

ความสัมพันธ์เชิงอิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กร พฤติกรรมการใช้การสื่อสาร
ชุมชนที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมสาธารณะขององค์การบริหารส่วนจังหวัด
ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

The Influence Relationship among Organization Cultural,
Community Communication Behavior affecting to Public
Engagement of the North Eastern Provincial Administration
Organization

สุวรรณี สือวงศ์สุวรรณ¹ ธรรมนิธย์ วราภรณ์² และวีระศักดิ์ จินารัตน์³

Suwannee Suewongsuwan¹, Thamanit Varaporn² and Veerasak Jinarat³

Received : June 25, 2020; Revised : October 14, 2020; Accepted : October 22, 2020

บทคัดย่อ (Abstract)

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาวัฒนธรรมองค์กร พฤติกรรมการใช้การสื่อสารชุมชนและการมีส่วนร่วมสาธารณะของคนในองค์การบริหารส่วนจังหวัด 2) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงอิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กร พฤติกรรมการใช้การสื่อสารชุมชนที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมสาธารณะขององค์การบริหารส่วนจังหวัด การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสม เก็บข้อมูล

¹หลักสูตรรัฐศาสตรดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น; Doctor of Philosophy Program in Political Science, The Eastern University of Management and Technology, Thailand; e-mail : suwannee.s@umt.ac.th

²หลักสูตรรัฐศาสตรดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น; Doctor of Philosophy Program in Political Science, The Eastern University of Management and Technology, Thailand; e-mail : thamanite.v@umt.ac.th

³หลักสูตรรัฐศาสตรดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น; Doctor of Philosophy Program in Political Science, The Eastern University of Management and Technology, Thailand; e-mail : veerasak.j@umt.ac.th

โดยวิธีใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 346 คน ใช้วิธีกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีเจาะจงมาวิเคราะห์เป็นรูปแบบแล้วนำไปขอความเห็น และการรับรองยืนยันจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารชุมชนและการมีส่วนร่วมสาธารณะจำนวน 12 คน งานวิจัยนี้วิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติโดยใช้ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ การวิเคราะห์ความแปรปรวน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบ Stepwise

ผลวิจัยปรากฏว่า 1) การสื่อสารชุมชนของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับน้อย ระดับของวัฒนธรรมองค์กรมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทั้งตัวแปรหลักและองค์ประกอบ การมีส่วนร่วมสาธารณะทั้งสามองค์ประกอบมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน 2) ความสัมพันธ์ของทั้งสองตัวแปร คือวัฒนธรรมองค์กรและการมีส่วนร่วมสาธารณะมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันระดับน้อยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่า $r = .30$ ปัจจัยด้านเพศ และการใช้สื่อสารชุมชนด้านการแบ่งปันความรู้มีอิทธิพลต่อวัฒนธรรมองค์กรแบบองค์กรและสามารถพยากรณ์ร่วมกันต่อการมีส่วนร่วมสาธารณะอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่า $r^2 = .465$

คำสำคัญ (Keywords) : การสื่อสารชุมชน, วัฒนธรรมองค์กร, การมีส่วนร่วมสาธารณะ

Abstract

The objectives of this research aimed at to 1) Study the level of community communication, organization cultural affecting to Public Engagement. 2) Analyze the influence relationship community communication, organization cultural affecting to Public Engagement of the North Eastern Provincial Administration Organization. The 346 respondents of collected questionnaire have been used to confirm the variables from 12 experts. The analysis statistic are means, standard deviation, correlation coefficient, deviation analysis and Stepwise regression analysis.

The results contribute that 1) The means of community communication of the samples, show at low level. The means of organization culture is high level including its components. The components of public engagement is also high level. 2) The correlation between organization culture and public engagement shows significantly in the same direction at .01 and $r = .30$. The factors in terms of gender and community communication such as knowledge share, influenced on adhocracy organization culture and could predict significantly to public engagement at .05 and $r^2 = .465$

Keywords : Community Communication, Organization Cultural, Public Engagement

บทนำ (Introduction)

ประเทศไทยเปลี่ยนรูปแบบการปกครองจากระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชย์มาเป็นการปกครองในระบอบประชาธิปไตยมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2475 ปรัชญารากฐานที่สำคัญของระบอบประชาธิปไตย คือ ธรรมชาติของมนุษย์ (Human Nature) มนุษย์โดยธรรมชาติส่วนใหญ่เป็นผู้มีเหตุผล เสรีภาพของมนุษย์ (Liberty) ถือว่ามนุษย์เกิดมาพร้อมกับเสรีภาพภายใต้สัญญาประชาคมตามแนวคิดของรูสโซ ผู้ทรงอำนาจอธิปไตย คือ ประชาชนที่มารวมตัวกัน ความเท่าเทียมกันของมนุษย์ (Equality) มนุษย์มีความสามารถที่แตกต่างกัน แต่โดยธรรมชาติมนุษย์มีความเท่าเทียมกัน ในโอกาสที่จะมีชีวิตที่ดีในสังคม และอำนาจอธิปไตยเป็นของปวงชน (Popular Sovereignty) หลักการของการเมืองในระบอบประชาธิปไตย ได้แก่ หลักอำนาจอธิปไตยเป็นของปวงชน หลักเสรีภาพ หลักความเสมอภาค หลักเสียงข้างมาก และหลักกฎหมาย และรูปแบบการเมืองประชาธิปไตย ประเทศไทยได้เลือกรูปแบบการควบอำนาจ (Fusion of Power) หรือโดยทั่วไปเรียกว่าระบบรัฐสภา (Parliamentary System) เป็นประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุขมาจากประเทศอังกฤษ (Jitrepoh, 2011)

การเมืองในระบอบประชาธิปไตยของไทยยังมีปัญหาอยู่มากมาย ทั้งปัญหาเชิงระบบ เช่น รัฐธรรมนูญ กฎหมายประกอบ สถาบันรัฐสภา พรรคการเมือง และกลุ่มผลประโยชน์ เป็นต้น และปัญหาคนทางการเมืองซึ่งเกิดจากการหล่อหลอมทางสังคมการเมืองไทย ได้แก่ ความรู้ ความเข้าใจ อุดมการณ์ ทักษะ ค่านิยม ที่เป็นแนวโน้มของการรับรู้ อารมณ์ ความรู้ และการประเมินคุณค่า ส่งผลต่อพฤติกรรมที่มีต่อระบบการเมือง ก่อตัวสะสมเป็นวัฒนธรรมทางการเมืองที่ไม่เอื้อ และไม่สอดคล้องกับวัฒนธรรมประชาธิปไตยที่มีรากฐานมาจากกลุ่มประเทศตะวันตก ส่งผลต่อรูปแบบการเข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมือง ก่อผลให้ได้ลักษณะการเมืองที่ไม่พึงประสงค์เป็นปัญหา และอุปสรรคต่อการพัฒนาท้องถิ่น และประเทศ เช่น การใช้จ่ายเงินเป็นใหญ่ การผูกขาดอำนาจทางการเมืองโดยคนจำนวนน้อย คนที่มีความสามารถเข้าสู่ระบบการเมืองได้ยาก การทุจริตประพละมิชอบ เผล็ดจการโดยระบบรัฐสภา การต่อสู้ขัดแย้งเรื้อรัง และความไร้เสถียรภาพทางการเมือง การบริหาร และทางนิติบัญญัติ และขาดสภาวะผู้นำทางการเมือง นับวันปัญหาการใช้จ่ายเงินเป็นใหญ่ มีความรุนแรงมากขึ้นจนกลายเป็นการเมืองเงินตรา หรือธนธิปไตย (Money Politic) จนนำไปสู่ความขัดแย้ง และรุนแรงอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อน ท่ามกลางบริบทสังคมโลกทุนนิยมที่ไร้พรมแดน การแก้ปัญหาในอดีตปัจจุบัน และอนาคต ดูเสมือนว่าจะเน้นหนักไปที่การแก้ปัญหาเชิงระบบ โดยเฉพาะรัฐธรรมนูญซึ่งก็

แก้ และพัฒนาได้ระดับหนึ่ง แต่ปัญหารากฐานการพัฒนาประเทศที่เกิดความเหลื่อมล้ำ ไม่เป็นธรรม ที่นอกจากไม่ได้รับการแก้ไขแล้ว ช้ำร้ายจะมีมากขึ้นทุกขณะ (Srimahawaro, 2011) จากกบรืบท ทางการเมืองอันเปิดกว้างต่อการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในปัจจุบัน และจะทวีความเข้มข้น อย่างต่อเนื่อง เวทีการตัดสินใจที่เคยมีเพียงเฉพาะกลุ่มบุคคลทั้งการกำหนดนโยบาย การตัดสินใจ การบริหารจัดการ และการตรวจสอบการทำงานของท้องถิ่น ย่อมถูกท้าทายจากบุคคลในภาคส่วน ต่าง ๆ สำหรับ “คนรุ่นใหม่” ในยุคดิจิทัลปัจจุบัน การเคลื่อนไหวของปัญญาชนและนักกิจกรรมรุ่น ใหม่ ขาดการเคลื่อนไหวร่วมมือกับภาคประชาชน และกลไกเชิงสถาบันอย่างพรรคการเมืองและการ เลือกตั้ง โดยมองว่าการเคลื่อนไหวที่อยู่ในโลกออนไลน์ หรือ “การเมืองศึยบอร์ด์”

ซึ่งด้วยเหตุผลดังกล่าวนี้ ทำให้เกิดความจำเป็นที่ต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับ ความสัมพันธ์ เชิงอิทธิพลระหว่าง วัฒนธรรมองค์กรในการใช้ Social Media และการมีส่วนร่วมสาธารณะของ ประชาชน ทั้งนี้ Sefko (2010) อธิบายเกี่ยวกับ Social Media ว่า เป็นการผสมผสานกิจกรรมต่าง ๆทางเนื้อหาของผู้ใช้ เพื่อเชื่อมโยง (Connect) กับผู้อื่นและเป็นการแบ่งปันข่าวสาร รูปภาพ วิดีโอ ทัศน หรือสร้างความสัมพันธ์โดยการสนทนากับผู้อื่น นอกจากนี้ Sefko (2010) ยังได้อธิบาย เพิ่มเติม Social Media เป็นการสื่อสาร 2 ทาง (Two-Ways Communication) ระหว่างประชาชน เพราะประชาชนเป็นที่สนใจองค์กรต่าง ๆ เพราะไม่ไว้วางใจหรือพวกเขาต้องการแบ่งปัน ประสบการณ์ต่าง ๆ ระหว่างกันเพราะไว้วางใจ (Trust) ใน social network การรับฟัง การเข้าใจ ในการสนทนา และการพูดเป็นส่วนสำคัญระหว่างผู้คนที่ใช้ Social Media ในขณะที่ Kang, et. al. (2013) กลับอธิบายว่า ความเจริญก้าวหน้าของ Internet จากเครื่องมือการสื่อสารของรัฐบาล (Communication Tool for Government) มาเป็นการสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ mail, Commercial Sites และ Social Networking Site สำหรับผู้คนโดยทั่วไป (General Public) ประชาชนจึง สามารถใช้ Internet เพื่อเหตุผลที่หลากหลาย (Plethora of reasons) แต่อย่างไรก็ตามเมื่อ จำเป็นต้องนำเอา Social Media ไปใช้เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กรด้วยแล้ว วีระศักดิ์ จินา รัตน์ (2557) อธิบายว่า วัฒนธรรมองค์กร เป็นชุดความคิดหลักของแต่ละองค์กร (Core Values) ที่ ถูกนำไปใช้ออกแบบวิถีการดำเนินชีวิตภายในองค์กร กำหนดเป็นแนวทางการบริหารและการ ปฏิบัติงาน ซึ่งประกอบด้วย 1)รูปแบบการทำงานแบบปรับตัว 2) การทำงานมุ่งผลสัมฤทธิ์ 3) การ ทำงานเป็นทีม และ4) เน้นแบบราชการ หรือเน้นการบูรณาการด้านเทคโนโลยี ในขณะที่ Schein (2010) กลับอธิบายว่า วัฒนธรรมในองค์กร (Culture) ได้แก่ 1) พฤติกรรมปฏิบัติ (Behavioral Regularities), การแต่งกาย, ขนบธรรมเนียม, ความเชื่อถือ 2) บรรทัดฐานของกลุ่ม (Norms) เช่น มาตรฐานและคุณค่าของการทำงาน (Standards and Values) 3) ปรัชญาขององค์กร เช่น นโยบาย

และหลักการวิธีคิดขององค์กร และ4) กฎข้อบังคับขององค์กรทั้งที่เขียนไว้และไม่ได้เขียนไว้ แต่อย่างไรก็ตาม วัฒนธรรมองค์กร ถูกมองว่า เป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในองค์กรเกี่ยวกับระเบียบการปฏิบัติของพฤติกรรม (Legitimizing behaviors), ภาษา (Languages) หรือองค์ประกอบอื่น ๆ ขององค์กร (Marion & Gonzales, 2013)

ส่วน การมีส่วนร่วมสาธารณะ (Public Engagement) เป็นกระบวนการ (Process) ซึ่งเปิดโอกาสให้ทุกคนสามารถมีส่วนร่วมเรียกร้องในการตัดสินใจ (Decision Making), การเรียนรู้ร่วมกัน (Mutual Learning, และเป็นการสื่อสาร 2 ทาง (Two-way Communication) ระหว่างสาธารณะ (Public) และผู้เชี่ยวชาญ (Expert) มีการมอบหมายงาน (Empowerment) เป็นการปฏิสัมพันธ์ระหว่างหลายกลุ่ม เช่น สาธารณะ, ผู้เชี่ยวชาญและรัฐบาล (McCallic et. al, 2009) ในขณะที่ Shove (2010) อธิบายว่า การมีส่วนร่วมสาธารณะ (Pubic Engagement) เป็นพฤติกรรมส่วนบุคคล (Individual Behavior) คุณค่า (Values) และความเชื่อ (Belief) เพื่อการผลักดันนโยบายสาธารณะ ส่วน Anderson et al, (2012) ได้อธิบายการมีส่วนร่วมสาธารณะ (Public Engagement) ว่าเป็นการมุ่งเน้นการเข้าร่วม (Involvement) และการสร้างกลุ่มความเห็นเดียวกัน (Rapport) ของประชาชน

เพราะฉะนั้น ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ Social Media และวัฒนธรรมองค์กร ย่อมต้องส่งผลกระทบต่อ การมีส่วนร่วมสาธารณะ ทั้งโดยตรงและโดยอ้อม

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาวัฒนธรรมองค์กร พฤติกรรมการใช้การสื่อสารชุมชน (Community Communication) และการมีส่วนร่วมสาธารณะของคนในองค์การบริหารส่วนจังหวัด
2. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงอิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กร พฤติกรรมการใช้การสื่อสารชุมชนที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมสาธารณะขององค์การบริหารส่วนจังหวัด

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

งานวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมความเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนจำนวน 346 คนแล้วนำมาวิเคราะห์ผลด้วยสถิติวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย วิเคราะห์ความสัมพันธ์ และวิเคราะห์ความแปรปรวน ก่อนนำเอาผลที่วิเคราะห์ได้ไปสัมภาษณ์ของคำรับรองจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 12 ท่าน เพื่อนำไปจัดทำเป็นรายงานวิจัย

ผลการวิจัย (Research Results)

ผลวิจัยพบว่า 1)กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นเกี่ยวกับระดับของวัฒนธรรมองค์กรและองค์ประกอบอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยวัฒนธรรมแบบลำดับชั้น และวัฒนธรรมแบบตลาดมีค่าเฉลี่ยสูงตามลำดับ ส่วนวัฒนธรรมแบบองค์กรมีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับสุดท้าย 2) ส่วนระดับค่าเฉลี่ยความเห็นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมสาธารณะและองค์ประกอบอยู่ในระดับมาก โดยมีระดับค่าเฉลี่ยการสื่อสารรัฐบาลสู่ประชาชนมากเป็นอันดับหนึ่งรองลงมาเป็นค่าเฉลี่ยการแลกเปลี่ยนข้อมูล 2 ฝ่าย ในขณะที่ ปัจจัยด้านเพศ การแบ่งปันความรู้ผ่านการใช้ Social Media มีผลต่อการมีส่วนร่วมสาธารณะขององค์กรบริหารส่วนจังหวัดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

จากผลวิจัยดังกล่าวนี้ มีความสอดคล้องกับผลวิจัยของ Boonsopa and Sriyotin (2016) ที่ค้นพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยกับเพศของผู้ใช้สื่อออนไลน์ หรือสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะการแสดงความคิดเห็น และการแสดงความพึงพอใจของตนที่มีต่อแบบแผนของพฤติกรรมองค์กร แต่อย่างไรก็ตามปัญหาเพศและการใช้ Social Media อาจส่งผลในทางตรงข้ามได้ หากได้รับการเอาใจใส่ หรือการได้รับการยอมรับจากสังคม ซึ่งช่วยให้ลดปัญหาความแตกต่างทางเพศกับพฤติกรรมการใช้ Social Media นอกจากนั้นแล้ว การค้นพบความสัมพันธ์ระหว่างเพศที่มีต่อความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้านความต้องการพื้นฐาน ความพึงพอใจต่อพฤติกรรมองค์กร การเข้าถึงสื่อได้ง่ายแล้ว ปัจจัยด้านเพศยังเกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อกิจการขององค์กร โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์กิจกรรมขององค์กร เช่นการทำประโยชน์เพื่อกิจการสาธารณะ

นอกจากนี้แล้วยังสอดคล้องกับผลวิจัยของ Panogiotis et. al. (2014) ที่ค้นพบความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างวัฒนธรรมแบบองค์กรกับความสำเร็จของการปฏิบัติงานตามหน้าที่ของแต่ละคนได้อย่างสร้างสรรค์นั้นจำเป็นต้องมีวิธีการปฏิบัติงานที่ไม่เสี่ยงต่อกฎหมาย และการฝ่าฝืนต่อระเบียบของสังคม อีกทั้งยังเน้นความสัมพันธ์ระหว่างผลตอบแทนและการปฏิบัติงานที่ประสบความสำเร็จได้ตามเป้าหมายขององค์กรเป็นประเด็นสำคัญที่สามารถนำไปสู่การพัฒนาวัฒนธรรมแบบองค์กรให้ประสบความสำเร็จได้ในทางสาธารณะ โดยเฉพาะการสร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้ปฏิบัติงานได้ลงมือปฏิบัติงานไปจนกว่าจะประสบความสำเร็จ ซึ่งนั่นหมายความว่า เป็นงานที่มีโอกาสประสบความสำเร็จได้ และยังมีกระบวนการทบทวนงานอยู่อย่างสม่ำเสมอ รวมถึงการกระตุ้นให้เกิดแรงบันดาลใจได้อย่างต่อเนื่องของผู้บังคับการ แต่อย่างไรก็ตาม อิทธิพลของปัจจัยด้าน

วัฒนธรรมแบบองค์กรทั้งที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานตามระเบียบแบบแผน และการกำหนดนโยบายให้ชัดเจนแล้ว ยังจำเป็นต้องอาศัยการสร้างสรรคนวัตกรรม และสิ่งประดิษฐ์ใหม่สำหรับการให้บริการแก่ประชาชน โดยเฉพาะการบริหารจัดการแบบนุ่มนวลขององค์การบริหารส่วนจังหวัด ซึ่งจากผลวิจัยนี้ยังสอดคล้องกับผลวิจัยของ Misigo et. al. (2019) ที่ได้ค้นพบอิทธิพลของวัฒนธรรมแบบองค์กรที่มีต่อความสำเร็จของผลการปฏิบัติงานได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนั้นแล้วยังค้นพบความสัมพันธ์กับปัญหาการขาดแคลนข้อมูล แหล่งทรัพยากร ตลอดจนการจัดสภาพแวดล้อมที่เกื้อหนุนต่อประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรในองค์กร

องค์ความรู้ใหม่ (Originality and Body of Knowledge)

ปัจจัยด้านวัฒนธรรมแบบองค์กรต้องเน้นการพัฒนาผลผลิต และการเปลี่ยนแปลงระบบการให้บริการต่อสาธารณะในเชิงสร้างสรรค์ อีกทั้งยังต้องพัฒนาบุคลากรให้รู้จักการประดิษฐ์คิดค้นนวัตกรรมใหม่สำหรับการออกไปรับใช้สังคม

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

ปลัดองค์การ รองปลัดองค์ หัวหน้าหน่วยราชการ และเหล่าลูกจ้างประจำ หรือไม่ประจำให้นำเอาผลของการวิจัยนี้ไปลงมือใช้ในทางปฏิบัติ โดยเฉพาะการสร้างวัฒนธรรมแบบองค์กรในการปฏิบัติงานร่วมกันที่ต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานการปฏิบัติงานตามระเบียบ และนโยบายที่ถูกต้องประกาศขึ้นอย่างชัดเจน นอกจากนั้นแล้วยังต้องเน้นผลปฏิบัติงานจากการเพิ่มผลิตภัณท์ขององค์การ และการจัดให้มีระบบบริการใหม่แก่ประชาชนในพื้นที่ ซึ่งต้องเป็นระบบที่ช่วยให้ประชาชนมีความสะดวกสบายเพิ่มมากขึ้นในการดำรงชีวิต อีกทั้งยังเป็นระบบที่ได้รับการออกแบบมาให้มีความทันสมัยในการติดตามข้อมูลข่าวสารที่เป็นกิจกรรมของส่วนร่วม เพื่อกระตุ้นให้ทั้งข้าราชการประจำองค์การ บุคลากรในพื้นที่ และประชาชนรู้จักใช้เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารเป็นเครื่องมือสำหรับการสร้างสรรค์ความเจริญให้กับชุมชนของตน เพราะฉะนั้นการนำเอาผลวิจัยนี้ไปลงมือใช้ในทางปฏิบัติสามารถนำไปดำเนินการได้ ดังต่อไปนี้

1) ใช้ Facebook หรือ line ในการติดต่อข้อมูลข่าวสาร และแสดงเหตุการณ์ที่กระตุ้นความสนใจของประชาชนในพื้นที่อยู่ตลอดเวลา ซึ่งอาจเป็นเจ้าของเพจได้โดยองค์การบริหารส่วนจังหวัดเป็นผู้กำกับและควบคุมดูแลการนำเสนอข่าวสารด้วยความระมัดระวัง

2) จัดทำประกาศ กฎระเบียบ และแสดงนโยบายในที่สาธารณะอย่างเปิดเผย สำหรับใช้เป็นข้อมูลในการปฏิบัติงานของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งยังเป็นการแสดงความโปร่งใส ด้านการให้ข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชนในฐานะผู้ใช้บริการขององค์การ

3) จัดให้มีการฝึกอบรมพนักงาน หรือเจ้าหน้าที่ทุกฝ่ายอยู่เป็น โดยเน้นตามความต้องการของพนักงานแต่ละคน หากแต่ต้องมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงอยู่การเพิ่มสมรรถนะในการทำงาน การพัฒนาความรู้ และทักษะด้านสิ่งประดิษฐ์ นวัตกรรมความรู้ และ/หรือการพัฒนากระบวนการให้บริการที่ทันสมัย เช่น ระบบการให้ข้อมูลข่าวสาร และระบบการตรวจสอบการให้ระบบของ องค์การ

เอกสารอ้างอิง (References)

- Anderson, A.A., Brossard, D., Scheufele, D.A. & Xenos, M.A. (2012). Online talk: How exposure to disagreement in online comments affects beliefs in the promise of controversial science. In L. Phillips, A. Carvalho, & J. Doyle (Eds.), *Citizen voices: Performing public participation in science and environment communication* (pp.119-135). Chicago: Intellect.
- Boonsopa, C and Sriyotin, S. (2016). Social Network Behavior in Organization, DEMUCU Journal, 3(1), 21-34. [In Thai]
- Jinarat, V. (2014). Structural relationship between organizational cultures, leadership of Management and job satisfaction of academics and employees under private universities in Thailand, Ubonratchathani, The Eastern University of Management and Technology. [In Thai]
- Jitrepoh, K., Tachawan, W. and Wachiraprecha, T. (2011). Organizational Culture of the Academic Libraries in Bangkok Metropolitan., SWU eJournals, 4(2), 1-14. [In Thai]
- Kang, I., Shin, M.M. & Park, C. (2013) Internet addiction and a manageable resource: A focus on social network services. *Online Information Review*, 37(1), 28-41.
- Marion, R., & Gonzales, L. (2013). *Leadership in education: Organizational theory for the practitioner*. Long Grove, IL: Waveland Press.

- McCallie, E., Bell, L., Lohwater, T., Falk, J.H., Leher, J.L., Lewenstein, B.V., Needham, C. & Wiehe, B. (2009). Many experts, many audiences: Public Engagement with science and informal science education. Washington, DC: CAISE Inquiry Group.
- Misigo, G.K., Were, S., & Odhiambo, R. (2019). Influence of adhocracy culture on performance of public water companies in Kenya, *International Academic Journal of Human Resource and Business Administration*, 3(5), 84-103.
- Panogiotis, M., Alexandros, S., & George, P. (2014). Organizational culture and motivation in the public sector, the case of the city of Zografou, *Procedia Economics and Finance*, 14, 415-424.
- Safko, L. (2010). *The social media bible; tactics, tools and strategies for business success* (2nd ed). Hoboken, NY: John Wiley & Sons
- Schein, E.H. (2010). *Organization culture leadership* fourth edition. San Francisco. Jossey-Bass.
- Shove, E. (2010). Beyond the ABC: Climate policy and theories of social change. *Environment and planning A* 42(6), 1273-1285.
- Srimahawaro, W. (2011). Thai politics, system or people: Cultural development and political participation of the people. *King Prajadhipok's Institute Journal* 9(3). [In Thai]

