



นวัตกรรมกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมภายในองค์กร เพื่อการบริหารงานของหอการค้าจังหวัดนนทบุรี

INNOVATIVE PARTICIPATORY COMMUNICATION PROCESSES WITHIN THE DIGITAL ORGANIZATION TO PROMOTE ADMINISTRATIVE EFFICIENCY OF THE NONTHABURI CHAMBER OF COMMERCE

สุรสีห์ ศรีอินทร์สุทธิ์, สัมพันธ์ สุกใส*, ชนิดาภา กระแจะจันทร์, มนพัฒน์ บุญยะบุรณ

Surasee Sri-Insut, Samphan Suksai, Chanidapa Krachaechan, Monnapat Bunyaburana

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi

นภัทร์ แก้วนาค

Naputr Gewnak

วิทยาลัยการทัพอากาศ

Royal Thai Air Force

*Corresponding Author E-mail: samphan.s@rmutsb.ac.th

Received May 11, 2024; Revised June 6, 2024; Accepted August 25, 2024

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารปัจจุบันภายในองค์กรหอการค้าจังหวัดนนทบุรี 2. เพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคของการสื่อสารภายในองค์กรหอการค้าจังหวัดนนทบุรี 3. เพื่อสร้างนวัตกรรมกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมภายในองค์กรดิจิทัลเพื่อส่งเสริมประสิทธิภาพการบริหารงานของหอการค้าจังหวัดนนทบุรี เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่ม โดยมีผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 24 คน ประกอบด้วย กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 10 คน และผู้ร่วมสนทนากลุ่ม จำนวน 14 คน

ผลการวิจัยพบว่า 1. รูปแบบการสื่อสารปัจจุบันภายในองค์กรหอการค้าจังหวัดนนทบุรี ประกอบด้วย 3 รูปแบบ ที่ส่งเสริมประสิทธิภาพการบริหารงานของหอการค้าฯ ได้แก่ 1) การรับฟังความคิดเห็นผ่านสมาชิกและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 2) มีการประชุมหอการค้าสม่ำเสมอ 3) การเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อต่าง ๆ ที่สามารถเข้าถึงได้ 2. ปัญหาและอุปสรรคของการสื่อสารภายในองค์กรหอการค้าจังหวัดนนทบุรีหรือการค้าค้านนท์ เกิดจากผู้ปฏิบัติงานมักไม่หยิบยกปัญหาเหล่านั้นมาขอคำปรึกษาหรือพูดคุยกันอย่างตรงไปตรงมา เพิกเฉยต่อปัญหา และซุกซ่อนปัญหาไว้ ขึ้นสามารถแก้ไขปัญหาด้วยการพูดคุยกันให้มากขึ้น สื่อสารกันทุกเรื่อง เน้นประชุมแลกเปลี่ยนมุมมองกัน และ 3. นวัตกรรมกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมภายในองค์กรดิจิทัลเพื่อส่งเสริมประสิทธิภาพการบริหารงานของหอการค้าจังหวัดนนทบุรีนั้น เกิดการเริ่มต้นจากผู้บริหารองค์กรหอการค้าได้ให้ความสำคัญกับการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กร ผ่านนโยบาย และข่าวสารต่าง ๆ ไปยังผู้ที่เกี่ยวข้องผ่านไปยัง



ผู้ปฏิบัติงาน และผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งช่องทางในการสื่อสารที่เหมาะสมคือการมีเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการสื่อสาร

คำสำคัญ: นวัตกรรมการสื่อสาร, การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม, การบริหารองค์กรดิจิทัล

Abstract

This research has the objective: 1) to study the current communication format within the Nonthaburi Chamber of Commerce organization, 2) to study the problems and obstacles of communication within the Nonthaburi Chamber of Commerce organization, and 3) to create innovative participatory communication processes within the digital organization to promote administrative efficiency of the Nonthaburi Chamber of Commerce. The research employed qualitative research methodology by means of in-depth interviews and focus group. The 24 key informants consisted of 10 key informants chosen from in-depth interviews and 14 focus group participants.

The results of the research found that: 1) The current communication format within the Nonthaburi Chamber of Commerce organization consists of 3 formats that promote the management efficiency of the Chamber of Commerce, including 1) listening to opinions through members and stakeholders 2) having chamber meetings regularly and 3) disseminating information through various media accessible. 2) Problems and obstacles of communication within the Nonthaburi Chamber of Commerce organization, Nonthaburi Chamber of Commerce are caused by the way operators often not raising those problems to ask for advice or openly discussing them as well as Ignoring and hiding the problem even these problems and obstacles can solve by talking and communicate more about every issues together with emphasizing on meeting to exchange views, and 3) Innovative participatory communication processes within the digital organization to promote administrative efficiency of the Nonthaburi Chamber of Commerce are began with the management of the Chamber of Commerce organization giving importance to communication both inside and outside the organization through policies and various news to those involved and to the operators and related people. The appropriate communication channel is having digital technology as a part of communication.

Keywords: Communication Innovation, Participatory Communication,
Digital Organization Management



บทนำ

การสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้มนุษย์มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน โดยในองค์กรนั้น การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจะช่วยสร้างความเข้าใจระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชา ระหว่างผู้ร่วมงาน และระหว่างสมาชิกในองค์กร เพื่อที่จะทำให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ (Verghese, 2017) นอกจากนั้นการสื่อสารยังช่วยแบ่งปันข้อมูลข่าวสารและความรู้ที่เป็นประโยชน์ให้แก่พนักงาน และสมาชิกภายในองค์กร ช่วยสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกันระหว่างสมาชิกภายในองค์กรรวมถึงช่วยเชื่อมความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างพนักงานภายในองค์กรให้เกิดขึ้น (Cornelissen, 2008) จากงานวิจัยพบว่า การสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพจะช่วยสร้างพันธะผูกพันต่อองค์กร ความสำเร็จต่อผลลัพธ์ทางธุรกิจเพิ่มสูงขึ้น การรักษาความมีชื่อเสียงขององค์กร การแบ่งปันข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน การได้รับความไว้วางใจ การรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร รวมถึงการตระหนักรับรู้และการสร้างความผูกพันของพนักงานต่อองค์กรอีกด้วย (Meyer & Allen, 1991; Tourish & Hargie, 2004)

การสื่อสารได้มีการพัฒนาอย่างไม่หยุดนิ่งมาตั้งแต่ในอดีตถึงปัจจุบัน ซึ่งปัจจุบันเราพบว่ามีนวัตกรรมการสื่อสารเข้ามาบูรณาการกับการสื่อสาร ทำให้เกิดการสื่อสารสมัยใหม่ที่หลายองค์กรนำมาประยุกต์ใช้กับการทำงาน จากผลการสำรวจของ Gallup (2012) พบว่าการสื่อสารภายในองค์กรเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมเกี่ยวกับผลลัพธ์ขององค์กร ซึ่งทำให้ศักยภาพและความสามารถในการสร้างกำไร โดยองค์กรสมัยใหม่จะกำหนดการสื่อสารภายในองค์กรไว้เป็นแผนเชิงกลยุทธ์ขององค์กร (Welch & Jackson, 2007) เพื่อเป็นทิศทางและแนวทางปฏิบัติระหว่างสมาชิกภายในองค์กร ในทางตรงกันข้ามการสื่อสารภายในองค์กรที่ไร้ประสิทธิภาพ ขาดความชัดเจนเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ พันธกิจ กลยุทธ์ และเป้าหมายขององค์กรผ่านการสื่อสารไปสู่พนักงานภายในองค์กร ผลที่เกิดขึ้นคือ ประสิทธิภาพของการปฏิบัติงานลดต่ำลง อัตราการขาดงานสูงขึ้น และพนักงานลาออกจากการเป็นสมาชิก (The Joint Commission, 2010) อีกทั้งปัญหาจากการสื่อสารอาจทำให้ปัญหาเล็ก ๆ กลายเป็นปัญหาใหญ่ขึ้น เพราะการสื่อสารภายในมีปัญหา ขาดประสิทธิภาพ บุคลากรเข้าใจเป้าหมายองค์กรต่างกัน (จิรพงษ์ เทียนแขก และพิษณุ บุญนิยม, 2565)

การสื่อสารสมัยใหม่จึงจัดเป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญมากกับการสร้างและพัฒนาองค์กรให้ดีขึ้นต่อไป เฉกเช่นองค์การหอการค้า เนื่องจากหอการค้ามีบทบาทในการส่งเสริม ช่วยเหลือ และรักษาผลประโยชน์ของกลุ่มพ่อค้าที่เป็นสมาชิก เพื่อพิทักษ์ผลประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดำเนินงานด้านส่งเสริมการค้า การเกษตร การอุตสาหกรรม และการเงินให้สอดคล้องกับธุรกิจภายในประเทศของตน เพื่อรักษาผลประโยชน์ของสมาชิกเป็นสำคัญ

จากที่กล่าวมานั้น จะเห็นได้ว่าบทบาทและหน้าที่ขององค์การหอการค้ามีความเกี่ยวข้องกับการสื่อสารทั้งสิ้น ซึ่งสิ่งที่ขาดไม่ได้คือทักษะการสื่อสารที่ดีที่จะส่งผ่านให้กับสมาชิกและผู้ปฏิบัติงาน เข้าใจถึงข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องและทันสมัย ดังนั้นการศึกษาวิจัยเรื่องนวัตกรรมการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมภายในองค์กรดิจิทัลเพื่อส่งเสริมประสิทธิภาพการบริหารงานของหอการค้า จังหวัดนนทบุรี จะทำให้ทราบถึงรูปแบบการสื่อสารปัจจุบัน ปัญหา และอุปสรรคภายในองค์กร



หอการค้าจังหวัดนนทบุรี รวมถึงการพัฒนารูปแบบนวัตกรรมกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมภายในองค์กรดิจิทัลเพื่อส่งเสริมประสิทธิภาพการบริหารงานของหอการค้าจังหวัดนนทบุรี

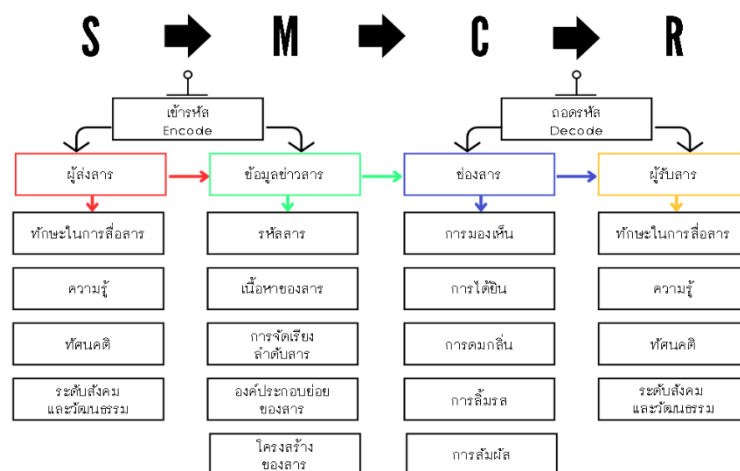
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารปัจจุบันภายในองค์กรหอการค้าจังหวัดนนทบุรี
2. เพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคของการสื่อสารภายในองค์กรหอการค้าจังหวัดนนทบุรี
3. เพื่อสร้างนวัตกรรมกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมภายในองค์กรดิจิทัลเพื่อส่งเสริมประสิทธิภาพการบริหารงานของหอการค้าจังหวัดนนทบุรี

การทบทวนวรรณกรรม

การสื่อสารและนวัตกรรมการสื่อสาร

การสื่อสาร เป็นกระบวนการที่ผู้ส่งสารสื่อความคิดหรือความรู้ไปยังผู้รับผ่านช่องทางต่าง ๆ เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิดเห็น หรือความรู้ เพื่อให้เกิดความเข้าใจและการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพระหว่างกัน การสื่อสารมีบทบาทสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ทำให้เกิดการเรียนรู้ และสนับสนุนการเข้าใจต่อความต้องการและความคิดเห็นของผู้อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อชักจูงให้ผู้รับข่าวสารมีปฏิกิริยาตอบสนองกลับมา โดยคาดหวังให้เป็นไปตามที่ผู้ส่งต้องการ (Zaremba, 2010) ซึ่งกระบวนการถ่ายทอดข้อมูลและความคิดรู้สึกระหว่างบุคคลสามารถกระทำผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น การพูด การเขียน หรือการใช้สัญลักษณ์ เพื่อสื่อความคิดเห็นและข้อมูลในวัฒนธรรมและสถานการณ์ต่าง ๆ ทักษะการสื่อสารเป็นความสามารถในการรับและส่งสารเพื่อแบ่งปันความรู้และทัศนคติอย่างเหมาะสม (กระทรวงศึกษาธิการ, 2551; กิดานันท์ มลิทอง, 2548; กมลรัฐ อินทรทัศน์, 2547) ซึ่ง Berlo (1960) ได้สรุปรูปแบบกระบวนการสื่อสาร SMCR Model ไว้ 6 องค์ประกอบ ได้แก่ 1. ผู้ส่งสาร (Communication source) 2. ผู้เข้ารหัส (Encoder) 3. สาร (Message) 4. สื่อ (Channel) 5. ผู้ถอดรหัส (Decoder) และ 6. ผู้รับสาร (Communication receiver) ขอกจากนั้นยังอธิบายถึงคุณลักษณะสำคัญขององค์ประกอบการสื่อสารแต่ละองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการสื่อสาร ดังแผนภาพที่ 1



แผนภาพที่ 1 กระบวนการสื่อสาร SMCR Model (Berlo, 1960)

จากรูปแบบการสื่อสารที่ใช้กันมาอย่างยาวนาน ได้ถูกพัฒนาต่อยอดด้วยการนำนวัตกรรมเข้ามาบูรณาการกับการสื่อสาร จนทำให้เกิดนวัตกรรมการสื่อสาร ที่ถูกออกแบบมาเพื่อช่วยให้การสื่อสารง่ายและรวดเร็ว อีกทั้งยังเพิ่มประสิทธิภาพการโอนถ่ายข้อมูลที่สำคัญอย่างถูกต้องและแม่นยำระหว่างมนุษย์ยิ่งขึ้น (ณัฐวุฒิ เอี่ยมเนตร และคณะ, 2567) นอกกระบวนการสื่อสาร Thayer (1968) ยังอธิบายถึงการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพอาจพิจารณาจากเวลา ปัจจัยทางด้านต้นทุน และทรัพยากรที่ใช้ในการสื่อสารอีกด้วย

การสื่อสารระหว่างบุคคลและการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

ปรเม สตะเวทิน (2546) ได้ให้ความหมายของการสื่อสารระหว่างบุคคล ว่าเป็นรูปแบบการสื่อสารที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลสองคนหรือมากกว่า โดยสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลได้โดยตรง ผู้ส่งสารทำหน้าที่ส่งข้อมูลไปยังผู้รับสาร ผ่านทางการติดต่อสื่อสารต่าง ๆ โดยทั้งสองฝ่ายจะต้องมีการแลกเปลี่ยนสารกันอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งนิติพล ภูตะโชติ (2556) ได้ให้ความหมายไปในทางเดียวกันว่า การสื่อสารระหว่างบุคคล หมายถึงการถ่ายทอดสารระหว่างบุคคล ซึ่งอาจเป็นการสื่อสารระหว่างหัวหน้างานกับพนักงาน หรือระหว่างพนักงานกันเอง โดยใช้สื่อต่าง ๆ เช่น การพูด การเขียน หรือการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เพื่อให้เกิดการสื่อสารที่เป็นประโยชน์และเข้าใจกันอยู่ถูกต้อง

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication) คือกลไกและเครื่องมือที่จะสร้างการเปลี่ยนแปลงและเพิ่มความสามารถทางการสื่อสารให้กับปัจเจกบุคคล การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเป็นวิธีการปฏิบัติการร่วมกันระหว่างปัจเจกบุคคลซึ่งเป็นผู้รับสารและแหล่งข้อมูลข่าวสาร โดยนิมกสื่อสารทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร เช่น การเป็นพี่เลี้ยงให้แก่กลุ่มเป้าหมาย นับว่าเป็นการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมที่อยู่ในกระบวนการพัฒนา (White, et., al. 2003) นอกจากนั้น United Nations (1983) ได้นิยามการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมว่าเป็นแนวคิดที่ผสมผสานระหว่างแนวคิดเรื่องการมีส่วนร่วม



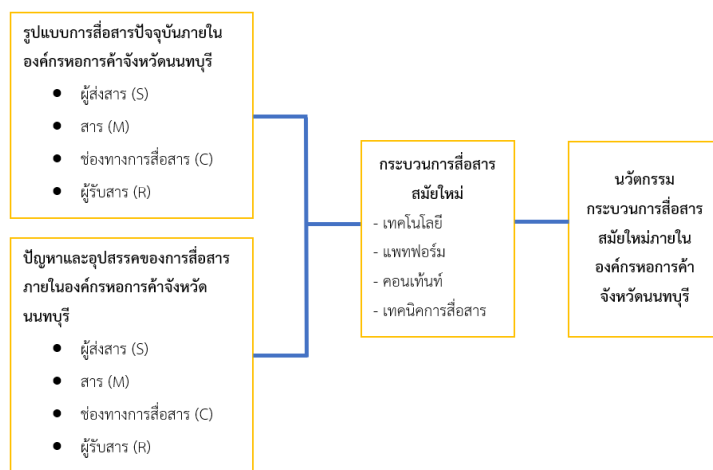
และแนวคิดเรื่องการสื่อสาร กล่าวคือเป็นกระบวนการสร้างสรรค์การมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมายผ่านกลไกการสื่อสารประเภทต่าง ๆ เพื่อเป็นหนทางหรือเป็นเครื่องมือนำไปสู่การมีส่วนร่วม และได้มีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสาร 3 รูปแบบ ได้แก่ 1. การมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสาร/ผู้ใช้สาร (Audience/User) 2. การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่งสาร/ผู้ผลิตสื่อ (Sender/Producer) 3. การมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผนและกำหนดนโยบาย (Planner/ Policy Maker) (กาญจนา แก้วเทพ, 2543; พวงชมพู ไชยอาลา, 2556)

การบริหารองค์กรดิจิทัล

องค์กรดิจิทัล (Digital Organization) หมายถึง องค์กรที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการบริหารจัดการทั้งภายในและภายนอกในเกือบทุกกระบวนการ โดยเฉพาะในการติดต่อกับลูกค้า บริษัทผู้สนับสนุนวัตถุดิบ และพนักงาน เพื่อให้กระบวนการธุรกิจเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถใช้เครือข่ายดิจิทัลที่ครอบคลุมกว้างขวางทั่วทั้งองค์กร หรือเชื่อมโยงเข้ากับองค์กรอื่นจำนวนมาก (สุรินทร์ทิพ ตักดีภูวดล, 2563) ในมุมมองที่คล้ายกัน Vaz (2021) ได้มองว่าองค์กรดิจิทัลจะมุ่งเน้นการออกแบบองค์กรใหม่โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่ที่มีการเชื่อมโยงมุมมองของลูกค้า มุมมองขององค์กร และมุมมองของเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างเชื่อมโยงกันอย่างกลมกลืน Deloitte (2018) ได้เสนอองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการที่เป็นรากฐานขององค์กรดิจิทัล ได้แก่ 1. ด้วยการกำหนดกระบวนการทางดิจิทัล (Digital at the core) 2. พัฒนาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมองค์กร (Developing an enabling environment and culture) 3. สร้างความมุ่งมั่นและผู้นำที่จะผลักดันให้เกิดการใช้เทคโนโลยีในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพทั่วทั้งองค์กร (Taking action, not just promoting a vision) ซึ่งองค์กรดิจิทัลจะทำให้องค์กรมีเป้าหมายเพื่อมุ่งไปสู่การสร้างคุณค่าใหม่ทางดิจิทัลให้แก่องค์กรและลูกค้าที่ชัดเจน (Berman, 2012) ซึ่งการที่จะปรับเปลี่ยนองค์กรให้เป็นองค์กรดิจิทัลนั้น (Perkin & Abraham, 2017) ได้ให้มุมมองว่าวิสัยทัศน์ทางดิจิทัลขององค์กรนั้น จำเป็นจะต้องคิดสร้างความแตกต่างที่ยิ่งใหญ่ให้เกิดขึ้นแก่ลูกค้าและผู้รับบริการ

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยตามแนวคิดของการสื่อสารและนวัตกรรมการสื่อสาร การสื่อสารระหว่างบุคคลและการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม และการบริหารองค์กรดิจิทัล ผ่านรูปแบบการสื่อสารปัจจุบันภายในองค์กรหอการค้าจังหวัดนนทบุรี รวมถึงปัญหาและอุปสรรคของการสื่อสารภายในองค์กรหอการค้าจังหวัดนนทบุรี ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างนวัตกรรมกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมภายในองค์กรดิจิทัล เพื่อส่งเสริมประสิทธิภาพการบริหารงานของหอการค้าจังหวัดนนทบุรี อีกทั้งยังมีการนำเอานวัตกรรมมาเป็นส่วนในการสร้างและปรับใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดทางด้านกระบวนการสื่อสารภายในองค์กรแบบมีส่วนร่วมอย่างเหมาะสม โดยสามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดได้ ตามแผนภาพที่ 2



แผนภาพที่ 2 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) จากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภายในองค์กรหอการค้าจังหวัดนนทบุรี โดยมีวิธีการในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงตามความเหมาะสมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย พิจารณาคัดเลือกผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับการศึกษา (Direct Stakeholder) ด้วยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงกลุ่มเป้าหมาย (Purposive Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญ (Key Informants)

การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 4 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มที่ 1 ผู้บริหารหอการค้า (ประธาน และรองประธาน) จำนวน 2 คน กลุ่มที่ 2 คณะกรรมการหอการค้า จำนวน 3 คน กลุ่มที่ 3 สมาชิกหอการค้าจังหวัดนนทบุรี จำนวน 3 คน และ กลุ่มที่ 4 เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานหอการค้าจังหวัดนนทบุรี จำนวน 2 คน รวมทั้งสิ้น 10 คน โดยเครื่องมือในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ได้แก่แบบสัมภาษณ์ เพื่อศึกษาวัตถุประสงค์ที่ 1 ที่เกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารปัจจุบันภายในองค์กรหอการค้าจังหวัดนนทบุรี รูปแบบการสื่อสารปัจจุบันภายในองค์กร และรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรที่คาดหวัง

การสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) ได้สนทนากลุ่มกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 2 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มที่ 1 เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานหอการค้าจังหวัดนนทบุรี จำนวน 7 คน และกลุ่มที่ 2 สมาชิกหอการค้าจังหวัดนนทบุรี จำนวน 7 คน รวมทั้งสิ้น 14 คน โดยเครื่องมือที่ใช้ในการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) ได้แก่ แบบคำถามสำหรับการสนทนากลุ่มย่อย เพื่อศึกษาในขั้นตอนที่ 2 ศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคของการสื่อสารภายในองค์กรหอการค้าจังหวัดนนทบุรี เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของการสื่อสารภายในองค์กร และแนวทางในการแก้ไข

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยทั้ง 2 ชนิด ได้แก่ แบบสัมภาษณ์และแบบสนทนากลุ่ม สร้างและตรวจสอบคุณภาพตามมาตรฐานการวิจัยเชิงคุณภาพ ต่อผู้เชี่ยวชาญท่านละ 3 ท่าน เพื่อให้พิจารณา



เนื้อหา (Content validity) และโครงสร้างของคำถาม (Construct validity) รวมถึงรูปแบบและภาษาที่ใช้ ตามมาตรฐาน และตรวจสอบคุณภาพด้วยดัชนีความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence: IOC) โดยมีเกณฑ์ขั้นต่ำค่า IOC ของแต่ละรายการที่ 0.5 และค่า IOC รวมขั้นต่ำที่ 0.65 เพื่อพิจารณาว่าเครื่องมือมีความสอดคล้อง จากนั้นจะปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญให้เหมาะสมและสมบูรณ์ในทุกด้าน ซึ่งแบบสัมภาษณ์มีค่า IOC ทั้งฉบับที่ 1.0 และแบบคำถามสำหรับการสนทนากลุ่ม มีค่า IOC ทั้งฉบับที่ 0.92 ซึ่งมากกว่าเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดไว้ทั้ง 2 ฉบับ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ขั้นตอนที่ 1 ในการวิเคราะห์เนื้อหาผ่านการวิจัยเอกสารคือการตีความสร้างข้อสรุปด้วยการนำเอกสารที่เกี่ยวข้องมาประกอบการวิเคราะห์และตีความข้อมูลด้วยวิธีการอุปนัย (Induction) จากทฤษฎีของ Berelson (1952) และ Holsti (1969) โดยเน้นไปที่คุณภาพของเอกสารที่ใช้ในการวิจัย ซึ่งมีกระบวนการวิเคราะห์ทั้งหมด 6 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การจำแนกประเภทของเอกสาร 2) แหล่งที่มาของเอกสาร 3) สารสำคัญที่ปรากฏในเอกสาร 4) ความมีคุณค่าของเนื้อหา 5) ความเชื่อถือได้ของเอกสาร และ 6) ความเกี่ยวข้องและความสมสมัยของเอกสาร

ขั้นตอนที่ 2 การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) งานวิจัยนี้ใช้การตรวจสอบข้อมูล 2 ด้าน คือ 1) การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulate) 2) การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory Triangulate) (Denzin, 1970)

ขั้นตอนที่ 3 การวิเคราะห์โดยใช้เทคนิค QDAT Knowledge; 6'C (Qualitative Data Analysis Technic Knowledge) เป็นการนำข้อมูลดิบมาเข้าสู่กระบวนการวิเคราะห์ และสังเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิค 6'C โดยเปลี่ยนจากข้อมูลดิบ เป็นสารสนเทศการวิจัย เป็นบทสรุปของการวิจัย ให้ระบบความคิด และเป็นกรอบแนวคิดผลการวิจัยที่เกิดจากการวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ (นภัทร์ แก้วนาถ, 2555)

ขั้นตอนการยืนยันรูปแบบนวัตกรรมกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมภายในองค์กรดิจิทัล เพื่อส่งเสริมประสิทธิภาพการบริหารงานของหอการค้าจังหวัดนนทบุรีที่นำไปใช้ จะมีความเป็นไปได้จริงตามหลักการและแนวทางการปฏิบัติหรือไม่ด้วยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านในการประเมิน 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความเป็นประโยชน์ 2) ด้านความเป็นไปได้ 3) ด้านความเหมาะสม 4) ด้านความถูกต้อง

ผลการวิจัย

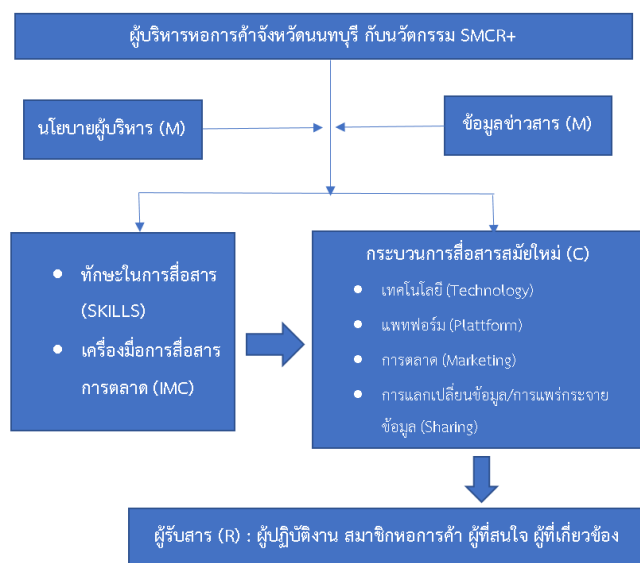
วัตถุประสงค์ 1. ศึกษารูปแบบการสื่อสารปัจจุบันภายในองค์กรหอการค้าจังหวัดนนทบุรี พบว่ารูปแบบการสื่อสารปัจจุบันภายในองค์กรหอการค้าจังหวัดนนทบุรี ประกอบด้วย 3 รูปแบบ ที่ส่งเสริมประสิทธิภาพการบริหารงานของหอการค้าจังหวัดนนทบุรี ได้แก่ 1. การรับฟังความคิดเห็นผ่านสมาชิกและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 2. มีการประชุมหอการค้าสม่ำเสมอ เป็นช่องทางการสื่อสารที่ดีได้พบปะกันระหว่างสมาชิกและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแลกเปลี่ยนกัน 3. การเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อต่าง ๆ นอกจากนั้นยังมีการผสมผสานรูปแบบโดยการใช้หลักการสื่อสารทั่วไป โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญคือ ผู้ส่งสาร



(Sender) สาร (Message) ช่องทาง (Channel) และตัวผู้รับสาร (Receiver) ซึ่งมักเรียกกันว่า SMCR จึงเกิดเป็นรูปแบบการสื่อสารขององค์กรหอการค้าจังหวัดนนทบุรี ดังภาพประกอบที่ 4 SMCR + 1. การรับฟังความคิดเห็นและมีส่วนร่วม 2. การจัดประชุมแลกเปลี่ยนกัน และ 3. การเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อต่าง ๆ

วัตถุประสงค์ 2 ศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคของการสื่อสารภายในองค์กรหอการค้าจังหวัดนนทบุรี หอการค้าจังหวัดนนทบุรีพบเจอปัญหาในการสื่อสารภายในองค์กรบ่อยครั้ง คือ เมื่อเกิดปัญหาขึ้น ผู้ปฏิบัติงานมักไม่หยิบยกปัญหาเหล่านั้นมาขอคำปรึกษาหรือพูดคุยกันอย่างตรงไปตรงมา เลือกที่จะเก็บซ่อนปัญหาไว้ ทำให้เกิดปัญหาหลายครั้งปัญหาลุกลาม แนวทางการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคที่เกิดจากรูปแบบการสื่อสารปัจจุบันภายในองค์กรฯ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกัน ได้แก่ ปัญหาการสื่อสารของพนักงานที่ไม่กล้าพูดไม่กล้าตัดสินใจ ซึ่งการแก้ปัญหาคือการพูดคุยกันให้มากขึ้น สื่อสารกันให้มากขึ้น เพราะหากมีการสื่อสารการตลอดในทุก ๆ ช่องทางแล้วนั้น ปัญหาที่จะไม่เกิดขึ้น และเน้นการประชุมที่สำคัญ เพื่อเกิดแลกเปลี่ยนกันที่ชัดเจน

วัตถุประสงค์ 3 สร้างนวัตกรรมกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมภายในองค์กรดิจิทัล เพื่อส่งเสริมประสิทธิภาพการบริหารงานของหอการค้าจังหวัดนนทบุรี จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผลการวิจัยในวัตถุประสงค์ที่ 1 และผลการวิจัยในวัตถุประสงค์ที่ 2 ผู้วิจัยได้นำมาวิเคราะห์สังเคราะห์เพื่อสร้างนวัตกรรมกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมภายในองค์กรดิจิทัล เพื่อส่งเสริมประสิทธิภาพการบริหารงานของหอการค้าจังหวัดนนทบุรี โดยมุ่งเน้นที่รูปแบบการสื่อสารในปัจจุบัน ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากกระบวนการสื่อสาร เพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นและเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กร ทำให้การสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กรมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ดังแผนภาพที่ 3



แผนภาพที่ 3 แสดงนวัตกรรมกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมภายในองค์กรดิจิทัลเพื่อส่งเสริมประสิทธิภาพการบริหารงานของหอการค้าจังหวัดนนทบุรี



จากผลการนำเสนอในรูปแบบนวัตกรรมกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมภายในองค์กรดิจิทัล เพื่อส่งเสริมประสิทธิภาพการบริหารงานของหอการค้าจังหวัดนนทบุรี ผู้บริหารให้ความสนใจและตระหนักในการสื่อสารเป็นอย่างมากเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงานทุกภาคส่วน และการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในบทบาทและทิศทางของหอการค้า ภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร และเกิดความร่วมมืออันดีกับผู้ที่เกี่ยวข้อง จึงเกิดเป็นนโยบายด้านการสื่อสาร ดังนี้ 1) ผู้บริหารมีการสื่อสารประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร เพื่อสร้างความเข้าใจให้กับพนักงานและผู้ที่เกี่ยวข้อง 2) ผู้บริหารมุ่งเน้นภาพลักษณ์องค์กรในเชิงรุกเน้นย้ำความเข้าใจและการใช้สื่อดิจิทัลเป็นเครื่องมือสำคัญในการสื่อสาร 3) ผู้บริหารกำหนดนโยบายและแผนประชาสัมพันธ์สื่อสารภาพลักษณ์ และข้อมูลข่าวสาร 4) ผู้บริหารชี้แจงรับฟังความคิดเห็นและให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการทำงาน ตลอดจนการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องขององค์กร โดยเน้นการสื่อสารแบบสองทิศทาง 5) ผู้บริหารกำหนดให้มีการสื่อสารกับทั้งพนักงานและผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อการมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนองค์กรเพื่อประสิทธิภาพและศักยภาพในการแข่งขันและการบริหารจัดการองค์กร

ในขั้นตอนการยืนยันรูปแบบนวัตกรรม ได้ผลการยืนยันนวัตกรรมกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมภายในองค์กรดิจิทัลเพื่อส่งเสริมประสิทธิภาพการบริหารงานของหอการค้าจังหวัดนนทบุรี ที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านด้านความเหมาะสม รองลงมา ได้แก่ ความเป็นประโยชน์ ด้านความเป็นไปได้ และด้านความถูกต้องอยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่ารูปแบบการสื่อสารปัจจุบันภายในองค์กรหอการค้าจังหวัดนนทบุรี ประกอบด้วย 3 รูปแบบ ที่ส่งเสริมประสิทธิภาพการบริหารงานของหอการค้าจังหวัดนนทบุรี ได้แก่ 1) การรับฟังความคิดเห็นผ่านสมาชิกและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 2) มีการประชุมหอการค้าสม่ำเสมอ 3) การเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อต่าง ๆ ที่สามารถเข้าถึงได้ นอกจากนั้นสุนีย์ สว่างศรี และคณะ (2566) ได้ให้ความคิดเห็นไว้ว่ารูปแบบการสื่อสารออนไลน์เป็นช่องทางหลักเพื่อให้เกิดการกระจายได้อย่างทั่วถึงและเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สัญชาติ พรหมดง และคณะ (2561) ที่อธิบายถึงบริหารที่ต้องการความสำเร็จ จำให้มีความสำคัญกับการสื่อสารภายในองค์กร

จากวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่าปัญหาและอุปสรรคของการสื่อสารภายในองค์กรหอการค้าจังหวัดนนทบุรี เกิดจากผู้ปฏิบัติงานมักไม่หยิบยกปัญหาเหล่านั้นมาขอคำปรึกษาหรือพูดคุยกันอย่างตรงไปตรงมา เพิกเฉยต่อปัญหา และชุกซ่อนปัญหาไว้ โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของบุญเทิด อุทยานิน และคณะ (2562) ที่สรุปผลการวิจัยไว้ว่า สังคมปัจจุบันไม่ค่อยมีปฏิสัมพันธ์กับคนรอบข้าง ซึ่งจะก่อให้เกิดความไม่เข้าใจระหว่างคนในสังคม ซึ่งปัญหาที่เกิดขึ้นในลักษณะนี้สามารถแก้ไขปัญหาด้วยการพูดคุยกันให้มากขึ้น สื่อสารกันทุกเรื่อง เน้นประชุมแลกเปลี่ยนมุมมองกัน และเป็นไป

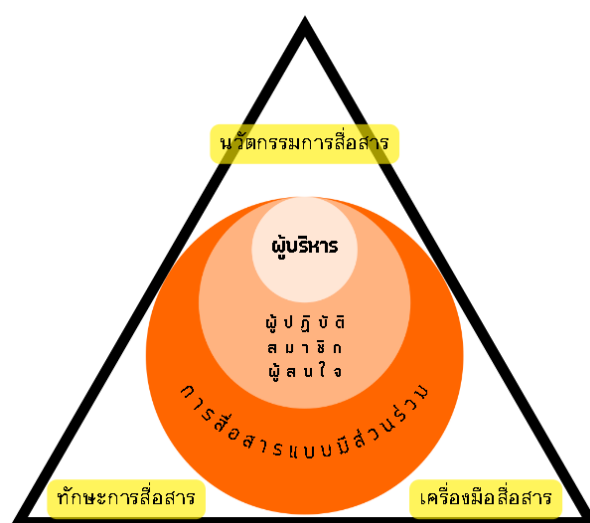


ในทางเดียวกันกับงานวิจัยของ สัญชาติ พรมดง และคณะ (2561) ที่ได้อธิบายถึงการสื่อสารโดยการพูดที่เหมาะสมกับสถานการณ์และสภาพแวดล้อม จะส่งผลให้การปฏิบัติงานในองค์กรมีประสิทธิภาพเป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น อีกทั้งยังสอดคล้องกับนิภาพรรณ โสพัฒน์ (2562) ที่กล่าวถึงการพัฒนาทักษะการสื่อสารภายในองค์กร ควรระมัดระวังการสื่อสารทางสีหน้า ท่าทาง น้ำเสียง และพยายามทำการสื่อสารกับผู้ร่วมงานในทุกครั้งที่มีโอกาส

จากจุดประสงค์ที่ 3 รูปแบบนวัตกรรมกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมภายในองค์กรดิจิทัล เพื่อส่งเสริมประสิทธิภาพการบริหารงานของหอการค้าจังหวัดนนทบุรี มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมพงษ์ เสริมณี และคณะ (2564) ที่พบว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเป็นสิ่งสำคัญเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน รับฟังความคิดเห็นของกันและกัน เพื่อที่จะสะท้อนความคิดของกันและกันด้วยความสมัครใจ นอกจากนี้ในด้านการประยุกต์ใช้นวัตกรรมสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ประพจน์ ณ บางช้าง และคณะ (2564) พบว่า นวัตกรรมสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชนสามารถยกระดับการท่องเที่ยวของจังหวัดระนองให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนได้ โดยควรพัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยีและความคิดสร้างสรรค์สู่ความเป็นเลิศได้

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากการวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ความรู้ที่ได้พบองค์ความรู้ใหม่ ได้แก่ นวัตกรรมกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมภายในองค์กรดิจิทัล ที่สร้างความเข้าใจระหว่างผู้บริหารกับผู้ปฏิบัติ สมาชิกกับสมาชิก ผ่านการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม โดยมีนวัตกรรมสื่อสาร ทักษะการสื่อสาร และเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสาร เป็นตัวช่วยในการสร้างความเข้าใจในองค์กร อีกทั้งนวัตกรรมกระบวนการสื่อสารใหม่ที่ทันสมัยนี้ จะยกระดับองค์กรหอการค้าจังหวัดนนทบุรีในด้านการสื่อสารให้เป็นองค์กรที่ก้าวหน้าเทคโนโลยีและก้าวหน้าโลก ซึ่งแสดงให้เห็นดังแผนภาพที่ 4



แผนภาพที่ 4 รูปแบบนวัตกรรมกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมภายในองค์กรดิจิทัล



สรุป

จากการวิจัยสามารถสรุปได้ว่า รูปแบบนวัตกรรมกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมภายในองค์กรดิจิทัลเพื่อส่งเสริมประสิทธิภาพการบริหารงานของหอการค้าจังหวัดนนทบุรี ถูกพัฒนาขึ้นจากการศึกษารูปแบบการสื่อสารปัจจุบันและปัญหาอุปสรรคในการสื่อสารภายในองค์กร รูปแบบใหม่นี้เน้นนวัตกรรมการสื่อสารในปัจจุบันมาบูรณาการกับทักษะและเครื่องมือในการสื่อสาร โดยเริ่มต้นจากผู้บริหารที่ให้ความสำคัญกับการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กร สารที่สำคัญต่อองค์กร เช่น นโยบายและข่าวสารต่าง ๆ จะถูกสื่อสารไปยังผู้ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนโยบายที่ส่งถึงผู้ปฏิบัติงาน และข่าวสารที่ส่งไปยังสมาชิก ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่เกี่ยวข้อง ผ่านช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสม โดยมีเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นส่วนสำคัญของการสื่อสารนี้

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ข้อเสนอแนะในระดับบริหาร สามารถนำรูปแบบรูปแบบนวัตกรรมกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมภายในองค์กรดิจิทัลฯ ไปปรับใช้กับองค์กรภาครัฐและเอกชน เพื่อให้องค์กรมีประสิทธิภาพการทำงานสูงขึ้น โดยเน้นการสื่อสารของผู้นำเพื่อสร้างสันติในองค์กรในทุกระดับชั้น และเป็นแนวทางในการพัฒนาการสื่อสารด้านบุคคล ผู้รับสาร ผู้ส่งสาร แนวทางในการพัฒนาการสื่อสารด้านข้อมูลข่าวสาร แนวทางในการพัฒนาการสื่อสารด้านช่องทางการสื่อสาร หน่วยงานควรต้องจัดระบบช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย ผ่านนวัตกรรมกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมภายในองค์กรดิจิทัล

1.2 ข้อเสนอแนะในระดับปฏิบัติการ ผู้ปฏิบัติสามารถนำทักษะทางการสื่อสาร มาปรับใช้กับการทำงาน เพื่อลดปัญหาและอุปสรรคในการทำงาน อีกทั้งการนำรูปแบบนวัตกรรมกระบวนการสื่อสารมาบูรณาการกับการทำงาน จะก่อให้เกิดนวัตกรรมกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมภายในองค์กรดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพและทันสมัย

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพเท่านั้น ทำให้ข้อมูลที่ได้รับอาจจะยังไม่สมบูรณ์มากพอ เนื่องจากหน่วยงานที่ศึกษาเป็นหน่วยงานใหญ่ อาจจะมีการพัฒนางานวิจัยโดยการเพิ่มวิธีการวิจัยเชิงปริมาณเข้าไปเพื่อให้ทราบถึงกลุ่มประชากรส่วนใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษานี้

2.2 ควรศึกษาการสื่อสารการมีส่วนร่วมภายในองค์กรอื่น ๆ เพื่อที่จะนำมาทำการเปรียบเทียบจากภารกิจอื่น หรือหน่วยงานอื่นเพื่อที่จะได้เห็นแนวทางที่เหมือนหรือต่างกัน ส่งผลให้เกิดองค์ประกอบที่เหมาะสมตามมาได้ นำไปประยุกต์ใช้ได้ ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาวรรณกรรมอื่นที่เหมาะสมกับการพัฒนานวัตกรรมการจัดการเพื่อเชื่อมโยงประเด็นการศึกษาให้ครอบคลุมชัดเจนมากขึ้นไปอีก เพื่อให้เกิดความครอบคลุมในการนำไปใช้จริง จึงควรมีการเก็บข้อมูลจากกลุ่ม



ตัวอย่างเพิ่มขึ้นและหลากหลายกว่าเดิม เพื่อประโยชน์ของการนำข้อมูลไปใช้ทั้งในภาครัฐบาลและภาคเอกชน

เอกสารอ้างอิง

- กมลรัฐ อินทรทัศน์. (2547). *การสื่อสารกับการพัฒนา*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- กระทรวงศึกษาธิการ. (2551). *หลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2543). การสื่อสารกับชุมชน: แนวคิดหลักเพื่อการพัฒนา. *วารสารนิเทศศาสตร์*, 18(2), 61-77.
- กิดานันท์ มลิทอง. (2548). *เทคโนโลยีการศึกษาและนวัตกรรม*. กรุงเทพมหานคร: อรุณการพิมพ์.
- จิรพงษ์ เทียนแขก และพิษณุ บุญนิยม. (2565). การสื่อสารภายในองค์กรเพื่อการบริหารงานของ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร. *วารสารพิบูล*, 20(2), 165-182.
- ณัฐวุฒิ เอี่ยมเนตร, สุลลังก์ วงศ์สุรวัฒน์, พระครูปลัดประวิทย์ วรธมโม, นภัทร์ แก้วนาค, และจิตาภา เร่งมีศรีสุข. (2567). นวัตกรรมการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการบริหารจัดการองค์การภาครัฐ และภาคเอกชนในยุคดิจิทัล. *วารสารนวัตกรรมการจัดการศึกษาและการวิจัย*, 6(1), 291-302.
- นิติพล ภูตะโชติ. (2556). *พฤติกรรมองค์กร*. กรุงเทพมหานคร: วี พรินท์.
- นิภาพรณ โสพัฒน์. (2562). วิธีการสื่อสารในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ. *วารสารสมาคมพัฒนาวิชาชีพ การบริหารการศึกษาแห่งประเทศไทย*, 1(3), 23-30.
- นภัทร์ แก้วนาค . (2555). *เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล (Qualitative Data Analysis Technic)*. เอกสารประกอบการสอนหลักสูตรการวิจัยและพัฒนาหลักสูตร. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- บุญเทิด อุทยานิน, กิ่งเพชร ส่งเสริม, สมพงษ์ ชงไช และปิยศักดิ์ สีดา. (2562). ความหลากหลายทาง เทคโนโลยีวัฒนธรรมการสื่อสารในยุคปัจจุบัน. *วารสารคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ*, 3(1), 7-19.
- ประพจน์ ณ บางช้าง, วิโรจน์ ศรีหิรัญ, และสุวิมล อาภาผล. (2564). การพัฒนานวัตกรรมมีการสื่อสาร แบบมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนของจังหวัด ระนอง. *วารสารนิเทศศาสตร์ปริทัศน์*, 25(3), 156-167.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2546). *หลักนิเทศศาสตร์*. กรุงเทพมหานคร: ภาพการพิมพ์.
- พวงชมพู ไชยอาลา แสงรุ่งเรืองโรจน์. (2556). การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม: กลไกในขับเคลื่อนแนวคิดสู่ การปฏิบัติภายใต้กระบวนการพัฒนาแบบทางเลือก. *วารสารมนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 30(2), 23-42.



- สมพงษ์ เลี้ยงมณี, วิมเนศวร ทะกอง, เสาวนีย์ วรรณประภา, ภารดี พึ่งสำราญ และกาญจนา สมพิน.
(2564). การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน กรณีศึกษาหมู่บ้าน
เสม็ดงาม จังหวัดจันทบุรี. *วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร*, 4(2), 69-79.
- สัญญาติ พรหมตง, นันทนา นิจจอหอ และนาถพี ชัยมงคล. (2561). การสร้างประสิทธิภาพของการ
สื่อสารภายในองค์กรเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ. *วารสารเครือข่าย
ส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 1(1), 50-59.
- สุนีย์ สว่างศรี, ชันทอง วัฒนประดิษฐ์ และพระปรมาโหมทย์ วาฬโกวิท. (2566). กระบวนการสันติ นวัตกรรมการ
สื่อสารที่เสริมพลังอำนาจผู้นำวิถีชีวิตใหม่. *วารสารสันติบริหารคน มจร*, 11(1), 368-380.
- สุรินทร์ทิพ ศักดิ์ภูวดล. (2563). *การบริหารองค์กรดิจิทัล*. พะเยา: มหาวิทยาลัยพะเยา.
- Cornelissen, J. (2008). *Corporate Communication A guide to theory and practice*. London: SAGE.
- Deloitte. (2018). *Activating the digital enterprise: A sink-or-swim moment for today's
enterprise*. Retrieved August 12, 2023. from [https://www2.deloitte.com/us/en/
pages/human-capital/articles/thedigital-organization.html](https://www2.deloitte.com/us/en/pages/human-capital/articles/thedigital-organization.html).
- Gallup. (2012). *Employee engagement*. Retrieved August 15, 2023 from [http://www.
gallup.com/consulting/52/employee-engagement.aspx](http://www.gallup.com/consulting/52/employee-engagement.aspx).
- Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1991). A three-component conceptualization of organizational
commitment. *Human resource management review*, 1(1), 61-89.
- Thayer, L. (1961). *Administrative Communication*. Illinois: Richard D. Irwin.
- The Joint Commission. (2010). *Advancing Effective Communication, Cultural
Competence, and Patient- and Family-Centered Care: A Roadmap for
Hospitals*.
- Tourish, D., & Hargie, O. (2004). *Motivating critical upward communication: a key challenge for
management decision making*. In Key issues in organizational communication.
Routledge.
- United Nations. (1983). *Popular Participation as a Strategy for Promoting Community
Level Action and Nation*. New York: United Nations.
- Verghese, A. K. (2017). Internal Communication: Practices and Implications. *SCMS Journal
of Indian Management*, 14(3).
- Welch, M., & Jackson, P. R. (2007). Rethinking internal communication: a stakeholder
approach. *Corporate communications: An international journal*, 12(2), 177-198.
- Zaremba, A. J. (2010). *Organization Communication* (3rd ed.). New York: Oxford University Press.



- White, M. D., Fyfe, J. J., Campbell, S. P., & Goldkamp, J. S. (2003). The police role in preventing homicide: Considering the impact of problem-oriented policing on the prevalence of murder. *Journal of research in crime and delinquency*, 40(2), 194-225.
- Berlo, D. K. (1960). *The Process of Communication*. New York: Rinehart and Winston.
- Berman, S. J. (2012). Digital transformation: opportunities to create new business models. *Strategy & Leadership*, 40(2), 16-24.
- Vaz, N. (2021). *Digital business transformation: How established companies sustain competitive advantage from now to next*. John Wiley & Sons.
- Perkin, N., & Abraham, P. (2017). *Building the Agile Business through Digital Transformation*. London: Koganpage.
- Berelson, D. (1952). *Content Analysis in Communicative Research*. New York: The Free Press.
- Holsti, O. R. (1969). *Content Analysis for the Social Science and Humanities*. Massachusetts: Addison-Wesley.
- Denzin, N. K. (1970). *The research act*. Chicago, IL: Aldine.