

การศึกษาการเปิดรับและความพึงพอใจของบุคลากรต่อช่องทางการสื่อสารภายในองค์กรของสถาบันอุดมศึกษา

A Study on Staff Exposure and Satisfaction Towards Internal Organizational Communication Channels in a Higher Education Institution

Received: November 10, 2025 / Received in revised form: August 15, 2025 / Accepted: September 9, 2025

ศัญญภัทร์ ปิยะศักดิ์พิชญา Siyaphat Piyasakphichaya

สุกัลญา โฉมไธสง Sukanya Chomthaisong*

สุวิมล นาสิงการ Suwimol Nasingkaan

บุญยาพร สมใจเพ็ง Boonyaporn Somjaipen

มหาวิทยาลัยมหิดล Mahidol University

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับและความพึงพอใจของบุคลากรต่อช่องทางการสื่อสารภายในองค์กรของสถาบันอุดมศึกษา กลุ่มประชากร คือ กลุ่มบุคลากรคณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล จำนวน 1,478 คน โดยการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก ได้รับแบบสอบถามคืนมา จำนวน 435 คน เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) และคำถามแบบปลายเปิด วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 435 คน เป็นเพศหญิง จำนวน 306 คน ร้อยละ 70.3 สถานะผู้ประเมิน บุคลากรสายสนับสนุน จำนวน 330 คน ร้อยละ 75.9 ช่องทางสื่อสารที่ได้รับการสื่อสารภายในมากที่สุด คือ Line (Dent MU) ระดับความพอใจที่มีต่อช่องทางการสื่อสารประเภทต่าง ๆ พบว่า มีความพอใจสื่อโซเชียลมีเดียประชาสัมพันธ์ในลิฟต์ มากที่สุด และความพึงพอใจของบุคลากรต่อการสื่อสาร พบว่า มีเนื้อหาถูกต้อง มากที่สุด ดังนั้นจะเห็นได้ว่า ช่องทางการสื่อสารของบุคลากรภายในสถาบันการศึกษา คือสื่อดิจิทัล ของแอปพลิเคชัน Line โดยการสื่อสารทาง Line จะทำให้บุคลากรได้รับการสื่อสารภายในองค์กรได้มากที่สุด เพราะเป็นช่องทางที่บุคลากรใช้เป็นประจำอยู่แล้ว พร้อมทั้งมีความพอใจของการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ โซเชียลมีเดียในลิฟต์ ในการสื่อสารภายในองค์กรด้วย ซึ่งสะท้อนว่า สื่อสิ่งพิมพ์ก็ยังสร้างความน่าสนใจและสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้จำนวนมากในสถานที่สาธารณะ และเพื่อให้การสื่อสารทาง Line มีประสิทธิภาพมากที่สุด จึงควรปรับปรุงรายชื่อสมาชิกใน Line แต่ละกลุ่มให้เป็นปัจจุบันและมีสมาชิกครบถ้วนมากที่สุด พร้อมทั้งการปรับปรุงสื่อโซเชียลมีเดียในลิฟต์ ให้เป็นรูปแบบหน้าจอโทรทัศน์ดิจิทัลภายในลิฟต์ เพื่อให้สามารถปรับปรุงและอัปเดตข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว และควรเน้นการสื่อสารให้มีเนื้อหาถูกต้องมากที่สุด เพื่อแสดงความน่าเชื่อถือในการสื่อสารภายในองค์กร

คำสำคัญ: การสื่อสารภายในองค์กร, ช่องทางการสื่อสาร, ความพึงพอใจ

ศัญญภัทร์ ปิยะศักดิ์พิชญา (ร.ป.ม. รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2549; E-mail: siyaphat.piy@gmail.com) ปัจจุบันทำงานในตำแหน่ง นักประชาสัมพันธ์ (ผู้อำนวยการพิเศษ) คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล, สุกัลญา โฉมไธสง (ศศ.บ. ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชารัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2550; E-mail: sukanya.cho@mahidol.ac.th) ปัจจุบันทำงานในตำแหน่ง นักประชาสัมพันธ์ คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล, สุวิมล นาสิงการ (ศศ.บ. ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์, มหาวิทยาลัยสวนดุสิต, 2538; E-mail: suwimol.nas@gmail.com) ปัจจุบันทำงานในตำแหน่ง นักประชาสัมพันธ์ คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล และ บุญยาพร สมใจเพ็ง (บธ.ม. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2553; E-mail: boonyaporn.nue@mahidol.ac.th) ปัจจุบันทำงานในตำแหน่ง นักประชาสัมพันธ์ คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

*Corresponding Author's E-mail: sukanya.cho@mahidol.ac.th

Abstract

This research aims to study the staff exposure and satisfaction towards internal organizational communication channels in a higher education institution. The study population consisted of 1,478 staff members at the Faculty of Dentistry, Mahidol University. A total of 435 completed questionnaires were collected using convenience sampling.

The research tools were rating scale and open-ended questions. Data were analyzed using percentage and mean. The results showed that 435 respondents completed the questionnaire, with 306 of them being female (70.3%). Most respondents were supporting staff (330 people, 75.9%). The communication channel from which most staff members received internal communication was Line (Dent MU).

For communication satisfaction, the most satisfying medium was the promotional poster in the elevator. Regarding staff opinions, the most agreed-upon aspect was that the content of the communication was correct. This indicates that the most effective internal organizational channel in the faculty is the Line application, as it is used by staff as part of their daily routines. Printed media, especially posters in elevators, also remain effective and accessible in public areas. To improve Line communication efficiency, it is suggested to update the member list in each Line group regularly. In addition, promotional posters in elevators could be improved by converting them into digital signage screens that display rotating and updated information. In addition, the communication content should focus on accuracy to maintain credibility.

Keywords: Organizational Communication, Communication Channels, Satisfaction

บทนำ

สำหรับมหาวิทยาลัยมหิดลนั้น เป็นมหาวิทยาลัยที่มีอายุยาวนานและเป็นองค์กรขนาดใหญ่ ดังนั้นการสื่อสารภายในองค์กรจึงมีความจำเป็นและสำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินงานของหน่วยงาน เป็นหนึ่งในกลยุทธ์และองค์ประกอบที่จำเป็นอย่างยิ่งต่อความสำเร็จขององค์กร หากปราศจากการวางแผนการสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพแล้ว ไม่ใช่เรื่องง่ายนักที่บุคลากรในองค์กรจะเข้าใจเป้าหมายการดำเนินงานขององค์กร ตลอดจนบทบาทหน้าที่ของแต่ละบุคคล ดังนั้นเพื่อให้บรรลุและสนับสนุนเป้าหมาย พันธกิจ วิสัยทัศน์ขององค์กร จึงควรตระหนักถึงความจำเป็น ความสำคัญที่ต้องทำเพื่อสนับสนุนเป้าหมายขององค์กร การวางแผนการสื่อสารจึงจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือ และสร้างไว้ซึ่งวัฒนธรรมองค์กรที่พึงประสงค์หรือค่านิยมร่วมกัน อันนำไปสู่เป้าหมายและขับเคลื่อนขององค์กรอย่างมีพลัง ซึ่งจะส่งผลให้องค์กรประสบความสำเร็จได้ และยังเป็นการพัฒนาองค์กรให้เจริญเติบโตต่อไป โดยทั่วไปการสื่อสารของบุคลากรของมหาวิทยาลัยมหิดลส่วนใหญ่ มักเป็นการสื่อสารหลากหลายรูปแบบขึ้นอยู่กับสถานการณ์ที่แตกต่างกันออกไป (นนท์หทัย วรวงศ์ไกรศรี, 2557)

การสื่อสารเป็นกระบวนการสำคัญกระบวนการหนึ่งในการบริหารและพัฒนาองค์กร องค์กรใหญ่ ๆ หลายองค์กรในภาคส่วนต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคเอกชน หรือรัฐวิสาหกิจ ล้วนแล้วแต่ประสบปัญหาการสื่อสารไม่มีประสิทธิภาพด้วยกันทั้งสิ้น โดยเฉพาะหน่วยงานที่มีขนาดใหญ่และมีการจัดระเบียบโครงสร้างองค์กรที่มีความเป็นเอกเทศสูง เช่น มหาวิทยาลัย ซึ่งมีการแบ่งโครงสร้างองค์กรเป็นคณะ และ ภาควิชา ที่สามารถดำเนินการบริหารงานถึงอิสระ

ปัจจัยหลักสำคัญประการหนึ่งของการบริหาร เพื่อสร้างผลสัมฤทธิ์คือการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพภายในองค์กร ซึ่งหมายถึงการสร้างกระบวนการถ่ายทอดข้อมูลและความเข้าใจของบุคคลหนึ่งไปสู่อีกบุคคลหนึ่งด้วยเครื่องมือและช่องทางต่าง ๆ ได้อย่างเป็นผล ในอดีตนักบริหารหลายคนมองว่า การติดต่อสื่อสารเป็นเพียงแค่การไหลของข่าวสารข้อมูล (information flow) ซึ่งผู้รับจะเกิดความเข้าใจโดยสมบูรณ์เอง

โดยอัตโนมัติ แต่อันที่จริง ปัญหาที่เกิดขึ้นบ่อยครั้งในองค์กร คือ ความสอดคล้องขององค์ประกอบหลัก ๆ ในการสื่อสาร อันได้แก่ ผู้ส่งสาร (sender) ผู้รับข่าวสาร (receiver) ช่องทางในการส่งข่าวสาร (channel of communication) และข้อมูลข่าวสาร (message) ไม่ได้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยจุดบกพร่องอาจจะเกิดขึ้นจากจุดใดจุดหนึ่ง ภายในองค์กร หรือทั้งหมดรวมกันก็ได้ (รายงานการศึกษาสถานภาพการสื่อสารภายในองค์กร: กรณีศึกษาคณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล, 2554)

การสื่อสารในองค์กร (Organizational communication) องค์กร คือ กลุ่มของกลุ่มต่าง ๆ การสื่อสารในองค์กรมีความหลากหลาย มีทั้งการสื่อสารระหว่างบุคคล เช่น การสนทนา ระหว่างหัวหน้าและลูกน้อง การสื่อสารสาธารณะ เช่น ผู้บริหาร แถลงนโยบายแก่พนักงานทั้งหมดในองค์กร การสื่อสารกลุ่มย่อย เช่น การประชุมเพื่อค้นหาความเสี่ยงขององค์กร การสื่อสารผ่านสื่อ เช่น อีเมล อินทราเน็ต บันทึกรายการ การสื่อสารภายในองค์กรมักเป็นการสื่อสารที่กำหนดโดยโครงสร้าง และสายการบังคับบัญชา (ณัฐชุตา วิจิตรจามรี, 2558)

คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล เป็นหนึ่งในสถาบันการศึกษาที่สังกัดในมหาวิทยาลัยมหิดล และมีความโดดเด่นทางด้านวิทยาศาสตร์สุขภาพ และเป็นสถาบันที่มีการรักษาทางทันตกรรมที่มีโครงสร้างองค์กรที่ขนาดใหญ่ และมีความซับซ้อน โดยแบ่งเป็น ภาควิชา สำนักงานต่าง ๆ โรงพยาบาลทันตกรรม โดยมีหน่วยงานย่อย ๆ ในแต่ละงาน รวมกันแล้วประมาณ 100 กว่าหน่วยงาน (ข้อมูล ณ วันที่ 29 มกราคม 2567) นับเป็นองค์กรที่มีพันธกิจครอบคลุมทั้งด้านการผลิตบัณฑิต และการบริการทางทันตกรรมแก่ประชาชน

โดยการสื่อสารข่าวสารภายในองค์กร เช่น ข่าว กิจกรรมต่าง ๆ งานประชุมวิชาการ ความรู้ทางทันตกรรม การเปิด-ปิดบริการทางทันตกรรม ให้แก่บุคลากร ได้รับรู้ ข่าวสารกิจกรรมต่าง ๆ มีการสื่อสารกิจกรรมภายในผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อดิจิทัล ดังนั้นการสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการเสริมสร้างความเข้าใจร่วมกัน และสนับสนุนการดำเนินงานขององค์กรให้เป็นไปอย่างราบรื่น

ตามที่ การติดต่อสื่อสารแบบบุคคลวิถี หรือการติดต่อสื่อสาร 2 ทาง (Two-way Communication) กล่าวคือ องค์กรทำการติดต่อสื่อสารไปยังกลุ่มประชาชน ขณะเดียวกัน ก็คอยประเมินผลจากการสังเกตถึงปฏิกิริยาตอบสนอง (feedback) หรือทำที่ตอบกลับที่ประชาชนมีต่อองค์กร เช่น การรับฟังความคิดเห็นจากประชาชนหลังจากได้ทำการสื่อสารไปแล้ว (วิรัช ฤทธิธนกุล, 2549)

จากที่กล่าวมา การดำเนินการสื่อสารภายในองค์กร ของคณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล พบว่ามีการใช้ช่องทางการสื่อสารภายในองค์กรที่หลากหลาย ทั้งสื่อบุคคล สื่อดิจิทัล และสื่อสิ่งพิมพ์ และพบว่า การสื่อสารเผชิญกับปัญหาหรืออุปสรรค เช่น การรับข้อมูลที่ไม่ทั่วถึง ความไม่เข้าใจในเนื้อหาข่าวสาร หรือการใช้ช่องทางการสื่อสารที่ไม่เหมาะสม ดังนั้นการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจะช่วยลดความคลาดเคลื่อนในการทำงาน ส่งเสริมความเข้าใจร่วมกัน และสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่เอื้อต่อการพัฒนาองค์กร

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาช่องทางการสื่อสารภายในองค์กรที่บุคลากรได้รับมากที่สุด
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจการรับข่าวสารของบุคลากรผ่านช่องทางการสื่อสารประเภทต่าง ๆ
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของบุคลากรต่อการสื่อสารภายในองค์กร

การทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎีการสื่อสาร

ความหมายของการติดต่อสื่อสาร

วิจิตร อาวะกุล (2526) ได้กล่าวว่า การสื่อสาร (communication) มาจากคำว่า communis หรือ commonness ซึ่งแปลว่า “ร่วมกัน” หรือ “เหมือนกัน” นั่นคือ การสื่อสารมุ่งที่จะทำให้ความคิดความเข้าใจของผู้อื่นให้เหมือนกับความคิดความเข้าใจของเรา หรือทำอะไรจึงจะเอาความรู้สึกนึกคิดของเราไปสู่ความคิดของผู้อื่นได้ โดยให้มีความรู้สึกนึกคิดเช่นเดียวกับเราได้ เพราะตามธรรมชาติ มนุษย์ได้รับข่าวสารอย่างเดียวกันมา แต่จะมีความเข้าใจและความรู้สึกนึกคิด

ต่าง ๆ กันไป การสื่อสารที่ดีจะต้องช่วยให้ความรู้สึกรู้สึกนึกคิด และการปฏิบัติของผู้รับซึ่งเป็นคนหมู่มากไปในทางเดียวกันได้มากที่สุด

วิช ลภีรัตนกุล (2549) กล่าวว่า การติดต่อสื่อสาร คือ กระบวนการในการส่งผ่านหรือสื่อความหมายระหว่างบุคคล สังคมมนุษย์เป็นสังคมที่สามารถใช้ความสามารถของตนสื่อความหมายให้ผู้อื่นเข้าใจได้ โดยแสดงออกในรูปของความต้องการ ความปรารถนา ความรู้สึกนึกคิด ความรู้และประสบการณ์ต่าง ๆ จากบุคคลหนึ่งไปสู่อีกบุคคลหนึ่ง โดยแบ่งองค์ประกอบของการติดต่อสื่อสาร มีอยู่ 4 ประการด้วยกัน คือ ผู้สื่อสาร หรือผู้ส่ง (Sender) ข่าวสารหรือเนื้อหาสาระเรื่องราว (Message) ช่องทาง (Channel) และผู้รับ (Receiver)

การสื่อสารองค์กร (Organizational Communication) คือกระบวนการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างบุคคลทุกระดับ ทุกหน่วยงาน โดยบุคคลที่มาติดต่อสื่อสารกันจะมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันภายใต้สภาพแวดล้อมบรรยากาศขององค์กร ซึ่งสามารถปรับเปลี่ยนไปตามกาลเทศะ และตัวบุคคล ตลอดจนสาระเรื่องราวและวัตถุ ประสงค์ของการสื่อสาร

แบบจำลองการสื่อสารของ Lasswel (1948) ได้กล่าวว่ากระบวนการสื่อสารว่ามีองค์ประกอบที่สำคัญ 5 ประการ ดังนี้

- Who
- Says What
- In Which Channel
- To Whom
- With What Effect

จากแบบจำลองการสื่อสารดังกล่าว จะพบว่า กระบวนการสื่อสารจะเริ่มต้นขึ้นจากใครคนใดคนหนึ่ง (Who) หมายถึง ผู้ส่งสาร พูดอะไรหรือสื่ออะไรออกไป (Says What) หมายถึง เนื้อหาข่าวสาร โดยใช้หรือผ่านช่องทางการสื่อสารใด ช่องทางในการสื่อสาร (In Which Channel) ก็คือ สื่อ ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่ง (To Whom) หมายถึง ผู้รับสาร จะก่อให้เกิดผลจากการสื่อสารอย่างใดอย่างหนึ่ง (With What Effect) หมายถึง ผลของการสื่อสาร (กิตติมา สุรสนธิ, 2548)

แบบจำลองการสื่อสารในองค์การ (ณัฐชุตา วิจิตรจามรี, 2558) ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้กับการสื่อสารภายในองค์การ มีรากฐานอยู่บนการวิเคราะห์การสื่อสารใน 4 ระดับ ดังนี้

1. การสื่อสารภายในบุคคล (Intrapersonal) เน้นการศึกษาพฤติกรรมของบุคคล เช่น การสังเกต การแก้ไข ปัญหา การคิด การฟัง หรือการอ่าน การแสวงหาข้อมูล การพูดหรือการเขียน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การป้อนเข้าและการประมวลผลข้อมูลที่ได้รับ
2. การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal) เป็นการศึกษากระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคล 2 คน
3. การสื่อสารในองค์การ (Organizational) เป็นการศึกษาเครือข่ายระบบข้อมูลที่เชื่อมโยงสมาชิกองค์การเข้าด้วยกัน และระบบที่เป็นวิธีที่องค์การเชื่อมโยงตัวเองกับสิ่งแวดล้อม ระบบการสื่อสารนี้มีผลต่อการตัดสินใจเกี่ยวกับงาน ประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์การ
4. เทคโนโลยี (Technology) เป็นการศึกษาเทคโนโลยีทางการสื่อสาร ได้แก่ อุปกรณ์การสื่อสาร โปรแกรมในการเก็บ ประมวล แปล กระจาย หรือแสดงข้อมูล อินเทอร์เน็ต สื่อออนไลน์

พฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์การ มีรูปแบบดังนี้

- 1) การสื่อสารแบบบนลงล่าง หมายถึง การที่ผู้บังคับบัญชาแจ้งวัตถุประสงค์ นโยบาย คำสั่ง กฎระเบียบ ข้อบังคับ ขั้นตอน โครงสร้างองค์การ ข่าวคราว ความเคลื่อนไหวขององค์การแก่พนักงาน การชี้ให้พนักงานเห็นถึงปัญหาของการทำงานที่ควรต้องรู้ การให้คำแนะนำการทำงาน การให้ข้อมูลป้อนกลับผลการปฏิบัติงานแก่พนักงาน
- 2) การสื่อสารแบบล่างขึ้นบน หมายถึง การที่ผู้ใต้บังคับบัญชารายงานความคืบหน้าการทำงาน ผลการปฏิบัติงาน ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในการปฏิบัติงาน ปรีกษาหารือและขอคำแนะนำ การให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความคิดริเริ่มในการทำงานต่อผู้บังคับบัญชา
- 3) การสื่อสารแบบแนวนอน หมายถึง การติดต่อประสานงานกับเพื่อนร่วมงาน การปรึกษาหารือเกี่ยวกับการทำงานกับเพื่อนร่วมงาน การแลกเปลี่ยนความรู้เกี่ยวกับการทำงานกับเพื่อนร่วมงาน การขอข้อมูลการทำงานจากเพื่อนร่วมงาน การสื่อสารกับเพื่อนร่วมงานเกี่ยวกับการทำงาน

ผ่านเทคโนโลยี 4) การสื่อสารแบบแนวทแยง หมายถึง การแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความคิดเห็น ความรู้ ตลอดจนการประสานงานและการร่วมงานระหว่างหน่วยงานข้ามสายงาน (วรธรรม พงษ์สีชมพู, 2568)

จะเห็นได้ว่า หนึ่งในหลักสำคัญของการติดต่อสื่อสาร คือ ช่องทางในการสื่อสาร คือ ตัวเชื่อมประสานระหว่างผู้ส่งกับผู้รับ ทำให้ผู้ส่งและผู้รับสามารถทำการติดต่อสื่อสารกันได้ การติดต่อสื่อสารจึงต้องเลือกใช้ช่องทางในการสื่อสาร ช่องทางในการส่งข่าวมีมากมายหลายประเภท แต่ละประเภทย่อมให้ผลที่แตกต่างกันไป ซึ่งบางครั้งในการสื่อสารอาจจะต้องใช้ช่องทางสื่อสารหลายประเภทร่วมกัน ทั้งนี้ ก็ สุดแล้วแต่ความเหมาะสมในแต่ละกรณี สื่อที่ใช้ในการดำเนินการสื่อสารนั้นมีอยู่มากมายหลายประเภทด้วยกัน อาทิเช่น สื่อบุคคล (personal media) คำพูด (spoken words) ส่วนสื่อมวลชน (mass media) ก็คือ วิทยูกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ นอกจากนี้ยังมีสื่ออื่น ๆ อีก ได้แก่ สิ่งพิมพ์ และเอกสาร (printed media) วารสาร นิตยสาร จดหมายข่าว โปสเตอร์ และป้ายประกาศ การโฆษณาสถาบัน หรือการโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ (วิรัช ลภีรัตนกุล, 2549) ปัจจุบันมีสื่อสังคมออนไลน์ เป็นเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ที่เริ่มเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวัน การทำงาน รวมทั้งการดำเนินธุรกิจของบุคคลและกลุ่มบุคคลมากขึ้น สื่อสังคมออนไลน์พัฒนามาจากระบบการสื่อสารด้วยเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและนวัตกรรมของเทคโนโลยีเว็บ (ชนิษฐา จิตแสง, 2563)

หลักสำคัญของการติดต่อสื่อสาร จึงมีหลักสำคัญที่พึงยึด ดังนี้ 1. ความน่าเชื่อถือ 2. ความเหมาะสมกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม 3. เนื้อหาสาระ 4. ความชัดเจน 5. ความต่อเนื่องและความสม่ำเสมอ 6. ช่องทางในการสื่อสาร 7. ชีตความสามารถของผู้รับ

นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารภายในต่าง ๆ และความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กร เช่นการศึกษาของฐิติรัตน์ ทิศาชัยอนันต์ (2562) ประสิทธิภาพการสื่อสารของบุคลากรในโรงพยาบาลมหาวิทยาลัยกำกับของรัฐแห่งหนึ่ง ผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ

$\bar{X} = 3.96$ และค่า SD เท่ากับ 0.54 โดยบทบาทของผู้ส่งสาร มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ $\bar{X} = 4.11$ รองลงมาคือ บทบาทผู้รับสาร $\bar{X} = 4.03$ เนื้อหาสาระของสาร $\bar{X} = 3.91$ และช่องทางการสื่อสาร $\bar{X} = 3.78$ ตามลำดับ และการศึกษาของณัฏฐา ขาวกังจักร. (2562) รูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของคณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของคณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.71$) มีระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.05$) ความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์โดยรวมมีความต้องการกิจกรรมการดำเนินงานของ นักศึกษามากที่สุด ระดับการรับรู้ผ่านสื่อหรือช่องทางในการประชาสัมพันธ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.94$) ความต้องการการรับรู้ ผ่านสื่อหรือช่องในการประชาสัมพันธ์ โดยภาพรวมผ่านสื่อ igrup Line NS มากที่สุด และผลการวิจัยการสื่อสารในองค์การของศูนย์ปฏิบัติการโรงแรมศาลายา พาวิลเลียน พบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพการสื่อสารในองค์การมากที่สุดคือ ด้านผู้ส่งสารและผู้รับสาร พนักงานมีหลักการยึดมั่นในสิ่งที่ถูกต้อง มีความเป็นมืออาชีพ รองลงมาคือ ด้านช่องทางการสื่อสาร ส่วนใหญ่ใช้การสื่อสารแบบเป็นทางการ พนักงานได้รับมอบหมายงานตามลำดับสายบังคับบัญชา และลำดับสุดท้ายคือ ด้านสารพนักงานใช้ภาษาพูดที่ชัดเจนเข้าใจง่าย (วิไลวรรณ ใจทัศน์กุล, 2557)

จารุมน เทียนไพบูลย์ศิริ (2554) และ Downs และ Hazen (1997) ได้สร้างมาตรวัดความพึงพอใจของการสื่อสารจากการทดสอบพนักงานองค์กรต่าง ๆ 225 คน และกล่าวถึงองค์ประกอบ 8 ประการที่เกี่ยวกับระบบการสื่อสาร คือ 1. บรรยากาศของการสื่อสาร เป็นการสะท้อนถึงการสื่อสารในระดับองค์การ และในระดับส่วนตัวหรือขีดขั้นที่การสื่อสารสามารถเข้าใจ และกระตุ้นให้พนักงานทำงานได้อย่างบรรลุเป้าหมาย 2. ความพึงพอใจในการสื่อสารกับผู้บังคับบัญชา เป็นการติดต่อในลักษณะแบบสองทาง ในเรื่องของการแสดงความคิดเห็น หรือปัญหาต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการทำงาน 3. การ

ประสานทางองค์การ เป็นการสะท้อนถึงความพอใจของแต่ละบุคคล กับข่าวสารข้อมูลที่ได้รับเกี่ยวกับองค์กร และสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับงานในปัจจุบัน 4. คุณภาพของสื่อองค์ประกอบนี้สะท้อนว่า พนักงานสามารถรับรู้รูปแบบของการสื่อสารและทำหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ 5. การสื่อสารตามแผนงาน และข้อมูลข่าวสารที่โยงถึงกัน 6. ภาพรวมขององค์การทั้งหมด ในลักษณะทั่ว ๆ ไปของการแพร่กระจายของข่าวสาร 7. การสื่อสารกับผู้บังคับบัญชา เป็นการติดต่อสื่อสารแบบสองทางระหว่างบุคคลทั้งสองฝ่าย โดยเฉพาะในเรื่องที่ผู้บังคับบัญชาต้องการ 8. ข้อมูลป้อนกลับส่วนตัว องค์ประกอบนี้เกี่ยวข้องกับผลสัมฤทธิ์ส่วนตัว รวมถึงงานและวิธีที่เขาได้รับการยอมรับจากองค์กร

สรุปได้ว่า การสื่อสารในรูปแบบภายในองค์การ คือ การถ่ายทอดข่าวสารจากบุคคลหนึ่งซึ่งเป็นผู้ส่งสารไปยังบุคคลหนึ่งซึ่งเป็นผู้รับสาร โดยใช้สื่อช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ในการส่งข่าวสาร เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันภายในองค์การ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้ได้ดำเนินการเสนอโครงการเพื่อขอรับการพิจารณารับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคนประจำคณะทันตแพทยศาสตร์และคณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล และได้รับการพิจารณารับรองโครงการ โดยได้รับรหัสการอนุมัติ (MU-DT/PY-IRB 2022/042.1409) รับรอง ณ วันที่ 14 กันยายน 2565

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาเฉพาะ กลุ่มบุคลากรคณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล จำนวน 1,478 คน ข้อมูลวันที่ 31 กรกฎาคม 2565

กลุ่มตัวอย่าง การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro Yamane ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ผู้ศึกษากำหนดให้มีความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้ ร้อยละ 5 ตามสูตร จะได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 315 คน แล้วจึงทำการสุ่มตัวอย่างตามแต่ละดวงเพื่อให้ได้ตัวอย่างตามที่ต้องการ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างแบบสอบถามโดยการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และนำข้อมูลมาสร้างแบบสอบถาม และนำแบบสอบถามนี้ไปผ่านการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคนฯ และทดลองแจกแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด เพื่อทดสอบความเชื่อมั่น มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ ($\alpha = 0.980$) แสดงว่าเครื่องมือมีความน่าเชื่อถือและสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลทำวิจัยได้

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรต้น

- ช่องทางการสื่อสารภายในองค์กร ดังนั้น สื่อบุคคล สื่อดิจิทัล และสื่อสิ่งพิมพ์

ตัวแปรตาม

- พฤติกรรมการรับข่าวสารของบุคลากร เช่น ช่องทางที่ได้รับข่าวสารมากที่สุด
- ความพึงพอใจของบุคลากรในช่องทางการสื่อสารประเภทต่าง ๆ
- ความพึงพอใจของบุคลากรต่อการสื่อสารภายในองค์กร

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยออกแบบโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ และให้บุคลากรคณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ทำแบบสอบถามออนไลน์ผ่านคิวอาร์โค้ดที่อยู่ในโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ ซึ่งบุคลากรสามารถเข้าถึงแบบสอบถามดังกล่าวผ่าน URL โดยการใช้คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล สมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ตเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ทุกที่ทุกเวลาตามความสะดวก

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ตั้งไว้ คือ การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) โดยผู้วิจัยกำหนดระดับความพึงพอใจเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามวิธีการของลิเกิร์ต (Likert Scale) ได้กำหนดระดับคะแนน ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2550)

มากที่สุด	มีค่าคะแนนเท่ากับ 5
มาก	มีค่าคะแนนเท่ากับ 4
ปานกลาง	มีค่าคะแนนเท่ากับ 3
น้อย	มีค่าคะแนนเท่ากับ 2
น้อยที่สุด	มีค่าคะแนนเท่ากับ 1

ค่าเฉลี่ยที่คำนวณได้นำมาแปลความหมายได้ ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2550)

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.51-5.00 หมายถึง มีความพอใจมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.51-4.50 หมายถึง มีความพอใจมาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.51-3.50 หมายถึง มีความพอใจปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.51-2.50 หมายถึง มีความพอใจน้อย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.50 หมายถึง มีความพอใจน้อยที่สุด

โดยสรุปและอภิปรายผลแยกเป็น ช่องทางสื่อสารที่ได้รับการสื่อสารภายในมากที่สุด ความพอใจที่มีต่อช่องทาง

ตารางที่ 1 ผลการศึกษาช่องทางสื่อสารที่ได้รับการสื่อสารภายในมากที่สุด

ช่องทางสื่อสารที่ได้รับการสื่อสารภายในมากที่สุด	n (%)
Line (Dent MU)	148 (34)
โพสต์เตอร์ประชาสัมพันธ์ในลิฟต์	140 (32.2)
Facebook คณะฯ	46 (10.6)
เว็บไซต์ https://dt.mahidol.ac.th/	43 (9.9)
เว็บ Intranet คณะฯ	22 (5.1)
สื่อดิจิทัล (ภายในลิฟต์)	16 (3.7)
E-mail (DT News)	9 (2.1)
M-Dent News	7 (1.6)
Instagram คณะฯ	3 (0.7)
สื่อดิจิทัล (บริเวณโถงชั้น 1)	1 (0.1)

การวิเคราะห์ความพึงพอใจของบุคลากรในช่องทางการสื่อสารประเภทต่าง ๆ พบว่า ความพึงพอใจช่องทางสื่อสารโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ในลิฟต์ มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.17

สื่อประเภทต่าง ๆ และความพึงพอใจของบุคลากรต่อการสื่อสารภายในองค์กร

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์

ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 435 คน เป็นเพศหญิง จำนวน 306 คน ร้อยละ 70.3 เพศชาย จำนวน 110 คน ร้อยละ 25.3 ไม่ต้องการระบุ จำนวน 19 คน ร้อยละ 4.4 สถานะผู้ประณิน บุคลากรสายวิชาการ จำนวน 105 คน ร้อยละ 24.1 บุคลากรสายสนับสนุน จำนวน 330 คน ร้อยละ 75.9

การวิเคราะห์ช่องทางสื่อสารที่ได้รับการสื่อสารภายในองค์กรมากที่สุด คือ Line (Dent MU) ร้อยละ 34 รองลงมาคือ โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ในลิฟต์ ร้อยละ 32.2 Facebook คณะฯ ร้อยละ 10.6 เว็บไซต์ <https://dt.mahidol.ac.th/> ร้อยละ 9.9 เว็บ Intranet คณะฯ ร้อยละ 5.1 สื่อดิจิทัล (ภายในลิฟต์) ร้อยละ 3.7 E-mail (DT News) ร้อยละ 2.1 M-Dent News ร้อยละ 1.6 Instagram คณะฯ ร้อยละ 0.7 และน้อยที่สุด สื่อดิจิทัล (บริเวณโถงชั้น 1) ร้อยละ 0.1 รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 1

รองลงมา Line (Dent MU) ค่าเฉลี่ย 3.93 เพื่อนร่วมงาน ค่าเฉลี่ย 3.83 สื่อดิจิทัล (ภายในลิฟต์) ค่าเฉลี่ย 3.81 ผู้บริหาร / หัวหน้า ค่าเฉลี่ย 3.76 Facebook คณะฯ ค่าเฉลี่ย 3.62

เว็บไซต์ <https://dt.mahidol.ac.th/> ค่าเฉลี่ย 3.52 M-Dent News ค่าเฉลี่ย 3.42 เว็บไซต์ Intranet คณะฯ ค่าเฉลี่ย 3.39 สื่อดิจิทัล (บริเวณโถงชั้น 1) ค่าเฉลี่ย 3.28 E-mail (DT News)

ค่าเฉลี่ย 3.15 สื่อดิจิทัล (ภายในคลินิก) ค่าเฉลี่ย 3.10 วารสารเพื่อฟันที่คุณรัก ค่าเฉลี่ย 3.03 และน้อยที่สุด Instagram คณะฯ ค่าเฉลี่ย 2.83 รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการศึกษาความพึงพอใจของบุคลากรในช่องทางการสื่อสารประเภทต่าง ๆ

ความพึงพอใจของช่องทางการสื่อสารประเภทต่าง ๆ	ค่าเฉลี่ย	SD
สื่อบุคคล		
- ผู้บริหาร / หัวหน้า	3.76	0.92
- เพื่อนร่วมงาน	3.83	0.90
สื่อดิจิทัล		
- Line (Dent MU)	3.93	1.06
- Facebook คณะฯ	3.62	1.09
- Instagram คณะฯ	2.83	1.24
- เว็บไซต์ https://dt.mahidol.ac.th/	3.52	1.08
- เว็บไซต์ Intranet คณะฯ	3.39	1.11
- E-mail (DT News)	3.15	1.23
- สื่อดิจิทัล (ภายในลิฟต์)	3.81	1.03
- สื่อดิจิทัล (บริเวณโถงชั้น 1)	3.28	1.10
- สื่อดิจิทัล (ภายในคลินิก)	3.10	1.17
สื่อสิ่งพิมพ์		
- โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ในลิฟต์	4.17	0.82
- M-Dent News	3.42	1.00
- วารสารเพื่อฟันที่คุณรัก	3.03	1.06

การวิเคราะห์ ความพึงพอใจของบุคลากรต่อเนื้อหาการสื่อสารภายในองค์กร พบว่า มีเนื้อหาถูกต้อง ค่าเฉลี่ย 4.09 มีความรวดเร็ว ค่าเฉลี่ย 4.08 มีช่องทางหลากหลายและ

ง่ายต่อการเข้าถึง ค่าเฉลี่ย 4.06 มีการสื่อสารภายในองค์กรอย่างทั่วถึง ค่าเฉลี่ย 4.02 ภาพรวมการสื่อสารภายในองค์กร ค่าเฉลี่ย 4.04 รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการศึกษาความพึงพอใจของบุคลากรต่อเนื้อหาการสื่อสารภายในองค์กร

ความพึงพอใจของบุคลากรต่อเนื้อหาการสื่อสารภายในองค์กร	ค่าเฉลี่ย	SD
มีเนื้อหาถูกต้อง	4.09	0.73
มีความรวดเร็ว	4.08	0.75
มีช่องทางหลากหลายและง่ายต่อการเข้าถึง	4.06	0.77
มีการสื่อสารภายในองค์กรอย่างทั่วถึง	4.02	0.80
ภาพรวมการสื่อสารภายในองค์กร	4.04	0.75

อภิปรายผล

ช่องทางสื่อสารที่ได้รับการสื่อสารภายในมากที่สุด

การสื่อสารภายในองค์กร สำหรับช่องทางสื่อที่บุคลากรได้รับการสื่อสารภายในองค์กรมากที่สุด คือ Line (Dent MU) เป็นช่องทางการสื่อสารภายในองค์กรที่สามารถกำหนดเป็นกลุ่มสมาชิกตามหน่วยงานภายในคณะฯ และดำเนินการสื่อสารภายในองค์กรในการเผยแพร่ได้ภายในต่อวัน ซึ่งถือว่าปัจจุบันเป็นช่องทางการสื่อสาร ในรูปแบบสังคมออนไลน์ ที่สามารถเข้าถึงข้อมูลการสื่อสารได้ตลอดเวลา โดยใช้อุปกรณ์โทรศัพท์มือถือในการรับรู้การสื่อสาร ผ่านโปรแกรม Line ถือว่าเป็นช่องทางการติดต่อสื่อสารสองทาง ซึ่งเป็นลักษณะของการติดต่อสื่อสารในหน่วยงานที่มีประสิทธิภาพ โปรแกรม Line มีการพัฒนามาจากประเทศญี่ปุ่น มีวัตถุประสงค์เพื่อการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยโปรแกรม Line มีคุณสมบัติที่สำคัญสำหรับการติดต่อสื่อสาร ในรูปแบบการสร้างกลุ่มเฉพาะสำหรับการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน และสามารถติดต่อสื่อสารได้ตลอดทุกช่วงเวลา รองรับการส่งไฟล์ข้อมูลได้หลายรูปแบบ และที่สำคัญสามารถส่งผ่านข้อมูลได้ภายในระยะเวลาอันรวดเร็ว (สามารถ อัยกร, 2558) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัย ฉันทกร แก้วเกษ (2561) การรับรู้รูปแบบการสื่อสารองค์กร สื่อประชาสัมพันธ์ และการสื่อสารวัฒนธรรมองค์กร ที่พิจารณาผลการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ในภาพรวมการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ ด้านสื่อสังคมออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างมีระดับการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับบ่อยครั้ง มีค่าเฉลี่ย 3.76 โดยเมื่อแจกแจงรายข้อพบว่า ไลน์ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ 4.03 และสอดคล้องกับภักดิ์ ขาวงจักร. (2562) ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อหรือช่องทางในการประชาสัมพันธ์ของคณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อหรือช่องทางในการประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับมาก 2 หัวข้อ คือ กรู๊ป Line NS และ Facebook

ระดับความพึงพอใจที่มีต่อช่องทางการสื่อสารประเภทต่าง ๆ

พบว่า ความพึงพอใจช่องทางสื่อ ทางโปสเตอร์ ประชาสัมพันธ์ในลิฟต์ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.17 โดยโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ในลิฟต์ เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ ที่เป็นช่องทางที่บุคลากรสามารถเข้าถึงเป็นประจำทุกวัน จากการโดยสารลิฟต์ เพื่อไปตามแต่ละสำนักงานของบุคลากร และเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ ที่สามารถสร้างความน่าสนใจและสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้จำนวนมากในสถานที่สาธารณะ โดยให้ข้อมูลการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างละเอียดครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ของข้อมูล ช่วยให้กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึงการสื่อสารและรับรู้ได้ทันที (สุภักดิ์ ถาวรนิติกุล, 2557) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ของพัชรภา ขาวบริสุทธิ์ (2561) เรื่องการพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลเมืองอ่างทอง พบว่า ประชาชนมีความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารจากเทศบาลเมืองอ่างทอง ในด้านสื่อสิ่งพิมพ์ (ติดประกาศ) อยู่ในระดับมาก

ระดับความพึงพอใจของบุคลากรต่อนโยบายการสื่อสารภายในองค์กร

พบว่า มีเนื้อหาถูกต้อง อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.09 โดยหลักสำคัญของการติดต่อสื่อสาร การติดต่อสื่อสารจึงมีหลักสำคัญที่พึงยึด คือความน่าเชื่อถือ เพื่อให้ได้รับทราบถึงการสื่อสาร ที่ถูกต้องอย่างรวดเร็วทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ด้วยเหตุที่การสื่อสารเป็นกระบวนการที่ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการติดต่อเชื่อมโยงสร้างสัมพันธ์ให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องระหว่างองค์กร สถาบันกลุ่มประชาชน จึงต้องมีความถูกต้องทางด้านความหมาย (ชนันวัฒน์ อัครพัชรอมต และเอกนถน บางท่าไม้, 2560) และสอดคล้องกับองค์ประกอบของการสื่อสารภายในองค์กรของบุคลากร กรณีศึกษา กองบังคับการอำนวยการ กองบัญชาการตำรวจตระเวนชายแดน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนในรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้านได้แก่ ด้านผู้รับสาร ด้านช่องทางการสื่อสาร ด้านข้อมูลข่าวสาร และด้านผู้ส่งสาร โดยด้านข้อมูลข่าวสารอาจเป็นเพราะข้อมูลข่าวสารที่มีเนื้อหาชัดเจนถูกต้องและมีใจความสำคัญที่ครบถ้วนสมบูรณ์ (สุลักษณ์ สีคำ และคณะ, 2567)

นอกจากนี้ยังมีข้อเสนอแนะจากคำถามปลายเปิด เพื่อการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารภายในสถาบันอุดมศึกษาให้มีความชัดเจน เข้าถึง และครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย จึงเห็นควรให้ดำเนินการ ดังนี้ การสื่อสารผ่านสื่อภายใน เช่น โปสเตอร์ภายในลิฟต์ ควรมีการปรับปรุงอย่างเหมาะสม ไม่ควรถอดโปสเตอร์ออกเร็วเกินไป และควรมีการอัปเดตข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากเป็นจุดที่บุคลากรจำนวนมากมีโอกาสพบเห็นในชีวิตประจำวัน และควรมีการคัดกรองหรือจัดการสื่อสารภายในองค์กรให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อหลีกเลี่ยงการกระจายข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้อง ซึ่งอาจบั่นทอนหรือทำให้การสื่อสารที่มีความสำคัญถูกมองข้าม นอกจากนี้การจัดทำหนังสือเวียนเพื่อแจ้งการสื่อสารให้ทุกหน่วยงานรับทราบ ก็ยังควรมีเนื่องจากบุคลากรบางส่วนอาจไม่ติดตามข่าวสารผ่านช่องทางสื่อสารสังคมออนไลน์อย่างสม่ำเสมอ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

จากผลการวิจัย พบว่า มีโอกาสพัฒนาช่องทางการสื่อสาร ได้ดังนี้ ช่องทางสื่อสารที่ได้รับการสื่อสารภายในมากที่สุด คือ ช่องทาง Line มากที่สุด จึงควรใช้สื่อ Line ในการสื่อสารภายในองค์กร

ตามแนวคิดของโมเดล ของ Schramm (1954) และ Westley และ MacLean. (1957) พัฒนารูปแบบการสื่อสารที่มองว่า การสื่อสารเป็นกระบวนการสองทาง ซึ่งทั้งผู้ส่งและผู้รับมีบทบาทสลับกันในฐานะผู้เข้ารหัส และผู้ถอดรหัส พร้อมทั้งแลกเปลี่ยน ข้อเสนอแนะอย่างต่อเนื่อง

จุดเด่นของโมเดลนี้ คือ เน้นการแลกเปลี่ยนโต้ตอบ ไม่ใช่แค่ส่งสารทางเดียว คำนึงถึงประสบการณ์ของทั้งสองฝ่าย ที่มีผลต่อความเข้าใจ ตระหนักถึงสิ่งรบกวน ที่อาจเกิดขึ้นระหว่าง การสื่อสาร มีการใช้ช่องทางที่เหมาะสมกับสถานการณ์ รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 การใช้ช่องทาง Line ในการสื่อสารภายในองค์กร

องค์ประกอบในโมเดล Schramm	ความหมาย	การใช้ช่องทาง Line	ประโยชน์ของการประยุกต์ใช้กับ Line
ผู้ส่งสาร	ผู้ที่สร้างและเข้ารหัสสาร	การพิมพ์ข้อความ ส่งสติ๊กเกอร์ หรือส่งรูปภาพ	
สาร	เนื้อหาที่ต้องการสื่อ	ข้อความ เสียง วิดีโอ หรือเอกสาร	หลายรูปแบบสื่อ: สามารถใช้ข้อความ รูปภาพเสียง วิดีโอ เพื่อเพิ่มความเข้าใจ
การเข้ารหัส	การแปลงความคิดเป็นสัญลักษณ์ที่อีกฝ่ายเข้าใจ	การใช้ภาษาพูด ภาษาเขียน หรืออีโมจิ	
ช่องทาง	สื่อที่ใช้ส่งสาร	แชท Line วิดีโอคอล หรือกลุ่ม Line	
ผู้รับสาร	ผู้ที่ได้รับและถอดรหัสสาร เพื่อทำความเข้าใจ		กลุ่มผู้รับหลายคน: ใช้ได้ทั้งการสื่อสารแบบ 1:1 หรือแบบกลุ่ม
การถอดรหัส	การตีความสารจากสัญลักษณ์กลับมาเป็นความหมาย		ความได้ตอบเร็ว: Line เอื้อต่อการสื่อสารแบบเรียลไทม์ ทำให้ ตอบสนองได้ทันที
ข้อเสนอแนะ	การตอบกลับ	พิมพ์ตอบ กดหัวใจ หรือส่งสติ๊กเกอร์	
สิ่งรบกวน	ปัจจัยที่รบกวนความชัดเจนของสาร	สัญญาณอินเทอร์เน็ตช้า การใช้ภาษาที่ไม่เข้าใจตรงกัน หรือข้อความถูกอ่านไม่ครบ	ต้องคำนึงถึงสัญญาณเน็ต การแจ้งเตือนที่ซ้ำซ้อน หรือการตีความต่างจากที่ตั้งใจ
ขอบเขต	พื้นฐานความรู้และ		
ประสบการณ์	ประสบการณ์เดิมของผู้สื่อสาร ซึ่งมีผลต่อการตีความ		

นอกจากนี้การปรับปรุงรายชื่อสมาชิกใน Line แต่ละกลุ่มให้เป็นปัจจุบันมากที่สุด เช่น ตามปีงบประมาณ เพื่อให้ครอบคลุมบุคลากรภายในทุกคน เนื่องจากสามารถทำการติดต่อสื่อสารได้เฉพาะกลุ่ม (Group Communication) เมื่อผู้บริหารหรือบุคลากรต้องการช่องทางการสื่อสารเฉพาะกลุ่ม สามารถตั้งค่าการใช้งานของไลน์ด้วยวิธีการสร้างกลุ่มเฉพาะในแวดวงการสื่อสารที่มีความเกี่ยวข้องกันระหว่างบุคคลให้สามารถเชื่อมต่อและสื่อสารกันภายในกลุ่ม เช่น กลุ่มผู้บริหาร กลุ่มภาควิชา กลุ่มหน่วยงาน กลุ่มโรงพยาบาล เป็นต้น ซึ่งเมื่อสมาชิกภายในกลุ่มมีการสื่อสารออกไป ข้อมูลที่ส่งไป ก็จะถึงสมาชิกทุกคนที่อยู่ในกลุ่มนั้น ซึ่งมักเป็นเรื่องที่สมาชิกภายในกลุ่มมีประสบการณ์ร่วมกัน ทำให้สามารถสื่อสารโต้ตอบกันภายในได้หัวข้อที่สมาชิกภายในกลุ่มเข้าใจร่วมกันได้ (สามารถ อัยกร, 2558) สำหรับความพึงพอใจพบว่า การสื่อสารภายในองค์กรผ่านโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ในลิฟต์ มากที่สุด จึงควรวางแผนเปลี่ยนโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ในลิฟต์ ให้ล่าสุด เพื่อให้การสื่อสารภายใน

องค์กรของบุคลากรภายในสถาบันอุดมศึกษา ได้รับการสื่อสารอย่างทั่วถึง ครบถ้วน และถูกต้องมากที่สุด จึงเห็นควรเปลี่ยนเป็นสื่อโปสเตอร์ในลิฟต์เป็นแบบหน้าจอโทรทัศน์ ดิจิทัล ติดแทนบอร์ดโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ เพื่อสลับหมุนเวียนข่าวประชาสัมพันธ์ให้ได้มากขึ้น และเป็นการสร้างภาพลักษณ์ของคณะฯ ให้ดูทันสมัย และมีการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการสื่อสาร และเป็นการลดทรัพยากรการใช้กระดาษ ได้อย่างมาก

ข้อเสนอแนะสำหรับทำวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ศึกษาเฉพาะการสื่อสารภายในองค์กรสำหรับบุคลากร ผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ ยังไม่ครอบคลุมถึงการสื่อสารภายนอกองค์กรสำหรับนักศึกษาทุกระดับ และบุคลากรภายนอก ดังนั้น การศึกษาวิจัยในครั้งต่อไปควรทำการวิจัยศึกษาวิจัยกับกลุ่มนักศึกษาทุกระดับ และบุคลากรภายนอก เพื่อนำมาพัฒนาช่องทางการสื่อสารทั้งภายในและภายนอก ให้ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย และมีประสิทธิภาพมากที่สุด

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กิตติมา สุรัสวดี. (2548). *ความรู้ทางการสื่อสาร*. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชนิษฐา จิตแสง. (2563). *การสื่อสารระหว่างบุคคลจากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ*. สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จารุมน เทียนไพบูลย์ศิริ. (2554). *การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารภายในองค์กรกับความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานฝ่ายขาย บริษัท สหพัฒนพิบูล จำกัด (มหาชน)*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ], มหาวิทยาลัยมหิดล. สาขาภาษาและวัฒนธรรมเพื่อการสื่อสารและการพัฒนา.
- ฉันทกร แก้วเกษ. (2561). *การรับรู้รูปแบบการสื่อสารองค์กร สื่อประชาสัมพันธ์ และการสื่อสารวัฒนธรรมองค์กร ที่พยากรณ์ผล การปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ], สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. สาขานิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการสื่อสาร.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2550). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย*. นนทบุรี: ไทเนรมิตกิจ อินเตอร์ โปรเกรสซิฟ จำกัด.
- ฐิติรัตน์ ทิศาชัยอนันต์. (2562). *ประสิทธิภาพการสื่อสารของบุคลากรในโรงพยาบาลมหาวิทยาลัยกำกับของรัฐแห่งหนึ่ง*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ], มหาวิทยาลัยมหิดล. สาขานิเทศศาสตร์และการจัดการภาครัฐ.
- ณัฏฐา ขาวงจักร. (2562). *รูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของคณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ], มหาวิทยาลัยศิลปากร. สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา.
- ณัฏฐ์ชญา วิจิตรจามรี. (2558). *การสื่อสารในองค์กร*. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. 2558 พิมพ์ครั้งที่ 3 กรุงเทพฯ.

- ธนันวัฒน์ อัครพัชรอมต และเอกนถน บางท่าไม้. (2560). การศึกษารูปแบบการสื่อสารเพื่องานประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร. *วารสารวิชาการ Veridian E-Journal ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*, 10(3), 496-511.
- นนท์หทัย วรวงศ์ไกรศรี. (2557). การศึกษาประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กร ของมหาวิทยาลัยมหิดล. *วารสารราชภัฏสุราษฎร์ธานี*, 1(1), 219-36.
- พัชรภา ขาวบริสุทธิ์. (2561). การพัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลเมืองอ่างทอง. *วารสารรังสิตบัณฑิตศึกษาในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์*, 4(2), 315-25.
- รายงานการศึกษาสถานภาพการสื่อสารภายในองค์กร. (2554). *กรณีศึกษาคณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล*.
- วรธรรม พงษ์สีชมพู. (2568). อิทธิพลของพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรที่มีต่อประสิทธิภาพการสื่อสารและประสิทธิผลการทำงานของอาจารย์มหาวิทยาลัยบูรพา. *วารสารการเมือง การบริหารและกฎหมาย*. 15(2), 207-27.
- วิจิตร อาวะกุล. (2526). *การประชาสัมพันธ์หลักและวิธีปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: บริษัทสำนักพิมพ์ ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.
- วิรัช ลภิตนกุล. (2549). *การประชาสัมพันธ์ (ปรับปรุงเพิ่มเติมใหม่)*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิไลวรรณ ใจทัศน์กุล. (2557). การสื่อสารในองค์กรของศูนย์ปฏิบัติการโรงแรมศาลายา พาววิลเลียน. *วารสารวิทยบริการมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์*. 25(3), 32-8.
- สามารถ อัยกร. (2558). โปรแกรมไลน์กับการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร. *Journal of Nakhonratchasima College*, 9(1), 102-7.
- สุภัค ถาวรนิติกุล. (2557). การศึกษาแนวทางเพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ของคณะเกษตร กำแพงแสนมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน. *วารสารวิชาการ Veridian E-Journal ฉบับมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*, 7(2), 1137-48.
- สุลักษณ์ สีคำ, ยุทธนาถ บุญยะชัย, และอาภรณ์ อินฟ้าแสง. (2567). องค์ประกอบและรูปแบบการสื่อสารที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร กรณีศึกษา กองบังคับการอำนวยการ กองบัญชาการตำรวจตระเวนชายแดน. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 14(2), 158-172.

ภาษาอังกฤษ

- Downs, R. & Hazen, P. (1997). *Motivation and Modern Management*. California. Addison Wealey Publishing Company.
- Lasswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. In L. Bryson (Ed.), *The communication of ideas*, 37-51.
- Schramm, W. (1954). How Communication Works. In *The Process and Effects of Mass Communication*. Urbana, IL: University of Illinois Press, 3-26.
- Westley, B. H., & MacLean, M. S., Jr. (1957). A conceptual model for mass communication research. *Journalism Quarterly*, 34, 36-[last page].