

การจัดการนวัตกรรมการสื่อสารเพื่อพัฒนาองค์กรสโมสรไลออนส์สากล ภาครวม 310 ประเทศไทย*

MANAGEMENT OF COMMUNICATION INNOVATIONS FOR THE DEVELOPMENT OF LIONS CLUBS INTERNATIONAL ORGANIZATION IN REGION 310, THAILAND

กัญญลักษณ์ โชติชนะประสิทธิ์

Kanyaluck Chodchanaprasit

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

Faculty of Liberal Arts, Kirik University, Bangkok, Thailand

Corresponding author E-mail: kanyaluck.yayee@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง การจัดการนวัตกรรมการสื่อสารเพื่อพัฒนาองค์กรสโมสรไลออนส์สากลภาครวม 310 ประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการใช้และการจัดการนวัตกรรมการสื่อสารภายในองค์กรของสโมสร 2) เพื่อศึกษาปัจจัยสนับสนุนและอุปสรรคที่ส่งต่อการจัดการนวัตกรรมการสื่อสารของสโมสร 3) เพื่อกำหนดแนวทางนวัตกรรมการสื่อสารเพื่อพัฒนาองค์กรสโมสรในปัจจุบันและอนาคต และ 4) เพื่อวิเคราะห์ผลลัพธ์ของการจัดการนวัตกรรม เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี โดยการวิจัยเชิงคุณภาพ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้บริหารระดับสูง ผู้บริหารระดับกลาง ผู้ปฏิบัติการด้านการสื่อสาร นักวิชาการผู้ทรงคุณวุฒิ และสมาชิกสโมสร เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถาม เก็บรวบรวมจากสมาชิกสโมสร 384 คน วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า การใช้และการจัดการนวัตกรรมการสื่อสารภายในองค์กร พบว่า การใช้และการจัดการนวัตกรรมการสื่อสารมากที่สุด คือ สื่อใหม่ ช่องทางการสื่อสารมากที่สุด คือ Line ความถี่/ความบ่อยครั้งที่ 1 - 4 ครั้ง/สัปดาห์ ระยะเวลา มากกว่า 15 นาที - 30 นาที ประเด็นหรือวัตถุประสงค์เพื่อประสานงานกิจกรรมและสร้างมาตรฐานการบริหาร ปัจจัยสนับสนุนและอุปสรรคที่ส่งต่อการจัดการนวัตกรรมการสื่อสาร อันดับแรก คือ การมีอิสระทางความคิด ปัจจัยที่ส่งต่อการสื่อสารในองค์กร อันดับแรก คือ ช่องทางการสื่อสาร รองลงมา ได้แก่ ด้านการบริการของสโมสร และผู้รับสาร แนวทางนวัตกรรมการสื่อสาร เพื่อพัฒนาองค์กร มีแนวทางในการพัฒนานวัตกรรมตามการเปลี่ยนแปลงของโลก ผลลัพธ์ของการจัดการนวัตกรรมในการสื่อสารในปัจจุบันและอนาคต มีรูปแบบการจัดการนวัตกรรมการสื่อสารภายในองค์กร ผ่านรูปแบบกิจกรรมการบริการบริการสังคม มีการสนับสนุนจากมูลนิธิ เงินบริจาคจากสมาชิกสนับสนุนในท้องถิ่นพัฒนาชุมชน

คำสำคัญ: การจัดการ, นวัตกรรมการสื่อสาร, สโมสรไลออนส์สากลภาครวม 310

Abstract

The study on the management of communication innovation for the development of Lions Clubs International District 310, Thailand has the following objectives: 1) To study the use and



management of communication innovation within the organization 2) To study the supporting factors and obstacles affecting the management of communication innovation 3) To study and determine the guidelines for communication innovation to develop 4) To analyze the results of innovation management in communication. Mixed Method Research by using qualitative research using documentary research methods along with in-depth interviews. The primary informants were senior executives, middle executives, communications operations, academic experts, and members of Lions Clubs International, District 310, Thailand. The research methodology was document research, coupled with in-depth interviews with key informants, namely, senior executives, middle executives, communications practitioners, academics, and members of Lions Clubs International, District 310, Thailand. The research results found that: The most used and managed communication innovation is new media. The most common communication channel is Line. Frequency/frequency is 1 - 4 times/week. Duration: More than 15 minutes - 30 minutes. Issues or objectives are to coordinate activities and create management standards. Supporting factors and obstacles affecting communication innovation management, the first is freedom of thought. The factors affecting communication within the organization, the first is communication channels, followed by club services and recipients. Communication innovation guidelines for organizational development There are guidelines for developing innovations in line with global changes. Results of managing innovation in current and future communication There is a form of managing communication innovation within the organization through the form of social service activities. There is support from foundations, donations from members to support local community development.

Keywords: Management, Communication, Lions Clubs International Organization in Region 310

บทนำ

องค์กรสโมสรไลออนส์สากลภาครวม 310 ประเทศไทย เป็นส่วนหนึ่งของ Lions Clubs International ซึ่งเป็นองค์กรบริการกุศล บริการชุมชนระดับโลกที่มีการดำเนินงานในหลายประเทศทั่วโลก สโมสรไลออนส์เริ่มก่อตั้งในปี 1917 โดย Melvin Jones และได้เติบโตเป็นองค์กรที่มีสมาชิกมากกว่า 1.4 ล้านคนในกว่า 210 ประเทศในพื้นที่ภูมิภาคทั่วโลก มีวิสัยทัศน์ เป็นผู้นำระดับโลก ในด้านการบริการชุมชน และมนุษยธรรม ดำเนินพันธกิจเพิ่มพลังอาสาสมัครให้สามารถบริการชุมชนของตน ตอบสนองความต้องการด้านมนุษยธรรม สนับสนุนสันติภาพและความเข้าใจอันดีสากลผ่านสโมสรไลออนส์ โดยมีอุดมการณ์ของไลออนส์ รวมอยู่ในคติพจน์ที่ว่า “WE SERVE” ซึ่งแปลว่า “เราบริการ” หรือ “เรารับใช้” หมายความว่า ไลออนส์ ทุกคนพร้อมอยู่เสมอที่จะให้บริการหรือรับใช้สังคมด้านมนุษยธรรม โดยให้ความช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสหรือยากไร้ ตามกำลังความสามารถ โดยไม่หวังชื่อเสียงเกียรติยศ หรือเงินทองตอบแทนแต่ประการใด สโมสรไลออนส์สากลมุ่งดำเนินการให้ชุมชนและสังคมทั่วโลกเป็นที่ที่ดีขึ้น โดยการให้บริการชุมชน การเข้าร่วมกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ และการสนับสนุนโครงการต่าง ๆ ซึ่งเป็นองค์กรอาสาสมัครที่ใหญ่ที่สุดในโลก (สโมสรไลออนส์สากล, 2566) สำหรับประเทศไทยได้จัดตั้งสโมสรไลออนส์สากล มีเป้าหมายที่จะทำให้สังคมดีขึ้น มีสมาชิกในทั่วโลก แต่ในบริบทของภาครวม 310 ประเทศไทย จะมีการดำเนินงานเฉพาะในประเทศไทยเท่านั้น ส่งเสริมการบริการในด้านต่าง ๆ ที่มีความหลากหลาย เช่น การส่งเสริมการดูแลสุขภาพตา การจัดการภัยพิบัติธรรมชาติ และการบริการสังคมอื่น ๆ การส่งเสริมความเป็นสากล ถึงแม้ว่าสโมสรไลออนส์ภาครวม 310 ประเทศไทยจะมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาท้องถิ่น แต่มีการพยายามให้ทำการบริการที่มี

ความหลากหลายในระดับโลก (ประวิทย์ ประเสริฐ, 2565) องค์การสโมสร โลออนส์สากล เป็นองค์กรที่มีสมาชิกอยู่ทั่วโลก ทำให้กระบวนการสื่อสารมีความสำคัญจะต้องดำเนินงานสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์ในพันธกิจต่าง ๆ ขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้สามารถบริหารจัดการกิจกรรมที่มีความหลากหลายและให้ข้อมูลข่าวสารที่สำคัญให้กับสมาชิกทั้งหมดได้อย่างทั่วถึง การทำงานของสโมสรโลออนส์สากลภาครวม 310 ประเทศไทย เป็นส่วนหนึ่งของการปรับปรุงและพัฒนาสังคมในประเทศไทย ด้วยการบริการที่หลากหลายการปรับปรุงการสื่อสาร และการส่งเสริมความเป็นสากลการสื่อสารในองค์กรสโมสรโลออนส์สากลภาครวม 310 ประเทศไทย มีลักษณะที่มีความซับซ้อน ทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับสากล ความซับซ้อนนี้เป็นผลจากการทำงานขององค์กรที่มีการสื่อสารทั้งภายในและภายนอก และมีสมาชิกที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและภาษา คือ หลายช่องทางการสื่อสาร สโมสรโลออนส์สากลภาครวม 310 ประเทศไทย ใช้หลายช่องทางการสื่อสาร เช่น การประชุมร่วมกัน การสื่อสารผ่านอีเมล โซเชียลมีเดีย และเว็บไซต์ขององค์กร เพื่อให้สามารถสื่อสารกับสมาชิกทั้งหมดได้ ไม่ว่าจะอยู่ที่ใด จำเป็นต้องใช้การสื่อสารทั้งทางการและไม่ทางการ ในการประชุมเกี่ยวกับกิจกรรมหรือการตัดสินใจที่สำคัญของสโมสรโลออนส์สากลภาครวม 310 ประเทศไทย สโมสรโลออนส์สากลภาครวม 310 ประเทศไทย จะใช้การสื่อสารทางการ เช่น การใช้เอกสารอย่างเป็นทางการ แต่ในการสื่อสารทั่วไป สมาชิกสามารถสื่อสารกันได้โดยไม่ทางการผ่านสื่อสังคมออนไลน์ หรือการสื่อสารปากเปล่ากับสมาชิกด้วย ความหลากหลายทางวัฒนธรรม การสื่อสารจึงต้องคำนึงถึงความเข้าใจที่แตกต่างกัน และใช้ภาษาที่สามารถเข้าใจได้ในทุก ๆ ระดับ และการใช้เทคโนโลยี สโมสรโลออนส์สากลภาครวม 310 ประเทศไทย ใช้เทคโนโลยีในการสื่อสาร เช่น การใช้โปรแกรมการประชุมออนไลน์ การสื่อสารผ่านแอปพลิเคชัน และการใช้ระบบการจัดการเอกสารออนไลน์ เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพในการสื่อสาร การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเป็นสิ่งสำคัญในการบริหารจัดการองค์กร และสำหรับองค์กรสโมสรโลออนส์สากลภาครวม 310 ประเทศไทย ลักษณะของการสื่อสารนี้ถูกปรับให้เหมาะสมกับความต้องการของสมาชิกที่หลากหลายและสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การจัดการนวัตกรรมถือเป็นตัวเชื่อมประสานความรู้ของสมาชิกภายในองค์กรเข้าด้วยกัน เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลสูงสุดทั้งในด้านการเชื่อมโยง และใช้ความรู้ต่าง ๆ จากภายในและภายนอกองค์กร นำมาสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็วให้เกิดแก่องค์กรประกอบกับความสำเร็จของนวัตกรรมจะเกิดขึ้น ก็ต่อเมื่อสมาชิกในองค์กรรวมตัวกัน และมีกลไกที่ทำหน้าที่ในการทำงานของระบบภายใต้การนำองค์กรประกอบและองค์ความรู้ต่าง ๆ ของการจัดการนวัตกรรมมาใช้อย่างเหมาะสม ดังนั้นการที่สโมสรโลออนส์จะดำเนินการงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์นั้น การมีส่วนร่วม ความตั้งใจ การปรับตัวเข้าหากันของสมาชิกจำเป็นต้องมีการสื่อสารเพื่อพัฒนาองค์กรให้ประสบความสำเร็จ เนื่องจากการสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้มนุษย์มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน โดยในองค์กรนั้น การสื่อสารที่มีประสิทธิผลจะช่วยสร้างความเข้าใจระหว่างบุคคล สำหรับนำไปปฏิบัติงานให้เกิดบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายขององค์กร เพราะการสื่อสารภายในภายในองค์กรมีส่วนสำคัญเป็นอย่างมากต่อความสำเร็จตามที่องค์กรได้ตั้งเป้าหมาย ช่วยสนับสนุนส่งเสริมการทำงานให้เป็นไปตามนโยบายหรือทิศทางเดียวกัน ทั้งวิสัยทัศน์ พันธกิจ ยุทธศาสตร์และกลยุทธ์องค์กร (Srinivas, R. et al., 2001) รวมถึงเป้าหมายที่องค์กรกำหนดไว้ ช่วยแบ่งปันข้อมูลข่าวสารและความรู้ที่เป็นประโยชน์ให้แก่พนักงานภายในองค์กร ช่วยสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกันระหว่างสมาชิกภายในองค์กร ตลอดจนผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชา และระหว่างเพื่อนร่วมงาน รวมถึงช่วยเชื่อมความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างพนักงานภายในองค์กรให้เกิดขึ้น

จากการจัดอันดับองค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก (World Intellectual Property Organization: WIPO) หน่วยงานผู้จัดอันดับศักยภาพประเทศด้านนวัตกรรม ได้ประกาศผลการจัดอันดับดัชนีนวัตกรรมโลก Global Innovation Index (GII) อันดับแรกยังคงเป็นประเทศสวิตเซอร์แลนด์ สหรัฐอเมริกา และสวีเดน ที่นับเป็นประเทศที่มีความก้าวหน้าในหลายด้านไม่ว่าจะเป็น การเป็นศูนย์กลางด้านการเงิน การมีระบบนิเวศสตาร์ทอัพและนวัตกรรม



ที่แข็งแกร่ง รวมถึงการมีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานในหลายมิติ โดยประเทศไทยยังคงอยู่ที่อันดับ 43 จากทั้งหมด 132 ประเทศ และครองอันดับ 3 ในอาเซียน เป็นรองแค่สิงคโปร์และมาเลเซียเท่านั้น สะท้อนให้เห็นว่าประเทศไทยมีจุดแข็งด้านนวัตกรรมที่น่าสนใจอยู่มาก ซึ่งจะนำไปสู่การเดินทางขับเคลื่อนประเทศสู่การเป็น “ชาติแห่งนวัตกรรม” และในขณะเดียวกันการจัดอันดับนี้ก็เผยให้เห็นถึงจุดอ่อนที่เราจะต้องนำไปพัฒนาต่อในอนาคต บางอุตสาหกรรมต้องเร่งพัฒนาอันดับ 126 การส่งออกบริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร อันดับ 105 เงินสุทธิต่อการเข้ามาลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศอันดับ 103 สัดส่วนการส่งออกบริการด้านวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ อันดับ 90 การจ้างงานในบริการและธุรกิจที่ใช้ความรู้เข้มข้นอันดับ 87 ธุรกิจเงินร่วมลงทุนที่ได้รับการลงทุน (กระทรวงอุดมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2565) องค์กรที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่ทั่วโลก ต่างให้ความสำคัญในการวางกรอบยุทธศาสตร์ทางการสื่อสารที่แข็งแกร่ง ซึ่งอาจจะเป็นเพราะว่าองค์กรเหล่านั้น ตระหนักถึงความสำคัญของภาพลักษณ์และการสื่อสารทั้งหมดขององค์กร นั่นคือ ความชัดเจนของการจัดการสื่อสารขององค์กร ความสามารถที่จะขับเคลื่อนเนื้อหา ประเด็นบ่งบอกความเป็นตัวตน ความเป็นองค์กรออกมาได้ โดยทั่วไปองค์กรมักจะคำนึงถึงแต่เรื่องของการสร้างการเติบโต เพิ่มมูลค่าทางตลาดและพัฒนาความสัมพันธ์ ด้วยการสร้างความสัมพันธ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม คือ การสร้างยอมรับด้วยการสื่อสารให้ขยายตัวไปยังทุกกลุ่มของประชากร ให้ครอบคลุมพื้นที่ได้มากที่สุด วัดได้จากการสื่อสารด้วยกลยุทธ์การตลาดแบบเข้าถึงตัวขององค์กรชั้นนำของโลก หรือกระแสทางการเมืองที่ผ่านมาได้ใช้สื่อข้อความผ่านช่องทางสื่อ ที่ปรับเปลี่ยนจากดั้งเดิมทั้งโทรทัศน์ ดาวเทียม วิทยุชุมชน สื่ออินเทอร์เน็ตและโซเชียลมีเดีย ในรูปแบบที่เน้นการแสดงความเห็นเป็นกาวเข้าสู่กระบวนการสื่อสารแบบสองทางที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น เนื่องจากผู้รับสารมีช่องทางในการสะท้อนกลับได้มากขึ้น

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยมองเห็นประเด็นสำคัญของการวิจัยว่า เมื่อการที่นักธุรกิจ นักลงทุนและประชาชนที่เป็นสมาชิกสโมสรไลออนส์ได้มีส่วนร่วมในการช่วยเหลือสังคม ย่อมมีปัจจัยหรือมูลเหตุจูงใจที่ทำให้สมาชิกสโมสรไลออนส์มีส่วนร่วมในการจัดการนวัตกรรมการสื่อสารเพื่อการพัฒนาองค์กรให้ประสบความสำเร็จ ซึ่งดำเนินการโครงการกิจกรรมบริการสังคมต่าง ๆ จะประสบความสำเร็จได้ ย่อมขึ้นอยู่กับการจัดการของสโมสรไลออนส์เพื่อการสื่อสารที่มีศักยภาพ ให้โครงการกิจกรรมของสโมสรไลออนส์สำเร็จลุล่วงได้อย่างต่อเนื่อง เพราะสโมสรไลออนส์มีสมาชิกเข้ามาส่วนร่วมหลากหลายลักษณะ หลากหลายปัจจัย และการเข้ามามีส่วนร่วมของสมาชิกสโมสรไลออนส์ถือเป็นปัจจัยสำคัญขององค์กรสาธารณกุศล ซึ่งเป็นองค์กรที่ทำคุณประโยชน์แก่สังคม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการใช้และการจัดการนวัตกรรมการสื่อสารภายในองค์กรของสโมสรไลออนส์สากลภาครวม 310 ประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยสนับสนุนและอุปสรรคที่ส่งผลต่อการจัดการนวัตกรรมการสื่อสารของสโมสรไลออนส์สากลภาครวม 310 ประเทศไทยให้บรรลุเป้าหมาย
3. เพื่อกำหนดแนวทางนวัตกรรมการสื่อสารเพื่อพัฒนาองค์กรสโมสรไลออนส์สากลภาครวม 310 ประเทศไทยในปัจจุบันและอนาคต
4. เพื่อวิเคราะห์ผลลัพธ์ของการจัดการนวัตกรรมการสื่อสารเข้าไปใช้ในการสื่อสารของสโมสรไลออนส์สากลภาครวม 310 ประเทศไทยในปัจจุบันและอนาคต

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Method Research) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) กับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อทำการศึกษาการจัดการนวัตกรรมการสื่อสารเพื่อพัฒนาองค์กรสโมสรไลออนส์สากลภาครวม 310 ประเทศไทย ซึ่งในการศึกษาวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Method)

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก

1. กลุ่มผู้บริหารระดับสูง ได้แก่ ประธานสภาผู้ว่าการโลอนส์สากล รองประธานสภาผู้ว่าภาครวม 310 และกรรมการบริหารสภา ที่ดำรงตำแหน่งในช่วงปี 2567 - 2568 เนื่องจากเป็นผู้กำหนดวิสัยทัศน์ และภารกิจของสโมสรในภาพรวม จำนวน 6 คน
2. กลุ่มผู้บริหารระดับกลาง ได้แก่ ผู้จัดการภาคสโมสรโลอนส์สากล ภาค 310-เอ1, 310เอ2, 310บี, 310ซี, 310ดี, และ 310อี กำหนดนโยบาย พันธกิจ วิสัยทัศน์ ในแต่ละภาค จำนวน 6 คน
3. กลุ่มผู้ปฏิบัติการสื่อ ได้แก่ ฝ่ายจัดการสื่อสารองค์กร และนวัตกรรมสื่อสารองค์กรของสโมสรโลอนส์สากล ภาครวม 310 ประเทศไทยในแต่ละภาค จำนวน 4 คน

เครื่องมือการศึกษาวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In- depth Interview) 3 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้บริหารระดับสูง ผู้บริหารระดับกลาง และผู้ปฏิบัติการด้านการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับสโมสรโลอนส์สากล ภาครวม 310 ประเทศไทยโดยตรง ทั้งหมด 18 คน เพื่อเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่เป็นสาระสำคัญ

การวิจัยเชิงปริมาณ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นสมาชิกสโมสรโลอนส์สากล ภาครวม 310 ประเทศไทย มากกว่า 2 ปีขึ้นไป เป็นเครื่องมือในการวิจัย เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากสมาชิกสโมสรโลอนส์สากล ภาครวม 310 ประเทศไทย ลักษณะแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 6 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการสื่อสารภายในองค์กร ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการจัดการสื่อสารภายในองค์กร ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการสื่อสารในองค์กร ส่วนที่ 5 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสื่อสารในองค์กร และส่วนที่ 6 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

วิธีในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. เก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการนวัตกรรมสื่อสารเพื่อพัฒนาในองค์กร นวัตกรรมสื่อสาร ทบทวนวรรณกรรม จากเอกสาร บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน เพื่อนำข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ มาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบหรือสร้างแนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์เจาะลึก รวมทั้งมีการนำมาใช้เป็นส่วนประกอบในกระบวนการวิเคราะห์ และประมวลผลข้อมูลในการวิจัย
2. การเก็บรวบรวมด้วยวิธีการเก็บข้อมูลจากกลุ่มสมาชิกสโมสรโลอนส์สากล ภาครวม 310 ประเทศไทย ผ่าน Link Google Form Application เนื่องจากสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลได้อย่างเป็นระบบ ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 คน

การตรวจสอบข้อมูล

ผู้วิจัยต้องการให้ข้อมูลที่ได้นั้น จะต้องมีความเชื่อถือได้ (Credibility) ผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล (Reliability) ความถูกต้องแม่นยำ (Validity) โดยใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) (Wainer, H. & Braun, H. I., 1988) มีวิธีการโดยละเอียด ดังนี้

1. ตรวจสอบข้อมูลสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) จากแหล่งที่มาของข้อมูล เป็นการยืนยันข้อมูลตามเวลา หลายช่วงเวลา และหลากหลายพื้นที่ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สอดคล้องกับความเป็นจริงมากที่สุด ผู้วิจัยนำข้อมูลในประเด็นเดียวกันที่ได้จากการสัมภาษณ์แต่ละรายมาเทียบเคียงว่า มีความคล้ายคลึงและไปในทิศทางเดียวกัน ก็จะนำข้อมูลนั้นมาใช้ในการศึกษาวิเคราะห์
2. ตรวจสอบข้อมูลสามเส้าด้านผู้วิจัย (investigator Triangulation) เป็นการยืนยันข้อมูลจากหลายบุคคล ผู้วิจัยนำมาเปรียบเทียบและแยกแยะว่า มีข้อมูลในเรื่องเดียวกัน มีความหมาย ความคล้าย หรือขัดแย้งกัน
3. ตรวจสอบข้อมูลสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) เป็นการยืนยันข้อมูลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เจาะลึก ร่วมกับการสังเกตและรวบรวมเอกสาร



4. ตรวจสอบข้อมูลสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) เป็นการยืนยันข้อมูลจากแนวคิดทฤษฎีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงคุณภาพ

ส่วนที่หนึ่ง การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสร้างข้อสรุปในการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งส่วนใหญ่ข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์จะเป็นข้อมูลแบบบรรยาย (Descriptive) ที่ได้จากการสัมภาษณ์แล้วจัดบันทึกไว้

ส่วนที่สอง คือ การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก บรรยายโดยสรุปประเด็น แนวคิด รูปแบบ วิธีการ และนำมาอภิปรายผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิจัยเชิงปริมาณ

1. คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

2. การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการสื่อสารในด้านต่าง ๆ ได้แก่ คุณลักษณะของนวัตกรรมประเภทการตัดสินใจในการยอมรับนวัตกรรม ลักษณะของระบบสังคม ตัวกลางการเผยแพร่ข่าวสาร การใช้สถิติการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation) หรือทดสอบไคสแควร์ ไม่เหมาะที่จะใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ผลการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการใช้และการจัดการนวัตกรรมการสื่อสาร ภายในองค์กรของสโมสรไลออนส์สากลภาครวม 310 ประเทศไทย พบว่า การสื่อสารภายในองค์กรของสโมสรไลออนส์สากลภาครวม 310 ประเทศไทย มากที่สุดคือ สื่อใหม่ รองลงมา คือ สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจขององค์กร ช่องทางการสื่อสาร สื่อใหม่ที่ใช้ในการสื่อสารภายในองค์กรของสโมสรไลออนส์สากลภาครวม 310 ประเทศไทย มากที่สุด คือ Line รองลงมา ได้แก่ Facebook และ Youtube ตามลำดับ ช่องทางการสื่อสารที่คิดว่าจะมีความจำเป็นสำหรับการสื่อสารภายในองค์กรของสโมสรไลออนส์สากลภาครวม 310 ประเทศไทย เป็นอย่างยิ่ง ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ อันดับแรก คือ สื่อ Line (รองลงมา ได้แก่ สื่อบุคคล และสื่อ Facebook และสื่อ อันดับสุดท้ายคือ อื่น ๆ ตามลำดับ ภาพรวมของความถี่/ความบ่อยครั้งที่ได้ติดต่อสื่อสารภายในองค์กรของสโมสรไลออนส์สากลภาครวม 310 ประเทศไทย คือ 1 - 4 ครั้ง / สัปดาห์ รองลงมา ได้แก่ 1 - 4 ครั้ง / เดือน และเป็นประจำทุกวัน/เกือบทุกวัน อันดับสุดท้ายคือ 1 - 4 ครั้ง / ปี ตามลำดับภาพรวมของระยะเวลาที่ติดต่อสื่อสารภายในองค์กรของสโมสรไลออนส์สากลภาครวม 310 ประเทศไทยต่อครั้ง คือ มากกว่า 15 นาที - 30 นาที รองลงมา ได้แก่ มากกว่า 30 นาที - 1 ชั่วโมง และ 5 - 15 นาที อันดับสุดท้ายคือ มากกว่า 1 ชั่วโมง ตามลำดับ ประเด็นหรือวัตถุประสงค์ที่ติดต่อสื่อสารภายในองค์กรของสโมสรไลออนส์สากลภาครวม 310 ประเทศไทย คือ เพื่อประสานงานกิจกรรมและสร้างมาตรฐานการบริหารของสโมสรไลออนส์ รองลงมา ได้แก่ เพื่อสร้างสามัคคีธรรมในหมู่สมาชิกของสโมสร ให้เกิดไมตรีจิตมิตรภาพและความเข้าใจอันดีระหว่างกัน และเพื่อส่งเสริมให้เกิดความสนใจ และการช่วยเหลืออย่างจริงจังต่อสาธารณกิจ สังคม และสวัสดิภาพทางศีลธรรมในท้องถิ่นนั้น ๆ อันดับสุดท้าย คือ เพื่อส่งเสริมทฤษฎีและการปฏิบัติในหลักการให้เกิดความเป็นพลเมืองดีและการปกครองที่ดี ตามลำดับ

2. เพื่อศึกษาปัจจัยสนับสนุนและอุปสรรคที่ส่งผลต่อ การจัดการนวัตกรรมการสื่อสารของสโมสรไลออนส์สากลภาครวม 310 ประเทศไทยให้บรรลุเป้าหมาย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นในระดับมากทุกข้อ อันดับแรก คือ การมีอิสระทางความคิด รองลงมา ได้แก่ มีการใช้เครื่องมือสื่อสารออนไลน์เพื่อประชุมหรือการทำงานร่วมกันในการประชุม/การ และการยอมรับฟังความคิดเห็นและข้อติชม อันดับสุดท้ายคือ การสร้างวัฒนธรรมการสื่อสารเปิดโอกาสให้ผู้ให้บริการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสื่อสารในองค์กร ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสื่อสารในองค์กร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า มีความคิดเห็นในระดับมากทุกด้าน อันดับแรก คือ ช่องทางการสื่อสาร รองลงมา ได้แก่ ด้านการบริการของสโมสร และผู้รับสาร อันดับสุดท้าย คือ ผลของการสื่อสาร ตามลำดับ

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่ส่งผลต่อการสื่อสารในองค์กร (N = 384)

ปัจจัยสนับสนุนและอุปสรรคต่อการสื่อสารในองค์กร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
1. แหล่งสารหรือผู้ส่งสาร	3.69	.832	มาก	5
2. สาร	3.69	.710	มาก	4
3. ช่องทางการสื่อสาร	3.84	.771	มาก	1
4. ผู้รับสาร	3.74	1.177	มาก	3
5. ผลของการสื่อสาร	3.62	1.181	มาก	6
6. ด้านการบริการของสโมสร	3.79	.832	มาก	2
ค่าเฉลี่ยรวม	3.73	.834	มาก	

จากตารางที่ 1 พบว่า ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการสื่อสารในองค์กร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$, S.D. = .834) เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า มีความคิดเห็นในระดับมากทุกด้าน อันดับแรก คือ ช่องทางการสื่อสาร ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = .771) รองลงมา ได้แก่ ด้านการบริการของสโมสร ($\bar{X} = 3.79$, S.D. = .832) และผู้รับสาร ($\bar{X} = 3.74$, S.D. = 1.177) อันดับสุดท้ายคือ ผลของการสื่อสาร ($\bar{X} = 3.62$, S.D. = 1.181) ตามลำดับ

3. เพื่อศึกษากำหนดแนวทางนวัตกรรมการสื่อสาร เพื่อพัฒนาองค์กรสโมสรไลออนส์สากลภาครวม 310 ประเทศไทยในปัจจุบันและอนาคต มีแนวทางในการพัฒนานวัตกรรมตามการเปลี่ยนแปลงของโลก ที่กำลังเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ชุมชนท้องถิ่นเผชิญกับความท้าทายใหม่ ๆ ในชีวิตประจำวันและสำหรับไลออนส์และลิโออนส์ความต้องการเหล่านั้นเปรียบเสมือนหนึ่งโอกาส ผ่าทอเป็นเส้นใยของทุก Lion และ Leo คือ ความมุ่งมั่นในการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ความภาคภูมิใจในการแก้ปัญหาและความมุ่งมั่นที่สร้างสรรค์

4. เพื่อวิเคราะห์ผลลัพธ์ของการจัดการนวัตกรรมเข้า ไปใช้ในการสื่อสารของสโมสรไลออนส์สากลภาครวม 310 ประเทศไทยในปัจจุบันและอนาคต มีรูปแบบการจัดการนวัตกรรมการสื่อสารภายในองค์กร ผ่านรูปแบบกิจกรรมการบริการบริการสังคม มีการสนับสนุนจากมูลนิธิ สโมสรไลออนส์สากล เงินบริจาคจากสมาชิกเป็นผู้สนับสนุนในท้องถิ่นพัฒนาชุมชนของตนเอง เป็นผู้นำในชุมชน บริการและมีความสำคัญอย่างมาก เป็นผู้สนับสนุนการแก้ไขปัญหา และอุปสรรคในท้องถิ่น สร้างการรับรู้ การศึกษา และการเปลี่ยนแปลง เป็นผู้นำในท้องถิ่น และเป็นกระบอกเสียงสำหรับสโมสร ปัญหาต่าง ๆ และชุมชนที่ได้รับผลกระทบและความเดือดร้อน สโมสรฯ จัดอาสาสมัครเพื่อร่วมกันการทำงานเป็นทีม

อภิปรายผล

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1. การใช้และการจัดการนวัตกรรมการสื่อสารภายในองค์กรของสโมสรไลออนส์สากลภาครวม 310 ประเทศไทย

สโมสรไลออนส์สากลภาครวม 310 ประเทศไทยกำหนดเชิงนโยบาย คือ ธรรมนูญและข้อบังคับในการบริหารจัดการองค์กร ของสโมสรไลออนส์สากลภาครวม 310 ประเทศไทย ผ่านสื่อใหม่ เป็นช่องทางการสื่อสารที่ผู้บริหารและสมาชิกสื่อสารกันภายในองค์กร ซึ่งข้อกำหนดในการปฏิบัติการให้บริการของสโมสรไลออนส์สากลภาครวม 310 ประเทศไทย ทั้งนี้ธรรมนูญยังมีการกำหนดวัตถุประสงค์เพื่อเป็นโครงสร้างของการบริหารในการส่งเสริมวัตถุประสงค์ของสโมสรไลออนส์สากลในภาครวม คือ 1) เพื่อจัดตั้งองค์กร ก่อตั้งสโมสรและให้คำแนะนำให้เป็น



สโมสรบริการที่เป็นที่รู้จักในชื่อ สโมสรไลออนส์ 2) เพื่อความร่วมมือ ให้มีมาตรฐานด้านกิจกรรมและการบริหารของสโมสร 3) เพื่อสร้างสรรค์ และสร้างจิตวิญญาณให้มีความเข้าใจพลเมืองของโลก 4) เพื่อส่งเสริม หลักการที่ดีของรัฐบาลและความเป็นพลเมืองดี 5) เพื่อนำกิจกรรมที่น่าสนใจของสังคมด้านวัฒนธรรม ประเพณี และคุณธรรมด้านสังคม สงเคราะห์เพื่อชุมชน 6) เพื่อสร้างความเป็นหนึ่ง ทำให้สโมสรไลออนส์มีความผูกพันฉันมิตร เป็นเพื่อนที่ดีและมีความ เข้าใจซึ่งกันและกัน 7) เพื่อจัดให้มีการประชุมทางวิชาการเพื่อเปิดโอกาสให้มีการอภิปรายสาธารณะในเรื่องที่สนใจ โดยไม่มีการแบ่งฝ่ายด้านการเมืองและไม่นำเรื่องของความเชื่อทางศาสนามากถกเถียงในสโมสร 8) เพื่อกระตุ้นให้ประชาชนในชุมชนมีจิตอาสาบริการชุมชนของตนโดยไม่หวังผลรางวัลด้าน การเงิน และกระตุ้นให้ประชาชนเป็นผู้ที่มีประสิทธิภาพและสนับสนุนมาตรฐานทางจริยธรรม และคุณธรรมด้านอาชีพการค้าขาย การอุตสาหกรรม มีความเป็นมืออาชีพทั้งในการทำงาน สาธารณะและประกอบธุรกิจส่วนตัวสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปัญญา เลิศไกร ที่ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการนวัตกรรมการพัฒนาองค์กร ผลการศึกษาพบว่า การจัดการนวัตกรรมการพัฒนาองค์กรเน้นกระบวนการพัฒนาศักยภาพคนให้เป็นบุคคลแห่งการเรียนรู้ และกำหนดวิสัยทัศน์ร่วมของสมาชิกในองค์กร ใช้วัตรกรรมที่เป็นรูปแบบการจัดการมาเป็นตัวตั้งเพื่อกำหนดแผนกลยุทธ์ที่เหมาะสมจะทำให้สมาชิกองค์กรเป็นกลุ่มคนแห่งการเรียนรู้ และได้นำไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้หรือองค์กรสมรรถนะสูง (ปัญญา เลิศไกร, 2563) สอดคล้องกับงานวิจัยของ นวชล สมบูรณ์สิน ที่ได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบการจัดการนวัตกรรมการบริหารมรดกสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน พบว่า รูปแบบการจัดการนวัตกรรมการบริหารในสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน พบว่า องค์ประกอบของรูปแบบควรมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน (นวชล สมบูรณ์สิน, 2564)

กลยุทธ์ด้านวัตกรรมการสื่อสาร ด้านส่งเสริมสมาชิกภาพ GMT เดินสายจัดบรรยายเชิงปฏิบัติการให้ความรู้องค์กรไลออนส์ จรรยาบรรณ พันธะ วัตถุประสงค์ขององค์กรหน้าที่ ที่สมาชิกควร พึงมี ในทุกภูมิภาค จัดอบรมหลักสูตรต่าง ๆ ในระดับภาคที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างองค์กรและการสร้างความเป็นผู้นำไลออนส์ ทั้งหลักสูตรศักยภาพ, หลักสูตรทักษะความเป็นผู้นำและวิสัยทัศน์ผู้นำ ในทุกภูมิภาคเพื่อสร้างผู้นำรุ่นใหม่ให้นายกก่อตั้งในพื้นที่ต่าง ๆ ที่มีศักยภาพสามารถนำไปสู่การ ขยายสโมสร และหาตัวนายกลสโมสรในปีต่อไปได้ โดยจัดมอบเกียรติบัตรและโล่เกียรติคุณให้กับสโมสรที่ส่งผู้เข้าร่วมอบรมสัมมนามากที่สุด รองลงไปตามลำดับและมอบรางวัลในงานฉลองครบรอบ 30 ปี ให้ติดตามและส่งข้อมูลเรื่องของการจัดพิธีก่อตั้งสโมสรใหม่, จัดพิธีการ ป้าย เอกสาร คู่มือสมาชิกใหม่ต่าง ๆ ที่ถูกต้องตาม หลักการสากล ให้คำแนะนำสโมสรก่อตั้งใหม่และติดตามผลงาน ความก้าวหน้าของสโมสรที่ก่อตั้งใหม่ วางยุทธศาสตร์การขยายสโมสรในแต่ละ พื้นที่ที่สามารถนำไปสู่เป้าหมาย 10 สโมสรในปีบริหารนี้ เพื่อรับรางวัลจากผู้ว่าราชการในฉนวนฉลอง 30 ปี แล้วปีและปลายปีบริหารของผู้ว่าราชการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สมบัติ นามบุรี ที่ได้ศึกษาเรื่อง นวัตกรรมและการบริหารจัดการ ผลการศึกษาพบว่า องค์กรที่สามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมได้ต้องมีผู้บริหารที่มีความมุ่งมั่นในการสร้างนวัตกรรม การมีบรรยากาศในการทำงานที่สนับสนุนการสร้างนวัตกรรม รวมถึงระบบการจัดการความสามารถ และสายการบังคับบัญชาที่แบ่งตามหน้าที่การทำงานของแต่ละฝ่ายไว้อย่างชัดเจน ดังนั้น นวัตกรรมจึงมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องนำมาใช้ในการพัฒนาคน องค์กร หน่วยงาน รวมถึงความก้าวหน้าของประเทศชาติซึ่งนวัตกรรมจะเกิดขึ้นได้ด้วยการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และนำสู่การปฏิบัติอย่างแท้จริง (สมบัติ นามบุรี, 2562)

กลยุทธ์การใช้ เทคโนโลยี เทคโนโลยีการตลาดอัตโนมัติและระบบการจัดการการเรียนรู้ใหม่โปรแกรมสำหรับไลออนส์นวัตกรรมในการลงทุนในอนาคตขององค์กร สมาชิกสโมสรฯหลายร้อยตอบรับการเรียกร้องโดยแต่ละคนมีส่วนร่วม 5,000 ดอลลาร์สหรัฐ ไปสู่การพัฒนาความคิดริเริ่มเชิงกลยุทธ์มากมาย ความคิดริเริ่มเหล่านี้รวมถึงการพัฒนาสาเหตุระดับโลกการเปิดตัวบริการการเดินทางและการสร้างทีมปฏิบัติการระดับโลก (GAT) นอกจากนี้ยังรวมถึงการใช้งาน MyLion เทคโนโลยีการตลาดอัตโนมัติและระบบการจัดการการเรียนรู้ใหม่และเว็บไซต์เว็บไซต์นี้รับรู้ถึงการมีส่วนร่วมของทุก สอดคล้องกับงานวิจัยของ สรัญญ์ เกราะวงศ์ ที่ได้ศึกษาเรื่อง นวัตกรรมการจัด

การสื่อสารภายในองค์กรเพื่อเสริมสร้างความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรและประสิทธิผลของการปฏิบัติงานในองค์กรชั้นนำของ ประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า กลยุทธ์การใช้เทคโนโลยี จะนำนวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยีมาใช้เป็นช่องทางติดต่อสื่อสารระหว่างพนักงานในองค์กรผ่านโทรศัพท์มือถือ ส่วนการใช้นวัตกรรมการจัดการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อสร้างความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร และเพิ่มประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงาน ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อเทคโนโลยี และสื่อกิจกรรม (สร้อย ณ อยุธยา, 2563)

กลยุทธ์การใช้บริบท สโมสรไลออนส์สากลภาครวม 310 ประเทศไทยนำจิตวิญญาณแห่งความสามัคคีออกไปสู่โลก สิ่งที่ยิ่งใหญ่ก็เกิดขึ้นสโมสรไลออนส์สากลภาครวม 310 ประเทศไทย เป็นสะพานเชื่อมระหว่างสโมสรไลออนส์สากล โดยแต่ละภาค 1) บริการสโมสรไลออนส์สากลภาครวม 310 ประเทศไทยได้รับการเสริมพลังโดยมูลนิธิ สโมสร ไลออนส์สากล เมื่อร่วมมือกันทำโครงการที่ยิ่งใหญ่ นำไปสู่ผลงานที่ยิ่งใหญ่และการเปลี่ยนแปลงที่ยิ่งใหญ่ ความสำเร็จของแคมเปญ 100 และสนับสนุนมูลนิธิและอนาคตของการบริการ เพื่อให้สร้างผลงานที่ยิ่งใหญ่ขึ้นไปได้ 2) คิดการใหญ่เมื่อบริการ สโมสรไลออนส์สากลภาครวม 310 ประเทศไทย คิดว่าทำอย่างไรให้โครงการที่ดียิ่งขึ้นไปอีก และหาหนทางใหม่ ๆ มาสนับสนุนประเด็นปัญหา เพราะการเปลี่ยนแปลงที่แท้จริงเริ่มขึ้นจากความคิดที่ยิ่งใหญ่ ที่ท้าทาย และพบกับความประหลาดใจกับสิ่งที่สามารถทำได้ด้วยกันได้ 3) เป็นผู้สนับสนุนในท้องถิ่น สโมสรไลออนส์สากลภาครวม 310 ประเทศไทย เป็นผู้นำในชุมชน บริการและมีความสำคัญอย่างมาก เป็นผู้สนับสนุนการแก้ไขปัญหา และอุปสรรคในท้องถิ่น สร้างการรับรู้ การศึกษา และการเปลี่ยนแปลง เป็นผู้นำในท้องถิ่น และเป็นกระบอกเสียงสำหรับสโมสร ปัญหาต่าง ๆ และชุมชนที่ได้รับผลกระทบและความเดือดร้อน 4) ความร่วมมือกัน เริ่มต้นการเปลี่ยนแปลงโลกได้ นี่คือนานทางที่ยิ่งใหญ่ในการทำให้คำว่าทำได้ เมื่อร่วมมือกันเกิดขึ้นจริงในสโมสรและชุมชน

กลยุทธ์การใช้บุคคลหรือพนักงาน สนับสนุนสโมสรในระดับท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นการสร้างโรงเรียน คลินิก ศูนย์ฝึกอบรม หรือโครงการเพื่อมนุษยชาติขนาดใหญ่ แท้จริงแล้วเงินบริจาคส่วนใหญ่ก็มาจากสมาชิกไลออนส์ ล้วนกลับมาอุดหนุนให้เกิดกิจกรรมของไลออนส์ตามลำดับความจำเป็น โดยสมาชิกสโมสรปฏิบัติตามจรรยาบรรณสมาชิก 1) แสดงให้ประจักษ์ถึงความศรัทธาในคุณค่าแห่งอาชีพของตนเอง โดยจะประกอบสัมมาอาชีพด้วยความอุตสาหะวิริยะจนถึงที่สุด เพื่อเชิดชูคุณภาพแห่งบริการ 2) มุ่งให้บรรลุผลสำเร็จในกิจการงานและเรียกร้องค่าตอบแทน หรือผลกำไรอันพึงมีพึงได้อย่างยุติธรรม ข้าพเจ้าจะไม่ยอมให้ความศรัทธาในตนเองต้องเสื่อมสลายไป เพราะการแลกเปลี่ยนเอาผลกำไรด้วยการเอารัดเอาเปรียบ หรือด้วยการกระทำอันน่าสงสัย 3) ยึดมั่นอยู่เสมอว่าการเสริมสร้างธุรกิจของข้าพเจ้า ไม่จำเป็นต้องทำลายผู้อื่น ข้าพเจ้า จะซื่อสัตย์ต่อผู้ได้รับบริการจากข้าพเจ้า และต่อตนเอง 4) จัดความสงสัยทั้งหมดให้สิ้นไปโดยพลัน ที่เกิดความระแวงสงสัยในหน้าที่การงานเกี่ยวกับสิทธิ และธรรมจรรยาของข้าพเจ้า ต่อมิตรทั้งปวง

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2. ศึกษาปัจจัยสนับสนุนและอุปสรรคที่ส่งผลต่อการจัดการนวัตกรรมการสื่อสารของสโมสรไลออนส์สากลภาครวม 310 ประเทศไทยให้บรรลุเป้าหมาย

พบว่า การสื่อสารภายในองค์กรของสโมสรไลออนส์สากลภาครวม 310 ประเทศไทย มากที่สุด คือ สื่อใหม่ ได้แก่ Line Facebook และ Youtube วัตถุประสงค์ที่ติดต่อสื่อสารภายในองค์กรของสโมสรไลออนส์สากลภาครวม 310 ประเทศไทย คือ เพื่อประสานงานกิจกรรมและสร้างมาตรฐานการบริหารของสโมสรไลออนส์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พยัต วุฒิรงค์ ที่ได้ศึกษาเรื่อง การประยุกต์ใช้ทฤษฎีระบบ เป็นกรอบแนวคิดในการจัดการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของนวัตกรรมนั้น จะช่วยให้องค์กรเข้าใจ ความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมที่ส่งผลได้มากขึ้น (พยัต วุฒิรงค์, 2563) สอดคล้องกับงานวิจัยของจุฬารัตน์ เหล่าไพโรจน์จารีย์ และคณะ ที่ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนารูปแบบการบริหารโรงเรียนสอนคิดในสถานศึกษาสังกัดองค์การบริหารส่วนจังหวัด ผลการวิจัยพบว่ารูปแบบการจัดการต้องมีกระบวนการสร้างมาตรฐานการบริหารองค์กร 3 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) หลักการของรูปแบบ



2) วัตถุประสงค์ 3) ระบบและกลไก เพื่อให้ประสบผลสำเร็จ ครอบคลุม เหมาะสม และเป็นประโยชน์ (จุฬารัตน์ เหล่าไพโรจน์จารี และคณะ, 2566)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3. เพื่อศึกษากำหนดแนวทางนวัตกรรมการสื่อสารเพื่อพัฒนาองค์กรสโมสรไลออนส์สากลภาครวม 310 ประเทศไทยในปัจจุบันและอนาคต

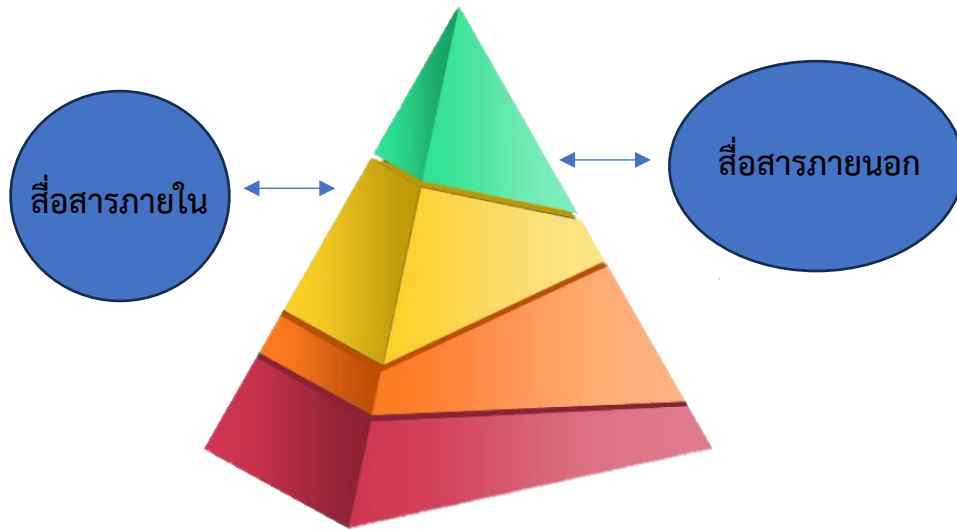
มีแนวทางในการพัฒนานวัตกรรมการเปลี่ยนแปลงของโลก เตรียมพร้อมการเปลี่ยนแปลงทางนวัตกรรม โดยการสร้างชุมชนสัมพันธ์กับสมาชิกสโมสร ปรับปรุงบริการและมุ่งมั่นในการฝึกฝนนวัตกรรม รายงานบริการของเราสร้างความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง สำหรับการตัดสินใจในอนาคต ฝึกอบรมพัฒนาทรัพยากรและสร้างประสบการณ์ให้กับสมาชิกและชุมชน สร้างโอกาสสำหรับนวัตกรรมในท้องถิ่นที่จะแบ่งปันและเฉลิมฉลองในระดับโลก โดยมีการออกแบบโดยคำนึงถึงมนุษย์เป็นวิธีการที่เติบโตอย่างรวดเร็วในการแก้ปัญหาเชิงสร้างสรรค์ ที่มุ่งเน้นการเอาใจใส่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เนตรชนก พฤชาติ ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารขององค์กร ผ่านกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในประเทศไทย พบว่า การสื่อสารองค์กรผ่านกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในประเทศไทย คือ การ การสร้างชุมชนสัมพันธ์ การพัฒนาอย่างยั่งยืน การสื่อสารภายในองค์กรและภายนอกองค์กร ปัจจัยที่ส่งผลสัมฤทธิ์ของกิจกรรมเพื่อแสดงออกต่อความรับผิดชอบต่อสังคมที่ได้รับ การสนับสนุนจากองค์กร การมีส่วนร่วมของบุคลากร การสร้างเครือข่ายทางสังคม และความต่อเนื่องในการดำเนินกิจกรรมการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (เนตรชนก พฤชาติ, 2563)

แนวทางในการพัฒนาสโมสรไลออนส์สากลภาครวม 310 ประเทศไทย ได้มีบทบาทในการสนับสนุนการพิมพ์หนังสือสารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน โดยพระราชประสงค์พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ และได้จัดการแข่งขันตอบคำถามสารานุกรมไทยสำหรับเยาวชนฯ เป็นปีที่ 25 เพื่อเป็นการสนับสนุนให้มีการอ่านหนังสือให้กว้างขวางขึ้น และจัดกิจกรรมไลออนส์สากลบริการ เพื่อบริการให้กับผู้ยากไร้อย่างกว้างขวาง มีการพัฒนาด้านกิจกรรม สโมสรไลออนส์และสโมสรลิโอในภาครวม 310 ได้ประกอบกิจกรรมตามนโยบายของสมาคมสโมสรไลออนส์สากล เช่น กิจกรรมหลักของไลออนส์สากล มีทั้งหมด 5 ด้าน ช่วยเหลือทางด้านสายตา ป้องกันโรคเบาหวาน ช่วยเหลือโรคมะเร็งในเด็ก ด้านความหิวโหย และโครงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม อีกทั้งภาครวมได้ส่งเสริม สนับสนุน และให้ความร่วมมือในการอบรมสัมมนา เพื่อพัฒนาองค์กร ตามนโยบายไลออนส์สากล โดยทีมงาน GST, GAT, GLT และ GMT

วัตถุประสงค์ข้อที่ 4. เพื่อวิเคราะห์ผลลัพธ์ของการจัดการนวัตกรรมการสื่อสารภายในองค์กรสโมสรไลออนส์สากลภาครวม 310 ประเทศไทยในปัจจุบันและอนาคต

สโมสรไลออนส์สากลภาครวม 310 ประเทศไทยมีรูปแบบการจัดการนวัตกรรมการสื่อสารภายในองค์กรผ่านรูปแบบกิจกรรมการบริการบริการสังคม กิจกรรมการประชุม กิจกรรม การอบรม/กิจกรรมวันไลออนส์สากลบริการ กิจกรรมไลออนส์สัมพันธ์ กิจกรรมสารานุกรมไทย) กิจกรรมประกวดวาดภาพโปสเตอร์กิจกรรมบริจาค และกิจกรรมประชาสัมพันธ์ เป็นกระบวนการที่บุคคลใช้ในการแลกเปลี่ยนข่าวสารสำคัญ และการสื่อความคิด ความรู้สึกซึ่งกันและกัน เพื่อสร้างความเข้าใจต่อกัน สอดคล้องกับ แนวคิดของ Michael E. Porter และ Mark R. Kramer กล่าวว่ากิจกรรม ซีเอสอาร์ไม่ใช่เพียงแค่การบริจาคเพื่อช่วยเหลือองค์กร การกุศลเท่านั้น แต่คือ ที่มาของโอกาส การเกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ และข้อได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กรอีกด้วย (Preuss, L., 2011) และสอดคล้องกับแนวคิด Triple Bottom Line ซึ่งประกอบด้วย 1) ด้านเศรษฐกิจ (Profit) คือ การทำให้ธุรกิจและเศรษฐกิจของประเทศเติบโตไปพร้อมกัน 2) ด้านสังคม (Population/People) คือ การช่วยเหลือ เกื้อกูลสังคมรอบข้าง พัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในสังคมให้ดีขึ้น และ 3) ด้านสิ่งแวดล้อม (Planet) คือ การดูแลรักษา สิ่งแวดล้อม มีกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Dyllick, T. & Hockerts, K., 2002)

องค์ความรู้ใหม่



ภาพที่ 1 แสดงกระบวนการสื่อสารภายในองค์กรสโมสรไลออนส์สากลภาครวม 310 ประเทศไทย

สโมสรไลออนส์สากลภาครวม 310 ประเทศไทยมีการใช้กลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรเพื่อให้ประสบผลสำเร็จในการดำเนินงานนั้น ผู้บริหารสโมสรในแต่ละภาคใช้การสื่อสารทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ โดยเลือกใช้ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ สอดคล้องกับสิ่งที่จะสื่อสาร และบุคคลที่จะสื่อสารเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการสื่อสารตามที่ต้องการได้อย่างแท้จริง ทั้งในแง่ส่วนตัวบุคคลต่าง ๆ ก็ต้องมีการสื่อสารกันเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลการทำงาน หรือเพื่อการประสานงานและเข้าใจต่าง ๆ อย่างเหมาะสม และในแง่องค์กรการสื่อสารจะช่วยสร้างและจรรโลงวัฒนธรรมขององค์กรให้ยาวสืบต่อไป และสร้างองค์กรให้ก้าวไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ด้วยการติดต่อสื่อสาร 2 กลุ่ม ใหญ่ ๆ คือ การติดต่อสื่อสารภายในองค์กร และการติดต่อสื่อสารภายนอก การสื่อสารภายในองค์กร มี 4 ลักษณะ คือ จากบนลงล่าง (Downward Communication) จากล่างขึ้นบน (Upward Communication) การสื่อสารในแนวนอน (Horizontal Communication) และการสื่อสารแบบต่างหน่วยงาน และต่างระดับ (Diagonal Communication)

1. การติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง (Downward Communication) ซึ่งเป็นการติดต่อจาก ผู้บริหารในแต่ละภาคไปยังสมาชิกสโมสร เป็นลักษณะของการสั่งงาน บอกเป้าหมายวัตถุประสงค์ การมอบหมาย การให้ข้อมูลย้อนกลับในการทำงาน (Performance Feedback) รวมทั้งการประชุม (Meeting) ก็เป็นวาระที่ติดต่อกันได้ ในปัจจุบันการติดต่อจากบนมาล่างที่ผู้บริหารนิยมใช้มาก คือ การประชุมงาน การจัดทำวารสารภายใน ตลอดจนพยายามให้บุคลากรเห็นความสัมพันธ์ว่างานของเขามีความสำคัญและมีผลต่อแผนงานโครงการขององค์กรอย่างไรบ้าง เพื่อจะได้ช่วยกันสร้างสรรค์ผลงานให้สูงขึ้น

2. การติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน (Upward Communication) เป็นการสื่อสารจากบุคลากร ไปยังผู้บริหาร เช่น การขอคำแนะนำ การรายงานผลการปฏิบัติงานให้ผู้บริหารได้ทราบ ซึ่งการสื่อสารแบบนี้ มักจะสั้น และไม่ค่อยเกิดขึ้น เพราะบุคลากรไม่กล้าพอที่จะติดต่อกับผู้บริหารเพราะกลัวว่าผู้บริหารจะประเมิน ตนเองว่า ไม่มีความสามารถ ไม่เก่ง หรือกลัวว่าจะได้รับผลในทางลบกลับคืนมา หรือถ้าจะสื่อก็อาจจะสื่อข้อมูลที่ เป็นเรื่องดีเพื่อเอาใจผู้บริหาร การสื่อสารจากล่างขึ้นบนจะก่อให้เกิดประโยชน์หลายประการ



3. การสื่อสารในแนวนอน (Later หรือ Horizontal Communication) เป็นการสื่อสารใน แนวทางเดียวกัน กลุ่มงานเดียวกัน หรือในระดับเดียวกันจะมีความเป็นมิตร เป็นกันเอง จะช่วยให้การ ประสานงานได้ดีขึ้น ซึ่งช่วยลดเวลาการสื่อสารรุ่มสายงาน และยังเป็นช่องทางในการสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ใน องค์กรเพราะได้ โอกาสรับรู้ ข่าวสารข้อมูลระหว่างกันท ำให้เห็นโอกาสต่าง ๆ มากขึ้น

4. การติดต่อสื่อสารในแนวทแยง (Diagonal Communication) มักเป็นการสื่อสารข้ามแผนก และข้ามระดับ โดยปกติมักจะเป็นการสื่อสารของฝ่ายให้คำแนะนำ (Staff) กับฝ่ายปฏิบัติการ (Line) เช่น ผู้จัดการ ฝ่ายบุคคลติดต่อไปยังพนักงานฝ่ายการผลิตเพื่อแจ้งข้อมูลด้านกฎระเบียบที่ประกาศให้ใช้สมาชิกสโมสรได้ทราบ

สรุปและข้อเสนอแนะ

การจัดการนวัตกรรมสื่อสารของสโมสรไลออนส์สากลภาครวม 310 ประเทศไทย เป้าหมายเน้นการเข้าถึง ชุมชนที่ต้องการความช่วยเหลือด้วยพื้นฐาน สร้างแรงกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสังคมและชุมชนจนสามารถ ส่งต่อผลกระทบเชิงบวกไปยังผู้อื่น แนวโน้มและการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการพัฒนานวัตกรรมสื่อสาร ที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในระดับนานาชาติ นโยบายและแผนแม่บทด้านสังคมสงเคราะห์ของไทย นวัตกรรมสื่อสารเป็นการบูรณาการการใช้เทคโนโลยีมาสนับสนุนส่งเสริมด้านสังคมสงเคราะห์ในรูปแบบต่าง ๆ จะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับประเทศไทยและสร้างภาพลักษณ์ทางสังคมที่ดีของประเทศไทย โดยนวัตกรรมการ สื่อสารมาใช้ในการ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการสื่อสาร ด้านการสืบค้น และด้านการจัดสรรทรัพยากร ภายใต้องค์ประกอบ ของการพัฒนานวัตกรรมสื่อสาร ได้แก่ การสร้างความแตกต่าง การเข้าถึงข้อมูล และการให้ข้อมูลย้อนกลับ มีการพัฒนาช่องทางการสื่อสารให้ครอบคลุมทุกช่องทางการสื่อสารที่ทันสมัย การใช้สื่อโซเชียลมีเดียทาง Line ได้รับการตอบรับมากที่สุด และมีความถี่บ่อยครั้งเพื่อประสานงานกิจกรรมของสโมสร ผู้บริหาร ผู้การภาคแสดง ความคิดเห็นได้อย่างอิสระทั้งการกำหนดเป้าหมายและวิสัยทัศน์ หน่วยงานภาครัฐที่ควรเข้ามาส่งเสริมการได้รับ การสนับสนุนในการพัฒนาชุมชน เพื่อให้สังคมก้าวสู่การพัฒนาอีกระดับ สังคมไทยกำลังประสบปัญหาโครงสร้าง ทางสังคมหลาย ๆ ด้าน ซึ่งปัญหาเหล่านี้มีความเชื่อมโยงกัน และต้องแก้ไขอย่างเป็นระบบโดยอาศัยความร่วมมือ จากทุกภาคส่วนในสังคม ภาครัฐได้มีนโยบายสำหรับจัดการแก้ไขปัญหบบางส่วน ไม่ว่าจะเป็นมาตรการบรรเทา ค่าครองชีพ การพัฒนาระบบสวัสดิการสำหรับผู้สูงอายุ เด็ก และผู้ด้อยโอกาส ออกกฎหมายควบคุมมลพิษ ส่งเสริม การใช้พลังงานสะอาด และรณรงค์ลดการใช้พลาสติก เป็นต้น องค์กรพัฒนาชุมชนมีบทบาทในการพัฒนา และเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน ให้ได้ร่วมคิด วางแผน และดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อแก้ไขปัญหาของชุมชน และยังสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชนผ่านการฝึกอบรม การให้ความรู้ และการพัฒนาทักษะอาชีพ อีกด้วย การศึกษาวิจัยในครั้งต่อไปควรศึกษาเกี่ยวกับการบริหารจัดการสื่อขององค์กรสังคมสงเคราะห์ในประเทศไทย ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงอุดมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2565). ล้วงลึกศักยภาพประเทศ. เรียกใช้เมื่อ 16 พฤษภาคม 2568 จาก <https://www.mhesi.go.th/index.php/en/all-media/infographic/8115-651107general2.html>
- จุฬารัตน์ เหล่าไพโรจน์จารี และคณะ. (2566). การพัฒนารูปแบบการบริหารโรงเรียนสอนคิดในสถานศึกษาสังกัด องค์การบริหารส่วนจังหวัด. วารสารปัญญา, 30(2), 15-32.
- นวล สมบูรณ์สิน. (2564). รูปแบบการจัดการนวัตกรรมทางการบริหารมรสาสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน. ใน วิทยานิพนธ์ การศึกษาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยนเรศวร.

- เนตรชนก พุกชาติ. (2563). กลยุทธ์การสื่อสารขององค์กรผ่านกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในประเทศไทย. ใน วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์. มหาวิทยาลัยรังสิต.
- ประวิทย์ ประเสริฐ. (2565). แนวทางการนำนวัตกรรมการสื่อสารดิจิทัลมาใช้ในองค์กรสโมสรไลออนส์. วารสารการจัดการ, 12(1), 15-30.
- ปัญญา เลิศไกร. (2563). การจัดการนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาองค์กร. วารสารมหาวิทยาลัยนครพนม, 8(1), 3745-3757.
- พยัคฆ์ วุฒิรงค์. (2563). การจัดการนวัตกรรม: ทรัพยากรองค์การแห่งการเรียนรู้และนวัตกรรม. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมบัติ นามบุรี. (2562). นวัตกรรมและการบริหารจัดการ. วารสารวิจัยวิชาการ, 2(2), 121-134.
- สโมสรไลออนส์สากล. (2566). ธรรมนูญและข้อบังคับ. เรียกใช้เมื่อ 28 สิงหาคม 2566 จาก <https://lionsclubs310.org/constitution/>
- สร้อย เถระวงศ์. (2563). นวัตกรรมจัดการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อเสริมสร้างความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรและประสิทธิผลของการปฏิบัติงานในองค์กรชั้นนำของ ประเทศไทย. วารสารนิเทศศาสตร์ปริทัศน์, 3(2), 16-31.
- Dyllick, T. & Hockerts, K. (2002). Beyond the Business Case for Corporate Sustainability. Business Strategy and the Environment, 11, 130-141 <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/bse.323>
- Preuss, L. (2011). Innovative CSR: A Framework for anchoring corporate social responsibility in the innovation literature. Journal of Corporate Citizenship, 42, 17-33. <https://pure.royalholloway.ac.uk/en/publications/innovative-csr-a-framework-for-anchoring-corporate-social-respons>
- Srinivas, R. et al. (2001). Communication for Development in the Third World-Theory and Practice for Empowerment. New Delhi: Sage Publications.
- Wainer, H. & Braun, H. I. (1988). Test validity. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.