



รายงานการศึกษาส่วนบุคคล
(Individual Study)

เรื่อง การเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กรของ
สำนักราชเลขาธิการ ศึกษากรณีช่องทางการสื่อสาร

จัดทำโดย นางสาวกัลยพัชร ชากร
รหัส 6021

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม
หลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ 6 ปี 2557
สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ
ลิขสิทธิ์ของกระทรวงการต่างประเทศ



รายงานการศึกษาส่วนบุคคล
(Individual Study)

เรื่อง การเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กรของ
สำนักราชเลขาธิการ ศึกษากรณีช่องทางการสื่อสาร

จัดทำโดย นางสาวกัลยพัชร ชากร
รหัส 6021

หลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ 6 ปี 2557
สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ
รายงานนี้เป็นความคิดเห็นเฉพาะบุคคลของผู้ศึกษา



เอกสารรายงานการศึกษาส่วนบุคคลนี้ อนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม
หลักสูตรนักบริหารการทูตของกระทรวงการต่างประเทศ

ลงชื่อ

(เอกอัครราชทูต อู๋ม เมาลานนท์)
อาจารย์ที่ปรึกษา

ลงชื่อ

(ศาสตราจารย์ ดร. พลภัทร บุราคม)
อาจารย์ที่ปรึกษา

ลงชื่อ

(ดร. เตชา ตั้งสีฟ้า)
อาจารย์ที่ปรึกษา

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

การศึกษาวิจัยเรื่อง การเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กรของสำนักราชเลขาธิการ ศึกษากรณี ช่องทางการสื่อสารภายในองค์กร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงช่องทางการสื่อสารใน องค์กรในปัจจุบัน เพื่อมุ่งไปสู่สัมฤทธิ์ผลของการสื่อสาร ซึ่งหมายถึง ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของ ความรวดเร็วในการรับทราบข้อมูลข่าวสารและความเข้าใจในข่าวสารที่ได้รับ ผ่านช่องทางการสื่อสาร ในองค์กร จำนวน 6 ช่องทาง ได้แก่ ระบบสารสนเทศภายในองค์กร หนังสือเวียน การประชุม จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) โทรศัพท์ และสื่อสังคมออนไลน์ ขอบเขตของการศึกษา คือ ศึกษา การสื่อสารภายในองค์กรในทิศทางจากบนลงล่างหรือจากผู้บริหารมายังผู้ปฏิบัติงาน กลุ่มตัวอย่างใน การศึกษาคั้งนี้ ได้แก่ บุคลากรในสังกัดสำนักราชเลขาธิการ จำนวน 50 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บ ข้อมูลได้แก่แบบสอบถามและการสัมภาษณ์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ สถิติร้อยละ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในเรื่องประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการสื่อสารภายในสำนักราช เลขาธิการ พบว่า ช่องทางการสื่อสารที่กลุ่มตัวอย่างรับรู้ข้อมูลได้รวดเร็วที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ 1. โทรศัพท์ (ร้อยละ 72) 2. สื่อสังคมออนไลน์ (ร้อยละ 58) 3. e-mail (ร้อยละ 28) สำหรับช่องทาง ๆ ที่กลุ่มตัวอย่างเข้าใจมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ 1. โทรศัพท์ (ร้อยละ 38) 2. หนังสือเวียน (ร้อยละ 32) 3. สื่อสังคมออนไลน์ (ร้อยละ 30) ส่วนเรื่องความพึงพอใจต่อช่องทางการสื่อสาร ผลการ วิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ช่องทางการสื่อสารที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ 1. สื่อสังคมออนไลน์ (ร้อยละ 44) 2. โทรศัพท์ (ร้อยละ 42) 3. e-mail (ร้อยละ 18) อนึ่ง ช่อง ทางการสื่อสารที่กลุ่มตัวอย่าง ไม่รับรู้ ไม่เข้าใจ และไม่พึงพอใจในการรับข้อมูลข่าวสารเลย คือ e-mail (ร้อยละ 2) ส่วนผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นที่มีต่อการสื่อสารภายในสำนักราช เลขาธิการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างในแต่ละช่วงอายุ (Generation) มีมุมมองต่อการสื่อสารและการ เลือกใช้ช่องทางการสื่อสารที่แตกต่างกัน กล่าวคือ กลุ่มช่วงอายุ 50 ปีขึ้นไป (กลุ่ม Baby Boomer) เน้นการติดต่อสื่อสารด้วยวาจาและเห็นว่าสื่อแบบดั้งเดิม เช่น โทรศัพท์ โทรสาร การประชุม หรือ เอกสารลายลักษณ์อักษร เป็นช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสมกับองค์กร ในขณะที่กลุ่มช่วงอายุ 31 - 50 ปี (กลุ่ม Generation X) สามารถปรับตัวให้เข้ากับช่องทางการสื่อสารได้อย่างหลากหลายทั้งสื่อ ดั้งเดิมและสื่อใหม่ ไม่ว่าจะเป็น intranet e-mail หรือสื่อสังคมออนไลน์ สำหรับกลุ่มช่วงอายุที่น้อย กว่า 31 ปี (กลุ่ม Generation Y) มีความชื่นชอบและมีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ได้ เป็นอย่างดี และมองว่าสื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางที่ตนเองพึงพอใจมากที่สุด ประเด็นดังกล่าวนี้ทำ ให้พยากรณ์ได้ว่าสิ่งที่สำนักราชเลขาธิการต้องเผชิญในอนาคต อาจไม่ใช่เรื่องของช่องทางการสื่อสาร กับการบริหารคนต่างรุ่นในองค์กรแต่เพียงอย่างเดียว แต่ยังมีเรื่องของสื่อสารในยุคดิจิทัล (Digital) ที่เครื่องมือสื่อสาร ข้อมูลข่าวสาร และผู้รับ-ส่งสาร จะมีความเชื่อมโยงถึงกันมากยิ่งขึ้น

ดังนั้น ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อมุ่งไปสู่สัมฤทธิ์ผลของการสื่อสาร และเพื่อให้องค์กร สามารถปรับตัวได้ทันกับการเปลี่ยนแปลง ประกอบด้วย แนวทางการบริหารการสื่อสารกับคนต่างรุ่น ในองค์กร การพัฒนาขีดความสามารถของบุคลากร และการพัฒนาระบบการสื่อสารองค์กรแบบ บูรณาการ (Integrated Organizational Communication) เน้นรูปแบบการสื่อสารแบบสองทาง

ควบคู่ไปกับจัดระบบการสื่อสารองค์กรแบบเครือข่าย รวมถึงการนำเทคนิคการบริหารองค์กรแบบ Management by walking around - MBWA เพื่อลดช่องว่างการสื่อสารระหว่างผู้บริหารและ ผู้ปฏิบัติงาน ตลอดจนการพัฒนาบุคลากรให้มีทักษะของการเป็นผู้สื่อสารที่ดี เพื่อให้การสื่อสารใน องค์กรเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากที่สุด

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการศึกษาส่วนบุคคลฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการอบรมหลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ 6 ปี 2557 ของกระทรวงการต่างประเทศ ซึ่งผู้ศึกษาได้มุ่งศึกษาวิจัยถึงช่องทางการสื่อสารในองค์กรปัจจุบันของสำนักราชเลขาธิการ อันจะนำไปสู่การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น

รายงานฉบับนี้ไม่มีทางสำเร็จลงได้หากปราศจากคณาจารย์ที่ปรึกษา ทั้ง 3 ท่าน คือ เอกอัครราชทูต อู๋ม เมาลานนท์ ศาสตราจารย์ ดร. พลภัทร บุราคม และดร. เดชา ตั้งสีฟ้า ซึ่งได้กรุณาให้คำปรึกษา แนะนำ ตลอดจนตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องของรายงาน อีกทั้งยังได้ให้ความรู้ ความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อการเก็บรวบรวมข้อมูล และการสรุปผล ทำให้รายงานฉบับนี้ มีความครบถ้วน สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้ นอกจากนี้ ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณสถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ ที่กรุณาจัดการอบรมหลักสูตรที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่ง ทำให้ผู้ศึกษาสามารถเสริมสร้างเครือข่ายกับผู้เข้าร่วมการอบรมในหลักสูตรดังกล่าว และสามารถนำแนวคิดใหม่ ๆ กับความรู้ที่ได้รับจากการอบรมมา ปรับใช้เพื่อประโยชน์ในการบริหารราชการต่อไป

ขอขอบพระคุณผู้บริหารของสำนักราชเลขาธิการทุกท่าน ที่ได้กรุณาสนับสนุนให้ผู้ศึกษาได้มาเข้ารับการอบรมในหลักสูตรดังกล่าว รวมถึงเพื่อนข้าราชการ และบุคคลในวงการต่าง ๆ ที่ได้ให้ข้อมูล ความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ในการจัดทำรายงานในครั้งนี้

ท้ายที่สุด ผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่า รายงานการศึกษาส่วนบุคคลฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาระบบการสื่อสารภายในองค์กรของสำนักราชเลขาธิการต่อไปในอนาคต

กัลยพัชร ชาศคร
สิงหาคม 2557

สารบัญ

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	ง
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ฅ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ขอบเขตการศึกษา/ วิธีการดำเนินการศึกษา	3
1.4 สมมติฐานการศึกษา	5
1.5 ประโยชน์ของการศึกษา	5
1.6 นิยามศัพท์	5
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 หลักการทรงงานในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว	7
2.2 แนวคิดเรื่องการสื่อสารภายในองค์กร	8
2.3 การเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสาร	9
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร	10
บทที่ 3 ผลการศึกษา	12
3.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของบุคลากรในสังกัดสำนักพระราชเลขานุการ	12
3.2 ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในเรื่องประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการสื่อสารภายในองค์กร	14
3.3 ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในเรื่องความพึงพอใจของบุคลากรสำนักพระราชเลขานุการต่อช่องทางการสื่อสารภายในองค์กร	19
3.4 ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นที่มีต่อสื่อสารภายในสำนักพระราชเลขานุการ	21
บทที่ 4 บทสรุปและข้อเสนอแนะ	26
4.1 สรุปผลการศึกษา	26
4.2 ข้อเสนอแนะ	28
บรรณานุกรม	31

ภาคผนวก	33
ก แบบสอบถาม	34
ข หลักการทรงงานในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว	38
ค ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในเรื่องประสิทธิภาพของการสื่อสารภายใน องค์กรของสำนักพระราชเลขานุการ	40
ง ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในเรื่องความพึงพอใจของบุคลากรสำนักพระราช เลขานุการต่อช่องทางการสื่อสารภายในองค์กร	46
ประวัติผู้เขียน	49

สารบัญตาราง

ตารางที่ 1	ข้อมูลเรื่องเพศของบุคลากรในสังกัดสำนักพระราชเลขานุการ	12
ตารางที่ 2	ข้อมูลเรื่องอายุของบุคลากรในสังกัดสำนักพระราชเลขานุการ	13
ตารางที่ 3	ผลลัพธ์ (Output)	13
ตารางที่ 4	ข้อมูลเรื่องระดับการศึกษาของบุคลากรในสังกัดสำนักพระราชเลขานุการ	14
ตารางที่ 5	ข้อมูลเปรียบเทียบช่องทางการสื่อสารที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุด	19
ตารางที่ 6	ข้อมูลเปรียบเทียบช่องทางการสื่อสารภายในสำนักพระราชเลขานุการที่ผู้รับ ข่าวสารรับรู้ภายใน 30 นาที	40
ตารางที่ 7	ข้อมูลเปรียบเทียบช่องทางการสื่อสารภายในสำนักพระราชเลขานุการที่ผู้รับ ข่าวสารรับรู้ภายใน 2 -3 ชั่วโมง	40
ตารางที่ 8	ข้อมูลเปรียบเทียบช่องทางการสื่อสารภายในสำนักพระราชเลขานุการที่ผู้รับ ข่าวสารรับรู้ภายใน 1 วัน	41
ตารางที่ 9	อมูลเปรียบเทียบช่องทางการสื่อสารภายในสำนักพระราชเลขานุการที่ผู้รับ ข่าวสารรับรู้ภายใน 2 วัน	41
ตารางที่ 10	ข้อมูลเปรียบเทียบช่องทางการสื่อสารภายในสำนักพระราชเลขานุการที่ผู้รับ ข่าวสารไม่รับรู้ข่าวสารเลย	42
ตารางที่ 11	ข้อมูลเปรียบเทียบช่องทางการสื่อสารภายในสำนักพระราชเลขานุการที่ผู้รับ ข่าวสารเข้าใจข่าวสารมากที่สุด	42
ตารางที่ 12	ข้อมูลเปรียบเทียบช่องทางการสื่อสารภายในสำนักพระราชเลขานุการที่ผู้รับ ข่าวสารเข้าใจข่าวสารค่อนข้างมาก	43
ตารางที่ 13	ข้อมูลเปรียบเทียบช่องทางการสื่อสารภายในสำนักพระราชเลขานุการที่ผู้รับ ข่าวสารเข้าใจข่าวสารปานกลาง	43
ตารางที่ 14	ข้อมูลเปรียบเทียบช่องทางการสื่อสารภายในสำนักพระราชเลขานุการที่ผู้รับ ข่าวสารเข้าใจข่าวสารน้อย	44
ตารางที่ 15	ข้อมูลเปรียบเทียบช่องทางการสื่อสารภายในสำนักพระราชเลขานุการที่ผู้รับ ข่าวสารไม่เข้าใจข่าวสารเลย	44
ตารางที่ 16	ข้อมูลเปรียบเทียบช่องทางการสื่อสารภายในสำนักพระราชเลขานุการที่ผู้รับ ข่าวสารพึงพอใจมากที่สุด	46
ตารางที่ 17	ข้อมูลเปรียบเทียบช่องทางการสื่อสารภายในสำนักพระราชเลขานุการที่ผู้รับ ข่าวสารพึงพอใจค่อนข้างมาก	46
ตารางที่ 18	ข้อมูลเปรียบเทียบช่องทางการสื่อสารภายในสำนักพระราชเลขานุการที่ผู้รับ ข่าวสารพึงพอใจปานกลาง	47
ตารางที่ 19	ข้อมูลเปรียบเทียบช่องทางการสื่อสารภายในสำนักพระราชเลขานุการที่ผู้รับ ข่าวสารพึงพอใจน้อย	48

ตารางที่ 20 ข้อมูลเปรียบเทียบช่องทางการสื่อสารภายในสำนักราชเลขาธิการที่ผู้รับ
ข่าวสารไม่พึงพอใจเลย

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในสถานการณ์ของโลกปัจจุบัน องค์กรทุกองค์กรมีการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีและข่าวสารที่รวดเร็ว ก่อให้เกิดการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง ปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วคือ การสื่อสาร ซึ่งก่อให้เกิดการพัฒนาหลายด้าน ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การศึกษา วัฒนธรรม ฯลฯ การที่จะพัฒนาระบบบริหารจัดการภายในองค์กรให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล จำเป็นต้องอาศัยปัจจัยหลายอย่างร่วมกัน สิ่งที่มีมองข้ามไม่ได้เลยก็คือเรื่องของการสื่อสาร เนื่องจากเป็นหัวใจสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ

สำนักราชเลขาธิการเป็นหน่วยงานราชการที่มีหน้าที่เกี่ยวกับงานเลขานุการในพระองค์พระมหากษัตริย์ พระบรมวงศานุวงศ์ ตลอดจนงานเลขานุการคณะองคมนตรี มีภารกิจหลักเกี่ยวกับงานหนังสือที่หน่วยราชการ หน่วยงานเอกชน และบุคคลทั่วไป ส่งเข้ามาเพื่อขอให้นำความกราบบังคมทูลพระกรุณาขอพระราชทานพระบรมราชานุญาต พระบรมราชวินิจฉัย และพระมหากรุณาแล้วแต่กรณี รวมทั้งทำหน้าที่รับพระราชทานพระราชดำริและพระราชดำรัส เพื่อเชิญไปยังหน่วยงานและบุคคลที่เกี่ยวข้อง สำนักราชเลขาธิการจึงมีบทบาทเป็นผู้ประสานงานระหว่างพระมหากษัตริย์กับรัฐบาลและหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ เอกชน ตลอดจนบุคคลทั่วไป ทั้งที่เป็นราชการแผ่นดินและส่วนพระองค์ (สำนักราชเลขาธิการ, 2544: 87) ลักษณะงานดังกล่าวนี้จึงถือว่าเป็นลักษณะงานเฉพาะที่ต้องอาศัยความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ เกี่ยวกับขัตติยราชประเพณี ราชศัพท์ ข้อปฏิบัติเกี่ยวกับราชสำนัก ธรรมเนียมปฏิบัติ พระราชนิยมขององค์พระมหากษัตริย์และพระบรมวงศานุวงศ์ งานบริหารราชการแผ่นดินและราชการ ส่วนพระองค์ ซึ่งต้องใช้ความระมัดระวังอย่างสูง ทันท่วงที และปฏิบัติงานผิดพลาดไม่ได้ ต้องทุ่มเท อุทิศเวลาในการปฏิบัติงานอย่างเต็มที่พร้อมถวายงานได้ทุกเวลา นอกจากนี้ ต้องมีการสั่งสมประสบการณ์สูง เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปด้วยความถูกต้อง

“การสื่อสาร” ในมุมมองสำนักราชเลขาธิการ เปรียบเสมือนเครื่องมือที่จะนำไปสู่การรับรู้เรียนรู้ ให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกันของบุคลากรทั่วทั้งองค์กร ตั้งแต่ระดับนโยบายไปจนถึงระดับปฏิบัติการ ทำให้สามารถกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และยุทธศาสตร์ร่วมกันได้อย่างถูกต้องเหมาะสมและนำพาองค์กรไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้อย่างมีทิศทาง และจะต้องนำมาใช้ให้สอดคล้องกับพื้นฐานขององค์กรทั้งในด้านโครงสร้าง ระบบการบริหาร ทัศนคติ และค่านิยม รวมทั้งวัฒนธรรมของบุคลากรในองค์กร จึงจะทำให้องค์กรไปสู่ความสำเร็จได้

การสื่อสารภายในองค์กรของสำนักราชเลขาธิการ โดยส่วนใหญ่แล้ว จะเป็นไปในรูปแบบจากบนลงล่าง กล่าวคือ เป็นการสื่อสารจากฝ่ายบริหารไปสู่ฝ่ายปฏิบัติการ เนื่องจากผู้ปฏิบัติทุกระดับ

เปรียบเสมือนกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนภารกิจให้สำเร็จลุล่วงตามเป้าหมาย และด้วยโครงสร้างองค์กรที่มีขนาดเล็ก ผู้บริหารจึงสามารถสื่อสารได้โดยตรงกับผู้ปฏิบัติผ่านช่องทางการสื่อสารทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ รวมถึงการนำเอาเทคโนโลยีมาใช้ร่วมกับการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อให้เกิดประโยชน์ในการจัดการและการบริหารงานภายใน

อย่างไรก็ดี การสื่อสารในทุกระดับและทุกรูปแบบอาจมีอุปสรรคของการสื่อสารเกิดขึ้นได้เสมอ ปัญหาด้านการสื่อสารภายในองค์กรของสำนักราชเลขาธิการที่พบในปัจจุบัน¹ คือ

1) ผู้ปฏิบัติงานบางรายมีภารกิจพิเศษที่สำคัญ เร่งด่วน และจำเป็นต้องออกไปปฏิบัติราชการนอกสถานที่ ส่งผลให้ได้รับข่าวสารช้าเกินไปจนเกินกำหนดเวลาที่จะปฏิบัติตามคำสั่งในสารที่ถูก สื่อออกไป

2) การมีระยะห่างไกลของการสื่อสาร เนื่องจากสำนักราชเลขาธิการมีสถานที่ทำการตั้งกระจายอยู่ในหลายพื้นที่ ส่งผลให้ผู้ปฏิบัติงานไม่ได้รับทราบข้อมูลข่าวสารอย่างทั่วถึง

3) ผู้ปฏิบัติงานมักได้รับข่าวสารจากเพื่อนร่วมงานที่ไม่เป็นทางการ (Grapevine Communication) หรือแหล่งภายนอก เช่น สื่อสังคมออนไลน์ ก่อนที่จะได้รับทราบข่าวสารจากแหล่งข่าวภายในองค์กรที่เป็นทางการ

4) ข่าวสารบางประเภทที่มีการสื่อสารออกไป ไม่สามารถทำให้ผู้ปฏิบัติเกิดความเข้าใจและปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง จำเป็นต้องใช้ช่องทางการสื่อสารมากกว่า 1 ช่องทางในการติดต่อกัน ซึ่งมีผลต่อค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

5) ผู้บริหารบางส่วนขาดความเชื่อมั่นในระบบสารสนเทศ และยังคงยึดถือแนวปฏิบัติด้านการสื่อสารแบบเดิม

6) ผู้ปฏิบัติเข้าใจข่าวสารที่ผิดพลาด บางรายไม่ทราบข้อมูลบางอย่างที่มีการสื่อสารผ่านช่องทางหรือเครื่องมือบางประเภท ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะความแตกต่างด้านอายุและประสบการณ์การทำงานของผู้ปฏิบัติงาน ทำให้ต้องพิจารณาเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารให้เกิดความเหมาะสม

กล่าวโดยสรุป สภาพการสื่อสารภายในองค์กรปัจจุบันของสำนักราชเลขาธิการ โดยส่วนใหญ่ จะมีทิศทางการสื่อสารจากบนลงล่างตามสายการบังคับบัญชา การสื่อสารในองค์กรมีทั้ง 2 ลักษณะ คือ การสื่อสารที่เป็นทางการ (Formal Communication) และการสื่อสารที่ไม่เป็นทางการ (Informal Communication) ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของสถานการณ์ ความสอดคล้องกับสิ่งที่จะสื่อสาร และบุคคลที่จะสื่อสาร อย่างไรก็ตาม ปัญหาที่พบในขณะนี้คือ ผู้ปฏิบัติงานในองค์กรมีความแตกต่างทั้งอายุ ประสบการณ์ ความสามารถ และอัตลักษณ์ของกลุ่มหรือที่มาของแต่ละคน ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีการเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสมระหว่างกลุ่ม Traditional และกลุ่ม Change ผู้วิจัยจึงอยากศึกษาถึงเรื่อง การเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารในองค์กร โดยจะศึกษากรณีของช่องทางการสื่อสารในองค์กร ว่า ช่องทางใดจะนำไปสู่สัมฤทธิ์ผลของการสื่อสารมากที่สุด ช่องทาง

¹ ผู้เขียนตระหนักดีว่า การวิจัยเรื่องนี้เพิ่งเริ่มดำเนินการศึกษา แต่ที่สรุปเช่นนี้ เนื่องจากผู้เขียนมีภารกิจหน้าที่ที่จำเป็นต้องประสานงานกับหน่วยงานภายในของสำนักราชเลขาธิการหลายหน่วยงาน ประกอบกับผู้เขียนได้ปรึกษากับผู้ปฏิบัติงานของสำนักราชเลขาธิการที่มีประสบการณ์การทำงาน และมีความเห็นตรงกันว่าปัจจุบันองค์กรมีอุปสรรคด้านการสื่อสารตามข้อมูลที่ปรากฏตามที่ระบุในรายงานการศึกษานี้

ได้สามารถเพิ่มประโยชน์ในการปฏิบัติงาน ลดปัญหาที่จะเกิดขึ้น ประหยัดเวลาและต้นทุนที่จะเกิดขึ้นกับการสื่อสาร ทั้งนี้ ประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่จะศึกษา หมายถึง 2 ประเด็น คือ

1) ความรวดเร็วในการรับทราบข้อมูลข่าวสาร เป็นการประเมินวัดผลในเรื่องของเวลาในการรับข่าวสารของผู้ปฏิบัติงานที่ถูกส่งออกไปผ่านช่องทางการสื่อสารที่ต่างกันนั้น มีความแตกต่างกันหรือไม่อย่างไร

2) ความเข้าใจในข้อมูลข่าวสารที่ถูกส่งออกมาของผู้ปฏิบัติงาน เป็นการประเมินวัดผลในเรื่องความเข้าใจของผู้ปฏิบัติงานที่มีต่อข่าวสารที่ถูกส่งออกไปผ่านช่องทางการสื่อสารที่ต่างกันนั้น มีความแตกต่างกันหรือไม่อย่างไร

นอกเหนือจากนี้ ผู้วิจัยจะทำการศึกษาเพิ่มเติมด้วยว่า ผู้ปฏิบัติงานรู้สึกพึงพอใจต่อการรับทราบข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ภายในองค์กร มีความแตกต่างกันในแต่ละช่องทางอย่างไร และโดยรวมแล้วช่องทางใดเป็นช่องทางที่ผู้ปฏิบัติงานรู้สึกพึงพอใจมากที่สุด ช่องทางใดเป็นช่องทางที่ผู้ปฏิบัติงานรู้สึกพึงพอใจน้อยที่สุดหรือไม่พึงพอใจเลย เนื่องจากความพึงพอใจนี้จะส่งผลหรืออาจแสดงให้เห็นถึงความเชื่อมโยงต่อความรู้สึกในการทำงาน ซึ่งส่งผลต่อเนื่องถึงความสำเร็จขององค์กรอีกด้วย

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาถึงช่องทางการสื่อสารในองค์กรในปัจจุบันของสำนักพระราชเลขานุการ เพื่อมุ่งไปสู่สัมฤทธิ์ผลของการสื่อสาร

1.3 ขอบเขตการศึกษา/ วิธีการดำเนินการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์ เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อวิเคราะห์ถึงช่องทางการสื่อสารในองค์กรที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด และเพื่อศึกษาความคิดเห็นรวมถึงความพึงพอใจของบุคลากรในสังกัดสำนักพระราชเลขานุการที่มีต่อช่องทางการสื่อสารในองค์กร โดยมีขอบเขตการศึกษาดังนี้

1.3.1 ขอบเขตเนื้อหาสาระ

เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้มีข้อจำกัดในเรื่องของระยะเวลา ดังนั้น ผู้เขียนจึงมุ่งศึกษาช่องทางการสื่อสารภายในองค์กร ตามทิศทางของการสื่อสารจากบนลงล่าง เท่านั้น

1.3.2 ขอบเขตด้านประชากร

กลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการสำรวจด้วยแบบสอบถามคือ บุคลากรในสังกัดสำนักพระราชเลขานุการ จำนวน 50 คน จากจำนวนทั้งหมด 492 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 1 ตุลาคม 2556) โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างตามแนวคิดแบ่งช่วงอายุตาม Generation ตามที่ณัฐวุฒิ พงศ์สิริ (2552) ระบุ คือ การแบ่งคนทำงานเป็น 3 รุ่น ได้แก่ กลุ่ม Baby Boomer (คนที่เกิดระหว่างปี ค.ศ. 1946 - 1964) มีลักษณะการทำงานที่ทุ่มเท เสียสละต่อองค์กรอย่างมาก มีความละเอียดรอบคอบสูง กลุ่ม Generation X (คนที่เกิดระหว่างปี ค.ศ. 1965 - 1980) เป็นกลุ่มที่เน้นความสมดุลในการใช้ชีวิตและอยู่ในยุครอยต่อระหว่าง Analog กับ Digital กลุ่ม Generation Y (คนที่เกิดหลังจากปี ค.ศ. 1980) เป็นกลุ่มที่มีความเป็นตัวของตัวเองสูง ชอบใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ในการสื่อสาร ด้วยเหตุที่

ประชากรในแต่ละช่วงอายุมีคุณลักษณะ ทักษะคิด รูปแบบการใช้ชีวิตแตกต่างกัน ดังนั้น ผู้เขียนจึงได้เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง² กล่าวคือ กลุ่ม Baby Boomer จำนวน 15 คน กลุ่ม Generation X จำนวน 20 คน กลุ่ม Generation Y จำนวน 15 คน รวมถึงการสัมภาษณ์ผู้แทนในแต่ละกลุ่ม Generation กลุ่มละ 2 คน เพื่อศึกษาว่าในแต่ละ Generation มองเรื่องช่องทางการสื่อสารอย่างไร สำหรับการกำหนดจำนวนเพศชายและหญิง ผู้เขียนพิจารณาจากกลุ่มตัวอย่างตามช่วงอายุ (Generation) เป็นหลัก

1.3.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ผู้เขียนเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในช่วงเดือนมิถุนายน - กรกฎาคม 2557 เท่านั้น

1.3.4 ตัวแปรที่ศึกษา

1) ตัวแปรต้น ได้แก่ ช่องทางการสื่อสารภายในองค์กร 6 ช่องทาง คือ ระบบสารสนเทศภายในองค์กร/ หนังสือเวียน/ การประชุม/ e-mail/ โทรศัพท์ และสื่อสังคมออนไลน์

2) ตัวแปรตาม ได้แก่ ความรวดเร็วของการรับทราบข้อมูลข่าวสาร และความเข้าใจในข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ

1.3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา เป็นแบบสอบถาม (ดูรายละเอียดได้ที่ภาคผนวก ก)แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 คือ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา

ส่วนที่ 2 คือ คำถามทั่วไปเกี่ยวกับประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการสื่อสารภายในองค์กร ใน 2 ด้าน คือ ความรวดเร็วในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และความเข้าใจในข่าวสารที่ได้รับ โดยลักษณะเป็นแบบสอบถามชนิดจัดอันดับคุณภาพ แบ่งเป็น 5 ระดับ จากมากที่สุด ไปน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 คือ คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการรับทราบข้อมูลข่าวสารจากช่องทางการสื่อสารภายในองค์กร ทั้ง 6 ช่องทาง โดยลักษณะเป็นแบบสอบถามที่จัดอันดับคุณภาพ แบ่งเป็น 5 ระดับ จากมากที่สุด ไปน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 คือ ความคิดเห็นที่มีต่อสื่อสารภายในสำนักราชเลขาธิการ

1.3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาวิจัยเก็บรวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูล ตามขั้นตอนดังนี้

- 1) ขอความร่วมมือและจัดส่งแบบสอบถามไปยังประชากรกลุ่มตัวอย่าง
- 2) รวบรวมแบบสอบถามที่กรอกข้อมูลแล้ว มาทำการตรวจสอบความเรียบร้อย
- 3) นำแบบสอบถามมาตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ นำข้อมูลจัดลงรหัสเพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

² อ้างอิงจากโครงสร้างอายุค่าเฉลี่ยของบุคลากรของสำนักราชเลขาธิการ (ข้อมูล ณ วันที่ 1 ตุลาคม 2556) เฉลี่ยเป็นร้อยละ คือ กลุ่ม Baby Boomer ร้อยละ 44 กลุ่ม Generation X ร้อยละ 33 กลุ่ม Generation Y ร้อยละ 23

4) สรุปผลและนำเสนอผลการวิเคราะห์แบบสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) รวมถึงอภิปรายความคิดเห็นของบุคลากรสำนักพระราชเลขาธิการที่มีต่อช่องทางสื่อสารภายในองค์กร และความพึงพอใจต่อการรับข่าวสารจากช่องทางสื่อสารต่าง ๆ

1.4 สมมติฐานการศึกษา

ช่องทางสื่อสารที่ต่างกันมีผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรต่างกัน กล่าวคือ ผู้ปฏิบัติงานรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้รวดเร็วและเกิดความเข้าใจในข้อมูลข่าวสารที่ต่างกันในแต่ละช่องทาง

1.5 ประโยชน์ของการศึกษา

เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนารูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรของสำนักพระราชเลขาธิการให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลยิ่งขึ้น

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

ผู้บริหาร หมายถึง ข้าราชการในสังกัดสำนักพระราชเลขาธิการ ระดับเชี่ยวชาญ ขึ้นไป

ผู้ปฏิบัติงาน หมายถึง ข้าราชการในสังกัดสำนักพระราชเลขาธิการ ตั้งแต่ ระดับปฏิบัติงาน/ระดับปฏิบัติการ ถึง ระดับอาวุโส/ระดับชำนาญการพิเศษ รวมถึงพนักงานราชการ

ช่องทางสื่อสารในองค์กร หมายถึง ช่องทางที่ใช้ในการสื่อสารกันระหว่างผู้บริหารกับผู้ปฏิบัติงานของสำนักพระราชเลขาธิการ ประกอบไปด้วย ระบบสารสนเทศภายในองค์กร หนังสือเวียน การประชุม จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) โทรศัพท์ และสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Line

สัมฤทธิ์ผลของการสื่อสาร หมายถึง ประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการสื่อสารที่ผู้รับสารรับรู้ข่าวสารนั้นภายในเวลาอันรวดเร็ว อยู่ภายใต้กรอบเวลาการดำเนินการตามข้อมูลข่าวสารที่ได้ส่งออกไป และตัวเนื้อหาสาระของข่าวสารที่ส่งออกไปนั้น มีความครบถ้วน ถูกต้อง ชัดเจน ผู้รับสารมีความเข้าใจในข่าวสารที่ส่งออกไปได้ เป็นอย่างดี และสามารถปฏิบัติงานได้เป็นผลสำเร็จ

การสื่อสารจากบนลงล่าง หมายถึง การส่งข่าวสารจากผู้บริหารมายังผู้ปฏิบัติงานในสำนักพระราชเลขาธิการ เช่น การสั่งงานตามลำดับ การประกาศข่าวสารขององค์กร หรือการ แจ้งกระบวนการทำงานที่มีการเปลี่ยนแปลงหรือเพิ่มเติมใหม่ เป็นต้น

กลุ่ม Baby Boomer หมายถึง คนที่เกิดในช่วงปี ค.ศ. 1946 - 1964 ซึ่งเป็นช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เป็นต้นมา คนรุ่นนี้มีความเชื่อเรื่องของการทำงานที่ทุ่มเท เชื่อในกระบวนการ/ขั้นตอนการทำงานที่ชัดเจน และจะต้องทำตามขั้นตอนและกระบวนการที่กำหนด มีความละเอียดรอบคอบและมีความอดทนสูง ให้ความสำคัญกับงานมากกว่าครอบครัว

กลุ่ม Generation X หมายถึง คนที่เกิดในช่วงปี ค.ศ. 1965 - 1980 มีความเชื่อเรื่องของการทำงานแบบ Work Life Balance คือทำงานหนักได้ แต่เรื่องของชีวิตส่วนตัวก็ต้องมีความสมดุล ชอบความเป็นอิสระ เน้นการพึ่งตนเอง คนรุ่นนี้อยู่ในช่วงรอยต่อระหว่าง Analog กับ Digital สามารถผสมผสานการใช้สื่อเก่าและสื่อใหม่ได้เป็นอย่างดี

กลุ่ม Generation Y หมายถึง คนที่เกิดหลังจากปี ค.ศ. 1980 เป็นต้นไป คนรุ่นนี้มีความเชื่อมั่นในตัวเองสูง มีความยืดหยุ่นในการทำงาน มองผลลัพธ์มากกว่ากระบวนการ ชอบการมีส่วนร่วมในการทำงานและการแสดงความคิดเห็น มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ได้เป็นอย่างดี

บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง การเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กรของสำนักราช-เลขาธิการ ศึกษากรณี ช่องทางการสื่อสารภายในองค์กร ผู้วิจัยได้ค้นคว้าเอกสารทางวิชาการ งานเขียนต่าง ๆ และศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. หลักการทรงงานในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว
2. แนวคิดเรื่องการสื่อสารภายในองค์กร
3. การเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสาร
4. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร

2.1 หลักการทรงงานในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว (ดูรายละเอียดได้ที่ภาคผนวก ข)

การทรงงานในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงยึดการดำเนินงานในลักษณะทางสายกลางที่สอดคล้องกับสิ่งที่อยู่รอบตัว และสามารถปฏิบัติได้จริง ทรงคิดค้นหาแนวทางพัฒนาเพื่อมุ่งสู่ประโยชน์ต่อประชาชนสูงสุด (เกษม วัฒนชัย, 2553)

หลักการทรงงานในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เปรียบเสมือนแนวทางการดำเนินชีวิตที่สามารถเป็นได้ทั้งหลักคิด หลักวิชา และหลักปฏิบัติ ขึ้นอยู่กับการนำมาปรับใช้ของแต่ละบุคคล หากมองในมิติของการเป็นผู้สื่อสาร หลักการทรงงานบางหลักการก็สามารถนำมาปรับใช้ได้ เช่น “หลักการมีส่วนร่วม” “หลักการศึกษาข้อมูลอย่างเป็นระบบ” “หลักภูมิสังคม” และ “หลักการระเบิดจากข้างใน” จะมีความสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องของการเป็นผู้สื่อสารที่ดีที่ควรมี Empathy หมายถึง ความสามารถจะเข้าใจความรู้สึกของผู้อื่นว่าทำไมเขาถึงพูดหรือทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง Listening การเป็นผู้ฟังที่ดี จะช่วยพบปัญหาและแนวทางแก้ไขมากขึ้น Reading Skills ความสามารถในการอ่าน Observation การสังเกตสิ่งที่อยู่รอบตัว Word Choice การเลือกใช้คำที่เหมาะสมกับผู้รับสาร Body Language การสื่อสารที่เป็นภาษากาย Action การติดต่อสื่อสารวิธีใดวิธีหนึ่งจะใช้ได้กับคนบางคน หรือบางสถานการณ์ ไม่ใช่จะใช้ได้กับทุกคนหรือทุกสถานการณ์ ต้องเลือกวิธีการสื่อสารให้เหมาะสม และ Directing ต้องมั่นใจว่าผู้รับข้อมูลรู้ว่าจะต้องทำอะไร อย่างไร เมื่อไร และทำไมต้องทำ เนื่องจากพบว่าความผิดพลาดส่วนใหญ่มักเกิดจากผู้ส่งสารคิดว่าผู้รับสารมีข้อมูลอยู่แล้ว (พิมพ์นิษา เลี้ยงบุญเลิศชัย, 2555: 11)

2.2 แนวคิดเรื่องการสื่อสารในองค์กร

2.2.1 ความหมายของการสื่อสารภายในองค์กร

ศุภมน อนุศาสนนันท์ (2549) ให้ความหมายของการสื่อสารในองค์กรว่า เป็นการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ระหว่างบุคลากรหรือหน่วยงานในองค์กร ผ่านรูปแบบวิธีการสื่อสารต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการรับรู้และความเข้าใจร่วมกันในการปฏิบัติงาน ซึ่งจะเป็นผลให้องค์กรและบุคลากรในองค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน

กรีซ สืบสนธิ์ (2538) กล่าวถึงการสื่อสารในองค์กรว่า หมายถึง กระบวนการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างบุคคลทุกระดับ ทุกหน่วยงาน โดยมีความสัมพันธ์กันภายใต้สภาพแวดล้อม บรรยากาศขององค์กร ซึ่งสามารถปรับเปลี่ยนไปตามกาลเทศะ

จากความหมายข้างต้นสรุปได้ว่า การสื่อสารในองค์กร เป็นการถ่ายทอดหรือแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ระหว่างสมาชิกภายในองค์กรภายใต้รูปแบบและวิธีการสื่อสารต่าง ๆ เพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจร่วมกันเกี่ยวกับการปฏิบัติงานในองค์กรเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ

2.2.2 ช่องทางการสื่อสารภายในองค์กร

เสนาะ ตีเยาว์ (2541) กล่าวถึงความหมายของช่องทางการสื่อสารภายในองค์กรว่า คือ ช่องทางในการส่งผ่านข้อมูลภายในองค์กร มักถูกออกแบบขึ้นมาพร้อม ๆ กับการจัดวางโครงสร้างขององค์กรและการวางระบบงาน เพราะทุกองค์กรมีความจำเป็นต้องมีการสื่อสารกันภายในองค์กร เพื่อให้การปฏิบัติงานขององค์กรดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การสื่อสารในองค์กรมีด้วยกันหลายรูปแบบ การเลือกวิธีการสื่อสารนั้นมีเกณฑ์ในการพิจารณาดังนี้คือ ความรวดเร็ว ความถูกต้อง มีค่าใช้จ่ายมากน้อยเพียงใด หรือข้อมูลนั้นเป็นความลับหรือไม่ หากเผยแพร่ให้มีผู้รับรู้จำนวนมากจะเกิดผลเสียหายหรือไม่ โดยรูปแบบช่องทางการสื่อสารในองค์กร มีดังนี้

1) การสื่อสารที่เป็นลายลักษณ์อักษร องค์กรต่าง ๆ ใช้วิธีนี้มากที่สุดในการสื่อสารที่เป็นทางการ เช่น จดหมาย และบางครั้งใช้บันทึกช่วยจำในการสื่อสารที่ไม่เป็นทางการ การรายงานผลการปฏิบัติงาน คู่มือการปฏิบัติงาน นโยบาย กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ และมาตรฐานของงาน

2) การพูดคุยแบบเผชิญหน้ากัน สามารถเป็นได้ทั้งการสื่อสารอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ การพูดคุยแบบนี้เหมาะสมสำหรับใช้ในการสื่อสารเกี่ยวกับการปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานของผู้ใต้บังคับบัญชา เพราะเป็นเรื่องที่มีความเป็นส่วนตัวสูง จะทำให้ได้รับ feedback กลับมาอย่างรวดเร็ว ในขณะที่เดียวกันผู้สื่อสารควรระมัดระวังวิธีการพูด เนื่องจากคำพูดเดียวกัน แต่คนพูดคนละคน ก็สามารถตีความให้แตกต่างกันไปได้

3) การสื่อสารด้วยสัญลักษณ์ เป็นการสื่อสารที่แสดงออกของร่างกาย เช่น สีหน้า ภาษากาย สภาพแวดล้อม (ความหมายเชิงสัญลักษณ์ทางสภาพแวดล้อม เช่น ขนาดของห้อง โต๊ะทำงาน การตกแต่ง สิ่งเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงอำนาจหน้าที่ได้)

4) การสื่อสารด้วยสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ ระบบอินเทอร์เน็ต จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) หรือ Teleconferencing ที่สามารถใช้ติดต่อกันได้แม้จะอยู่ต่างสถานที่

2.3 การเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสาร

การสื่อสารเป็นกระบวนการหรือเครื่องมือที่จะนำไปสู่ความเข้าใจในการติดต่อและการทำงานร่วมกันของบุคคลในองค์กรเพื่อบรรลุเป้าหมาย แต่หากไม่เรียนรู้และเข้าใจความต้องการของตนเอง ไม่เข้าใจผู้อื่นแล้ว ไม่ว่าจะมีการสื่อสารที่ดีและมีอุปกรณ์สื่อสารที่ทันสมัยเพียงใดก็ไร้คุณค่า (วิโรจน์ โสวัณนะ, 2545: 95) นอกจากนี้ การสื่อสารจำเป็นจะต้องเข้าใจถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล เมื่อบุคคลมีความแตกต่างกันการสื่อสารที่ดีจะต้องใช้ความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีควบคู่กันไปด้วย จึงจะทำให้การสื่อสารนั้นประสบผลสำเร็จ อนึ่ง การสื่อสารที่ผิดพลาดจะส่งผลกระทบต่อการบรรลุประสิทธิผลขององค์กรเสมอ การสร้างระบบการสื่อสารภายในองค์กรที่ดีจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างมาก หน้าที่สำคัญประการหนึ่งของผู้บริหารทุกองค์กร คือ การจัดระบบการสื่อสารตลอดจนการไหลของข้อมูลข่าวสารในองค์กรและลดความผิดพลาดหรืออุปสรรคในการสื่อสาร ซึ่งสามารถทำได้หลายวิธีสรุปได้ดังนี้³ (Szilagyi & Wakkace, 1990 : 502-504. อ้างอิงมาจาก วันชัย มีชาติ, 2548 : 152 - 154)

1) การติดตามผลและให้ข้อมูลย้อนกลับ (follow-up and feed back) วิธีการนี้จะทำให้กระบวนการสื่อสารเป็นแบบ two-way หากเป็นการใช้เอกสารติดตามผลข้อมูลย้อนกลับอาจตรวจสอบได้จากการโต้ตอบ การแสดงออกของผู้รับสารจะทำให้เราทราบว่าการสื่อสารมีความถูกต้องเพียงไร

2) การใช้การสื่อสารหลายวิธี (parallel channels and repetition) การใช้วิธีการสื่อสารและช่องทางการสื่อสารหลายวิธีทำให้การติดต่อสื่อสารมีความถูกต้องยิ่งขึ้น เช่น มีการส่งการด้วยเอกสารเป็นลายลักษณ์อักษรแล้ว และยังมีการประชุมและสั่งการด้วยวาจาและใช้อากาศพูดคุยอย่างไม่เป็นทางการด้วย ก็จะทำให้การสื่อสารถูกต้องมากยิ่งขึ้น

3) ระยะเวลา (timing) ปัญหาด้านระยะเวลาเป็นสาเหตุหนึ่งของการสื่อสารที่เบี่ยงเบนไปทั้งในแง่ของความกดดันด้านเวลาและความไม่เหมาะสม ในการสื่อสารเวลาหนึ่ง ๆ องค์กรและกลุ่มอาจกำหนดมาตรฐานด้านเวลาเพื่อแก้ปัญหาดังกล่าวได้ เช่น ระบุไว้ล่วงหน้าว่าจะทำงานหนึ่งให้เสร็จเมื่อใดเพื่อเป็นเกณฑ์ในการจัดแบ่งเวลาและติดต่อระหว่างกันในการรายงานและสั่งการในองค์กร นอกจากนี้ ยังต้องแยกระหว่างงานประจำกับงานจรซึ่งจะช่วยลดแรงกดดันด้านเวลาอันจะทำให้การสื่อสารมีความถูกต้องมากยิ่งขึ้น

4) ให้ความสนใจกับภาษา (attention to language) ในการสื่อสารนั้น การเลือกใช้คำเป็นวิธีการหนึ่งที่จะลดความผิดพลาดในการสื่อสารได้ ซึ่งการเลือกใช้คำนี้จะมีเกี่ยวข้องกับการทำความเข้าใจกับผู้ที่เราจะสื่อสารด้วยว่าควรจะใช้ภาษาในระดับใด

³ แนวคิดดังกล่าวมีความคล้ายคลึงกับหลักการสื่อสารที่ดี ตามที่วิจิตร อวระกุล (2539: 102) ระบุไว้ คือ 1. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ในเรื่องของผู้ส่งสารและแหล่งข่าว 2. ความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม (Context) 3. เนื้อหาสาระ (Content) ข่าวสารที่ดีจะต้องมีความหมายต่อผู้รับข่าวสาร 4. ความต่อเนื่องและความคงเส้นคงวา (Continuity and Consistency) การสื่อสารจะได้ผลต้องส่งบ่อย ๆ ติดต่อกัน มีการย้ำหรือซ้ำเพื่อเตือนความทรงจำ 5. ช่องทางการสื่อสาร (Channels) มองช่องทางที่เหมาะสมให้ข่าวสารที่ส่งมามีความรวดเร็วและมีโอกาสคลาดเคลื่อนด้วยที่สุด 6. ความสามารถของผู้รับสาร (Capability of Audience) 7. ความชัดเจนของข่าวสาร (Clarity)

5) ศูนย์กลางข้อมูล (information communication and information centers) การสื่อสารโดยวิธีการนี้จะเป็นการสื่อสารที่รวดเร็วและยืดหยุ่น และมีความถูกต้องของข้อมูลมาก ซึ่งองค์กรอาจใช้ศูนย์กลางข้อมูลเป็นแหล่งกระจายข่าวโดยไม่ผ่านช่องทางที่เป็นทางการขององค์กรก็อาจจะทำให้การสื่อสารมีความถูกต้องและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

6) การให้รู้เท่าที่จำเป็น (the exception principle and the need to know) เป็นการวางระบบในการสื่อสารในองค์กรให้มีการสื่อสารในกรณีพิเศษและให้มีการรับข้อมูลเฉพาะที่จำเป็น โดยการเสนอข้อมูลไปยังฝ่ายบริหารเฉพาะที่ฝ่ายบริหารต้องการ ในขณะที่เดียวกัน ฝ่ายบริหารก็ให้ข้อมูลหรือสื่อสารกับพนักงานเฉพาะสิ่งที่พนักงานจำเป็นต้องรู้เท่านั้น ซึ่งจะทำให้การสื่อสารไม่มีข้อมูลมากเกินไป วิธีการนี้จะเหมาะกับองค์กรที่มีสายการบังคับบัญชาสูง

7) การใช้ธรรมเนียมปฏิบัติในการสื่อสาร (communication etiquette) เป็นความพยายามที่จะวางระบบในการสื่อสาร เช่น โทรสาร ให้ใช้สื่อสารเฉพาะในเรื่องที่จำเป็น และเร่งด่วน ซึ่งการใช้เครื่องมือโดยไม่จำเป็นอาจจะทำให้การสื่อสารผิดพลาด หรือมีมากเกินไปจนความจำเป็น การสร้างธรรมเนียมปฏิบัติที่เหมาะสมจึงเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการสื่อสารได้

8) การฟังอย่างตั้งใจ (listen actively) เป็นการลดความผิดพลาดจากการสื่อสาร การตั้งใจฟังจะทำให้ข้อมูลที่ผู้ส่งสารต้องการจะส่งถึงผู้รับสารครบถ้วน ในขณะที่เดียวกันการฟังอย่างตั้งใจนั้น ผู้รับสารสามารถติดต่อและไตร่ตรองสิ่งที่ได้ฟังและอาจมีการสอบถามหรือทำความเข้าใจข้อมูลข่าวสารได้มากขึ้น นอกจากนี้ การฟังอย่างตั้งใจจะทำให้เกิดความรู้สึกที่ดีระหว่างผู้ที่สื่อสารและเกิดการยอมรับกัน ซึ่งจะเป็นการพัฒนาาระบบความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคลากรภายในองค์กรตามมาด้วย

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร

สมยศ นาวิการ (2543: 103) ได้ให้ทัศนะในเรื่องนี้ว่า ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารขึ้นอยู่กับสิ่งที่บุคคลได้มา เปรียบเทียบกับสิ่งที่บุคคลต้องการ ความพึงพอใจไม่ควรผูกอยู่กับความมีประสิทธิภาพของข่าวสารใด ๆ (การแสดงออกหรือการแปลความหมาย) ถ้าหากว่าการติดต่อสื่อสารเป็นไปตามความต้องการ ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารจะเกิดขึ้น เราอาจจะรู้สึกต้องการข่าวสารบางอย่าง หรือเสนอข่าวสารตามแนวทางบางอย่างของเรา เมื่อข่าวสารถูกสื่อตามแนวทางที่สอดคล้องกับความรู้สึกของเราเราจะมี ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร

จากความหมายข้างต้น กล่าวได้ว่า ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร เป็นเรื่องของทัศนะของแต่ละคนในองค์กร ซึ่งครอบคลุมถึงข่าวสาร ช่องทางการติดต่อและบรรยากาศในการติดต่อสื่อสาร รวมถึงการติดต่อสื่อสารกับผู้บังคับบัญชา ตลอดจนการติดต่อสื่อสารในองค์กรด้วยตนเอง ถ้าการติดต่อสื่อสารในองค์กรสอดคล้องกับความต้องการและความรู้สึก ความพึงพอใจในการสื่อสารก็จะเกิดขึ้น

จากการศึกษากรอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องนั้น สรุปได้ว่า การสื่อสารภายในองค์กรเป็นกระบวนการที่สำคัญและเป็นด่านแรกก่อนที่องค์กรจะทำการสื่อสารออกไปสู่ภายนอก ความสำคัญของการเลือกช่องทางการสื่อสารในองค์กร มีผลต่อการบรรลุความสำเร็จภายในองค์กรเป็นอย่างยิ่ง หากเราสามารถเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสมกับประเภทของข้อมูล และเข้าถึงผู้ที่เราจะต้องสื่อสารด้วย จะทำให้เราประหยัดเวลาในการสื่อสาร และได้รับผลตอบแทนที่น่าพอใจ

ในทางกลับกัน หากเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารที่ผิดประเภท อาจทำให้ข้อความไปไม่ถึงผู้รับหรือ
บิดเบือนไป ทำให้ต้องเสียเวลาในการหาจุดผิดเพื่อแก้ไข และทำให้งานที่ได้ลดประสิทธิภาพลงอีกด้วย
ดังนั้น การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ จึงเป็นการศึกษาถึงช่องทางการสื่อสารในปัจจุบันของสำนักราช
เลขาธิการ เพื่อนำผลไปเป็นแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการสื่อสารภายใน
องค์กรต่อไป

บทที่ 3 ผลการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้เขียนได้นำข้อมูลที่เก็บมาวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยโดยนำเสนอผลการวิเคราะห์ไว้ 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของบุคลากรในสังกัดสำนักพระราชเลขานุการ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในเรื่องประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการสื่อสารภายในองค์กร

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในเรื่องความพึงพอใจต่อช่องทางการสื่อสาร

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นที่มีต่อสื่อสารภายในสำนักพระราชเลขานุการ

3.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของบุคลากรในสังกัดสำนักพระราชเลขานุการ

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการสำรวจด้วยแบบสอบถาม แบ่งเป็นเพศ อายุ และระดับการศึกษา ผู้เขียนใช้สถิติร้อยละร่วมในการวิเคราะห์ รายละเอียดปรากฏดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลในเรื่องเพศของบุคลากรในสังกัดสำนักพระราชเลขานุการ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	17	34
หญิง	33	66
รวม	50	100

ตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างประชากรมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 50 คน จากจำนวนทั้งหมด 492 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 1 ตุลาคม 2556) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 66 เพศชาย มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 34

ตารางที่ 2 แสดงข้อมูลในเรื่องอายุของบุคลากรในสังกัดสำนักพระราชเลขานุการ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20 - 30 ปี	15	30
31 - 40 ปี	10	20
41 - 50 ปี	10	20
50 ปี ขึ้นไป	15	30
รวม	50	100

ตารางที่ 2 เป็นการแสดงข้อมูลในเรื่องอายุของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้ ผู้เขียนแบ่งกลุ่มตัวอย่างตามแนวคิดการแบ่งช่วงอายุ Generation ที่ได้กล่าวถึงไปแล้วในบทนำ และจากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี (เทียบกับกลุ่ม Generation Y) และช่วงอายุ 50 ปี ขึ้นไป (เทียบกับกลุ่ม Baby Boomer) มีจำนวนเท่ากันคือ 15 คน คิดเป็นร้อยละ 30 รองลงมาคือช่วงอายุ 31 - 40 ปี และอายุระหว่าง 41 - 50 ปี (เทียบกับกลุ่ม Generation X) จำนวนเท่ากันคือ 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20

ตารางที่ 3 แสดงข้อมูลในเรื่องระดับการศึกษาของบุคลากรในสังกัดสำนักพระราชเลขานุการ

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	2	4
ปริญญาตรี	20	40
สูงกว่าปริญญาตรี	28	56
รวม	50	100

ระดับการศึกษาในที่นี้บ่งบอกถึงความสามารถในการเลือกรับข่าวสาร และเป็นลักษณะสำคัญอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาที่สูงกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 56 รองลงมาคือ ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 40 และน้อยที่สุดคือ ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4

3.2 ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในเรื่องประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการสื่อสารภายในองค์กร

ข้อมูลเปรียบเทียบช่องทางการสื่อสารภายในสำนักราชเลขาธิการ ทั้ง 6 ช่องทาง กับความรวดเร็วในการรับรู้ข่าวสาร และความเข้าใจในข่าวสารที่ได้รับ (ดูรายละเอียดตารางวิเคราะห์เพิ่มเติมได้ที่ภาคผนวก ค) สรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 4 ข้อมูลเปรียบเทียบช่องทางการสื่อสารที่ผู้รับข่าวสารรับรู้ได้รวดเร็วและเข้าใจ มากที่สุด

ช่องทาง การสื่อสาร	ระดับการรับรู้ที่เร็วที่สุด					เข้าใจมากที่สุด				
	จำนวนคน			รวม	ร้อยละ	จำนวนคน			รวม	ร้อยละ
	Baby Boomer	Gen X	Gen Y			Baby Boomer	Gen X	Gen Y		
ระบบ สารสนเทศ ภายในองค์กร	3	2	8	13	26	2	4	7	13	26
หนังสือเวียน	4	1	1	6	12	7	5	4	16	32
การประชุม	4	1	1	6	12	4	5	4	13	26
e-mail	6	7	1	14	28	0	4	4	8	16
โทรศัพท์	15	11	10	36	72	10	4	5	19	38
สื่อสังคม ออนไลน์	4	10	15	29	58	3	4	8	15	30

ตารางที่ 4 แสดงให้เห็นได้ว่า ช่องทางการสื่อสารที่กลุ่มตัวอย่างรับรู้ข่าวสารได้รวดเร็วที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ (1) โทรศัพท์ คิดเป็นร้อยละ 72 (2) สื่อสังคมออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 58 (3) e-mail คิดเป็นร้อยละ 28 ส่วนช่องทาง ๆ ที่กลุ่มตัวอย่าง เข้าใจในข่าวสารที่ได้รับมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ (1) โทรศัพท์ คิดเป็นร้อยละ 38 (2) หนังสือเวียน คิดเป็นร้อยละ 32 (3) สื่อสังคมออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 30 ทั้งนี้ กลุ่ม Baby Boomer จำนวน 15 คน เห็นว่า “โทรศัพท์” เป็นช่องทางที่รับรู้ข่าวสารได้เร็วและสามารถเข้าใจในข่าวสารได้มากที่สุด ในขณะที่กลุ่ม Generation Y จำนวน 8 คน เห็นว่า “สื่อสังคมออนไลน์” เป็นช่องทางที่รับรู้ข่าวสารได้รวดเร็วและสามารถเข้าใจในข่าวสารได้มากที่สุด อนึ่ง มีกลุ่ม Baby Boomer จำนวน 1 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 2 ที่ไม่รับรู้และไม่เข้าใจในข่าวสารที่ส่งผ่านทาง e-mail

การศึกษาดังกล่าวสามารถนำมาอภิปรายเพิ่มเติมดังนี้

1) การรับข่าวสารที่รวดเร็วที่สุดและผู้รับข่าวสารมีความเข้าใจมากที่สุดเป็นการรับข่าวสารผ่านช่องทางโทรศัพท์ เนื่องจากช่องทางดังกล่าวเป็นช่องทางที่เป็นแนวปฏิบัติด้านการสื่อสารภายในองค์กรมาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน ประกอบกับสำนักราชเลขาธิการมีการนำระบบสารสนเทศมาใช้ในการ

บริหารจัดการพัสดุ⁴ หน่วยงานต่าง ๆ จึงได้รับการจัดสรรอุปกรณ์สำนักงาน รวมถึงอุปกรณ์การสื่อสารอย่างทั่วถึงและมีเพียงพอต่อการใช้งาน กลุ่มตัวอย่างจึงเห็นว่าการสื่อสารผ่านช่องทางดังกล่าว มีความสะดวก รวดเร็ว และประหยัดค่าใช้จ่าย อนึ่ง การสื่อสารผ่านช่องทางโทรศัพท์ เป็นช่องทางที่สอดคล้องกับงานวิจัยของทงกเกียรติ เจริญวงศ์เพ็ชร (2545) ที่พบว่า การติดต่อสื่อสารด้วยวาจา เป็นลักษณะการสื่อสารที่มีข้อดีคือในเรื่องของความรวดเร็ว และเป็นการสื่อสารในลักษณะสองทาง (two-way communication) คือ มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันทั้งสองฝ่าย เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร

2) การสื่อสารที่มีการโต้ตอบระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร นับว่าเป็นการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมาก ซึ่งตรงกับผลการวิจัยที่ได้ว่า การสื่อสารผ่านช่องทางโทรศัพท์ เป็นการสื่อสารที่กลุ่มตัวอย่างสามารถรับสารได้อย่างรวดเร็วและมีความเข้าใจมากที่สุด หรือกล่าวอีกนัยยะคือ “เสียง” เป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับการสื่อสารที่ต้องการให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน ความคลาดเคลื่อนมีน้อย ใช้เวลาสั้น และแสดงความรู้สึกได้อย่างจริงใจ และสอดคล้องกับที่พิมพ์ฉิชา เลี้ยงบุญเลิศชัย (2555: 70 อ้างอิงมาจากอรรณพ ปิลันธน์โอวาท, 2537: 65) ได้กล่าวถึงการติดต่อแบบสองทางว่า เป็นการสื่อสารทำความเข้าใจ โดยมีการโต้ตอบระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสาร โดยที่ทั้งสองฝ่ายมีการพบปะชี้แจง ทำการตกลง ทบทวนความเข้าใจซึ่งกันและกัน เป็นต้น ทั้งนี้ หากไม่มีการโต้ตอบ หรือไม่มีการตรวจสอบย้อนกลับสำหรับการรับสารและส่งสารนั้น อาจทำให้เกิดการผิดพลาดในการรับสาร และทำให้การทำงานไม่มีประสิทธิภาพได้ และที่สำคัญที่สุดนั่นคือ การติดต่อสื่อสารสองทางนี้เป็นรากฐานของการสร้างมนุษยสัมพันธ์ในการทำงานและช่วยให้ปัญหาระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชาลดลงไปด้วย

3) จากการสัมภาษณ์ในเชิงลึกพบว่า กลุ่มตัวอย่างในกลุ่ม Baby Boomer มีความพึงพอใจมากกับการสื่อสารผ่านช่องทางโทรศัพท์ มากกว่าการสื่อสารผ่าน e-mail เนื่องจากการส่ง e-mail หรือการพิมพ์ข้อความ มีปัญหาตรงที่เราไม่สามารถรู้ได้ว่าอีกฝ่ายได้รับ e-mail หรือข้อความของเราหรือไม่ และถึงแม้ว่าเทคโนโลยีจะพัฒนาไปจนถึงจุดที่สามารถตรวจสอบได้ว่า อีกฝ่ายได้รับหรือเปิดอ่านข้อความของเราแล้ว แต่เราก็ไม่รู้ที่อยู่ว่าเขาจะตอบกลับมาเมื่อไหร่ แต่สำหรับการโทรศัพท์นั้นแตกต่างกัน เพราะเป็นการติดต่อไปถึงปลายทางโดยตรง และเป็นการสื่อสารแบบตัวต่อตัวที่มั่นใจได้ว่าจะได้สื่อสารกับปลายทางจริงๆ โดยเฉพาะเรื่องที่เป็นเรื่องด่วนและต้องการคำตอบหรือการตอบสนองแบบทันทีทันใด โทรศัพท์ก็เป็นทางเลือกที่ดีกว่าการส่งข้อความอย่างแน่นอน และถึงแม้ว่าปลายทางจะประชุมหรือไม่สะดวกรับโทรศัพท์ในตอนนั้น แต่ก็ยังมีกล่องฝากข้อความเสียงที่เราสามารถฝากข้อความแจ้งให้ติดต่อกลับด่วน หรืออาจจะใช้วิธีส่งข้อความทางโทรศัพท์มือถือแจ้งให้ติดต่อกลับทันทีที่สามารถทำได้ นอกจากนี้ ผลการสัมภาษณ์พบว่า กลุ่มตัวอย่างในกลุ่ม Generation X และ Generation Y แม้จะพึงพอใจมากในการใช้ e-mail เพื่อการสื่อสาร แต่ก็ไม่ชอบเขียนและอ่าน e-mail ที่มีความยาวจนเกินไป หากมีรายละเอียดจำนวนมากก่อให้เกิดความสับสน กลุ่ม

⁴ ระบบงานพัสดุ (<http://192.168.200.7>) เป็นหนึ่งในระบบสารสนเทศภายในของสำนักราชเลขาธิการ คลอบคลุมระบบงานทะเบียนครุภัณฑ์ ทะเบียนวัสดุ และการจ้าง/สัญญา เพื่อบริหารจัดการระบบพัสดุได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มนี้ เห็นด้วยว่า การโทรศัพท์จะเป็นทางออกที่มีประสิทธิภาพที่นำความชัดเจนมาสู่การสื่อสารได้

อย่างไรก็ดี ในเรื่องของความเข้าใจในข่าวสารที่ได้รับ ผู้เขียนมีความเห็นว่า ความเข้าใจในข่าวสารคือ ความสามารถในการรับรู้ข่าวสารนั้นมีความอย่างไร ผู้ส่งสารกำลังสื่ออะไร และ (อาจจะ) ต้องการจะนำไปสู่อะไร การทำความเข้าใจก็เพื่อจะนำไปสู่การตัดสินใจว่าจะ “เห็นด้วย” หรือไม่ เช่น การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในเรื่องต่าง ๆ “ความเข้าใจ” นั้นเป็นเพียงขั้นตอนของการตีความข้อมูลในเชิง 5W และ 1H หรือ Who-What-When-Where-Why-How คือ ใคร-ทำอะไร-เมื่อไหร่-ที่ไหน-ทำไม และอย่างไร เป็นการทำให้ตัวเอง “รู้เรื่อง” เท่าที่ความสามารถจะอำนวย แตกต่างกับการตัดสินใจว่าจะเห็นด้วยหรือไม่ เพราะเรื่องดังกล่าวเป็นเรื่องของการใช้ตรรกะ ใช้เหตุ ใช้ผล เพื่อประมวลว่าเหตุผลทั้งหมดอันปรากฏในข้อมูลนั้นสมเหตุสมผลเพียงใด

ความเข้าใจในข่าวสารที่ถูกส่งผ่านช่องทางต่าง ๆ สำหรับศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการตีความข้อมูลในเชิง 5W 1H ของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม (Baby Boomer, Generation X และ Generation Y) ซึ่งมองว่า ความเข้าใจในข่าวสารขึ้นอยู่กับตัวแปรด้านการสื่อสาร คือ

(3.1) ผู้ส่งสาร (Sender) กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม เห็นว่า ผู้ส่งสารควรมีทักษะความชำนาญในการสื่อสาร มีทัศนคติที่ดีต่อผู้รับเพื่อผลในการสื่อสาร มีความรู้อย่างดีเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารที่จะส่ง และควรจะสามารถในการปรับระดับของข้อมูลนั้นให้เหมาะสมต่อระดับความรู้ของผู้รับ ตลอดจนมีพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับผู้รับ อย่างไรก็ตาม กลุ่ม Baby Boomer มีความเห็นเพิ่มเติมว่า วิทยุและประสบการณ์การทำงานของผู้ส่งสาร ทำให้ผู้รับสารเกิดการยอมรับและพยายามทำความเข้าใจในข่าวสารมากกว่า กล่าวอีกนัยยะหนึ่งคือ ผู้รับสารในกลุ่ม Baby Boomer จะมีความเกรงใจ ต่อผู้ส่งสารที่มีวิทยุ และประสบการณ์การทำงานที่สูงกว่าตนเอง ในขณะที่กลุ่ม Generation X และกลุ่ม Generation Y มองว่า หากผู้ส่งสารมีสัมพันธภาพที่ดี มีความสนิทสนมกับผู้รับสาร ความเข้าใจในข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ก็จะเป็นไปอย่างราบรื่น

(3.2) ข้อมูลข่าวสาร (Message) เนื้อหาสาระของเรื่องราวที่ส่งออกมา ไม่ว่าจะเป็นคำพูดหรือเป็นลายลักษณ์อักษร ควรมีเรียบเรียงให้เป็นที่เข้าใจได้ง่าย กลุ่ม Generation X และกลุ่ม Generation Y เห็นว่า ข่าวสารที่ถูกส่งมาควรมีความชัดเจน ตรงไปตรงมา หากเป็นเรื่องสำคัญควรพูดต่อหน้า หรือดำเนินการอย่างเปิดเผย เพราะกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มนี้ ไม่ชอบถูกบังคับ ผู้บังคับบัญชาสามารถมอบนโยบาย กว้าง ๆ และเปิดโอกาสให้เขาได้แก้ปัญหาเองจะดีที่สุด

(3.3) ช่องทางการส่งสาร (Channels) ตามทฤษฎีของเบอร์โล (อ้างถึงในเสนาะ ตีแยว, 2541) การที่จะส่งข่าวสารโดยการให้ผู้รับได้รับข่าวสารข้อมูลโดยผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 หรือเพียงส่วนใดส่วนหนึ่ง คือ การได้ยิน การมองเห็น การสัมผัส การลิ้มรส หรือการได้กลิ่น การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ช่องทางการสื่อสารที่กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม เห็นว่า เป็นช่องทางการส่งข้อมูลที่รวดเร็วที่สุดและผู้รับสารมีความเข้าใจมากที่สุด คือ ช่องทางการได้ยิน (ผ่านทางโทรศัพท์) และทางการมองเห็น (ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ หนังสือเวียน และ e-mail)

(3.4) ผู้รับสาร (Receiver) กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม เห็นว่า ผู้รับสารต้องเป็นผู้มีทักษะความชำนาญในการสื่อสาร โดยมีความสามารถในการ "การถอดรหัส" (decode) ข่าวสาร เป็นผู้ที่มี

ทัศนคติ ระดับความรู้ และพื้นฐานทางสังคมวัฒนธรรมเช่นเดียวหรือคล้ายคลึงกันกับผู้ส่งจึงจะทำให้การสื่อความหมายหรือการสื่อสารนั้นได้ผล

(3.5) ตัวแปรอื่น ๆ เช่น “เวลา” หมายถึง ช่วงเวลาที่เหมาะสมในการรับข่าวสาร และ “อารมณ์” ในที่นี้หมายถึง บุคคลจะเรียนรู้ได้ดีที่สุด เมื่ออยู่ในอารมณ์ที่แจ่มใส ซึ่งจะก่อให้เกิดความพร้อมที่จะรับรู้ข่าวสาร

4) การสื่อสารในเรื่องที่สำคัญ สำนักกราชเลขาธิการจะใช้การสื่อสารที่เป็นลายลักษณ์อักษรผ่านช่องทางที่เป็นทางการ เช่น หนังสือราชการ บันทึกช่วยจำ การประชุม และหนังสือเวียน มากกว่าการสื่อสารผ่านทางโทรศัพท์ ทั้งนี้ เพื่อมิให้เกิดความคลาดเคลื่อนของข้อมูล ดังที่สมยศ นาวิการ (2543: 429) กล่าวไว้ว่า “การเขียนบางสิ่งบางอย่างเป็นลายลักษณ์อักษรจะบังคับให้บุคคลต้องคิดอย่างรอบคอบเกี่ยวกับสิ่งที่เขาต้องการถ่ายทอด ในขณะที่ผู้รับสารก็ต้องมีความรอบคอบในการรับสารเช่นเดียวกัน” นอกจากนี้ ด้วยเหตุที่สำนักกราชเลขาธิการมีลักษณะงานเฉพาะ และมีสายการบังคับบัญชาสูง การสื่อสารในประเด็นที่มีความละเอียดอ่อน และอาจเกิดผลกระทบในวงกว้างหากมีการถ่ายทอดออกไปสู่สาธารณะ องค์กรจึงมีการจัดระบบการสื่อสารตลอดจนการไหลเวียนของข้อมูลภายในหน่วยงาน เพื่อลดอุปสรรคหรือข้อผิดพลาดในการสื่อสาร สอดคล้องกับวันชัย มีชาติ (2548) กล่าวถึงเรื่องการเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสาร ในประเด็นเรื่องการใช้ศูนย์กลางข้อมูล (Information communication and information centers) และการให้รู้เท่าที่จำเป็น (the exception principle and the need to know) ซึ่งหมายถึง การวางระบบการสื่อสารในองค์กรให้มีการสื่อสารกรณีพิเศษและให้มีการรับข้อมูลเฉพาะที่จำเป็น โดยการเสนอข้อมูลไปยังฝ่ายบริหารเฉพาะที่ฝ่ายบริหารต้องการ ในขณะที่เดียวกันฝ่ายบริหารก็ให้ข้อมูลหรือสื่อสารเฉพาะสิ่งที่จำเป็นที่ผู้ปฏิบัติงานที่จำเป็นต้องรู้เท่านั้น ซึ่งจะทำให้การสื่อสารไม่มีข้อมูลที่มากจนเกินไป

กลุ่ม Baby Boomer มองว่า การสื่อสารในเรื่องที่สำคัญ ควรใช้ช่องทางการสื่อสารมากกว่าหนึ่งช่องทาง ทั้งนี้ เพื่อให้การติดต่อสื่อสารมีความถูกต้องยิ่งขึ้น เช่น มีการส่งการด้วยเอกสารที่เป็นลายลักษณ์อักษรแล้ว น่าจะมีการประชุมสั่งการด้วยวาจาและใช้อีกาสพูดคุยอย่างไม่เป็นทางการด้วย เพื่อจะทำให้การสื่อสารถูกต้องมากขึ้น ขณะที่กลุ่ม Generation X และกลุ่ม Generation Y มองว่า การสื่อสารในเรื่องที่สำคัญควรใช้การสื่อสารที่เป็นลายลักษณ์อักษร เช่น หนังสือราชการ บันทึกข้อความ หนังสือเวียน รายงานการประชุม ฯลฯ เนื่องจากการสื่อสารในรูปแบบนี้ สามารถเก็บไว้เป็นหลักฐานในการปฏิบัติงานได้

5) e-mail เป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ที่ผู้ส่งสารสามารถแสดงความคิดเห็นในวงกว้าง ภายในเวลาอันรวดเร็ว สอดคล้องกับผลของการศึกษาวิจัยที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างของสำนักกราชเลขาธิการรับรู้ข่าวสารผ่านช่องทางนี้ได้อย่างรวดเร็ว เป็นลำดับที่ 3 รองจากสื่อสังคมออนไลน์ ทั้งยังเป็นช่องทางที่กลุ่มตัวอย่าง ๆ มีความพึงพอใจเป็นลำดับที่ 3 รองจากช่องทางโทรศัพท์ แต่ในขณะเดียวกัน จากผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ปรากฏว่า e-mail เป็นช่องทางการสื่อสารที่กลุ่มตัวอย่าง (ร้อยละ 2) ซึ่งเป็นกลุ่ม Baby Boomer ไม่รับรู้มากที่สุด ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์ในเชิงลึกพบว่า เนื่องจากสัญญาณการเชื่อมโยงจากภายนอกไม่เสถียร ทำให้กลุ่มตัวอย่างดังกล่าวขาดความเชื่อมั่นในการติดต่อหรือรับทราบข่าวสารผ่านช่องทางดังกล่าว

อย่างไรก็ดี ในมุมมองของผู้เขียนเห็นว่า ปัจจุบัน e-mail ได้กลายเป็นสื่อกลางที่สำคัญในการติดต่อสื่อสาร เป็นเทคโนโลยีที่ทำให้เราสามารถติดต่อสื่อสารได้สะดวกรวดเร็ว และมีค่าใช้จ่ายน้อยกว่าวิธีการสื่อสารแบบเดิม การใช้ e-mail อย่างแพร่หลายเป็นสิ่งที่พิสูจน์ถึงความสำคัญของ email ได้เป็นอย่างดี แต่สิ่งที่ยังต้องตระหนักคือ e-mail address ของบุคลากรในองค์กรไม่ได้เป็นตัวแทนของบุคลากรเท่านั้น แต่ยังเป็นตัวแทนขององค์กรโดยรวม หากบุคลากรใช้ e-mail ขององค์กรในการส่งต่อข้อความหรือเอกสารที่ไม่เหมาะสม ออกสู่สาธารณะ จะส่งผลกระทบต่อองค์กรด้วย นอกจากนี้ การเปิดอ่านและโหลด (load) ไฟล์แนบโดยไม่ได้คำนึงว่าเป็น e-mail ที่มาจากใคร

e-mail เหล่านี้ จึงเป็นที่มาของสไปยาแวร์ ไวรัส และ Trojan ต่าง ๆ ก่อให้เกิดปัญหา ระบบเครือข่ายล่ม แม้ว่าองค์กรจะมีการติดตั้งไฟร์วอลล์⁵ (Firewall) เพื่อป้องกันระบบอินทราเน็ต (Intranet) แต่ก็ไม่เพียงพอ เพราะไฟร์วอลล์ป้องกันการเข้าถึงระบบเครือข่ายจากผู้ใช้งานที่ไม่ได้รับอนุญาต แต่ไม่สามารถตรวจสอบเนื้อหาใน e-mail ที่ถูกส่งและรับจากคนที่ได้รับอนุญาตภายในระบบ อุปสรรคในการควบคุมการใช้ e-mail ในปัจจุบัน เกิดจากการที่บุคลากรมีการใช้ e-mail ภายนอกองค์กรมากขึ้น การรับ-ส่ง e-mail ที่เกี่ยวข้องกับงานโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนตัวที่ไม่ได้มีการติดตั้งโปรแกรมกำจัดไวรัสอย่างถูกต้อง บุคลากรจึงอาจเป็นช่องทางของความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Security) ดังนั้น องค์กรจึงต้องมีการปรับปรุงนโยบายการใช้ e-mail อย่างต่อเนื่อง เพื่อความเหมาะสมและทันสมัย สามารถรองรับการใช้ e-mail ของบุคลากรในองค์กร ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

⁵ Firewall คือระบบรักษาความปลอดภัยของระบบคอมพิวเตอร์แบบหนึ่งที่ยอมรับใช้กันอย่างแพร่หลาย ซึ่งมีทั้ง อุปกรณ์ Hardware และ Software โดยหน้าที่หลัก ๆ ของ Firewall นั้น จะทำหน้าที่ควบคุมการใช้งานระหว่าง Network ต่าง ๆ (Access Control) โดย Firewall จะเป็นคนที่กำหนดว่า ใคร (Source) ไปที่ไหน (Destination) ด้วยบริการอะไร (Service/Port) (อ้างอิงจาก Blueboard. 2553. Firewall คืออะไร (ออนไลน์) แหล่งที่มา <http://blueboard-in-th.blogspot.com/2010/09/firewall.html>. สืบค้น 14 กรกฎาคม 2557

3.3 ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในเรื่องความพึงพอใจของบุคลากรสำนักพระราชเลขาธิการต่อ ช่องทางการสื่อสารภายในองค์กร (ดูรายละเอียดตารางวิเคราะห์เพิ่มเติมได้ที่ภาคผนวก ง)

ตารางที่ 5 ข้อมูลเปรียบเทียบช่องทางการสื่อสารที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุด

ช่องทางการสื่อสาร	ความพึงพอใจในการรับทราบข่าวสารมากที่สุด				
	จำนวนคน			รวม	ร้อยละ
	Baby Boomer	Gen X	Gen Y		
ระบบสารสนเทศภายในองค์กร	1	3	4	8	16
หนังสือเวียน	2	2	1	5	10
การประชุม	2	2	1	5	10
e-mail	0	5	4	9	18
โทรศัพท์	11	5	5	21	42
สื่อสังคมออนไลน์	1	7	14	22	44

ตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่า ช่องทางการสื่อสารที่กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ (1) สื่อสังคมออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 44 (2) โทรศัพท์ คิดเป็นร้อยละ 42 (3) e-mail คิดเป็นร้อยละ 18 ทั้งนี้ กลุ่ม Generation Y จำนวน 14 คน เป็นกลุ่มที่มีความพึงพอใจต่อช่องทาง “สื่อสังคมออนไลน์” มากที่สุด รองลงมาคือกลุ่ม Generation X มีจำนวน 7 คน อนึ่ง ช่องทางการสื่อสารที่กลุ่ม Baby Boomer จำนวน 1 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 2 ไม่พึงพอใจเลย คือ ช่องทาง e-mail

การศึกษาดังกล่าวสามารถนำมาอภิปรายเพิ่มเติมดังนี้

1) ผลการศึกษาวินิจฉัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการรับข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด คิดเป็นจำนวน 22 คน หรือร้อยละ 44 กลุ่มที่มีความพึงพอใจต่อช่องทางการสื่อสารดังกล่าวมากที่สุดคือ กลุ่ม Generation Y สอดคล้องกับที่ณัฐฉัตติ พงษ์ศิริ (2552) ระบุว่า กลุ่ม Generation Y จะมีลักษณะเด่นคือ มีความรู้ความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตเป็นอย่างดี จากการศึกษา พบว่า เหตุที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในช่องทางดังกล่าว เนื่องจากสื่อสังคมออนไลน์มีการใช้งานที่ง่าย สะดวก เข้าถึงกลุ่มคนได้อย่างรวดเร็ว เป็นการสื่อสารแบบสองทาง สามารถประยุกต์ใช้กับการทำงาน และด้วยประสิทธิภาพของ Facebook, Line ที่สามารถรองรับแฟ้มงานที่หลากหลายนามสกุล ทำให้ผู้รับสารสามารถเปิดอ่าน ส่งต่อ หรือพิมพ์ข้อมูลออกมาได้ทันที

สื่อสังคมออนไลน์เป็นรูปแบบการสื่อสารข้อมูลที่เข้าถึงผู้คนทุกระดับ ผู้เขียนเห็นว่า ปัจจุบัน สื่อออนไลน์ ก็คือ สื่อของสังคม ที่เปิดโอกาสให้ทุกคนสามารถนำเสนอข่าวสารและข้อมูลเพื่อเผยแพร่ให้บุคคลอื่นๆ ได้รับความรู้ ซึ่งมีอยู่ในหลากหลายรูปแบบเช่น เว็บไซต์ เว็บบอร์ด YouTube, Hi5, Facebook, My Space, Line ฯลฯ โดยอาจจะมีการนำเอาเรื่องราวของตัวเอง หรือประสบการณ์สิ่งที่ได้พบ หรือแม้กระทั่งเกร็ดเล็กเกร็ดน้อยที่ตัวเองมีความรู้หรือมีความถนัด และ

แน่นอนว่าเมื่อได้เจอ “คนคอเดียวกัน” ความสนุกที่ได้รู้จัก แลกเปลี่ยนประสบการณ์ร่วมกัน หรือได้ขยายวงเพื่อนฝูงที่มีความชอบเหมือนกันออกไป ทุกคนไม่ต้องคอยแต่เป็นเพียงผู้รับสารแต่ฝ่ายเดียวเท่านั้น แต่สามารถเป็นผู้สร้างหรือพัฒนาข้อมูลให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น สิ่งเหล่านี้จึงกลายเป็นจุดหนึ่งที่ทำให้สื่อสังคมออนไลน์ ได้รับความนิยมอย่างมากตลอดหลายปีที่ผ่านมา

อนึ่ง หากมองในแง่ของความเป็นสื่อสมัยใหม่นั้น Facebook และ Line เปรียบเสมือนการย่อโลกให้เล็กลง การสื่อสารมีความทันสมัย รวดเร็ว และมีความก้าวล้ำทางเทคโนโลยีมากขึ้น แต่ในทางกลับกันการให้บริการสื่อสังคมออนไลน์นี้ ก็สร้างผลกระทบให้แก่ผู้ใช้ได้เช่นกัน และเป็นข้อถกเถียงทางสังคมถึงผลกระทบในปัญหาต่าง ๆ มากมาย เช่น ปัญหาเรื่องสิทธิส่วนบุคคล การละเมิดการทะเลาะวิวาท การใช้คำพูดและการนำรูปที่ไม่เหมาะสมไปเผยแพร่ รวมถึงการใส่ข้อมูลในเชิงไม่สร้างสรรค์ หรือแม้กระทั่งการหลอกลวงต่าง ๆ เป็นต้น

สำนักราชเลขาธิการ ได้ตระหนักถึงความสำคัญและข้อพึงระวังของสื่อสังคมออนไลน์เป็นอย่างดี ในขณะที่เดียวกันก็เล็งเห็นว่า สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook เป็นช่องทางในการสร้างเครือข่ายและจุดประกายความรู้ได้อย่างกว้างขวาง ดังนั้น ตั้งแต่ปี 2555 เป็นต้นมา สำนักราชเลขาธิการจึงได้มีการเผยแพร่พระราชกรณียกิจ พร้อมข่าวประชาสัมพันธ์กิจกรรมของหน่วยงานตลอดจนตอบข้อสงสัยเกี่ยวกับการขอพระราชทานพระมหากรุณาธิคุณพระบรมฉายาลักษณ์ ภาพพระราชกรณียกิจ พระบรมราชาวาท พระราชดำรัส ฯลฯ ไปเผยแพร่ในสื่อต่างๆ ผ่านทาง Social Network ของสำนักราชเลขาธิการ ที่มีชื่อว่า “InfodivOHM” (ย่อมาจาก Information Division of Office of His Majesty’s Principal Private Secretary) ซึ่งเป็น Fanpage ใน Facebook ของสำนักราชเลขาธิการ และสถานะเมื่อวันที่ 5 มกราคม 2557 มีผู้มากด like หรือบอกรับเป็นสมาชิกเพื่อรับข้อมูลข่าวสารเป็นประจำจากทาง Fanpage ดังกล่าว จำนวน “35,841 คน” เทียบกับช่วงเวลาใกล้เคียงกันของปีที่ผ่านมา (สถานะเมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2556 คือ 11,677 คน) มีจำนวนเพิ่มขึ้นถึง 3 เท่า ทั้งนี้ สำนักราชเลขาธิการได้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ผ่าน InfodivOHM โดยเฉลี่ยเป็นประจำทุกวัน อย่างน้อยวันละ 1 รายการ (Post) พร้อมกันนี้ ยังพยายามปรับปรุงเนื้อหาต่าง ๆ ให้มีความถูกต้อง-ชัดเจน-รวดเร็ว ขึ้นเป็นลำดับ ตลอดจนทดลองการเผยแพร่ข้อมูลแบบอื่น ๆ ใน InfodivOHM ให้หลากหลาย และครอบคลุมกลุ่มผู้สนใจให้กว้างขวางขึ้นด้วย จากการสัมภาษณ์ในเชิงลึก พบว่า การเผยแพร่พระราชกรณียกิจผ่านสื่อสมัยใหม่ ไม่ว่าจะเป็นเว็บไซต์หรือสื่อสังคมออนไลน์ นับเป็นก้าวสำคัญที่ทำให้บุคลากรในองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่ม Baby Boomer มีความตื่นตัวที่จะเรียนรู้การใช้สื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น

2) แม้ว่าสื่อสังคมออนไลน์จะเป็นช่องทางการสื่อสารที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุด (คิดเป็นร้อยละ 44) ด้วยเหตุผลที่ว่า ช่องทางดังกล่าวมีการใช้งานที่ง่าย สะดวก เข้าถึงกลุ่มคนได้อย่างรวดเร็ว และเป็นการสื่อสารแบบสองทาง แต่จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อช่องทางนี้ไม่ได้มีความแตกต่างกันมากเมื่อเทียบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจในการรับข่าวสารผ่านช่องทางโทรศัพท์ (คิดเป็นร้อยละ 42) ดังนั้น ในแง่ของความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารนี้ จึงสอดคล้องดังที่สมยศ นาวิการ (2543) ได้กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารขึ้นอยู่กับสิ่งที่บุคคลได้มาเปรียบเทียบกับสิ่งที่บุคคลต้องการ ความพึงพอใจไม่ควรผูกอยู่กับความมีประสิทธิภาพของข่าวสารใดๆ ถ้าหากการติดต่อสื่อสารเป็นไปตามความต้องการ ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารก็จะเกิดขึ้น

กล่าวอีกนัยยะหนึ่งก็คือ ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร เป็นเรื่องของทักษะของแต่ละคนในองค์กร ถ้าการติดต่อสื่อสารในองค์กรสอดคล้องกับความต้องการและความรู้สึก ความพึงพอใจในการสื่อสาร ก็จะเกิดขึ้น

3.4 ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นที่มีต่อสื่อสารภายในสำนักพระราชเลขานุการ

ผลการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างแยกตามช่วงอายุ (Generation) ซึ่งแบ่งเป็น 3 รุ่น ได้แก่ กลุ่ม Baby Boomer (คนที่เกิดระหว่างปีค.ศ. 1946 - 1964) กลุ่ม Generation X (คนที่เกิดระหว่างปี ค.ศ.1965 - 1980) และกลุ่ม Generation Y (คนที่เกิดหลังจากปี ค.ศ. 1980) เกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อการสื่อสารภายในของสำนักพระราชเลขานุการ มีรายละเอียด สรุปได้ดังนี้

3.4.1 กลุ่ม Baby Boomer

ผู้เขียนได้สัมภาษณ์ผู้บริหารสำนักพระราชเลขานุการ ที่มีอายุราชการไม่น้อยกว่า 45 ปี มีมุมมองต่อการสื่อสารภายในสำนักพระราชเลขานุการ ดังนี้

“...งานราชการไม่ว่างานนั้นจะมีความเร่งด่วนหรือไม่เร่งด่วน หากได้รับมอบหมาย จะต้องรีบดำเนินการให้แล้วเสร็จ และจะต้องมีความถูกต้อง ครบถ้วน เนื่องจากภารกิจทุกอย่างของสำนักพระราชเลขานุการถือเป็นภารกิจที่สำคัญ เป็นการทำงานตลอด 24 ชั่วโมง ข้าราชการทุกคนจำเป็นต้องปฏิบัติงานได้ในหลากหลายหน้าที่ และจำเป็นต้องมีความละเอียดรอบคอบ ในสมัยก่อนจะใช้โทรศัพท์เป็นช่องทางหลักในการติดต่อสื่อสาร แต่หากผู้บังคับบัญชาอยู่ที่ทำงานก็สามารถเข้าพบได้โดยตรง โดยส่วนตัวมองว่าการจะพัฒนาระบบการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพ ผู้บังคับบัญชาต้องมีการพูดคุยกับผู้ปฏิบัติงานให้มากขึ้น หากงานมีข้อผิดพลาดต้องมีการพูดคุยเพื่อหาทางแก้ไขร่วมกัน การเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารที่มีอยู่อย่างหลากหลายเป็นเพียงหนึ่งในองค์ประกอบเพื่อให้การสื่อสารเกิดประสิทธิภาพสูงสุด...”

จากคำกล่าวดังกล่าวที่ยกมาข้างต้น แสดงให้เห็นถึงลักษณะการทำงานที่บ่งบอกถึงความเป็นกลุ่ม Baby Boomer ที่ชัดเจน คือ ให้ความสำคัญและใส่ใจกับรายละเอียดของงาน มีความทุ่มเทให้กับองค์กรอย่างมาก นอกจากนี้ ผู้ให้สัมภาษณ์มองว่า การสื่อสารแบบสองทาง (โทรศัพท์หรือการพูดคุยแบบพบหน้ากัน) เป็นวิธีการที่ช่วยให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อให้เกิดความเข้าใจในข้อมูลที่ตรงกัน สอดคล้องกับหลักการทรงงานของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวที่นำมาปรับใช้คือ หลักการมีส่วนร่วม คือการรู้จักที่จะเปิดกว้าง รับฟังความคิดเห็นจากผู้อื่น และสอดคล้องกับแนวคิดที่พิมพ์ฉิมพลี เลี้ยงบุญเลิศชัย (2555) ระบุว่า การเป็นผู้สื่อสารที่ดีที่ควรมี Listening หมายถึง การเป็นผู้ฟังที่ดี และมี Empathy หมายถึง ความสามารถที่จะเข้าใจความรู้สึกของผู้อื่นว่าทำไมเข้าถึงพูดหรือทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

ในขณะที่ผู้แทนของกลุ่ม Baby Boomer อีกหนึ่งท่าน คือ นักวิเคราะห์นโยบายและแผนเชี่ยวชาญ ได้แสดงความคิดเห็นว่า

“...หากเป็นการสื่อสารภายใต้สภาวะเร่งด่วน ผู้บังคับบัญชา (ผู้ส่งสาร) และผู้ปฏิบัติงาน (ผู้รับสาร) จะต้องเข้าใจในข้อมูลที่ตรงกัน เพื่อให้การดำเนินการต่าง ๆ สำเร็จลงด้วยดี และเห็นว่าการโทรศัพท์ถึงตัวบุคคลที่รับผิดชอบในงานนั้น ๆ จะเป็นวิธีการที่ดีที่สุด สำหรับเทคโนโลยีอื่น ๆ ขึ้นอยู่กับทักษะของแต่ละคน โดยส่วนตัวเห็นด้วยที่ระบบ IT ทำให้การสื่อสารมีความ

รวดเร็วมากขึ้น แต่ในขณะเดียวกัน ระบบ IT บางครั้งก็ทำให้สิ้นเปลือง และทำให้คนมีความสะดวกมากขึ้น เพราะการแก้ไขต่าง ๆ ทำได้ง่าย เช่น การใช้ คอมพิวเตอร์ในการพิมพ์งาน หากมีการพิมพ์ผิดก็สามารถพิมพ์แก้ไขใหม่ได้ภายในเวลาที่รวดเร็ว แต่เราต้องใช้กระดาษมากขึ้น ส่วนเรื่องสื่อสังคมออนไลน์ เห็นว่า อาจจะใช้ในแง่ของการติดตามงานจะดีกว่า แต่ไม่ควรจะใช้ในงานราชการ เพราะหากเป็นงานราชการที่สำคัญ และอยู่ในชั้นความลับ ก็จะเป็นภัยคุกคามต่อองค์กรได้...”

จากคำกล่าวข้างต้น มีข้อสังเกตว่า แม้ผู้ให้สัมภาษณ์จะยอมรับกับการแสดงออกผ่าน สื่อสังคมออนไลน์ และเห็นด้วยที่องค์กรนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการปฏิบัติงาน แต่ ผู้ให้สัมภาษณ์ยังคงไม่ไว้วางใจในระบบดังกล่าว ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจากผู้ให้สัมภาษณ์มีประสบการณ์การทำงานในองค์กรมาอย่างยาวนาน มีความคุ้นชินกับการทำงานในแบบเดิม ทำให้มีความเชื่อในกระบวนการและขั้นตอนการทำงานที่ชัดเจน และจะต้องทำตามขั้นตอนและกระบวนการที่กำหนด กล่าวอีกนัยยะหนึ่งคือ เชื่อว่ากระบวนการที่ดีจะไปสู่ผลที่ดีตามมา นอกจากนี้ ผู้ให้สัมภาษณ์ได้แสดงทัศนคติเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาระบบการสื่อสารภายในองค์กร ดังนี้

“...ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานต้องมีการปรับทัศนคติ ผู้บริหารต้องเป็นผู้ฟังที่ดีในขณะเดียวกันผู้ปฏิบัติงานก็ต้องรู้จักกาลเทศะ และความเข้าใจในสภาพแวดล้อมในช่วงเวลานั้น ๆ ด้วย เมื่อทั้งสองฝ่ายปรับทัศนคติได้ตรงกันแล้วการสื่อสารก็จะมีประสิทธิภาพ...”

จากบริบทดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าผู้ให้สัมภาษณ์ให้น้ำหนักเรื่องการพัฒนาระบบการสื่อสาร ว่า ควรเริ่มต้นจากตนเองก่อน และควรทำความเข้าใจถึงสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ด้วย ซึ่งความคิดเห็นดังกล่าวนี้ สอดคล้องกับที่เกษม วัฒนชัย (2553) กล่าวถึงเกี่ยวกับหลักการทรงงานของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวในเรื่อง “การศึกษาข้อมูลอย่างเป็นระบบ” “หลักภูมิสังคม” และ “หลักการระเบิดจากข้างใน” ทั้งนี้ ยังรวมไปถึงหลักการสื่อสารที่ดี หรือ หลัก 7C ตามที่ วิจิตร อารวะกุล (2539: 102) ระบุไว้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่อง ความน่าเชื่อถือ (Credibility) หมายถึง การสื่อสารจะได้ผลนั้นต้องมีความเชื่อถือได้ในเรื่องของผู้ส่งสาร แหล่งข่าว เพื่อให้ผู้รับเกิดความมั่นใจและเต็มใจรับฟังข่าวสารนั้น ความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม (Context) หมายถึง การสื่อสารที่ดีต้องมีความเหมาะสมกลมกลืนกับวัฒนธรรมสังคม เครื่องมือสื่อสารนั้นเป็นเพียงองค์ประกอบ แต่ความสำคัญของเรื่องนี้อยู่ที่ท่าทาง คำพูด ภาษาที่เหมาะสมกับวัฒนธรรมสังคม หรือสภาพแวดล้อมนั้น ๆ และความสามารถของผู้รับสาร (Capability of Audience) หมายถึง การสื่อสารจะง่ายสะดวกก็ขึ้นอยู่กับความสามารถในการรับของผู้รับข่าวสาร ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น สถานที่ นิสัยโอกาส และความรู้สึกรพื้นฐานที่ช่วยให้เข้าใจ เป็นต้น

3.4.2 กลุ่ม Generation X

ผู้เขียนได้สัมภาษณ์นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการพิเศษ ซึ่งมีมุมมองต่อการสื่อสารภายในองค์กร ดังนี้

“...การสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเร่งด่วนหรือไม่ ผู้บริหาร (ผู้ส่งสาร) ต้องมีการสื่อสารที่ชัดเจน หากมีการถ่ายทอดผ่านบุคคลหลายคนอาจทำให้ข่าวสารที่ต้องการจะสื่อบิดเบือนได้ อีกทั้งผู้ปฏิบัติงานอาจเกิดความสับสนกับข้อมูลเนื่องจากข้อมูลที่ได้รับไม่ตรงกัน และนอกเหนือจากจะใช้โทรศัพท์/โทรสารในการประสานงานแล้ว ควรมีการสื่อสารที่เป็นลายลักษณ์อักษรด้วย และใน

ระหว่างทางของการปฏิบัติงานน่าจะมีการสื่อสารเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเป็นระยะ ๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจในงานที่ตรงกัน...”

จากข้อความดังกล่าว ผู้ให้สัมภาษณ์มองว่า ควรมีการสื่อสารที่ชัดเจนและควรเป็นการสื่อสารแบบสองทาง รวมถึงการได้รับปฏิกริยาย้อนกลับอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องวิธีการจัดระบบการไหลเวียนของข้อมูลข่าวสารในองค์กรเพื่อลดความผิดพลาดหรืออุปสรรคในการสื่อสารตามที่ Szilagyi & Wakkace, 1990: 502-504 อ้างอิงมาจากวินชัย มีชาติ, 2548: 152 – 154 กล่าวถึง คือ การติดตามผลและให้ข้อมูลย้อนกลับ (follow up and feed back) และการใช้การสื่อสารหลายวิธี (parallel channels and repetition) ตลอดจนการฟังอย่างตั้งใจ (listen actively) เพื่อลดการผิดพลาดจากการสื่อสาร การฟังอย่างตั้งใจจะทำให้เกิดความรู้สึกที่ตีระหว่างผู้ที่สื่อสารและเกิดการยอมรับ ซึ่งจะเป็นการพัฒนาาระบบความสัมพันธ์ที่ตีระหว่างบุคลากรในองค์กรตามมาด้วย

ผลการสัมภาษณ์ผู้แทนของกลุ่ม Generation X อีกหนึ่งท่าน คือ นักจัดการงานทั่วไป-ชำนาญการ มีความคล้ายคลึงกับนักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการพิเศษ แต่ที่แตกต่างคือ ความเห็นที่มีต่อการเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารจากระดับบนลงล่าง โดยเห็นควรให้สอดคล้องตามลักษณะนิสัยของผู้รับสาร ซึ่งประเด็นดังกล่าวผู้เขียนเห็นว่า อาจดำเนินการได้ในบางโอกาส และเป็นเฉพาะเรื่องกับเฉพาะบุคคลเท่านั้น องค์กรที่มีรูปแบบการสื่อสารในแนวตั้ง เช่น สำนักราชการ-เลขาธิการ มีการบริหารองค์กรโดยใช้กฎระเบียบ มีการแบ่งงาน การบริหารงานตามลำดับชั้นโดยชัดเจน จึงเป็นการยากที่ผู้บริหาร (ผู้ส่งสาร) จะรับทราบลักษณะนิสัยใจคอของผู้ใต้บังคับบัญชาหรือผู้ปฏิบัติงานทุกคน

3.4.3 กลุ่ม Generation Y

ผู้เขียนได้สัมภาษณ์นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ ที่ได้แสดงความเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการกับการสื่อสารภายใต้สภาวะความเร่งด่วนและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ดังนี้

“...จะเลือกช่องทางและวิธีการสื่อสารที่เหมาะสมที่สุดในช่วงเวลานั้น ในเบื้องต้น จะใช้การโทรศัพท์ และ e-mail อย่างไรก็ดี เห็นว่า การสื่อสารแบบสองทาง เช่น การประชุม จะเป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด เพราะผู้ปฏิบัติงานสามารถสอบถามรายละเอียดต่าง ๆ จากผู้บริหารได้โดยตรง สำหรับสื่อสังคมออนไลน์ ส่วนใหญ่จะใช้พูดคุยกับเพื่อนในเรื่องทั่ว ๆ ไป มากกว่าเรื่องงาน ส่วนข้อเสนอแนะอื่น ๆ คือ อยากให้มีการพัฒนาในระบบ e-mail สำหรับใช้ในการสั่งงานของผู้บังคับบัญชา นอกจากจะช่วยในเรื่องลดความคลาดเคลื่อนของข้อมูลแล้ว การเข้าถึงข้อมูลยังทำได้ง่าย มีหลักฐานชัดเจน สามารถสำเนาถึงบุคคลต่าง ๆ เพื่อกระจายข้อมูลให้ทราบโดยทั่วถึงกัน ภายในระยะเวลาที่รวดเร็ว...”

ผู้เขียนเห็นด้วยที่ผู้ให้สัมภาษณ์พยายามเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารที่ดีที่สุดภายใต้สภาวะความเร่งด่วน แต่ช่องทางการสื่อสารผ่านประชุม อาจทำให้ความเร่งด่วนนี้ กลายเป็นความล่าช้าได้ ผู้เขียนมีความเห็นว่า ผู้สื่อสารที่ดีต้องรู้จักวิเคราะห์สถานการณ์และกลุ่มเป้าหมายในการสื่อสารด้วย เนื่องจากแต่ละกลุ่มมีการตอบสนองต่อช่องทางการสื่อสารที่แตกต่างกัน สำหรับข้อเสนอแนะของผู้ให้สัมภาษณ์ที่อยากให้มีการพัฒนาระบบ e-mail ภายในองค์กร ประเด็นนี้เห็นได้ชัดว่า เป็นลักษณะลักษณะการทำงานของกลุ่ม Generation Y ที่มีความสามารถในการใช้โปรแกรม

คอมพิวเตอร์ที่หลากหลาย สามารถเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ได้อย่างรวดเร็ว กล้าคิดนอกกรอบซึ่งเป็นคุณลักษณะที่แตกต่างจากคนรุ่นอื่น และ “การคิดนอกกรอบ” นี้ ได้กลายเป็นความสามารถสำคัญของการสร้างนวัตกรรม (Innovation) ที่องค์การทั้งหลายต่างค้นหา อย่างไรก็ตาม อีกด้านหนึ่งของ Generation Y คือ ความเชื่อมั่นในตนเองสูง และการแสดงความคิดเห็นของตนเองอย่างอิสระ บางทีก็ทำให้ผู้ร่วมงานรู้สึก อึดอัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับบุคคลที่มีบุคลิกภาพและค่านิยมที่ต่างกันในแต่ละรุ่น และจำเป็นต้องปฏิบัติงานร่วมกันภายในองค์กรอย่างสำนักงานราชการสาขาธิการที่มีธรรมเนียมปฏิบัติหรือจารีตประเพณีด้านการสื่อสาร (Traditional Communication) มาอย่างยาวนาน ดังนั้นประเด็นระหว่าง Traditional กับ Innovation ด้านการสื่อสาร จะเป็นประเด็นที่องค์กรจะต้องเผชิญต่อไป ผู้เขียนมองว่า ทางออกของเรื่องนี้คือ การหาจุดที่สมดุลที่สุดระหว่างการสื่อสารในรูปแบบเดิมและการสื่อสารในรูปแบบใหม่ โดยจำเป็นต้องมีปรับระบบการสื่อสารภายในให้ไปในรูปแบบของการสื่อสารองค์กรเชิงบูรณาการ หรือการสื่อสารองค์กรแบบเครือข่าย เป็นต้น

ผู้เขียนได้สัมภาษณ์ เจ้าพนักงานธุรการชำนาญงาน ซึ่งเป็นผู้แทนของกลุ่ม Generation Y อีกหนึ่งท่าน ที่มีมุมมองต่อการสื่อสารภายใต้สภาวะความเร่งด่วน ความเข้าใจในสาร (Message) และการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ดังนี้

“...การสื่อสารในสภาวะเร่งด่วน น่าจะใช้การสื่อสารผ่านโทรศัพท์มากที่สุดโดยส่วนตัวมองว่าการใช้สื่อสังคมออนไลน์ Facebook, Line เป็นเรื่องของพื้นที่การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว ไม่ค่อยเหมาะที่จะใช้กับงานราชการ อย่างไรก็ตาม หากนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ น่าจะมุ่งเน้นในงานที่มีลักษณะของการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ มากกว่างานที่มีลักษณะสำคัญเร่งด่วน สำหรับเรื่องความเข้าใจในสาร (message) ไม่ว่าจะผู้บริหารจะสื่อสารโดยใช้ช่องทางไหนก็สามารถปฏิบัติงานได้ ถ้าข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมีความชัดเจนสั้น กระชับ ในขณะที่เดียวกันกระบวนการสื่อสารควรเป็นแบบสองทาง เพื่อเป็นการติดตามผล และให้ข้อมูลย้อนกลับได้อย่างรวดเร็ว...”

จากข้อมูลดังกล่าว แสดงให้เห็นถึงแนวคิดเรื่องความรวดเร็วในการสื่อสารกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่ปัจจุบันได้เข้ามามีอิทธิพลต่อการปฏิบัติงานมากขึ้น และได้รับการตอบรับอย่างกว้างขวางจากกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ซึ่งในที่นี้หมายรวมถึงกลุ่ม Generation X และ Y ส่วนหนึ่งเป็นผลพวงมาจากการพัฒนาอุปกรณ์สื่อสารที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต และการให้บริการสัญญาณเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย (WiFi) ที่ทำให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้สะดวกยิ่งขึ้น การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตไม่จำเป็นต้องอยู่เพียงในสถานที่ใดที่หนึ่งอีกต่อไป ส่วนคำถามว่า Facebook เป็นพื้นที่ส่วนตัวหรือพื้นที่สาธารณะ ผู้เขียนเห็นว่า Facebook มีลักษณะผสมผสานระหว่างพื้นที่ส่วนตัวและพื้นที่สาธารณะ ขึ้นอยู่กับการกำหนดของผู้ใช้ (User) เป็นสำคัญ สำหรับขอบเขตการสนทนาหรือการโพสต์ (Post) ข้อความที่เราตั้งค่าให้เป็นสาธารณะนั้น ก็จะดำรงความเป็นสาธารณะอยู่แต่เฉพาะในโลกของ Facebook ไม่ใช่ในโลกอินเทอร์เน็ตทั้งหมด เพราะการจะเข้าถึงโพสต์ที่ตั้งค่าเป็นสาธารณะได้ ก็ต้อง log in เข้าใช้งาน Facebook ก่อนอยู่ดี ปัญหาที่เกิดขึ้นคือ แม้เราจะกำหนดค่าความเป็นส่วนตัว เฉพาะเพื่อนหรือกลุ่มที่เราจัดไว้ให้เห็นเท่านั้น แต่เพื่อนหรือกลุ่มเฉพาะนี้ อาจมีคนที่เราไม่รู้จักมาก่อน นั่นหมายความว่า บางทีสิ่งที่เราโพสต์ภายใต้ความเป็นส่วนตัวนั้น อาจมีใครก็ได้ กลายเป็นว่า พื้นที่ส่วนตัวที่เรากำหนดตามองค์ประกอบการใช้งานของ Facebook สามารถเป็นพื้นที่สาธารณะในแง่ที่ว่า มีผู้คนมากมายที่ร่วมรับรู้ด้วยโดยที่เราไม่ได้รู้จัก

อย่างไรก็ดี ไม่ว่าสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook จะเป็นพื้นที่ส่วนตัวหรือพื้นที่สาธารณะ สำคัญในที่นี่คือ ปัจจุบัน ผู้คนเริ่มหันมาใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสื่อสารแทนสื่อแบบเดิม มากขึ้นเรื่อย ๆ สาเหตุน่าจะมาจาก การใช้งานที่ง่าย เข้าถึงกลุ่มคนได้รวดเร็ว มีการแสดงความคิดเห็นไปมา และสื่อที่นำมาแบ่งปันมีลักษณะหลากหลาย รวมทั้งการพัฒนาตลอดเวลาของเทคโนโลยีการสื่อสารและอินเทอร์เน็ต ทำให้มีแนวโน้มค่อนข้างชัดเจนว่า สื่อสังคมออนไลน์ จะเป็นสื่อหลักของผู้คนในโลกอนาคตอย่างแท้จริง

กล่าวโดยสรุป ในบทนี้ผู้เขียนได้นำข้อมูลต่าง ๆ มาวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย โดยแบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ (1) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างบุคลากรสำนักราชเลขาธิการ (2) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในเรื่องรวดเร็วและความเข้าใจในข่าวสารที่ได้รับผ่านช่องทางการสื่อสาร ผลวิเคราะห์สรุปว่า ช่องทางการสื่อสารที่กลุ่มตัวอย่างรับรู้ข้อมูลได้รวดเร็วที่สุด และมีความเข้าใจมากที่สุด คือ โทรศัพท์ (3) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในเรื่องความพึงพอใจต่อช่องทางการสื่อสาร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด อนึ่ง ช่องทางที่กลุ่มตัวอย่างไม่รับรู้ ไม่เข้าใจและไม่พึงพอใจในช่องทางการสื่อสารเลย คือ e-mail (4) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นที่มีต่อการสื่อสารภายในสำนักราชเลขาธิการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างตามช่วงอายุ (Generation) มีรูปแบบการใช้ชีวิตและลักษณะการทำงานที่แตกต่างกัน ทำให้มีมุมมองต่อการสื่อสารและการเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารที่แตกต่างกัน

การศึกษานี้แม้ว่าจะมีข้อจำกัดด้านระยะเวลา แต่อย่างน้อยก็ทำให้ได้เรียนรู้ว่าการสื่อสารภายในองค์กรเป็นกระบวนการที่สำคัญ และเป็นด่านแรกก่อนที่องค์กรจะทำการสื่อสารออกไปสู่ภายนอก ส่วนหนึ่งของปัญหาการสื่อสารภายในองค์กร เป็นเพราะความแตกต่างของบุคลากรทั้งทางด้านอายุ การศึกษา หน้าที่ความรับผิดชอบ ความสนใจ ฯลฯ ดังนั้น จึงเป็นการยากที่จะทำให้บุคลากรเหล่านี้รับรู้ และเข้าใจทิศทาง นโยบายการดำเนินงานขององค์กร และปฏิบัติไปใน แนวเดียวกัน การสื่อสารภายในองค์กรจึงเป็นเรื่องที่จำเป็นที่องค์กรต้องให้ความสำคัญ เพราะหากการสื่อสารภายในองค์กรมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลแล้ว ก็จะส่งผลดีต่อการดำเนินงานขององค์กร รวมไปถึงภาพลักษณ์ขององค์กรในสายตาของบุคคลภายนอกด้วย

บทที่ 4

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

4.1 สรุปผลการศึกษา

การศึกษาวิจัยฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาช่องทางการสื่อสารในองค์กรในปัจจุบันของสำนักราชเลขาธิการ เพื่อมุ่งไปสู่สัมฤทธิ์ผลของการสื่อสาร โดยผู้เขียนได้ศึกษาช่องทางการสื่อสารภายในองค์กร ตามทิศทางการสื่อสารจากบนลงล่าง โดยใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์ เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สรุปผลได้ดังนี้

4.1.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 50 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 66 เพศชาย จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 34 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี (เทียบกับกลุ่ม Generation Y) และช่วงอายุ 50 ปี ขึ้นไป (เทียบกับกลุ่ม Baby Boomer) มีจำนวนเท่ากันคือ 15 คน คิดเป็นร้อยละ 30 รองลงมาคือช่วงอายุ 31 - 40 ปี และอายุระหว่าง 41 - 50 ปี (เทียบกับกลุ่ม Generation X) จำนวนเท่ากันคือ 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20 สำหรับระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 56 รองลงมาคือ ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 40 และน้อยที่สุดคือ ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4

4.1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลในเรื่องประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในสำนักราชเลขาธิการ

ตัวแปรต้น ที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ช่องทางการสื่อสารในองค์กร จำนวน 6 ช่องทาง ตัวแปรตาม ได้แก่ ความรวดเร็วของการรับข้อมูลข่าวสารและความเข้าใจในข่าวสารที่ได้รับผลการวิเคราะห์ สรุปว่า ช่องทางการสื่อสารที่กลุ่มตัวอย่างรับรู้ข้อมูลได้รวดเร็วที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ (1) โทรศัพท์ (ร้อยละ 72) 2. สื่อสังคมออนไลน์ (ร้อยละ 58) 3. e-mail (ร้อยละ 28) สำหรับช่องทางที่กลุ่มตัวอย่างเข้าใจมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ 1. โทรศัพท์ (ร้อยละ 38) (2) หนังสือเวียน (ร้อยละ 32) (3) สื่อสังคมออนไลน์ (ร้อยละ 30)

4.1.3 การวิเคราะห์ข้อมูลในเรื่องความพึงพอใจต่อช่องทางการสื่อสาร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ช่องทางการสื่อสารที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ (1) สื่อสังคมออนไลน์ (ร้อยละ 44) (2) โทรศัพท์ (ร้อยละ 42) (3) e-mail (ร้อยละ 18) ทั้งนี้ เป็นกลุ่มที่มีความพึงพอใจต่อช่องทาง “สื่อสังคมออนไลน์” มากที่สุด คือ กลุ่ม Generation Y รองลงมาคือ กลุ่ม Generation X

4.1.4 ช่องทางการสื่อสารที่กลุ่มตัวอย่างไม่รู้ ไม่เข้าใจ และไม่พึงพอใจในการรับข้อมูลข่าวสารเลย

คือ ช่องทาง e-mail (ร้อยละ 2) จากการสัมภาษณ์ในเชิงลึกพบว่า เป็นกลุ่ม Baby Boomer และได้ให้เหตุผลว่า เนื่องจากสัญญาณการเชื่อมโยงจากภายนอกไม่เสถียร ทำให้กลุ่มตัวอย่างขาดความเชื่อมั่นในการติดต่อหรือรับข่าวสารผ่านช่องทางดังกล่าว

4.1.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นที่มีต่อการสื่อสารภายในสำนักพระราชเลขานุการ

พบว่า กลุ่มตัวอย่างในแต่ละช่วงอายุ (Generation) มีมุมมองต่อการสื่อสารและการเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารที่แตกต่างกัน ดังนี้

4.1.5.1 กลุ่ม Baby Boomer (คนที่เกิดระหว่างปี ค.ศ. 1946 – 1964)

1) มีความทุ่มเท มุ่งมั่น และเสียสละเพื่อองค์กร ใช้ชีวิตส่วนใหญ่อยู่กับการทำงาน

2) มุ่งเน้นกระบวนการทำงานตามขั้นตอน เคารพกฎเกณฑ์ กติกา

3) ชอบการทำงานเป็นทีม

4) เน้นการติดต่อสื่อสารด้วยวาจา (ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ) รวมถึง การใช้สื่อแบบดั้งเดิม เช่น โทรศัพท์ โทรสาร การประชุม เอกสารที่เป็นลายลักษณ์อักษร

4.1.5.2 กลุ่ม Generation X (คนที่เกิดระหว่างปี ค.ศ. 1965 - 1980)

1) เน้นการพึ่งตนเองเป็นหลัก ชอบการทำงานที่เป็นอิสระ/ พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง

2) มีความสมดุลในการใช้ชีวิตและการทำงาน (Work- Life Balance)

3) ต้องการทราบแนวทางการปฏิบัติงานที่ชัดเจน ชอบความตรงไปตรงมา

4) สามารถใช้ e-mail กับคนกลุ่มนี้ได้ โดยสื่อสารให้ได้ใจความและตรงตามเป้าหมาย

5) เน้นการผสมผสานระหว่างสื่อเก่าและสื่อสมัยใหม่ เช่น intranet, e-mail, facebook, line ฯลฯ

4.1.5.3 Generation Y (คนที่เกิดหลังจากปี ค.ศ. 1980 เป็นต้นไป)

1) มุ่งเน้นเป้าหมาย/ผลลัพธ์

2) สามารถทำงานหลายอย่างในเวลาเดียวกัน/ มีความคิดสร้างสรรค์

3) เน้น feedback และชอบความยืดหยุ่นในการทำงาน

4) ชอบการได้มีส่วนร่วมในการทำงาน การได้แสดงความคิดเห็นและได้รับการรับฟัง

5) ต้องการได้รับข้อมูลอยู่เสมอ

6) เป็นผู้ที่มีรู้ดีเรื่องเทคโนโลยีและชอบใช้เทคโนโลยีในการสื่อสาร เช่น e-mail, facebook, line ฯลฯ

4.2 ข้อเสนอแนะ

4.2.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

4.2.1.1 การบริหารการสื่อสารกับคนต่างรุ่น

แนวปฏิบัติเพื่อให้ผู้สื่อสารมีความเข้าใจและสามารถเลือกใช้รูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสมกับคนแต่ละรุ่น เพื่อมุ่งไปสู่สัมฤทธิ์ผลของการสื่อสาร สรุปได้ ดังนี้

1) การสื่อสารกับกลุ่ม Baby Boomer

นอกเหนือจากการใช้สื่อแบบดั้งเดิมทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการแล้ว ควรเน้นการพูดคุยแบบ Face to Face Communication ด้วย เพื่อเป็นการให้เกียรติและตระหนักในคุณค่าและประสบการณ์ทำงานที่กลุ่มคนกลุ่มนี้ได้สั่งสมมาเป็นเวลานาน นอกจากนี้ควรเป็นผู้รับฟัง ที่ดี เมื่อกลุ่ม Baby Boomer ถ่ายทอดประสบการณ์ในอดีต ความพากเพียรในการทำงานจนผ่านพ้นความยากลำบากมาได้ เพราะสิ่งนั้นคือ สิ่งที่คนรุ่นหลังไม่มีและไม่รู้จัก การที่พวกเขาทำงานอยู่จนถึงวัยที่เกษียณนั้น เป็นเพราะพวกเขายึดถือวัฒนธรรมองค์กร เห็นคุณค่าต่อการทำงานอย่างทุ่มเท และเชื่อมั่นในคุณค่าของความมั่นคง

2) การสื่อสารกับกลุ่ม Generation X

ผู้สื่อสารควรบอกเป้าหมายของงานให้ชัดเจน เพราะกลุ่ม Generation X ชอบความตรงไปตรงมา ทั้งนี้ หากเป็นเรื่องที่ต้องการให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน หรือเป็นเรื่องที่สำคัญ ผู้สื่อสารสามารถใช้ช่องทางการสื่อสารทั้งสื่อเก่าและสื่อใหม่กับคนกลุ่มนี้ได้ เช่น โทรศัพท์ โทรสาร การประชุม intranet e-mail หรือสื่อสังคมออนไลน์

3) การสื่อสารกับกลุ่ม Generation Y

เนื่องจากกลุ่ม Generation Y เป็นกลุ่มที่เติบโตมาพร้อมกับสิ่งอำนวยความสะดวกและเทคโนโลยีที่ทันสมัย ดังนั้น คนกลุ่มนี้จึงเป็นกลุ่มที่สามารถใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็น internet intranet e-mail หรือสื่อสังคมออนไลน์ คนกลุ่มนี้มีความพึงพอใจมากกับช่องทางที่เป็นสื่อใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อสังคมออนไลน์ เนื่องจากเป็นช่องทางที่สามารถสื่อสารระหว่างบุคคลถึงบุคคลได้อย่างรวดเร็ว ผู้รับ-ผู้ส่งสารสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิด หรือความรู้สึก ถึงกันได้ง่าย ดังนั้น ผู้ที่ต้องการสื่อสารกับคนกลุ่มนี้ อาจเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์ เป็นช่องทางในการติดต่อประสานงานได้

อนึ่ง สิ่งที่สำคัญการขอเลขที่การต้องเผชิญในอนาคต อาจไม่ใช่เรื่องของช่องทางการสื่อสารกับการบริหารคนต่างรุ่นในองค์กรแต่เพียงอย่างเดียว แต่ยังมีเรื่องของสื่อสารในยุคดิจิทัล (Digital) ที่เครื่องมือสื่อสาร ข้อมูลข่าวสาร และผู้รับ-ส่งสาร จะมีความเชื่อมโยงถึงกันมากยิ่งขึ้น ดังนั้น ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเชิงนโยบายเพื่อให้องค์กรสามารถปรับตัวได้ทันกับการเปลี่ยนแปลงคือ

4.2.1.2 การพัฒนาขีดความสามารถของบุคลากร

1) International Perspective คือ การเสริมสร้างให้บุคลากรมีความเข้าใจในการเปลี่ยนแปลงของโลก รวมถึงเรียนรู้ เข้าใจในความเหมือนและแตกต่างทั้งต่างวัย ต่างรุ่น (Generation) หรือต่างวัฒนธรรม

2) Integrated Knowledge คือ ต้องมีการบูรณาการความรู้และมีความเข้าใจในศาสตร์หลายด้าน เนื่องจากความรู้ด้านเดียวไม่เพียงพอต่อการแก้ไขปัญหาได้ปัญหาหนึ่งได้อย่างมีประสิทธิภาพอีกต่อไป การเรียนรู้แบบ Problem-based Learning และการพัฒนาคนแบบ Project-based Development (พิภพ อุดร, 2555: 1) เป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ เพราะต้องใช้ทักษะและสมรรถนะของผู้เรียนหลายด้านในเวลาเดียวกัน

3) Innovative Capacity คือ ต้องเติมความคิดสร้างสรรค์ในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาทางเลือกใหม่ ๆ โดยใช้ทรัพยากรน้อยลง ใช้เวลาให้น้อยลง

4) Integrity & Ethics คือ ต้องปลูกฝังเรื่องจริยธรรม คุณธรรม ให้นักแน่นและเข้มแข็งในทุกแง่มุมของการทำงาน

4.2.1.3 การเรียนรู้และเข้าใจในวัฒนธรรมองค์กร

ด้วยเหตุที่สำนักราชเลขาธิการมีลักษณะงานที่เกี่ยวข้องกับสถาบันพระมหากษัตริย์โดยตรง การปฏิบัติงานต่าง ๆ จึงจำเป็นต้องยึดถือตามโบราณราชประเพณีและพระราชนิยม หากบุคลากรทุกระดับมีความเข้าใจและยอมรับในวัฒนธรรมองค์กรดังกล่าวอย่างถ่องแท้ ก็จะทำให้เกิดความเชื่อว่า ตนเองเป็นส่วนหนึ่งที่จะมีส่วนช่วยสนับสนุนการดำเนินงานต่าง ๆ ขององค์กรให้บรรลุตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้

4.2.1.4 การสื่อสารองค์กรเชิงบูรณาการ (Integrated Organizational Communication)

เป็นการผนวกเอาการสื่อสารองค์กรทุกประเภททั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการเข้าด้วยกัน มุ่งเน้นและส่งเสริมประสิทธิผลของการบริหาร เป็นศิลปะของการสื่อสารที่ประสานการใช้สื่อให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย สภาพแวดล้อม สถานที่ และเวลา

4.2.2 ข้อเสนอแนะการดำเนินงาน

4.2.2.1 ใช้รูปแบบการสื่อสารแบบสองทาง (two-way communication) ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ เพื่อช่วยให้ผู้บริหารได้ข้อมูลย้อนกลับจากการปฏิบัติงาน และได้ใช้ข้อมูลเหล่านี้เป็นฐานในการกำหนดเป้าหมาย นโยบาย และทิศทางขององค์กร ในขณะที่เดียวกันการสื่อสารแบบนี้จะทำให้ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานทุกระดับได้มีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาต่าง ๆ ร่วมกัน

4.2.2.2 จัดให้มีการสื่อสารองค์กรแบบเครือข่าย (Communication Network) การสร้างเครือข่ายเป็นการทำให้บุคคลและหน่วยงานที่มีระยะห่างไกลได้ติดต่อและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร รวมถึงการร่วมมือกันด้วยความสมัครใจ

4.2.2.3 การนำเทคนิคการบริหารงานแบบ Management by walking around - MBWA มาปรับใช้เพื่อลดช่องว่างการสื่อสารระหว่างผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงาน และเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ปฏิบัติงานมีส่วนร่วมในกระบวนการขององค์กรโดยการสอบถามความคิดเห็นและรับฟังความเห็นต่าง ๆ การได้รับปฏิกริยาหรือข้อมูลตอบสนองจากผู้บริหาร นอกจากจะทำให้ผู้ปฏิบัติงานรู้สึกว่าคุณเองได้รับเกียรติและได้รับความไว้วางใจแล้ว ยังทำให้ผู้ปฏิบัติงานรู้สึกอบอุ่นใจในความจริงใจที่ผู้บริหารได้แสดงออก ที่สำคัญยิ่งคือช่วยให้ผู้บริหารได้รับรู้ถึงสภาพที่แท้จริงขององค์กรด้วยตนเองในบางแง่มุมที่อาจคาดไม่ถึง

4.2.2.4 มีการพัฒนาบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารในหลาย ๆ ด้าน ได้แก่

1) การเป็นผู้ฟังที่ดี สามารถจับประเด็นของข่าวสาร จับความรู้สึกของผู้ให้ข่าวสาร สังเกตปฏิกิริยา มีการตอบสนองและแสดงความรู้สึกในการสื่อสารกลับ

2) การเป็นผู้ตอบสนองที่ดี ผู้ตอบสนองที่ดีจะต้องให้ข้อมูลย้อนกลับ บอกคู่สนทนาว่าตนเองรู้สึกอย่างไรและเข้าใจข่าวสารหรือไม่

3) การพัฒนาทักษะการสื่อสารที่ดี มีหลักสำคัญอยู่ 10 ประการ ซึ่งจะสามารถช่วยปรับปรุงการสื่อสารภายในองค์กรให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ตามที่พรทิพย์ เย็นจะบก และกมลรัฐ อินทรทัศน์ (2553) ระบุ คือ

- (1) สร้างความคิดให้ชัดเจนก่อนทำการสื่อสาร
- (2) กำหนดเป้าหมายในการสื่อสารทุกครั้ง
- (3) พิจารณาสภาพแวดล้อมของการสื่อสาร
- (4) การสื่อสารแบบสองทางจะก่อให้เกิดประสิทธิผลของการสื่อสารเพิ่มขึ้น
- (5) องค์ประกอบของเนื้อหาและน้ำเสียง ควรมีความชัดเจน
- (6) พยายามทำการสื่อสารกับผู้ร่วมงานในทุกครั้งที่มีโอกาส เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน
- (7) คอยติดตามผลการสื่อสารอยู่เสมอ
- (8) รู้จักเลือกใช้ภาษาท่าทางประกอบ
- (9) ยึดหลักความจริงในการสื่อสาร
- (10) ควรเป็นผู้ฟังที่ดี

กล่าวโดยสรุป การสื่อสารภายในองค์กรจะประสบผลสำเร็จได้นั้น ขึ้นอยู่กับการมีส่วนร่วมของผู้บริหารและบุคลากรทุกระดับในองค์กร กรณีศึกษาเรื่อง ช่องทางการสื่อสารนี้ เป็นเพียงหนึ่งในองค์ประกอบของการสื่อสารที่แสดงให้เห็นว่า ผู้สื่อสารจำเป็นต้องเลือกใช้ช่องทางที่เหมาะสมกับเนื้อหา กลุ่มเป้าหมาย ช่วงเวลา และสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ด้วย นอกจากนี้ กระแสความนิยมของสื่อสังคมออนไลน์ที่ปัจจุบันกำลังมีอิทธิพลต่อผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย เป็นเงื่อนไขสำคัญที่ทำให้องค์กรต้องตระหนักถึงผลกระทบในเชิงบวกและลบที่มากับสื่อใหม่นี้ ซึ่งข้อเสนอแนะในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป เห็นว่าควรศึกษาถึงนวัตกรรมการสื่อสารในรูปแบบใหม่ ๆ หรือมีการวิจัยเกี่ยวกับระบบสารสนเทศที่เหมาะสมกับสำนักราชเลขาธิการ เพื่อให้การสื่อสารภายในองค์กรเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากที่สุด

บรรณานุกรม

หนังสือ

กรีซ สืบสนธิ์. วัฒนธรรมและพฤติกรรมการสื่อสารในองค์กร. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๓๘.

วันชัย มีชาติ. พฤติกรรมกรรมการบริหารองค์การสาธารณสุข. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๘.

วิจิตร อวาท. การประชาสัมพันธ์: หลักและวิธีปฏิบัติ. พิมพ์ครั้งที่ ๔. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช, ๒๕๓๙.

วิโรจน์ โสวิณณะ. คู่มือความสำเร็จอันไร้ขอบเขต. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์นิตยสารโลกทิพย์, ๒๕๔๕.

สมยศ นาวิการ. การสื่อสารในองค์กร. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์บรรณกิจ, ๒๕๔๓.

สำนักราชเลขาธิการ. ประวัติสำนักราชเลขาธิการ. พิมพ์ครั้งที่ ๓. กรุงเทพฯ: บริษัทอมรินทร์นิตติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน), ๒๕๔๔.

เสนาะ ตีเยาว์. การสื่อสารในองค์กร. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๑.

วิทยานิพนธ์

ทงเกียรติ เจริญวงศ์เพชร. ความคิดเห็นของพนักงานบริษัท กระเบื้องหลังคาซีแพค จำกัด ต่อการสื่อสารภายในบริษัท. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๔๕.

พิมพ์นิชา เลี้ยงบุญเลิศชัย. ช่องทางการสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพของบริษัท ไอเอสเอส เรสโซลูชั่น จำกัด. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๕๕.

ศุภาน อนุศาสนนันท์. ศึกษารูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร: กรณีศึกษาองค์การเภสัชกรรม คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๙.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

เกษม วัฒนชัย. หลักการทรงงานในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

http://cri.or.th/en/๒๐๑๐๐๘๓๐_th.php [๓๑ พฤษภาคม ๒๕๕๗].

ณัฐวุฒิ พงศ์สิริ. การบริหารคนต่างรุ่นในองค์กร [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.hri.tu.ac.th/cms/seminardetail.aspx?tid=MTQx/> [๒ กรกฎาคม ๒๕๕๗].

พรทิพย์ เย็นจะบก และกมลรัฐ อินทรทัศน์. กระบวนการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและมีความสุข [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://pirun.ku.ac.th/agrpct/envelop/working%๒๐process๑.doc> [๒๒ กรกฎาคม ๒๕๕๗].

พิภพ อุดร. ทรัพยากรมนุษย์ยุค ๒๐๒๐ [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://journalhri.com/pdf/๐๗๐๑.pdf> [๒๒ กรกฎาคม ๒๕๕๗].

พิมลพรรณ เชื้อบางแก้ว. การบริหารความหลากหลายของบุคลากรในองค์กร [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://lib.dtc.ac.th/ejournal/B๔/EJ/Jan๑/๐๐๖.pdf> [๒ กรกฎาคม ๒๕๕๗].

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม
เรื่อง การเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กรของสำนักราชเลขาธิการ
ศึกษากรณี ช่องทางการสื่อสาร

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กรของสำนักราชเลขาธิการ ศึกษากรณีช่องทางการสื่อสาร
2. แบบสอบถามฉบับนี้ แบ่งเป็น 3 ส่วน
ส่วนที่ 1 คำถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
ส่วนที่ 2 คำถามทั่วไปเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการสื่อสารภายในองค์กร
ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการรับทราบข้อมูลข่าวสารจากช่องทางการสื่อสารภายในองค์กร
ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นที่มีต่อการสื่อสารภายในสำนักราชเลขาธิการ
3. ข้อมูลที่ท่านตอบแบบสอบถามในครั้งนี้จะไม่มีผลกระทบต่อตัวท่านหรือผู้บริหารแต่ประการใด ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามจะถูกปิดเป็นความลับ และจะนำผลมาใช้สำหรับการศึกษาเท่านั้น และในโอกาสนี้ผู้ศึกษาขอขอบคุณท่านเป็นอย่างสูงที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้ด้วยดีตลอด

ขอขอบพระคุณท่านในการตอบแบบสอบถาม
กัลยาพัชร ชาศคร

แบบสอบถามเรื่อง
ช่องทางการสื่อสารและเครื่องมือการสื่อสารภายในองค์กรของสำนักงานราชเลขาธิการ

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าคำตอบที่ท่านเลือก

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ
 ชาย หญิง
2. อายุ
 20 - 30 ปี 31 - 40 ปี 41 - 50 ปี 50 ปี ขึ้นไป
3. ระดับการศึกษา
 ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี

ส่วนที่ 2 คำถามทั่วไปเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการสื่อสารภายในองค์กร

4. คำถามเกี่ยวกับช่องทางการสื่อสารภายในองค์กรกับความรวดเร็วในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

ช่องทางการสื่อสารในองค์กร	ระดับความรวดเร็วในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร				
	รับรู้ภายใน 30 นาที	รับรู้ภายใน 2 -3 ชม.	รับรู้ภายใน 1 วัน	รับรู้ภายใน 2 วัน	ไม่รับรู้เลย
1) ระบบสารสนเทศภายในองค์กร เช่น ระบบ INFOMA					
2) หนังสือเวียน					
3) การประชุม					
4) e-mail					
5) โทรศัพท์					
6) สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Line					

5. คำถามเกี่ยวกับช่องทางการสื่อสารภายในองค์กรกับความเข้าใจในข้อมูลข่าวสารที่ได้รับช่องทางการสื่อสารในองค์กร ความเข้าใจในข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ

ช่องทางการสื่อสารในองค์กร	ความเข้าใจในข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ				
	เข้าใจมากที่สุด (5)	เข้าใจค่อนข้างมาก (4)	เข้าใจปานกลาง (3)	เข้าใจน้อย (2)	ไม่เข้าใจเลย (1)
1) ระบบสารสนเทศภายในองค์กร เช่น ระบบ INFOMA					
2) หนังสือเวียน					
3) การประชุม					
4) e-mail					
5) โทรศัพท์					
6) สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Line					

- ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการรับทราบข้อมูลข่าวสารจากช่องทางการสื่อสารภายในองค์กร

6. คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการรับทราบข้อมูลข่าวสารจากช่องทางการสื่อสารภายในองค์กร ดังนี้

ช่องทางการสื่อสารในองค์กร	ความพึงพอใจในการรับทราบข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางการสื่อสาร				
	พึงพอใจมากที่สุด (5)	พึงพอใจค่อนข้างมาก (4)	พึงพอใจปานกลาง (3)	พึงพอใจน้อย (2)	ไม่พึงพอใจเลย (1)
1) ระบบสารสนเทศภายในองค์กร เช่น ระบบ INFOMA					
2) หนังสือเวียน					
3) การประชุม					
4) e-mail					
5) โทรศัพท์					
6) สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Line					

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นที่มีต่อสื่อสารภายในสำนักราชเลขาธิการ

7. ท่านมีความคิดเห็นต่อการสื่อสารภายใต้สภาวะความเร่งด่วนอย่างไร

8. ท่านมีวิธีการจัดการกับการสื่อสารภายใต้สภาวะความเร่งด่วนนี้ อย่างไร

9. ท่านคิดว่า มีวิธีการหรือแนวทางใดที่ช่วยให้การสื่อสารภายในระหว่างผู้บังคับบัญชากับท่าน มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น

10. ข้อเสนอแนะในการพัฒนาระบบการสื่อสารภายในสำนักราชเลขาธิการ

ขอขอบคุณสำหรับความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ข

หลักการทรงงานในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

หลักการทรงงานในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวที่สามารถนำมาปรับใช้กับการปฏิบัติงานมีดังต่อไปนี้ (เกษม วัฒนชัย, 2553)

1. หลักคิด

1.1 ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เป็นแนวทางการดำเนินชีวิต เพื่อสร้างความเข้มแข็งหรือภูมิคุ้มกันทุกด้าน

1.2 ภูมิสังคม คือ การพัฒนาใดๆก็ตาม ต้องคำนึงถึงสภาพภูมิประเทศของบริเวณนั้นว่าเป็นอย่างไร และสังคมวิทยาเกี่ยวกับลักษณะนิสัยใจคอของคน ตลอดจนวัฒนธรรมประเพณีในแต่ละท้องถิ่น

1.3 องค์กรรวม คือ มีวิถีคิดอย่างองค์กรรวม มองอย่างครบวงจร และมองเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นและหาแนวทางแก้ไขแบบเชื่อมโยงเป็นระบบ

1.4 มุ่งประโยชน์คนส่วนใหญ่เป็นหลัก คือ การทำเพื่อส่วนรวม ไม่ใช่เป็นการทำให้แต่เพียงผู้อื่น แต่เป็นการทำเพื่อตนเองให้สามารถอยู่ร่วมกับสังคมที่อาศัยอยู่ได้

1.5 การมีส่วนร่วม รู้จักเปิดกว้าง รับฟังความคิดเห็นจากผู้อื่น แม้กระทั่งคำวิพากษ์วิจารณ์และนำมาปรับใช้อย่างฉลาด

1.6 การพึ่งตนเอง ต้องแก้ไขปัญหเฉพาะหน้า เพื่อให้แข็งแรงพอที่จะดำรงชีวิตได้ต่อไป และพัฒนาให้สามารถอยู่ในสังคมได้ตามสภาพแวดล้อม และพึ่งตนเองได้ในที่สุด

1.7 พออยู่พอกิน ต้องทำให้ตนเอง “พออยู่พอกิน” ก่อน แล้วจึงค่อยขยายให้มีขีดสมรรถนะที่ก้าวหน้าต่อไป

1.8 ปลูกป่าในใจคน การที่จะฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติให้กลับคืนมา จะต้องปลูกจิตสำนึกให้คนรักธรรมชาติก่อน

1.9 รู้ รัก สามัคคี เพื่อทำงานให้สำเร็จและเพื่อการคบหาสมาคมกัน

1.10 ความซื่อสัตย์ สุจริต และจริงใจต่อกัน ผู้ที่มีความสุจริตและบริสุทธิ์ใจ แม้จะมีความรู้น้อยก็ย่อมทำประโยชน์ให้แก่ส่วนรวมได้มากกว่าผู้ที่มีความรู้มาก แต่ไม่มีความสุจริตไม่มีความบริสุทธิ์ใจ

2. หลักวิชา

2.1 ศึกษาข้อมูลอย่างเป็นระบบ คือ การที่จะพระราชทานโครงการใดโครงการหนึ่ง พระองค์ท่านศึกษาข้อมูลรายละเอียดอย่างเป็นระบบทั้งจากข้อมูลเบื้องต้น เอกสาร แผนที่ รายละเอียดต่างๆ ตลอดจนสอบถามจากเจ้าหน้าที่ และราษฎรในพื้นที่ เพื่อที่จะพระราชทานความช่วยเหลือได้อย่างถูกต้องและรวดเร็วตรงตามความต้องการของประชาชน

2.2 ไม่ติดตำรา คือ ไม่ผูกมัดกับวิชาการและเทคโนโลยีที่ไม่เหมาะสมกับสภาพชีวิตความเป็นอยู่ที่แท้จริง

2.3 ใช้ธรรมชาติช่วยธรรมชาติ ในบางครั้งหากต้องการแก้ไขธรรมชาติ อาจใช้ธรรมชาติเข้าช่วยเหลือ โดยให้ธรรมชาติเป็นผู้แก้ไขและฟื้นฟูเอง ตามกาลเวลา

2.4 ใช้ธรรมปราบอธรรม คือนำความจริง ในเรื่องความเป็นไปแห่งธรรมชาติและกฎเกณฑ์ของธรรมชาติมาเป็นหลักการ และแนวปฏิบัติที่สำคัญในการแก้ปัญหาและปรับปรุงเปลี่ยนแปลงสถานะที่ไม่ปกติเข้าสู่สถานะปกติ เช่น การใช้ฝักตบขวานบำบัดน้ำเสีย โดยดูดซึมสิ่งสกปรกเปื้อนในน้ำ

3. หลักปฏิบัติ

3.1 ประหยัด เรียบง่าย ได้ประโยชน์สูงสุด การแก้ปัญหาด้วยความเรียบง่ายประหยัดหาได้ในท้องถิ่น และประยุกต์ใช้สิ่งที่มีอยู่ในชุมชนนั้นๆ มาแก้ไขโดยไม่ต้องลงทุนสูงหรือใช้เทคโนโลยีที่ยุ่งยากนัก

3.2 ทำให้ง่าย คือ ทำสิ่งที่ยากให้กลายเป็นง่าย ทำสิ่งที่สลับซับซ้อนให้เข้าใจง่าย

3.3 ทำตามลำดับขั้น คือ การพัฒนาต้องเริ่มจากพัฒนาในสิ่งที่มีความจำเป็นสูงสุดก่อน และค่อยพิจารณาเรื่องอื่นตามมาเป็นลำดับ

3.4 บริการรวมที่จุดเดียว (One Stop Service) คือ พระองค์ท่านทรงแปรเปลี่ยนการทำงานที่มักจะแบ่งแยกกันทำมาเป็นการร่วมมือร่วมใจโดยไม่มีเจ้าของและสามารถอำนวยความสะดวกสูงสุดให้กับประชาชน จึงเกิดรูปแบบการบริหารที่เป็นการ “บริการรวมที่จุดเดียว” และ “การบริการแบบเบ็ดเสร็จ”

3.5 แก้ปัญหาที่จุดเล็ก มองปัญหาในภาพรวมก่อนเสมอ แต่การแก้ปัญหาก็จะเริ่มจากจุดเล็ก ๆ คือการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่คนมักมองข้าม

3.6 ขาดทุนคือกำไร คือ หลักการ “ให้” และการ “เสียสละ” เป็นการกระทำอันมีผลเป็นกำไรคือ ความอยู่ดีมีสุข

3.7 ความเพียร มีความมุ่งมั่นและความตั้งใจในการทำงาน

3.8 ทำงานอย่างมีความสุข ควรเริ่มจากตนเองที่จะต้องมีความสุขกับงานที่ทำ และจะทำให้ผู้อื่นรู้สึกมีความสุขไปด้วยที่ได้ทำงานร่วมกับเรา

3.9 ระเบิดจากข้างใน เน้นเรื่องการพัฒนาตนเองเป็นลำดับแรก เพื่อจะได้ถ่ายทอดความรู้ให้กับบุคคลอื่น ๆ อย่างสมบูรณ์

ภาคผนวก ค
ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในเรื่องประสิทธิภาพของ
การสื่อสารภายในองค์กรของสำนักราชเลขาธิการ

2.1 ความรวดเร็วในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ดังปรากฏในรายละเอียดตามตารางดังนี้

ตารางที่ 6 ข้อมูลเปรียบเทียบช่องทางการสื่อสารภายในสำนักราชเลขาธิการ ที่ผู้รับข่าวสารรับรู้ภายใน 30 นาที

ช่องทางการสื่อสาร	ระดับความรวดเร็วในการรับรู้ข่าวสาร	
	รับรู้ภายใน 30 นาที	
	จำนวนคน	ร้อยละ
1. ระบบสารสนเทศภายในองค์กร เช่น ระบบ INFOMA	13	26
2. หนังสือเวียน	6	12
3. การประชุม	6	12
4. e-mail	14	28
5. โทรศัพท์	36	72
6. สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Line	29	58

ตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาส่วนใหญ่รับรู้ข่าวสารภายในระยะเวลา 30 นาที 3 ลำดับแรก คือ ผ่านช่องทางโทรศัพท์ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 72 รองลงมาคือ การรับรู้ ๆ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 58 และการรับรู้ ๆ ผ่าน e-mail จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 28

ตารางที่ 7 ข้อมูลเปรียบเทียบช่องทางการสื่อสารภายในสำนักราชเลขาธิการที่ผู้รับข่าวสารภายใน 2 - 3 ชั่วโมง

ช่องทางการสื่อสาร	ระดับความรวดเร็วในการรับรู้ข่าวสาร	
	รับรู้ภายใน 2 - 3 ชั่วโมง	
	จำนวนคน	ร้อยละ
1. ระบบสารสนเทศภายในองค์กร เช่น ระบบ INFOMA	18	36
2. หนังสือเวียน	10	20
3. การประชุม	8	16
4. e-mail	18	36
5. โทรศัพท์	10	20
6. สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Line	14	28

ตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาส่วนใหญ่รับรู้ข่าวสารภายในระยะเวลา 2 - 3 ชั่วโมง ผ่านช่องทางระบบสารสนเทศภายในองค์กร และผ่าน e-mail มากที่สุด โดยมีบุคลากรจำนวนเท่ากัน คือ 18 คน คิดเป็นร้อยละ 36 รองลงมาคือการรับรู้ ๖ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 28 และการรับรู้ ๖ ผ่านหนังสือเวียนและผ่านโทรศัพท์ จำนวนเท่ากันคือ 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20

ตารางที่ 8 ข้อมูลเปรียบเทียบช่องทางการสื่อสารภายในสำนักราชเลขาธิการที่ผู้รับข่าวสารรับรู้ภายใน 1 วัน

ช่องทางการสื่อสาร	ระดับความรวดเร็วในการรับรู้ข่าวสาร	
	รับรู้ภายใน 1 วัน	
	จำนวนคน	ร้อยละ
1. ระบบสารสนเทศภายในองค์กร เช่น ระบบ INFOMA	16	32
2. หนังสือเวียน	19	38
3. การประชุม	28	56
4. e-mail	12	24
5. โทรศัพท์	4	8
6. สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Line	7	14

ตารางที่ 8 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาส่วนใหญ่รับรู้ข่าวสารภายในระยะเวลา 1 วัน หรือภายในวันที่ข่าวสารนั้นถูกส่งออกมา ผ่านช่องทางการประชุมมากที่สุด โดยมีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 56 รองลงมาคือการรับรู้ ๖ ผ่านช่องทางหนังสือเวียน จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 38 และผ่านช่องทางระบบสารสนเทศภายในองค์กร จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 32

ตารางที่ 9 ข้อมูลเปรียบเทียบช่องทางการสื่อสารภายในสำนักราชเลขาธิการที่ผู้รับข่าวสารรับรู้ภายใน 2 วัน

ช่องทางการสื่อสาร	ระดับความรวดเร็วในการรับรู้ข่าวสาร	
	รับรู้ภายใน 2 วัน	
	จำนวนคน	ร้อยละ
1. ระบบสารสนเทศภายในองค์กร เช่น ระบบ INFOMA	2	4
2. หนังสือเวียน	15	30
3. การประชุม	8	16
4. e-mail	2	4
5. โทรศัพท์	0	0
6. สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Line	0	0

ตารางที่ 9 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาส่วนใหญ่รับรู้ข่าวสารภายในระยะเวลา 2 วัน ผ่านช่องทาง 3 ลำดับแรกคือ หนังสือเวียน จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 30 รองลงมาคือการรับรู้ ฯ ผ่านการประชุม จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 16 และผ่านช่องทางระบบสารสนเทศภายในองค์กร และผ่าน e-mail มีจำนวนเท่ากัน คือ 16 คน คิดเป็นร้อยละ 32

ตารางที่ 10 ข้อมูลเปรียบเทียบช่องทางการสื่อสารภายในสำนักราชเลขาธิการ ที่ผู้รับข่าวสารไม่ได้รับรู้ข่าวสารเลย

ช่องทางการสื่อสาร	ระดับความรวดเร็วในการรับรู้ข่าวสาร	
	ไม่ได้รับรู้ข่าวสารเลย	
	จำนวนคน	ร้อยละ
1. ระบบสารสนเทศภายในองค์กร เช่น ระบบ INFOMA	0	0
2. หนังสือเวียน	0	0
3. การประชุม	0	0
4. e-mail	1	2
5. โทรศัพท์	0	0
6. สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Line	0	0

ตารางที่ 10 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 8 ไม่ได้รับรู้ข่าวสารผ่านช่องทาง e-mail และมีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2 ไม่ได้รับรู้ข่าวสารผ่านช่องทางระบบสารสนเทศภายในองค์กร

2.2 ความเข้าใจในข่าวสารที่ได้รับ ดังปรากฏในรายละเอียดตามตารางดังนี้

ตารางที่ 11 ข้อมูลเปรียบเทียบช่องทางการสื่อสารภายในสำนักราชเลขาธิการที่ผู้รับข่าวสารเข้าใจข่าวสารมากที่สุด

ช่องทางการสื่อสาร	ระดับความเข้าใจในการรับรู้ข่าวสาร	
	เข้าใจมากที่สุด	
	จำนวนคน	ร้อยละ
1. ระบบสารสนเทศภายในองค์กร เช่น ระบบ INFOMA	13	26
2. หนังสือเวียน	16	32
3. การประชุม	13	26
4. e-mail	8	16
5. โทรศัพท์	19	38
6. สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Line	15	30

ตารางที่ 11 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา มีความเห็นต่อความเข้าใจในข่าวสารมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ การรับข่าวสารจากโทรศัพท์ จำนวน 19 คน หรือร้อยละ 38 ลำดับ 2 คือ การรับข่าวสารจากหนังสือเวียน มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 32 ลำดับ 3 คือ การรับข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์ และมีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 30

ตารางที่ 12 ข้อมูลเปรียบเทียบช่องทางการสื่อสารภายในสำนักราชเลขาธิการที่ผู้รับข่าวสารเข้าใจข่าวสารได้ค่อนข้างมาก

ช่องทางการสื่อสาร	ระดับความเข้าใจในการรับรู้ข่าวสาร	
	เข้าใจค่อนข้างมาก	
	จำนวนคน	ร้อยละ
1. ระบบสารสนเทศภายในองค์กร เช่น ระบบ INFOMA	22	44
2. หนังสือเวียน	24	48
3. การประชุม	24	48
4. e-mail	32	64
5. โทรศัพท์	26	52
6. สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Line	22	44

ตารางที่ 12 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา มีความเห็นต่อความเข้าใจในข่าวสารค่อนข้างมาก 3 ลำดับแรก คือ การรับข่าวสารจาก e-mail จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 64 ลำดับ 2 คือ การรับข่าวสารจากโทรศัพท์ มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 52 ลำดับ 3 คือ การรับข่าวสารจากหนังสือเวียนและการประชุม มีจำนวนเท่ากัน คือ 24 คน คิดเป็นร้อยละ 48

ตารางที่ 13 ข้อมูลเปรียบเทียบช่องทางการสื่อสารภายในสำนักราชเลขาธิการที่ผู้รับข่าวสารเข้าใจข่าวสารได้ปานกลาง

ช่องทางการสื่อสาร	ระดับความเข้าใจในการรับรู้ข่าวสาร	
	เข้าใจปานกลาง	
	จำนวนคน	ร้อยละ
1. ระบบสารสนเทศภายในองค์กร เช่น ระบบ INFOMA	15	30
2. หนังสือเวียน	10	20
3. การประชุม	13	26
4. e-mail	8	16
5. โทรศัพท์	5	10
6. สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Line	13	26

ตารางที่ 13 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา มีความเห็นต่อความเข้าใจในข่าวสารปานกลาง 3 ลำดับแรก คือ การรับข่าวสารจากระบบสารสนเทศภายในองค์กร จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 30 ลำดับ 2 คือ การรับข่าวสารจากการประชุมและสื่อสังคมออนไลน์ มีจำนวนเท่ากัน คือ 13 คน คิดเป็นร้อยละ 26 ลำดับ 3 คือ การรับข่าวสารจากหนังสือเวียน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20

ตารางที่ 14 ข้อมูลเปรียบเทียบช่องทางการสื่อสารภายในสำนักราชเลขาธิการที่ผู้รับข่าวสารเข้าใจข่าวสารได้น้อย

ช่องทางการสื่อสาร	ระดับความเข้าใจในการรับรู้ข่าวสาร	
	เข้าใจน้อย	
	จำนวนคน	ร้อยละ
1. ระบบสารสนเทศภายในองค์กร เช่น ระบบ INFOMA	0	0
2. หนังสือเวียน	0	0
3. การประชุม	0	0
4. e-mail	1	2
5. โทรศัพท์	0	0
6. สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Line	0	0

ตารางที่ 14 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา มีความเห็นต่อความเข้าใจในข่าวสารในระดับน้อย เมื่อรับข่าวสารผ่าน e-mail มีจำนวน 1 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 20

ตารางที่ 15 ข้อมูลเปรียบเทียบช่องทางการสื่อสารภายในสำนักราชเลขาธิการที่ผู้รับข่าวสารไม่เข้าใจข่าวสารเลย

ช่องทางการสื่อสาร	ระดับความเข้าใจในการรับรู้ข่าวสาร	
	ไม่เข้าใจเลย	
	จำนวนคน	ร้อยละ
1. ระบบสารสนเทศภายในองค์กร เช่น ระบบ INFOMA	0	0
2. หนังสือเวียน	0	0
3. การประชุม	0	0
4. e-mail	1	2
5. โทรศัพท์	0	0
6. สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Line	0	0

ตารางที่ 15 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาที่ไม่เข้าใจข่าวสารเลย เมื่อรับข่าวสารผ่าน e-mail มีจำนวน 1 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 20

ภาคผนวก ง
ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในเรื่องความพึงพอใจของบุคลากร
สำนักราชเลขาธิการต่อช่องทางสื่อสารภายในองค์กร

ตารางที่ 16 ข้อมูลเปรียบเทียบช่องทางสื่อสารภายในสำนักราชเลขาธิการที่ผู้รับข่าวสารพึงพอใจมากที่สุด

ช่องทางสื่อสาร	ระดับความพึงพอใจในการรับทราบข่าวสาร	
	พึงพอใจมากที่สุด	
	จำนวนคน	ร้อยละ
1. ระบบสารสนเทศภายในองค์กร เช่น ระบบ INFOMA	8	16
2. หนังสือเวียน	5	10
3. การประชุม	5	10
4. e-mail	9	18
5. โทรศัพท์	21	42
6. สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Line	22	44

ตารางที่ 16 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา มีความพึงพอใจในการรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มากที่สุด คิดเป็นจำนวน 22 คน หรือร้อยละ 44 รองลงมาคือ ความพึงพอใจในการ รับข่าวสารผ่านโทรศัพท์ มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 42

ตารางที่ 17 ข้อมูลเปรียบเทียบช่องทางสื่อสารภายในสำนักราชเลขาธิการที่ผู้รับข่าวสารพึงพอใจค่อนข้างมาก

ช่องทางสื่อสาร	ระดับความพึงพอใจในการรับทราบข่าวสาร	
	พึงพอใจค่อนข้างมาก	
	จำนวนคน	ร้อยละ
1. ระบบสารสนเทศภายในองค์กร เช่น ระบบ INFOMA	28	56
2. หนังสือเวียน	27	54
3. การประชุม	29	58
4. e-mail	23	46
5. โทรศัพท์	24	48
6. สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Line	18	36

ตารางที่ 17 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา มีความพึงพอใจในการรับข่าวสารค่อนข้างมาก ผ่านช่องทางต่าง ๆ สูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การประชุม มีจำนวน 29 คน หรือร้อยละ 58 ลำดับที่ 2 คือ ระบบสารสนเทศภายในองค์กร มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 56 ลำดับที่ 3 หนังสือเวียน มีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 54

ตารางที่ 18 ข้อมูลเปรียบเทียบช่องทางการสื่อสารภายในสำนักราชเลขาธิการที่ผู้รับข่าวสารพึงพอใจปานกลาง

ช่องทางการสื่อสาร	ระดับความพึงพอใจในการรับทราบข่าวสาร	
	พึงพอใจปานกลาง	
	จำนวนคน	ร้อยละ
1. ระบบสารสนเทศภายในองค์กร เช่น ระบบ INFOMA	13	26
2. หนังสือเวียน	17	34
3. การประชุม	15	30
4. e-mail	11	22
5. โทรศัพท์	4	8
6. สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Line	9	18

ตารางที่ 18 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา มีความพึงพอใจในการรับข่าวสารปานกลาง ผ่านช่องทางต่าง ๆ สูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ หนังสือเวียน มีจำนวน 17 คน หรือร้อยละ 34 ลำดับที่ 2 คือ การประชุม มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 30 ลำดับที่ 3 ระบบสารสนเทศภายในองค์กร มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 26

ตารางที่ 19 ข้อมูลเปรียบเทียบช่องทางการสื่อสารภายในสำนักราชเลขาธิการที่ผู้รับข่าวสารพึงพอใจน้อย

ช่องทางการสื่อสาร	ระดับความพึงพอใจในการรับทราบข่าวสาร	
	พึงพอใจน้อย	
	จำนวนคน	ร้อยละ
1. ระบบสารสนเทศภายในองค์กร เช่น ระบบ INFOMA	1	2
2. หนังสือเวียน	1	2
3. การประชุม	1	2
4. e-mail	5	10
5. โทรศัพท์	1	2
6. สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Line	1	2

ตารางที่ 19 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10 มีความพึงพอใจน้อยในการรับข่าวสารผ่าน e-mail และมีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2 ที่รู้สึกพึงพอใจน้อยต่อการรับข่าวสารผ่านระบบสารสนเทศภายในองค์กร หนังสือเวียน การประชุม โทรศัพท์ สื่อสังคมออนไลน์

ตารางที่ 20 ข้อมูลเปรียบเทียบช่องทางการสื่อสารภายในสำนักราชเลขาธิการที่ผู้รับข่าวสารไม่พึงพอใจเลย

ช่องทางการสื่อสาร	ระดับความพึงพอใจในการรับทราบข่าวสาร	
	ไม่พึงพอใจเลย	
	จำนวนคน	ร้อยละ
1. ระบบสารสนเทศภายในองค์กร เช่น ระบบ INFOMA	0	0
2. หนังสือเวียน	0	0
3. การประชุม	0	0
4. e-mail	1	2
5. โทรศัพท์	0	0
6. สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Line	0	0

ตารางที่ 20 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4 ไม่มี ความพึงพอใจในการรับข่าวสารผ่าน e-mail อย่างไรก็ตาม ไม่มีบุคลากรใดที่รู้สึกไม่พึงพอใจต่อการรับข่าวสารผ่านระบบสารสนเทศภายในองค์กร หนังสือเวียน การประชุม โทรศัพท์ และสื่อสังคมออนไลน์

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - สกุล	นางสาวกัลยพัชร ชากร
ประวัติการศึกษา	- Master of Arts in Public Relations, Bond University, Australia. - รัฐศาสตรบัณฑิต เกียรตินิยมอันดับ 2 (ภาควิชาการปกครอง) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ประวัติการทำงาน	สำนักราชเลขาธิการ
พ.ศ. 2542	วิทยากร ระดับ 4 กองกลาง
พ.ศ. 2544-2551	วิทยากร ระดับ 6 ฝ่ายพิธีการ กองการต่างประเทศ
พ.ศ. 2551-2553	หัวหน้างานฝึกอบรม กลุ่มงานการเจ้าหน้าที่ กองกลาง
พ.ศ. 2554 - ปัจจุบัน	ผู้อำนวยการกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร สำนักราชเลขาธิการ
ตำแหน่งปัจจุบัน	ผู้อำนวยการกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร สำนักราชเลขาธิการ