แม้แต่การร่วมแสดงความเสียใจกับบุคลากรในโอกาสบางครั้งคราว อาจกล่าวได้ว่าการสื่อสารภายในองค์กรของคณะเป็นไปตามจุดมุ่งหมายหลายประการ ซึ่งสอดคล้องกับ เอกชัย กี่สุขพันธ์ (2538, หน้า 91) กล่าวว่าจุดมุ่งหมายของการ

สื่อสารมักจะมีดังนี้ 1) เพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสาร 2) เพื่อชักชวนหรือชักจูงให้ผู้รับข่าวสารเกิดความคิดคล้อยตามหรือเกิดการกระทำที่ผู้ส่งข่าวสารต้องการ 3) เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างกัน 4) เพื่อการสอนงาน 5) เพื่อให้ความสนุกสนานหรือสร้างบรรยากาศความเป็นกันเอง และสอดคล้องกับ เรียม ศรีทอง (2542, หน้า 242) กล่าวว่า การติดต่อสื่อสาร มีจุดมุ่งหมาย คือ 1) เพื่อรับและส่งข่าวสารด้านต่าง ๆ สำหรับผู้ที่ติดต่อเกี่ยวข้องกัน โดยมุ่งให้ความรู้และสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง 2) เพื่อจูงใจให้เกิดความร่วมมือ สร้างกำลังใจแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องกันและนำไปสู่การปรับปรุงแก้ไข 3) เพื่อรับส่งความรู้สึกที่ดีและมุ่งรักษามิตรภาพต่อกัน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ สมพร สุทธิศันย์ (2544, หน้า 294) กล่าวว่าจุดมุ่งหมายของการติดต่อสื่อสารในองค์การ คือ 1) เพื่อให้ข้อเท็จจริงและสร้างความเข้าใจอันดีต่อกัน และ 2) เพื่อกระตุ้นและโน้มน้าวจิตใจให้ผู้ปฏิบัติงานปฏิบัติตามแผนที่วางไว้ นอกจากนี้ การสื่อสารภายในองค์กรของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มีความสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายคือบุคลากรของคณะโดยผ่านช่องทาง Social Media ที่หลากหลายตามสถานการณ์ สอดคล้องกับ (จิราวรรณ ยิ้มปลื้ม, 2561,บทคัดย่อ) การพัฒนารูปแบบ วิธีการ เนื้อหาสาระ และช่องทางให้เหมาะสม สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายทุกระดับ

สรุปได้ว่า การสื่อสารภายในองค์กรของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์เพื่อการบริหารงานถูกปรับใช้อย่างเหมาะสมตามสถานการณ์ และมีประเด็นที่ผู้บริหารสามารถปรับให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นตามความต้องการของบุคลากร เพื่อส่งเสริมการบริหารงานให้มีประสิทธิภาพและสร้างความเข้าใจอันดีร่วมกันเพื่อบรรลุพันธกิจขององค์กรด้วย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ผู้บริหารควรสื่อสารทิศทาง การกิจ และเป้าหมาย ของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์สู่บุคลากรทั้งสายวิชาการและสายสนับสนุน

1.2 ผู้บริหารควรพิจารณาถึงศักยภาพของผู้ปฏิบัติงานเป็นสำคัญก่อนมอบหมายงานให้บุคลากร

1.3 คณะฯ ควรมีกติกาในการใช้ช่องทางการสื่อสารภายในองค์กร เฉพาะข้อมูลเกี่ยวกับการปฏิบัติงานที่มีสาระสำคัญ ไม่มีควรนำเข้าสู่ข้อมูลส่วนบุคคลในช่องทางการสื่อสารของคณะ

2. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ผู้บริหารควรกำหนดนโยบายระดับคณะเกี่ยวกับการสื่อสารในองค์กรเพื่อถ่ายทอดทิศทาง ภารกิจ และเป้าหมาย ของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์สู่บุคลากรทั้งสายวิชาการและสายสนับสนุน

3. ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

ผู้บริหารควรศึกษารูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรกับประสิทธิผลของการปฏิบัติงานในระดับคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

4. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรทำการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการสื่อสารภายในองค์กรกับประสิทธิผลของการปฏิบัติงานในระดับคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเรื่อง การสื่อสารภายในองค์กรเพื่อการบริหารงานของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร คณะผู้วิจัยขอขอบคุณผู้บริหาร คณาจารย์ บุคลากร และนักศึกษาคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามและการให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อการบริหารงานของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ในโอกาสต่อไป

บรรณานุกรม

- กิติมา สุรสุนธิ. (2541). **ความรู้ทางการสื่อสาร**. กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. (2563). **ข้อมูลพื้นฐานพันธกิจของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**. https://huso.kpru.ac.th/Data_Hoso1/kig.html สืบค้นเมื่อวันที่ 2 เมษายน 2564.
- จรัสโหม ศิริรัตน์. (2558). **ปัญหาการติดต่อสื่อสารของบุคลากรในองค์กรกรณีศึกษา สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ**. สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- จิราวรรณ ยิ้มปลื้ม. (2561). **ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการสื่อสารในองค์กรของสำนักงานคณะกรรมการป้องกันและป้องกันการทุจริตแห่งชาติ (ป.ป.ส.)**. หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- นิตยา เงินประเสริฐศรี. (2544). **ทฤษฎีองค์การ แนวการศึกษาเชิงบูรณาการ**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2553). **การวิจัยเบื้องต้น**. (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- เรวัตร สมบัติทิพย์. (2543). **การติดต่อสื่อสารในองค์กร : กรณีศึกษาบริษัท ซีเกทเทคโนโลยี**. วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐศาสตร์). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เรียม ศรีทอง. (2542). **พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาตน**. กรุงเทพฯ: เอิร์ดเวฟเอดูเคชั่น.
- วิไลลักษณ์ สุวจิตตานนท์. (2539). **หลักและทฤษฎีการสื่อสาร**. ภาควิชาการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์. คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏเพชรบุรีวิทยาเขตกรณ.
- สมพร สุทัศน์ีย์. (2544). **มนุษย์สัมพันธ์**. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- อรอนงค์ สวัสดิ์บุรี. (2555). พฤติกรรมการสื่อสารในองค์กร. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เอกชัย กี่สุขพันธ์. (2538). การบริหารทักษะและการปฏิบัติ. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สุขภาพใจ.
- Gordon, Judith R. and associates. (1990). **Management and Organizational Behavior**. Needham Heights, MA: Allyn and Bacon.
- Gibson, J.W., and R.M. Hodgetts. (1991). **Organizational Communication – A Managerial Perspective**. (2nd Edition). New York: Harper Collins Publishers.
- Sharma, N., & Kamalanabhan, T. (2012). Internal corporate communication and its impact on internal branding: Perception of Indian public sector employees. **Corporate Communications: An International Journal**, 17 (3), 300-322.