การเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรด้วยกลยุทธ์การสื่อสารของกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง

นายฤทธิรงค์ แพงบุบผา

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
ปีการศึกษา 2568

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

การเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรด้วยกลยุทธ์การสื่อสารของกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง

นายฤทธิรงค์ แพงบุบผา

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

ปีการศึกษา 2568

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ



ใบรับรองการค้นคว้าอิสระ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

เรื่อง การเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรด้วยกลยุทธ์การสื่อสารของกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง

โดย นายฤทธิรงค์ แพงบุบผา

ได้รับอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม

.....คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สุนีย์ วรรธนโกมล)

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ

.....ประธาน

(รองศาสตราจารย์ ดร.เสรี วงษ์มณฑา)

.....อาจารย์ที่ปรึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพล พุ่มศิริ)

.....กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สุนีย์ วรรธนโกมล)

ชื่อ : นายฤทธิรงค์ แพงบุบผา
ชื่อการค้นคว้าอิสระ : การเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรด้วยกลยุทธ์การสื่อสารของกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง
สาขาวิชา : บริหารธุรกิจอุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระหลัก : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพล พุ่มศิริ
ปีการศึกษา : 2568

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรด้วยกลยุทธ์การสื่อสารของกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง โดยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนาได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ค่าความแปรปรวนทางเดียว และ วิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วย เชฟเฟ่ กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิจัยพบว่า พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 30–40 ปี จำนวน 278 ราย ระดับการศึกษาปริญญาตรี ตำแหน่งพนักงานปฏิบัติ และประสบการณ์การทำงาน ณ ปัจจุบันน้อยกว่า 10 ปี ระดับความสำคัญของกลยุทธ์การสื่อสารโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อแยกเป็นรายด้านพบว่า พนักงานให้ความสำคัญกับด้านผู้รับสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 อยู่ในระดับมาก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปรียบเทียบความแตกต่างจำแนกตามสภาพของผู้ตอบแบบสอบถามด้านประสบการณ์ทำงาน หรือระดับตำแหน่งงานที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การสื่อสารที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากพนักงานระดับปฏิบัติการเน้นการสื่อสารเชิงเทคนิคและความปลอดภัย ในขณะที่ระดับบริหารเน้นการสื่อสารเชิงกลยุทธ์และทิศทางธุรกิจ และรายด้าน ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนการเปรียบเทียบเป็นรายข้อ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข่าวสารเกี่ยวกับกฎเกณฑ์ระเบียบข้อปฏิบัติในการทำงานต่างๆ ของหน่วยงานตั้งอยู่บนพื้นฐานความเป็นจริงและเข้าใจง่าย

(มีจำนวนทั้งสิ้น 109 หน้า)

คำสำคัญ : กลยุทธ์การสื่อสาร, เพิ่มประสิทธิภาพองค์กร, ธุรกิจเคมีภัณฑ์

_____ อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระหลัก

Name : Mr. Rittirong Phaengbubpha

Independent Study Title : Enhancing Organization Efficiency through Communication Strategies of the Chemical Business Group in Rayong Province

Major Field : Industrial Business Administration
King Mongkut's University of Technology North Bangkok

Independent Study Advisor : Assistant Professor Dr. Nattapol Phumsiri

Academic Year : 2025

ABSTRACT

This research aimed to enhance organizational efficiency through communication strategies within the chemical business sector in Rayong Province. Data were collected using a questionnaire administered to a sample of 385 respondents. Statistical analyses included descriptive statistics frequency, percentage, mean, and standard deviation as well as mean comparison, one-way analysis of variance (ANOVA), and pairwise comparison using the Scheffé method, with the level of statistical significance set at .05.

The research findings revealed that the majority of the respondents were female. Most were aged between 30 and 40 years, held a bachelor's degree, worked at the operational level, and had less than 10 years of current work experience. Comparative analysis based on gender, current work experience, and current position revealed no statistically significant differences at the .05 level in the overall importance of organizational communication strategies among employees in the chemical business sector. When analyzed by dimension, no statistically significant differences were found at the .05 level in the sender, message, communication channel, and receiver dimensions. However, item level comparison revealed one statistically significant difference at the .05 level, namely that information regarding rules, regulations, and operational guidelines of the organization was perceived as realistic and easy to understand

(Total 109 Pages)

Keywords: Communication Strategies, Organizational Efficiency Enhancement, Chemical industry

_____ Advisor

กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำวิจัยฉบับนี้ต้องการเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรด้วยกลยุทธ์การสื่อสารของกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาบุคลากรเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กรเพื่อเสริมสร้างอัตราการธำรงรักษาพนักงานได้ และสร้างและรักษาความสัมพันธ์อันดีระหว่างพนักงานระดับต่าง ๆ ในองค์กร

การดำเนินงานวิจัยสามารถเป็นไปตามกำหนดการของแผนการดำเนินงานวิจัย โดยได้รับความกรุณาจากคณะผู้เชี่ยวชาญที่ช่วยชี้แนะเนื้อหาและปรับแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยอย่างครบถ้วนสมบูรณ์ ได้รับความอนุเคราะห์อย่างดียิ่งจากผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านซึ่งทำให้งานวิจัยนี้ สำเร็จลุล่วงด้วยดี และได้รับความกรุณาอย่างสูงจาก รองศาสตราจารย์ ดร.เสรี วงษ์มณฑา รองศาสตราจารย์ ดร.สุนีย์ วรรธนโกมล และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพล พุ่มศิริ อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่กรุณาให้คำแนะนำปรึกษาตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่ง ผู้วิจัยตระหนักถึงความตั้งใจจริงและความทุ่มเทของอาจารย์และขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

อนึ่ง ผู้วิจัยหวังว่า งานวิจัยฉบับนี้จะมีประโยชน์อยู่ไม่น้อย จึงขอมอบส่วนดีทั้งหมดนี้ให้แก่เหล่าคณาจารย์ที่ได้ประสิทธิประสาทวิชาจนทำให้งานวิจัยนี้เป็นประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้อง สำหรับข้อบกพร่องต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้น ผู้วิจัยขอน้อมรับผิดเพียงผู้เดียวและยินดีที่จะรับฟังคำแนะนำจากทุกท่านที่ได้เข้ามาศึกษา เพื่อใช้เป็นประโยชน์ในการพัฒนางานวิจัยต่อไป

ฤทธิรงค์ แพงบุบผา

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย ..... ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ..... ค
กิตติกรรมประกาศ ..... ง
สารบัญ ..... จ
สารบัญตาราง ..... ช
สารบัญรูปภาพ ..... ฎ
บทที่ 1 บทนำ 2
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา 2
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย 3
1.3 ขอบเขตของการวิจัย 4
1.4 ข้อตกลงเบื้องต้น 4
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ 4
1.6 ประโยชน์ของการวิจัย 5
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 7
2.1 อุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ 7
2.2 แนวคิดและทฤษฎีจากเอกสารและตำราที่เกี่ยวข้อง 7
2.3 สรุปเอกสารและงานวิจัยเข้าสู่ประเด็นปัญหาการวิจัย 23
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 24
2.5 กรอบแนวคิดการวิจัย 28
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย 30
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 30
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 30
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล 31
3.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล 32

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 4 ผลของงานวิจัย 34
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 34
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรด้วยกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม 36
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถามพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง 40
4.4 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถามพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง 45
4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามปลายเปิดเป็นข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆของผู้ตอบแบบสอบถาม 77
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ 78
5.1 สรุปผลการวิจัย 80
5.2 อภิปรายผลการวิจัย 82
5.3 ข้อเสนอแนะ 84
บรรณานุกรม 85
ภาคผนวก 93
ภาคผนวก ก 94
ภาคผนวก ข 100
ประวัติผู้เขียน 109

สารบัญตาราง

ตารางที่ หน้า

4-1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านเพศ 34
4-2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านอายุ 35
4-3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านระดับการศึกษา . 35
4-4 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านประสบการณ์การทำงาน..... 36
4-5 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านตำแหน่งงานปัจจุบัน 36
4-6 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของการเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรด้วยกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถามด้านช่องทางหลักที่ใช้ในการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน 37
4-7 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของการเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรด้วยกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของผู้ตอบ แบบสอบถามด้านทิศทางการไหลของข้อมูลที่สัมผัสได้ว่าเกิดขึ้นบ่อยที่สุด 37
4-8 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของการเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรด้วยกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถามด้านลักษณะเนื้อหาของข้อมูลที่ได้รับและส่งต่อบ่อยที่สุด 38
4-9 แสดงจำนวนและค่าร้อยละการเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรด้วยกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถามด้านปัญหาหรืออุปสรรคการสื่อสารที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพงาน . 39
4-10 แสดงจำนวนและค่าร้อยละการเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรด้วยกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถามด้านบรรยากาศการสื่อสารในหน่วยงาน..... 39
4-11 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถามของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์ จังหวัดระยอง โดยภาพรวม..... 41
4-12 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านเพศ..... 46
4-13 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กร ข้อที่ 9 ข่าวสารเกี่ยวกับกฎเกณฑ์ระเบียบข้อปฏิบัติในการทำงานต่างๆ ของหน่วยงานตั้งอยู่บนพื้นฐานความเป็นจริงและเข้าใจง่าย จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ 48

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ หน้า

4-14 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านประสบการณ์การทำงาน 49
4-15 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรโดยภาพรวม จำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์การทำงาน 52
4-16 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรด้านผู้ส่งสาร จำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์การทำงาน 53
4-17 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กร ข้อที่ 6 ผู้บริหาร/หัวหน้างาน มีความน่าเชื่อถือและเป็นแบบอย่างที่ดีในการสื่อสารนโยบาย จำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์การทำงาน 53
4-18 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กร ข้อที่5 ผู้บริหารมีการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ที่ทำให้พนักงานรู้สึกถึงความมั่นคงขององค์กร จำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์การทำงาน 54
4-19 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรด้านข้อมูลข่าวสาร จำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์การทำงาน 54
4-20 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กร ข้อที่ 8 ข้อมูลที่ได้รับจากองค์กรนั้นมีประโยชน์ จำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์การทำงาน 55
4-21แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กร ข้อที่ 10 เนื้อหาข่าวสารมีความถูกต้อง แม่นยำ และเป็นข้อมูลที่ผ่านการกรองมาแล้ว จำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์การทำงาน 56
4-22 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กร ข้อที่ 12 เนื้อหาการสื่อสารสะท้อนถึงค่านิยมองค์กรและการทำงานร่วมกันเป็นทีม จำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์การทำงาน 56

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ หน้า

4-23 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กร ข้อที่ 13 การใช้สื่อประสม (ภาพ/วิดีโอ) เพื่อช่วยให้เนื้อหาที่ยากกลายเป็นเรื่องง่าย จำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์การทำงาน 57

4-24 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรด้านช่องทางการสื่อสาร จำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์การทำงาน 58

4-25 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กร ข้อที่ 17 ช่องทางสื่อสารแบบสองทาง ให้พนักงานสะท้อนปัญหาถึงผู้บริหาร จำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์การทำงาน 58

4-26 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กร ข้อที่ 19 มีระบบการจัดเก็บข้อมูลที่สืบค้นได้ง่าย จำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์การทำงาน 59

4-27 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กร ข้อที่ 23 ความสามารถทำความเข้าใจข้อมูลข่าวสารที่ได้รับอย่างรวดเร็ว จำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์การทำงาน 60

4-28 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กร ข้อที่ 24 ความสามารถนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ในการตัดสินใจแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ จำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์การทำงาน 60

4-29 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านตำแหน่งงาน 61

4-30 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยองด้านผู้ส่งสาร จำแนกตามสถานภาพด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน 64

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ หน้า

4-31 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 1 มีความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาของสารที่ต้องการจะสื่อออกไปเป็นอย่างดี จำแนกตามสถานภาพด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน 65

4-32 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 5 ผู้บริหารมีการสื่อสารวิสัยทัศน์และเป้าหมายขององค์กรให้พนักงานรับทราบอย่างชัดเจน จำแนกตามสถานภาพด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน 67

4-33 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 7 ผู้บริหารมีการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ที่ทำให้พนักงานรู้สึกถึงความมั่นคงขององค์กร จำแนกตามสถานภาพด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน 68

4-34 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 8 ข้อมูลที่ได้รับจากองค์กรนั้นมีประโยชน์ จำแนกตามสถานภาพด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน 69

4-35 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 10 เนื้อหาข่าวสารมีความถูกต้อง แม่นยำ และเป็นข้อมูลที่ผ่านการกรองมาแล้ว จำแนกตามสถานภาพด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน 70

4-36 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 12 เนื้อหาการสื่อสารสะท้อนถึงค่านิยมองค์กรและการทำงานร่วมกันเป็นทีม จำแนกตามสถานภาพด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน 71

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ หน้า

4-37 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 15 อุปกรณ์ที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการสื่อสารของหน่วยงานมีเพียงพอ เช่น คอมพิวเตอร์ กระดานบอร์ด โทรศัพท์ จำแนกตามสถานภาพด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน 72

4-38 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 16 หน่วยงานของท่านมีการประชุมอย่างสม่ำเสมอและมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารขององค์กร จำแนกตามสถานภาพด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน 73

4-39 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 22 มีการพัฒนาทักษะในการอ่านที่ดี ทำให้สามารถคิดวิเคราะห์และตีความหมายเนื้อหาข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้ จำแนกตามสถานภาพด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน 74

4-40 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 23 สามารถทำความเข้าใจข้อมูลข่าวสารที่ได้รับอย่างรวดเร็ว จำแนกตามสถานภาพด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน 75

4-41 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 24 สามารถนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ในการตัดสินใจแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ จำแนกตามสถานภาพด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน 76

4-42 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามปลายเปิดเป็นข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม 77

สารบัญรูปภาพ

ภาพที่ หน้า

1-1 แสดงอัตราผู้มีงานทำตั้งแต่ปี พ.ศ.2564-2567 จังหวัดระยอง 2
1-2 แสดงอัตราการลาออกของพนักงานตั้งแต่ปี พ.ศ.2565-2568 2
2-1 แบบจำลอง SMCR ของเดวิด เค เบอร์โล 9
2-2 องค์ประกอบของการสื่อสาร 12
2-3 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย 28

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

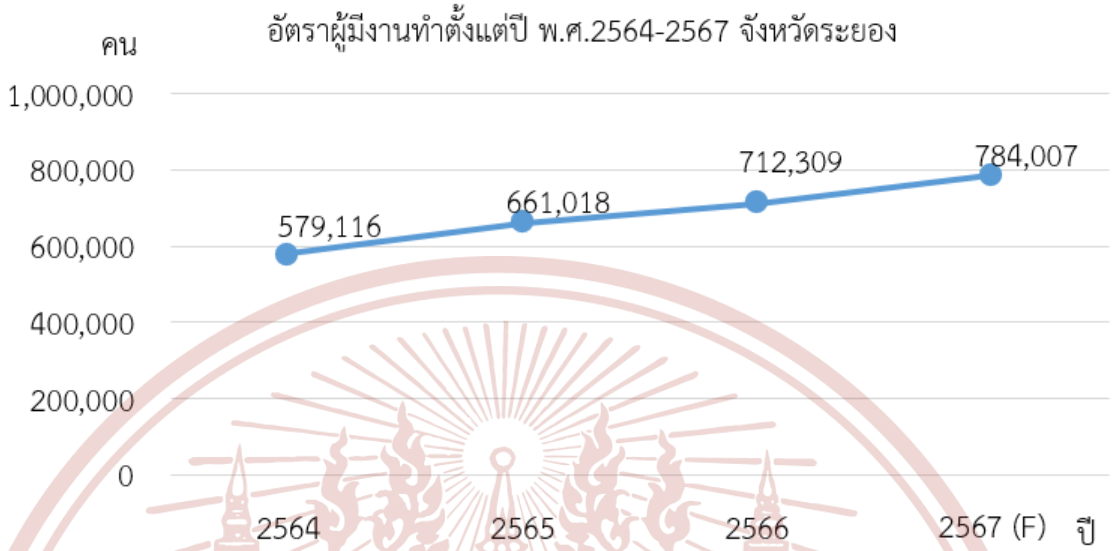
บทที่ 1
บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ.2566–2570) ได้กำหนดทิศทางการพัฒนาประเทศเพื่อมุ่งสู่ประเทศไทยที่มีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ภายใต้เจตนารมณ์ของยุทธศาสตร์ชาติประการที่ 3 ว่าด้วยการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม โดยยึดแนวคิด “ไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง” ซึ่งเป็นพื้นฐานของเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ของสหประชาชาติ แนวคิดดังกล่าวมุ่งเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับประชาชนทุกกลุ่ม ทั้งในมิติของปัจจัยดำรงชีวิตขั้นพื้นฐาน สภาพแวดล้อมที่เหมาะสม สุขภาวะทางกายและจิตใจที่สมบูรณ์ รวมถึงการมีโอกาสพัฒนาศักยภาพตนเอง เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายหลักข้อที่ 2 คือ การพัฒนาคนสำหรับโลกยุคใหม่ ซึ่งมุ่งเน้นการยกระดับทักษะ ความรู้ พฤติกรรม และคุณลักษณะที่เหมาะสมกับบริบทการทำงานในอนาคต (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565)

ในยุคที่เศรษฐกิจและเทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว องค์กรในภาคอุตสาหกรรมจำเป็นต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงยิ่งขึ้น ทั้งด้านการผลิต นวัตกรรม และการบริหารทรัพยากรมนุษย์ โดยเฉพาะ “พนักงาน” ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนประสิทธิภาพและความสำเร็จขององค์กร พื้นที่เขตอุตสาหกรรมจังหวัดระยองในฐานะศูนย์กลางอุตสาหกรรมของภาคตะวันออกภายใต้โครงการเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor: EEC) มีบทบาทสำคัญในการรองรับการลงทุนจากทั้งในและต่างประเทศ ส่งผลให้ความต้องการแรงงานที่มีทักษะสูงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญต่อโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศ

หนึ่งในตัวชี้วัดสำคัญของแผนฯ ฉบับที่ 13 คือ สัดส่วนผู้มีงานทำที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2563 ซึ่งสะท้อนถึงความก้าวหน้าด้านโอกาสทางเศรษฐกิจและการจ้างงานของประเทศ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565) ส่งผลให้จำนวนผู้มีงานทำปรับตัวสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งเป็นข้อมูลที่มีความสำคัญต่อการทำความเข้าใจบริบทตลาดแรงงานในพื้นที่จังหวัดระยองและเป็นปัจจัยพื้นฐานต่อการดำเนินการศึกษาในครั้งนี้ ดังที่แสดงในภาพที่ 1-1

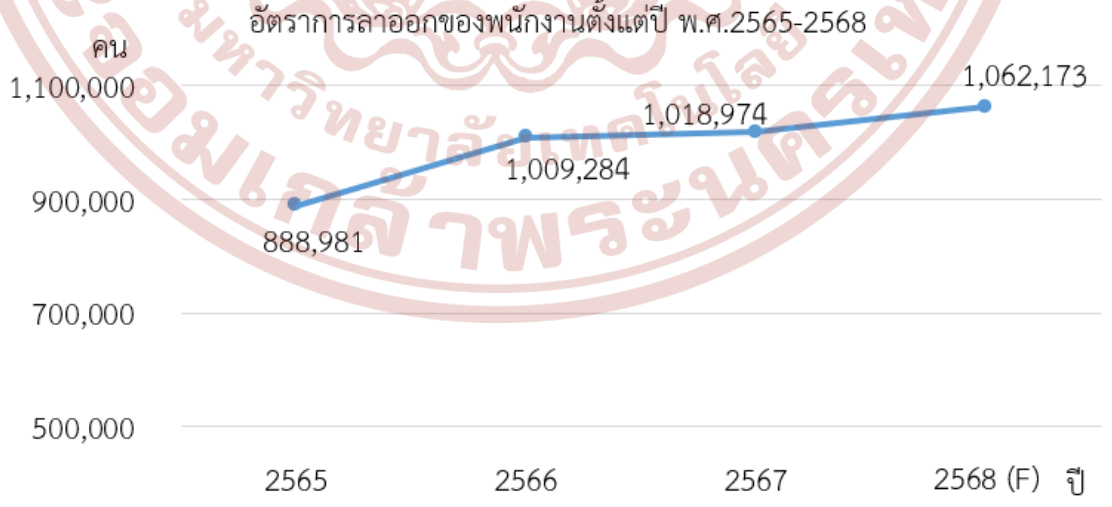


ภาพที่ 1-1 แสดงอัตราผู้มีงานทำตั้งแต่ปี พ.ศ.2564-2567 จังหวัดระยอง

ที่มา : สำนักงานสถิติจังหวัดระยอง, 2567

จากภาพที่ 1-1 แสดงให้เห็นว่าอัตราผู้มีงานทำตั้งแต่ปี พ.ศ.2564-2567 มีอัตราเพิ่มสูงขึ้น ในพื้นที่โครงการเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor : EEC) โดยจังหวัดระยองมีอัตราผู้มีงานทำเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.58 ในขณะที่จังหวัดฉะเชิงเทรามีอัตราผู้มีงานทำเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.13 และจังหวัดชลบุรีมีอัตราผู้มีงานทำเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.40

ในขณะเดียวกันข้อมูลจากศูนย์ข้อมูลกลาง กรมการจัดหางาน กระทรวงแรงงาน ชี้ให้เห็นว่าตั้งแต่ปี พ.ศ.2565-2568 มีอัตราการลาออกของพนักงานเพิ่มสูงขึ้น ดังแสดงในภาพที่ 1-2



ภาพที่ 1-2 แสดงอัตราการลาออกของพนักงานตั้งแต่ปี พ.ศ.2565-2568

ที่มา : ระบบศูนย์ข้อมูลกลาง กรมการจัดหางาน กระทรวงแรงงาน, 2568

จากภาพที่ 1-2 แสดงให้เห็นว่าอัตราการลาออกของพนักงาน ตั้งแต่ปี พ.ศ.2565-2568 มีแนวโน้มการลาออกของพนักงานเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งมากกว่าร้อยละ 80 เป็นการลาออกโดยสมัครใจของพนักงาน

แม้จังหวัดระยองจะเป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์สำคัญด้านอุตสาหกรรมของประเทศ แต่หนึ่งในปัญหาที่หลายองค์กรยังคงเผชิญอย่างต่อเนื่อง คือ อัตราการลาออกของพนักงานที่อยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์ซึ่งมีอัตราการลาออกสูงถึงร้อยละ 15.58 ส่งผลให้เกิดความไม่ต่อเนื่องของกำลังแรงงานและสร้างภาระต้นทุนในการสรรหาและพัฒนาบุคลากรใหม่ ปัจจัยภายในองค์กร เช่น ความพึงพอใจต่อนโยบาย ความชัดเจนของการสื่อสาร และความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานกับองค์กร ล้วนมีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจลาออก

ผลการศึกษาโดย ณัฐธยาน์ อำไพวงษ์ (2559) ซึ่งสำรวจปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจลาออกของพนักงานในเขตอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ดและนิคมอมตะซิตี้ จังหวัดระยอง พบว่าปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน มีค่าเฉลี่ยสูงสุดและเป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงาน ซึ่งสะท้อนถึงปัญหาเชิงลึกด้านการสื่อสารและปฏิสัมพันธ์ภายในองค์กร ชัดเจนว่าการสื่อสารภายในที่ไม่มีประสิทธิภาพเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้อัตราการลาออกในองค์กรอุตสาหกรรมเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา

ดังนั้น งานวิจัยเรื่อง การเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรด้วยกลยุทธ์การสื่อสารของกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง จึงมีความสำคัญในการช่วยเติมเต็มองค์ความรู้เกี่ยวกับบทบาทของกลยุทธ์การสื่อสารในภาคอุตสาหกรรมไทย ซึ่งยังมีงานวิจัยที่จำกัดเมื่อเทียบกับภาคบริการหรือภาครัฐ ผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริหารในองค์กรอุตสาหกรรมในการออกแบบระบบการสื่อสารภายในที่มีประสิทธิภาพ เพื่อลดอัตราการลาออก เพิ่มความผูกพันของพนักงาน และยกระดับความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยองอย่างยั่งยืน

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาที่ได้กล่าวข้างต้น ผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นปัญหาของการวิจัยครั้งนี้เป็น 2 ข้อ ดังนี้

1.2.1 เพื่อการเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรด้วยกลยุทธ์การสื่อสารของกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง

1.2.2 เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรด้วยกลยุทธ์การสื่อสารของกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง จำแนกตามสภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านเพศ ประสบการณ์ทำงานและตำแหน่งงาน

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรด้วยกลยุทธ์การสื่อสารของกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง มีขอบเขตของการวิจัยเป็น 5 ข้อ ดังนี้

1.3.1 การวิจัยครั้งนี้จะใช้กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรของกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง

1.3.2 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ พนักงานของกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง จำนวน 12,088 คน (สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดระยอง, 2568)

1.3.3 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

1.3.3.1 ตัวแปรอิสระ คือ สถานภาพทั่วไป เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำงาน ณ ปัจจุบัน และตำแหน่งงานปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.3.3.2 ตัวแปรตาม คือ กลยุทธ์การสื่อสารในองค์กร ได้แก่ ผู้ส่งสาร ข้อมูลข่าวสาร ช่องทางการสื่อสาร และผู้รับสาร

1.3.4 พื้นที่ในการวิจัยครั้งนี้ การเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรของกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง

1.3.5 ระยะเวลาและวิธีการเก็บรวมรวมข้อมูลของงานวิจัยครั้งนี้ ดำเนินการในเดือนธันวาคม 2568 ถึง เดือนมกราคม 2569

1.4 ข้อตกลงเบื้องต้น

การเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรด้วยกลยุทธ์การสื่อสารของกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง มีข้อตกลงเบื้องต้นของการวิจัยเป็น 3 ข้อ ดังนี้

1.4.1 การบรรยายรายละเอียดของตัวเลือก “อื่น ๆ (โปรดระบุ)” ในข้อคำถามจะแสดงต่อเมื่อผู้ตอบเลือกตอบในตัวเลือกนี้มากกว่าร้อยละ 10 โดยนำรายการที่มีผู้ตอบมากที่สุดเพียง 1 รายการแสดงไว้ต่อท้ายผลการวิจัยในหัวข้อนั้น ๆ

1.4.2 การคำนวณตัวเลขสุดท้ายจะใช้วิธีการปัดทศนิยม เพิ่มหรือลดเพื่อให้ได้ค่าเต็มที่ 100% โดยยึดตามหลักการสากลของมาตรฐานการเงินและการบัญชีที่ยอมรับทั่วไป

1.4.3 กรณีผลการวิเคราะห์งานวิจัยมีค่าเป็น 0 จะไม่อ่านค่าและอธิบายผล

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

การเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรด้วยกลยุทธ์การสื่อสารของกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง มีคำศัพท์ที่สำคัญเพื่อให้เข้าใจตรงกัน 3 ข้อ ดังนี้

1.5.1 การเพิ่มประสิทธิภาพองค์กร หมายถึง กระบวนการพัฒนาองค์กรให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้นทั้งในด้านการบริหารทรัพยากร การปฏิบัติงาน การประสานงาน และผลลัพธ์ทางธุรกิจ โดยมีปัจจัย

จากกลยุทธีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพช่วยสนับสนุนให้องค์กรในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง บรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิผล

1.5.2 กลยุทธ์การสื่อสาร หมายถึง กระบวนการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความคิด เจตคติของพนักงานในองค์กร หรือแนวทางการวางแผนและบริหารกระบวนการสื่อสารภายในองค์กรอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ข้อมูล ข่าวสาร และความเข้าใจที่จำเป็นถูกถ่ายทอดไปยังพนักงานทุกระดับอย่างถูกต้องทันเวลา และสอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร อันนำไปสู่การประสานงานที่มีประสิทธิภาพ การมีส่วนร่วมของพนักงาน และการยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยรวมของกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ทั้งนี้เพื่อดำเนินกิจกรรมให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

1.5.3 กลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์ หมายถึง หน่วยงานหรือองค์กรที่ประกอบกิจการเกี่ยวกับการผลิต จำหน่าย หรือให้บริการด้านเคมีภัณฑ์ในพื้นที่จังหวัดระยอง ซึ่งรวมถึงโรงงาน ผู้ประกอบการ และสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับสารเคมีหรือผลิตภัณฑ์เคมีในกระบวนการอุตสาหกรรม โดยกลุ่มธุรกิจเหล่านี้เป็นบริบทหลักของการศึกษากลยุทธ์การสื่อสารและผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร

1.6 ประโยชน์ของการวิจัย

ผลการวิจัยครั้งนี้จะทำให้ทราบถึงการเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรด้วยกลยุทธ์การสื่อสารของกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ซึ่งผู้วิจัยคาดว่าจะเป็นประโยชน์ 3 ด้าน ดังนี้

1.6.1 ด้านการศึกษา

เพื่อเป็นประโยชน์แก่สถาบันการศึกษาต่าง ๆ ได้นำผลการวิจัยไปใช้เป็นข้อมูลสำหรับรายวิชา การบริหารทรัพยากรมนุษย์หรือรายวิชาที่เกี่ยวข้อง และเป็นแนวทางสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1.6.2 ด้านพนักงาน

เพื่อให้พนักงานในองค์กรสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเป็นแนวทางในการวางแผนการสื่อสารให้เหมาะสมกับบุคลากรในแต่ละแผนกและปรับปรุงแนวทางในการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพสูงสุดในองค์กร

1.6.3 ด้านสถานประกอบการ

1.6.3.1 ฝ่ายบริหาร สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเป็นแนวทางในการพัฒนาบุคคลากรเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กรเพื่อเสริมสร้างอัตราการธำรงรักษาพนักงานได้

1.6.3.2 ฝ่ายบุคคล สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเป็นแนวทางในการสร้างและรักษาความสัมพันธ์อันดีระหว่างพนักงานระดับต่าง ๆ ในองค์กร

บทที่ 2
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เรื่อง การเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรด้วยกลยุทธ์การสื่อสารของธุรกิจเคมีภัณฑ์ จังหวัดระยอง นี้ ผู้วิจัยได้แนวคิด ทฤษฎี เอกสารต่าง ๆ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย ดังนี้

2.1 อุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์

2.2 แนวคิดและทฤษฎีจากเอกสารและตำราที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 ความหมายของการสื่อสาร

2.2.2 แบบจำลองการสื่อสารตามแนวคิดของเบอร์โล

2.2.3 องค์ประกอบของการสื่อสาร

2.2.4 รูปแบบการสื่อสารในองค์กร

2.2.5 ปัจจัยการสื่อสารในองค์กร

2.2.6 ประสิทธิภาพของการสื่อสารในองค์กร

2.2.7 แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารและประสิทธิภาพการสื่อสาร

2.3 สรุปเอกสารและงานวิจัยเข้าสู่ประเด็นปัญหาการวิจัย

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.5 กรอบแนวคิดการวิจัย

2.1 อุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์

ต้นกำเนิดของอุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์มีรากฐานมาจากการพัฒนาทางเคมีสมัยใหม่ในช่วงศตวรรษที่ 18–19 ซึ่งเป็นยุคที่มีการค้นพบธาตุใหม่ การตั้งทฤษฎีโครงสร้างโมเลกุล และการพัฒนากระบวนการสังเคราะห์สารเคมีเชิงอุตสาหกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการค้นพบกระบวนการปฏิวัติอย่าง Haber–Bosch Process ในช่วงต้นศตวรรษที่ 20 ซึ่งทำให้มนุษย์สามารถผลิตแอมโมเนียในปริมาณมากเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบสำคัญในอุตสาหกรรมปุ๋ย พลาสติก และสารเคมีพื้นฐาน ส่งผลให้อุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์เติบโตอย่างรวดเร็วและกลายเป็นโครงสร้างพื้นฐานสำคัญของเศรษฐกิจโลกคำว่า “เคมีภัณฑ์” มีรากศัพท์จากคำว่า Chemistry ซึ่งมาจากภาษากรีก “χημεία – Khemeia” หมายถึง “ศิลปะแห่งการแปรสภาพ” และคำว่า Industry ซึ่งมาจากภาษาละติน “Industria” แปลว่า ความเพียรพยายามในการผลิต เมื่อรวมกันแล้วหมายถึงกระบวนการผลิตสารเคมีและวัสดุที่ผ่านการแปรรูปอย่างมีระบบเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบหรือผลิตภัณฑ์ต่อยอดในอุตสาหกรรมต่างๆ

อุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ หรือ Chemical Industry ประกอบด้วยบริษัทและองค์กรจำนวนมากที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย การออกแบบ การสังเคราะห์ การผลิต และการจัดจำหน่ายสารเคมีหลากหลายประเภท เช่น เคมีภัณฑ์พื้นฐาน ปิโตรเคมี โพลิเมอร์ เรซิน ตัวทำละลาย ก๊าซอุตสาหกรรม และส่วนประกอบทางเคมีที่ใช้เป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมอื่น อุตสาหกรรมนี้ถือเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีขนาดใหญ่ของโลกเมื่อตรวจวัดโดยมูลค่าการผลิต (Production Value) และยังเป็นอุตสาหกรรมที่มีอัตราการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนา (R&D) ในระดับสูง เพื่อสร้างวัสดุใหม่ กระบวนการที่ปลอดภัยขึ้น และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมผลิตภัณฑ์หลักของกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์ครอบคลุมตั้งแต่สารเคมีพื้นฐานที่ใช้ในอุตสาหกรรมพลาสติก ยางสังเคราะห์ สิ่งทอ ยานยนต์ อิเล็กทรอนิกส์ ก่อสร้าง ไปจนถึงเคมีภัณฑ์เฉพาะทางสำหรับอุตสาหกรรมยา เครื่องสำอาง และอาหาร แม้ว่าจะมีความหลากหลายสูง แต่จุดร่วมสำคัญคือผลิตภัณฑ์เหล่านี้เป็น “วัตถุดิบหลัก” ที่ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมต่อเนื่องจำนวนมาก และทำให้ภาคการผลิตโดยรวมมีความเข้มแข็ง

อุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์จึงมีบทบาทอย่างยิ่งต่อโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศ โดยเฉพาะในพื้นที่สำคัญอย่างจังหวัดระยอง ซึ่งเป็นศูนย์กลางการผลิตปิโตรเคมีและสารเคมีขั้นต้นที่ใหญ่ที่สุดของไทย กลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์ในพื้นที่จึงต้องพัฒนากระบวนการบริหารจัดการ เทคโนโลยีความปลอดภัย และระบบการสื่อสารภายในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อตอบสนองความซับซ้อนของกระบวนการผลิต ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย และความคาดหวังของชุมชนโดยรอบอย่างต่อเนื่อง

2.2 แนวคิดและทฤษฎีจากเอกสารและตำราที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้รวบรวมเนื้อหาที่สำคัญเกี่ยวกับ แนวคิดและทฤษฎีจากเอกสารและตำราที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย เรื่อง “การเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรด้วยกลยุทธ์การสื่อสารของธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง” สรุปได้ 8 ข้อ ดังนี้

2.2.1 ความหมายของการสื่อสาร

นักวิชาการได้มีการให้คำนิยามและความหมายของคำว่า “การสื่อสาร” ไว้ ดังนี้

Kelley and Robert (1977) ให้ความหมายว่า การรับ-ส่งสัญลักษณ์เพื่อทำให้เกิดความหมายในใจของบุคคลที่ มีความเกี่ยวข้องต้องกันและมีประสบการณ์เดียวกันเราเรียกกระบวนการนี้ว่า การสื่อสาร

Daniel and Spiker (1994) ให้ความหมายของการสื่อสารว่า คือ การที่บุคคลสองคนขึ้นไป ได้สร้างให้เกิดการรับรู้ร่วมกัน โดยการใช้วจนภาษาและอวัจนภาษาเพื่อให้เกิดการรับรู้และแปลความหมายขึ้น

ปรมะ สตะเวทิน (2538) กล่าวว่า การสื่อสาร คือ กระบวนการของการถ่ายทอดสาร (Message) จากบุคคลหนึ่งซึ่งเรียกว่า ผู้ส่งสาร (Sender) ไปยังอีกบุคคลหนึ่งซึ่งเรียกว่า รับสาร (Receiver) โดยผ่านสื่อ (Channel)

นิรันทร์ชัย พัฒนพงศา (2542) กล่าวถึง ความหมายของการสื่อสารว่า “เป็นการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยใช้สื่อหรือช่องทางต่าง ๆ เพื่อมุ่งหมายให้นำจิตใจให้เกิดผลในการให้เกิดการรับรู้ หรือเปลี่ยน ทัศนคติ หรือให้เปลี่ยนพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง”

วิจิตร อาวะกุล (2546) กล่าวว่าการสื่อสาร คือ กระบวนการในการส่งผ่านหรือสื่อความหมายระหว่างบุคคล สังคมมนุษย์เป็นสังคมที่มีภารกิจมากมาย การสื่อความสามารถของมนุษย์คือความหมายให้ผู้อื่นเข้าใจได้ โดยแสดงออกในรูปของความต้องการ ความปรารถนา ความรู้สึกนึกคิด ความรู้ และประสบการณ์ต่าง ๆ บุคคลทุกคนล้วนมีปฏิสัมพันธ์

วิจิตร อาวะกุล (2547) ให้ความหมายว่า “การสื่อสารคือการถ่ายทอด (Transfer and Understanding of Meaning) หมายถึง การติดต่อสื่อสารของบุคคลมากกว่าหนึ่งคนที่มีความตั้งใจต้องการติดต่อกันเพื่อให้เกิดความหมายใจ ถูกต้อง การสื่อสารอาจมีลักษณะเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) และเป็นการสื่อสารในองค์กร หรือการติดต่อกันโดยทั่วไปว่าการติดต่อสื่อสารขององค์กร (Organization Communication)”

เกศินี จุฑาวิจิตร (2548) ได้ให้ความหมายของการสื่อสารไว้ว่า เป็นกระบวนการส่งสารที่มีความเคลื่อนไหวและต่อเนื่องในการกระทำ โดยผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างมีเป้าหมายชัดเจน

สุพานี สฤษฏ์วานิช (2552) ให้ความหมายของการสื่อสารว่า หมายถึง การที่คนตั้งแต่สองคนขึ้นไปแลกเปลี่ยนข้อมูลหรือความหมายบางอย่าง แล้วทำให้เกิดความเข้าใจตรงกันตามที่ต้องการ

สรุปการสื่อสารคือกระบวนการถ่ายทอด แลกเปลี่ยน หรือส่งผ่านข่าวสาร ความหมาย ความคิด และความรู้สึกระหว่างบุคคลสองคนขึ้นไป โดยใช้ภาษา อวัจนภาษา สัญลักษณ์ หรือสื่อรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร กระบวนการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจะต้องทำให้ผู้รับสารสามารถตีความและเข้าใจตรงตามความหมายที่ผู้ส่งสารตั้งใจถ่ายทอด ซึ่งจะช่วยลดความคลาดเคลื่อน และนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงเจตคติหรือพฤติกรรมตามที่ต้องการได้อย่างเหมาะสม

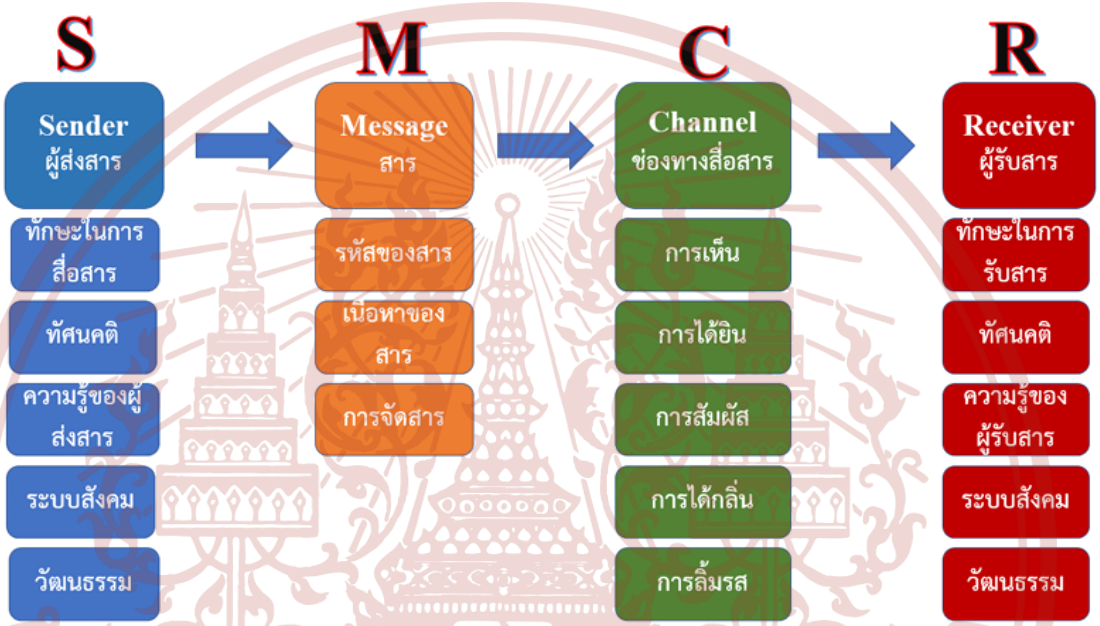
ทั้งนี้ผู้วิจัยจะนำแนวคิดดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ในการให้ความหมายในแบบสอบถามการวิจัย

2.2.2 แบบจำลองการสื่อสาร SMCR ของเบอร์โล (Berlo’s SMCR Model)

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดแบบจำลองการสื่อสารของ เดวิด เค. เบอร์โล (David K. Berlo) มาเป็นกรอบพื้นฐานในการวิจัย เบอร์โล (Berlo, 1960) อธิบายการสื่อสารจะประสบประสิทธิผลหรือไม่นั้นขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพขององค์ประกอบต่างๆ และได้แสดงปัจจัยที่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพขององค์กร

ประกอบแต่ละองค์ประกอบไว้ในแบบจำลองกระบวนการสื่อสาร ซึ่งเป็นที่รู้จักกันในนามของ S M C R model นั่นเอง แบบจำลองกระบวนการสื่อสาร

เนื่องจากเป็นแบบจำลองที่จำแนกองค์ประกอบของการสื่อสารได้อย่างชัดเจนและเป็นระบบ ซึ่งสอดคล้องกับการวัดระดับกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กร 4 ด้าน ซึ่งปรากฏในภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 2-1 แบบจำลอง SMCR ของเดวิด เค เบอร์โล

ที่มา Berlo, D. K. (1960). The process of communication An introduction to theory and practice. New York Holt, Rinehart and Winston

จากภาพที่ 2-1 สามารถอธิบายองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์ได้ 4 ส่วนหลัก ดังนี้:

ส่วนที่ 1 ผู้ส่งสาร (Source/Sender): เบอร์โล (Berlo, 1960) กล่าวว่า บุคคลหรือหน่วยงานที่เป็นต้นทางของข้อมูล ในบริบทของงานวิจัยนี้คือ ผู้บริหาร หัวหน้างาน หรือฝ่ายบุคคล โดยประสิทธิภาพของผู้ส่งสารจะขึ้นอยู่กับ ทักษะการสื่อสาร ทัศนคติ ระดับความรู้ และระบบสังคมวัฒนธรรมขององค์กร เช่น พรรคการเมือง บริษัท รัฐบาล หรือหน่วยงานราชการก็ได้

พัชนี เชยจรรยา และคณะ (2538) กล่าวว่า ผู้ส่งสาร คือบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่เป็นผู้ริเริ่มเริ่มต้นส่งสารไปยังอีกบุคคลหนึ่ง หรือเป็นผู้ทำหน้าที่ส่งสารผ่านทางช่องทางสารไปยังผู้รับสารดังนั้นผู้ส่งสารจึงมาบทบาทในการชี้นำว่าพฤติกรรมการสื่อสารในสถานการณ์หนึ่ง๐นั้น จะเป็นไปในรูปแบบใดและมีผลอย่างไร

ส่วนที่ 2 สาร (Message): เบอร์โล (Berlo, 1960) กล่าวว่า ผลผลิตของผู้ส่งสาร เนื้อหา สาระหรือสิ่งที่ต้องการถ่ายทอดความคิด ความรู้สึก ความต้องการ ข่าวสาร และวัตถุประสงค์ของตนที่

ปรากฏออกมาเป็นรูปของรหัสสัญญาณ (Code) เนื้อหา (Content) และการจัดลำดับข้อมูล (Treatment) เช่นเมื่อเราพูดสารก็คือถ้อยคำที่เราพูด เมื่อเราเขียน สารคือตัวหนังสือที่เราเขียนเป็นคำ เป็นประโยค เมื่อเราแสดงกิริยาท่าทาง สารก็ปรากฏในหน้าหนังสือพิมพ์ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสารประกอบด้วย รหัสสัญญาณ (Code), เนื้อหา (Content) และการเสนอ (Presentation) ซึ่งในอุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ ข้อมูลต้องมีความถูกต้อง แม่นยำ และทันสมัย

ส่วนที่ 3 สื่อ หรือช่องทางการสื่อสาร (Channel): หมายถึง ตัวกลางที่นำสารไปสู่ผู้รับ ในองค์กรประกอบด้วยสื่อหลายรูปแบบ เช่น การประชุม (Face-to-face), อีเมล, แอปพลิเคชันภายในหรือสื่อประกาศต่างๆ เช่น เมื่อวานเราอ่านหนังสือพิมพ์ คลื่นแสงในอากาศและหนังสือพิมพ์เป็นสื่อ เมื่อเราดูโทรทัศน์ สื่อก็คือ คลื่นแสง คลื่นเสียง และจอโทรทัศน์ในกระบวนการสื่อสารของมนุษย์ ซึ่งช่องทางที่เหมาะสมจะช่วยลดการบิดเบือนของสาร เป็นองค์ประกอบสำคัญของการสื่อสาร โดยพาหนะหรือตัวกลางในการนำสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร หากผู้รับสารที่ต้องการส่งสารไปยังผู้รับสาร ไม่มีสื่อเพื่อส่งสาร การสื่อสารนั้นก็ย่อมไม่เกิดขึ้น ฉะนั้น ช่องทางการสื่อสารจึงเปรียบเสมือนทางหรือพาหนะระหว่างผู้ร่วมเดินทาง

ส่วนที่ 4 ผู้รับสาร (Receiver): หมายถึง พนักงานในกลุ่มธุรกิจเชื้อเพลิงที่เป็นเป้าหมายของการสื่อสาร โดยความสำเร็จวัดจากการที่พนักงานมีความรู้ความเข้าใจ มีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร และเกิดความผูกพันจนสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

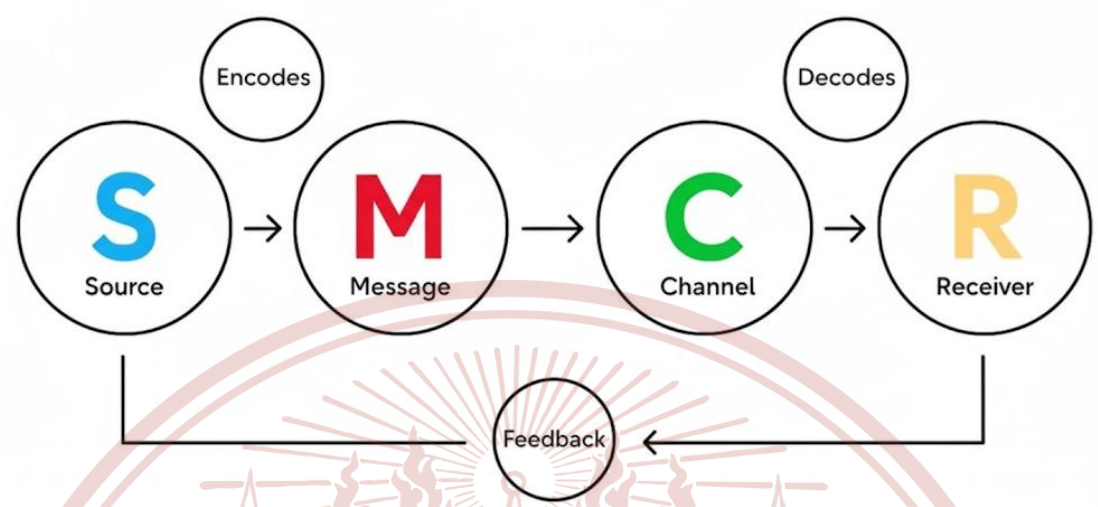
ด้านที่ 1 องค์ประกอบของการสื่อสาร กิติมา สุรสนิท (2541) ได้อ้าง องค์ประกอบการสื่อสารมีดังนี้ กระบวนการสื่อสารนั้นจะต้องประกอบด้วยส่วนสำคัญ ๆ 4 ส่วนเป็นอย่างน้อย คือ ผู้ส่งสาร (Sender) สาร (Message) ช่องสาร (Channel) และ ผู้รับสาร (Receiver) ซึ่งจะกล่าวถึงรายละเอียดขององค์ประกอบ 4 ด้าน ดังต่อไปนี้

ด้านที่ 2 ผู้ส่งสาร (Sender) ผู้ส่งสารเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในกระบวนการสื่อสาร มีบทวิจารณ์ว่าได้ให้คำนิยามของผู้ส่งสารไว้ว่า ผู้ส่งสาร หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีความมุ่งหมายต้องการสื่อข่าวสาร ซึ่งต้องแจ้งข่าวสารข้อมูล ข่าวสาร อารมณ์ ความรู้สึกนึกคิด ความคิดเห็น ทัศนคติ ความเชื่อและอื่น ๆ ไปยังผู้รับสาร เพื่อก่อให้เกิดผลอย่างใดอย่างหนึ่งต่อผู้รับสาร ดังนั้น ผู้ส่งสารจึงเป็นองค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์ต่อองค์ประกอบอื่น ๆ ทั้งในแง่มุมของการเป็นผู้เลือกอบข่าวสารที่จะต้องทอดไป การเลือกรหัสสาร และช่องทางที่จะนำสารไปยังผู้รับสาร รวมทั้งการเลือกและพยายามหาวิธีการที่จะให้ผู้รับข้อมูลข่าวสาร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อก่อการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับใดระดับหนึ่ง หรือในด้านใดด้านหนึ่งกับบุคคลที่เป็นผู้รับสาร เช่น ความต้องการในการเปลี่ยนแปลงการรับรู้ หรือการรับรู้ การเปลี่ยนแปลงความเชื่อ ทัศนคติ และพฤติกรรมของบุคคล ของกลุ่มคน หรือของสังคม เป็นต้น

ด้านที่ 3 สาร (Message) สารเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งในกระบวนการสื่อสาร สารหมายถึงเรื่องราวอันมีความหมายและถูกแสดงออกมาโดยคำพูดสัญลักษณ์ใด ๆ ก็ตามที่สามารถทำให้เกิดการรับรู้ข้อความหมายและมีปฏิกิริยาตอบสนองต่อความหมายที่ได้รับ ซึ่งโดยทั่วไปแล้วสารประกอบด้วย 3 ส่วนที่สำคัญ คือ รหัสสาร (Message Code) คือ ภาษา (Language) หรือสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ถ่ายทอดความหมายของสาร สัญลักษณ์ (Symbol) หรือสัญญาณ (Signal) ที่มนุษย์คิดค้นขึ้นเพื่อแสดงออก ทางความคิด ความรู้สึก ความเชื่อ ค่านิยม และวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ของผู้สื่อสาร ซึ่งส่วนมากถูกแสดงออกมาเป็นสารที่เป็นภาษาพูด ภาษาเขียน (Verbal Message Codes) และรหัสของ สารที่ไม่ใช่ภาษา เช่น ภาษาท่าทาง ภาษาท่าที (Nonverbal Message Codes) เช่น อิริยาบถ ท่าทาง การแสดงอารมณ์ การแสดงความรู้สึก ของคน ในการสื่อสารเพื่อให้ได้รับสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวบรวม คำพูด คำสาร สัญลักษณ์ที่เป็นองค์ประกอบของสาร และผู้รับสารจะมีความกระจ่าง เข้าใจความหมายของสารที่จะสื่อสารได้ไม่มากน้อยเพียงใด

ด้านที่ 4 ผู้รับสาร (Receiver) คำที่ใช้เรียกผู้รับสารลักษณะต่าง ๆ เช่น ผู้รับ (Receiver) ผู้ถอดรหัส (Decoder) ผู้ฟัง (Listener) ผู้ชม (Audience) การสื่อสารจะมีความหมายอย่างไรจะประกอบด้วยการถอดรหัสของผู้รับสารเป็นสำคัญ ทั้งนี้ผู้รับสารจะต้องเป็นผู้ที่มีระดับความรู้ที่ดีพอและมีพื้นฐานทางสังคม วัฒนธรรม ที่สอดคล้องกันระหว่างผู้ส่งสารเพื่อให้เกิดการสื่อความหมายอย่างสมบูรณ์ การถอดรหัส หมายถึง การแปลรหัสของสารจากผู้ส่งให้มีความหมายตามความต้องการเพื่อให้รับรู้ความรู้สึกนึกคิด และเจตนาของผู้ส่งสาร การถอดรหัสที่ดี ผู้รับสารต้องมีทัศนคติที่ดีต่อผู้ส่งสาร มีความสนใจใฝ่รู้ใฝ่ศึกษาข้อมูลใหม่ ๆ บนพื้นฐานของการสื่อสารดี เห็นถึงความสำคัญของการสื่อสารเป็นตัวกลาง ที่จะทำให้ทั้งผู้ส่งและผู้รับสารเข้าใจตรงกัน หรือน้อยที่สุดเกิดความคลาดเคลื่อนน้อยที่สุด หรือผู้รับไม่อาจรับรู้ หรือเข้าใจในสารที่ส่งมาได้ สารที่ผู้ส่ง ส่งไปให้ผู้อื่นจะทำให้การสื่อสารนั้นล้มเหลว ดังนั้น ในการสื่อสารทุกครั้งสิ่งที่ผู้ส่งจะต้องพิจารณาและคำนึงถึงอย่างมากก็คือผู้รับสาร

ดังนั้น จะเห็นได้ว่า กระบวนการสื่อสารมีลักษณะเป็นวงจร ไม่มีจุดเริ่มต้นที่สุดเป็นกระบวนการที่ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารจะเป็นฝ่ายรับและเป็นฝ่ายผู้รับรหัสและถอดรหัส และจะมีข่าวสารข้อมูลตลอดเวลา ข่าวสารที่ผู้รับสารส่งกลับไปยังผู้ส่งข่าวสารนั้น เรียกว่า ข้อมูลสะท้อนกลับ หรือ Feedback ซึ่งข้อมูลสะท้อนกลับ เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญอย่างหนึ่งของกระบวนการสื่อสาร เพราะเป็นข้อมูลที่บอกให้แหล่งข่าวสารคือผู้ส่งข่าวสารรู้ว่า ข่าวสารที่ส่งออกไปนั้นกลับได้รับการแปลความหมายและตอบสนองจากผู้รับอย่างไร เพราะฉะนั้นผู้รับสารต้องการให้แปลหรือไม่ กระบวนการสื่อสารดังที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น สามารถเขียนเป็นรูปแบบการสื่อสารได้ ดังนี้



ภาพที่ 2-2 องค์ประกอบของการสื่อสาร

ที่มา เดวิด เค. เบอร์โล. (2503). กระบวนการสื่อสาร. (แปลและเรียบเรียงโดย ปรมะ สตะเวทิน, 2546). กรุงเทพฯ สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

จากการศึกษาผู้วิจัยสรุปได้ว่าว่าการสื่อสารเป็นกระบวนการที่ประกอบด้วยผู้ส่งสาร สาร ช่องทาง และผู้รับสาร ซึ่งแต่ละองค์ประกอบต้องมีความพร้อมและสอดคล้องกันจึงจะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ ผู้ส่งสารต้องมีความรู้ ทักษะ และทัศนคติที่ดีในการถ่ายทอดข้อมูล ขณะที่สารต้องชัดเจนและมีโครงสร้างเหมาะสม ช่องทางการสื่อสารต้องเลือกให้เหมาะกับลักษณะงานและผู้รับสาร และการสื่อสารจะถือว่าสำเร็จเมื่อผู้รับสารเข้าใจตรงตามความหมายที่ผู้ส่งตั้งใจสื่อ

2.2.3 รูปแบบการสื่อสารในองค์กร

เบญจวรรณ แจ่มจำรูญ (2557) รูปแบบของการสื่อสารตามทิศทางของการสื่อสาร ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

ประเภทที่ 1 การสื่อสารทางเดียว (One-Way Communication) เป็นการส่งข่าวสารหรือการสื่อความหมายไปยังผู้รับแต่เพียงฝ่ายเดียวที่ผู้รับไม่สามารถมีการตอบสนองในทันที (immediate response) ให้ผู้ส่งทราบได้แต่อาจจะมีปฏิกิริยาสนองกลับ (feedback) ไปยังผู้ส่งภายหลังได้ การสื่อสารในรูปแบบนี้จึงเป็นการที่ผู้รับไม่สามารถมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันได้ จึงมักเป็นการสื่อสารอาศัยสื่อมวลชน เช่น การฟังวิทยุ หรือการชมโทรทัศน์ เป็นต้น

ประเภทที่ 2 การสื่อสารสองทาง (Two-Way Communication) เป็นการสื่อสารหรือการสื่อความหมายที่ผู้รับมีโอกาสตอบสนองมายังผู้ส่งได้ในทันทีที่ผู้ส่งและผู้รับอาจจะอยู่ต่อหน้ากันหรืออาจอยู่คนละสถานที่ก็ได้แต่ทั้งสองฝ่ายสามารถมีการเจรจาหรือการโต้ตอบกันไปมา โดยที่ต่าง

ฝ่ายต่างผลัดกันทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ส่งและผู้รับในเวลาเดียวกัน เช่น การพูดโทรศัพท์ การประชุม เป็นต้น อย่างไรก็ตามด้วยศักยภาพของเทคโนโลยีในปัจจุบัน เช่น คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตการสื่อสารสองทางสามารถเกิดขึ้นได้โดยไม่จำเป็นต้องกระทำระหว่างบุคคลเท่านั้น อาจเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลกับโปรแกรมคอมพิวเตอร์ก็ได้ และการตอบสนองก็ไม่จำเป็นต้องกระทำในทันที

จากการศึกษา พบว่า รูปแบบของการสื่อสารหลาย ๆ รูปแบบจะทำให้เกิดความคิดความเข้าใจในกระบวนการสื่อสาร สามารถเลือกแบบการสื่อสารไปใช้ได้จริง ทำให้รู้ว่าปัญหาที่เกิดขึ้นในแต่ละรูปแบบเป็นอย่างไร จะช่วยในการคาดคะเนสิ่งที่จะเกิดขึ้นในการสื่อสารเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารช่องทางการสื่อสาร (Communication Channel) คือ สื่อกลางสำหรับใช้ นำสารไปถึงผู้รับข่าวสาร หรือเป็นตัวกลางที่ข่าวสารเคลื่อนไหวระหว่างผู้ส่งข่าวสารกับผู้รับสาร ลักษณะของช่องทางการสื่อสารประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ตัวนำข่าวสารจากผู้ส่งไปยังผู้รับต้องมีวิธีการที่จะบันทึกข่าวสารลงในตัวนำข่าวสารนั้นและต้องมีสิ่งที่ทำให้ตัวนำข่าวสารเดินทางไปถึงผู้รับ

ส่วนที่ 2 ผู้ส่งข่าวจะต้องมีความสามารถในการพูด คือ พูดเป็นภาษาที่สามารถเข้าใจได้และผู้รับข่าวสารเข้าใจ

ส่วนที่ 3 ผู้ฟังจะต้องมีโอกาสเป็นเครื่องรองรับผู้รับสารในแง่ของจิตวิทยา ช่องทางการสื่อสารคือความรู้สึกที่ผู้รับข่าวสารสามารถรับรู้ผู้รับข่าวสารจากผู้ส่งข่าวสารได้ หมายความว่า เราให้คำจำกัดความของช่องทางการสื่อสารในฐานะเป็นกลไกหนึ่งของความรู้สึกที่ จะรับรู้ผู้รับข่าวสารช่องทางการสื่อสารจึงรวมถึงการมองเห็น วิเชียร วิทยอุดม (2556) ประเภทของการติดต่อสื่อสาร (Type of communication) การติดต่อสื่อสารในองค์กรมีวิธีที่หลากหลายที่แตกต่างกันออกไป มีลักษณะวิธีการติดต่อสื่อสารตามความเหมาะสมของแต่ละประเภทของการติดต่อสื่อสาร ผู้บริหารองค์กรจะต้องรู้จักใช้ประเภทของการติดต่อสื่อสารที่เหมาะสม และต้องมีประโยชน์ต่อองค์กรให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ นักวิชาการหลาย ๆ ท่าน จึงแบ่งประเภทของการติดต่อสื่อสารออกเป็นหลายประเภทแตกต่างกันออกไป ซึ่งอาจจะแบ่งออกได้ดังต่อไปนี้

การติดต่อสื่อสารตามลักษณะทิศทางของการสื่อสาร (Direction) แบ่งการติดต่อสื่อสารออกเป็น 4 วิธี ได้แก่

วิธีที่ 1 การติดต่อสื่อสารแบบลงล่าง (Downward communication) เป็นการติดต่อสื่อสารจากระดับสูงสุดลงมายังระดับที่ต่ำกว่าในองค์กร หรือจากผู้บังคับบัญชามาสู่ผู้ใต้บังคับบัญชา จุดมุ่งหมายของการสื่อสารรูปแบบนี้คือเป็นการส่งหรือถ่ายทอดข้อมูลเพื่อเป็นการควบคุมดูแลงานในองค์กรและสั่งการ ไปยังผู้ปฏิบัติงานให้ปฏิบัติตามเป้าหมายขององค์กร โดยส่วนมากจะเป็นในเรื่องของวัตถุประสงค์ นโยบาย วิธีการ คำสั่ง การขอร้องไปยังหน่วยงานต่าง ๆ ในองค์กรและลงไปถึงผู้ส่งสารที่จะใช้เป็นในรูปแบบของคำสั่งให้ปฏิบัติ การออกกฎระเบียบข้อบังคับ การออกประกาศ การ

ประชุม การบันทึก การแนะนำ เป็นต้น การติดต่อสื่อสารในรูปแบบนั้นจะเป็นไปตามลูกโซ่ของคำสั่งจากบนลงสู่ล่าง โดยมีหน้าที่สำคัญ คือ การแจ้งข่าวบุคลากรในระดับต่ำกว่า

วิธีที่ 2 การติดต่อสื่อสารแบบขึ้นบน (Upward communication) เป็นการติดต่อสื่อสารจากระดับที่ต่ำกว่าขึ้นไปยังระดับที่สูงกว่าในองค์กร หรือจากผู้ใต้บังคับบัญชาไปยังผู้บังคับบัญชา จุดมุ่งหมายของการติดต่อสื่อสารรูปแบบนี้คือเป็นการตรวจสอบงาน หรือข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) ว่างานที่ได้ปฏิบัติไปแล้วได้ผลอย่างไร โดยรายงานข้อมูลข่าวสารเหล่านี้ไปยังผู้บังคับบัญชาหรือผู้บริหารระดับสูงกว่า เพื่อเป็นการส่งข้อมูลย้อนกลับจากผู้ใต้บังคับบัญชาต่อผู้บังคับบัญชา ทำให้ทราบผลของการปฏิบัติงาน ส่วนมากจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับการตอบสนองตามคำสั่งของพนักงาน ข้อเสนอแนะ คำร้องทุกข์ ข้อคิดเห็นและการขออนุมัติ เป็นต้น การไหลของข้อมูลข่าวสารจากกระล่างขึ้นบนนี้จะช่วยในการเก็บข้อมูลข่าวสารส่งผ่านไปสู่ระดับที่สูงกว่า ผู้บริหารระดับสูงจะทำหน้าที่เหมือนผู้รับแจ้งข่าวเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของบุคลากรระดับล่างทำให้ทราบว่าระดับล่างทำอะไรอยู่ อะไรเป็นปัญหาของพวกเขา อะไรที่ควรแนะนำให้พวกเขาต้องปรับปรุงและปรับอย่างไรที่พวกเขามีความรู้สึกเกี่ยวกับองค์กร (วิเชียร วิทยอุดม, 2556)

วิธีที่ 3 การติดต่อสื่อสารแบบแนวนอน (Horizontal communication) เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลในระดับเดียวกันตามแนวนอนของสายการบังคับบัญชาตามลำดับขั้นหรือระดับที่ใกล้เคียงกันตามโครงสร้างขององค์กรหรือระหว่างคนที่มีอยู่ระดับเดียวกันก็ได้แต่ไม่ได้มีความสัมพันธ์กันในเชิงผู้บังคับบัญชาไม่มีอำนาจในการบังคับบัญชา จุดมุ่งหมายของการติดต่อสื่อสารในรูปแบบนี้คือเป็นการประสานงานและร่วมกันแก้ปัญหาในการปฏิบัติงาน เพื่อเป็นการนำข้อมูลต่างหน่วยงานระดับเดียวกันนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการประสานงานทั้งองค์กร การติดต่อสื่อสารในลักษณะเป็นการทำงานร่วมกัน ช่วยกันทำงาน ปรึกษาหารือหรือการทำงานเป็นทีม สื่อที่จะใช้เป็นรูปแบบของการปรึกษาหรือด้วยวาจาโต้ตอบ เป็นต้น ความสำคัญของการติดต่อสื่อสารในรูปแบบนี้คือ ในสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา การจัดองค์กรที่ประสบความสำเร็จอยู่กับการตัดสินใจที่ดีมีคุณภาพสูงและการแก้ไขปัญหาที่จุดสูงสุดของความรับผิดชอบทั้งหมด (วิเชียร วิทยอุดม, 2556)

วิธีที่ 4 การติดต่อสื่อสารแบบแนวทแยง (Diagonal communication) เป็นการติดต่อสื่อสาระหว่างบุคคลที่อยู่ต่างหน่วยงานหรือข้ามแผนกและอยู่ต่างระดับ จุดมุ่งหมายของการติดต่อสื่อสารในรูปแบบนี้คือเพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพรวดเร็วและบางอย่างไม่สามารถจะรอการสื่อสารตามสายงานหรือใช้การสื่อสารแบบบนลงล่างได้เพราะจะทำให้งานล่าช้า และเกิดผลเสียหายต่อระบบงานโดยรวมได้ การติดต่อสื่อสารในลักษณะนี้จะเป็นแบบไม่เป็นทางการ การติดต่อสื่อสารแบบนี้จะไม่ขึ้นตรงต่อสายงานของการบังคับบัญชาเป็นการลดขั้นตอนการทำงาน ผู้ติดต่อสื่อสารมีหน้าที่ที่สูงต่ำกว่า

เช่น พนักงานฝ่ายหนึ่งติดต่อโดยตรงกับหัวหน้าแผนกของอีกฝ่ายหนึ่งเป็นต้น (วิเชียร วิทยอุดม, 2556)

สรุปประเภทของการสื่อสาร เป็นรูปแบบการสื่อสารที่ใช้ติดต่อสื่อสารภายในองค์กรมีหลายประเภทที่มีความแตกต่างกัน เช่น การสื่อสารตามรูปแบบต่าง ๆ แบ่งออกเป็น 4 วิธี ได้แก่ การสื่อสารแบบบนลงล่าง การสื่อสารแบบล่างขึ้นบน การสื่อสารแบบแนวนอน การสื่อสารแบบแนวทแยง วิธีการสื่อสารในองค์กร

วิธีที่ 1 การสื่อสารด้วยวาจา (ภาษาพูด) คือ การพูดที่เป็นประโยชน์ มีจังหวะจะโคน น้ำเสียงมีทั้งเบาและค่อย มีความเร็วหรือช้าของการพูด

วิธีที่ 2 การสื่อสารด้วยกิริยาท่าทาง (ภาษากาย) เช่น การกลอกตา การจ้องตา การพยักหน้า การก้ม การแสดงออกทางสีหน้า การสัมผัส และการใช้มือ

วิธีที่ 3 การสื่อสารด้วยลายลักษณ์อักษร (ภาษาเขียน) ได้แก่ สัญลักษณ์และรูปภาพต่าง ๆการจะเลือกวิธีการสื่อสารนี้มีปัจจัยเกี่ยวเนื่องอื่นอีกมากมาย ทั้งนี้จะขึ้นอยู่กับผู้ส่งสารและผู้รับสาร ตลอดจนเหตุการณ์แวดล้อมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง บางครั้งการสื่อความหมายอาจจะต้องใช้ทั้ง 2 หรือ 3 วิธีร่วมกันเพื่อให้สารนั้นมีน้ำหนักและมีความหมายลึกซึ้งขึ้น และเมื่อมีการส่งสารแล้วต้องสังเกตปฏิกิริยาสะท้อนกลับของผู้รับสาร เพื่อที่จะทำให้ทราบว่าข่าวสารที่ส่งไปนั้นบรรลุเป้าหมายเพียงใด ปฏิกิริยาสะท้อนกลับนี้ อาจจะมีทั้งพึงพอใจ ไม่พอใจ หรือมีความเข้าใจมากน้อยเพียงใดอีกด้วย

2.2.4 สื่อที่นำมาใช้ในการสื่อสารในองค์กร

สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ หมายถึง เครื่องมือหรือตัวกลางที่ใช้ในการนำข่าวสารเรื่องราวขององค์กรหรือหน่วยงานไปสู่บุคลากรภายในหน่วยงาน สื่ออาจจำแนกได้หลายประเภทหลายหลักเกณฑ์แต่การกำหนดประเภทของสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ในงานวิจัยเล่มนี้จะกล่าวเฉพาะสื่อที่สามารถนำมาใช้ในการสื่อสารของกองสุขศึกษา ได้แก่

สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ (The Printed Words) เป็นสื่อเพื่อการสื่อสัมพันธ์ภายในหน่วยงาน หนังสือราชการ หนังสือนำส่ง หนังสือเวียน และหนังสือวารสาร สื่อสิ่งพิมพ์ใช้สื่อสัมพันธ์ในหน่วยงานให้รู้หรือเข้าใจและแจกจ่ายกันภายในหน่วยงาน ได้แก่ แผ่นพับ แผ่นพับ โปสเตอร์

สื่อบุคคล (Personal Media) เป็นสื่อที่ใช้กันมาและนิยมใช้ สื่อบุคคลมีทั้งที่เป็นคำพูด กิริยาท่าทาง การแสดงออกทางสีหน้าหรือกิริยา วิธีการสื่อสารด้วยบุคคลจะเป็นการใช้คำพูดเป็นหลัก ด้วยวิธีการสนทนา อภิปราย บรรยาย สาธิต ประชุม คำพูดเป็นเครื่องมือสื่อสารที่ทุกคนคุ้นเคยกันดีอยู่แล้ว และทุกคนต้องใช้คำพูดในชีวิตประจำวัน สื่อคำพูดจึงเป็นสื่อที่เก่าแก่ที่สุดชนิดหนึ่ง นอกจากนี้หากคำพูดนั้นพูดโดยบุคคลที่มีชื่อเสียงในสังคม ยกย่องนับถือก็จะยิ่งเพิ่มน้ำหนักคำพูดนั้นมากขึ้นเป็นเงาตามตัว การพูดจึงเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดชักนำ ความรู้สึกนึกคิดของมนุษย์ออกมาให้ผู้อื่น

ได้รับทราบและเข้าใจ คำพูดจึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการที่จะทำให้มนุษย์เกิดการร่วมมือ ร่วมใจ และเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

2.2.5 การสื่อสารด้วยวาจา

การสื่อสารด้วยวาจา แบ่งได้ 2 แบบ คือ

แบบที่ 1 การสื่อสารแบบที่เป็นทางการ (Formal oral communication) เช่น การประชุม การสัมมนา การอภิปราย เป็นต้น

แบบที่ 2 การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal oral communication) เช่น การพูดจาการสนทนาปราศรัยต่าง ๆ ที่เป็นทางการบ้างไม่เป็นทางการบ้าง ผู้พูดจะต้องสื่อสาร ไปยังผู้ฟังผ่านวิธีต่าง ๆ ที่ทำให้ผู้ฟังสนใจ เกิดความเข้าใจ หรือประทับใจ หรืออาจพูดเพื่อความรู้ การพูดเพื่อชักจูงใจผู้ฟัง การพูดเพื่อกระตุ้นอารมณ์ หรือเพื่อก่อให้เกิดการปฏิบัติการใด ๆ โดยมีจุดมุ่งหมายที่ปกปิด

2.2.6 ลักษณะของบุคคล มีดังนี้

1. สนทนา การพูดในการสื่อสารของบุคคลโดยทั่วไปในช่วงสนทนา ซึ่งเป็นการสื่อสารในชีวิตประจำวันทั่วไป

2. อภิปราย เป็นการสื่อสารความคิดความหมายโดยมีกลุ่มคนตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป ซึ่งเป็นการให้ความรู้ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะที่มีแนวโน้มไปในทางเดียวกัน

3. การบรรยาย เป็นการสื่อความหมายเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจต่อเนื่องในเรื่องเรื่องหนึ่ง หรือหลายเรื่อง โดยผู้ฟังเป็นผู้รับสารและผู้บรรยายเป็นผู้ส่งสาร

4. การประชุม เป็นการร่วมกันร่วมมือกันในกลุ่มหรือผู้ปฏิบัติงานอย่างมีระบบระเบียบวิธีการประชุม เป็นการยกยอก การพูดแสดงความคิดเห็น มีการจดบันทึกรายงานการประชุม และมีรายงานการประชุม

5. การฝึกอบรม เป็นการให้ความรู้ความเข้าใจแก่บุคคล เพื่อให้มีความรู้เพิ่มขึ้น และมีความสามารถในเรื่องที่ได้รับการฝึกและอบรม

6. การสัมมนา เป็นกระบวนการสื่อสารสองทาง ทั้งให้และรับความรู้ซึ่งกันและกันระหว่างวิทยากรและผู้เข้าร่วมสัมมนา

7. การพูดในชุมชน เป็นการพูดในที่สาธารณะหรือชุมชนในวาระหรือโอกาสต่าง ๆ เพื่อเป็นการสร้างความเข้าใจ ให้ความรู้ ยกย่อง และยินดีตลอดจนความเห็นอกเห็นใจในเรื่องราวต่าง ๆ

2.2.7 สื่ออิเล็กทรอนิกส์

อินทราเน็ต (Intranet) เป็นสื่อที่ติดต่อสื่อสารภายในองค์กร อินทราเน็ตเป็นระบบเครือข่ายภายใน ที่เชื่อมโยงเครือข่ายย่อยต่าง ๆ เข้าด้วยกัน และให้ทุกคนในองค์กรใช้ร่วมกัน อินทราเน็ตเป็นรูปแบบของการสื่อสารในองค์กรที่ได้นำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดย

ในปัจจุบันได้มีการออกแบบมาให้ใช้งานได้หลากหลายกว่า ไม่ว่าจะเป็นการกระจายข้อมูลข่าวสาร การจองห้อง การสนทนาออนไลน์ และข้อมูลการติดต่อสถานที่ต่าง ๆ โดยมีแนวโน้มมากขึ้นเรื่อย ๆ มีการเชื่อมต่อและมีการส่งข่าวสารภายในบริษัทและองค์กรต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ด้านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ทำให้โซเชียลเน็ตเวิร์ค ได้รับความนิยม เพราะมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้เพื่อเสริมให้การทำงานในอินทราเน็ตในองค์กรเป็นมากกว่าเครือข่ายในองค์กรเท่านั้น

2.2.8 สื่อกิจกรรมต่าง ๆ

สื่อกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดในลักษณะกิจกรรมตามวาระ หรือโอกาสต่าง ๆ ได้แก่ นิทรรศการ บอร์ด ป้ายประชาสัมพันธ์ งานฉลองวาระวันเกิด การประกวด กิจกรรมการสานสัมพันธ์

2.2.9 การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ

การสื่อสารที่เกิดขึ้นในองค์กรจะมีประสิทธิภาพได้นั้นประกอบด้วยปัจจัยหลายอย่างที่สำคัญคือ เรื่องของคุณธรรม คุณธรรมทั้งผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา และผู้ร่วมงานต่าง ๆ จะต้องมีคุณธรรมประจำใจ ได้แก่ ความจริงใจ ความซื่อสัตย์ในการทำงาน จะต้องพูดและเขียน ที่ไม่จำเป็นต้องแสดงออกทั้งหมด เหมือนที่คนเกิดมาเข้าใจความหมาย และทัศนะที่เหมาะสม เช่น การปรึกษาหารือ การแสดงความคิดเห็นที่ความปรารถนาดี การแสดงความปรารถนาดีที่สามารถแสดงออกได้ทั้งการพูดและการเขียน เช่นกัน การคำปรึกษา การเสนอแนะ การทัดทานและการตักเตือน การมีความเข้าใจเป็นเรื่องของการรับรู้ร่วมกัน การให้ความช่วยเหลือ การขอความเห็น

2.2.10 ปัจจัยการสื่อสารในองค์กร

การสื่อสารเป็นวงจรในการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างบุคคล 2 คนขึ้นไป ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อสารมีองค์ประกอบสำคัญ 4 ประการ คือ ผู้ส่งสาร (Sender) ผู้รับสาร (Receiver) ข้อมูลข่าวสาร (Message) และช่องทางการสื่อสาร เมื่อนำมารวมกันจะเรียกว่าเป็นการสื่อสาร

ผู้ส่งสาร หมายถึง บุคลากรผู้ที่มีความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาของสาร มีความน่าเชื่อถือ มีความรับผิดชอบในฐานะผู้ส่งสาร และรู้จักเลือกวิธีในการส่งสารที่เหมาะสม

ผู้รับสาร หมายถึง บุคลากรผู้ที่มีทักษะในการฟัง การอ่านที่ดี สามารถวิเคราะห์ และทำความเข้าใจในความหมายของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ และนำข้อมูลข่าวสารไปพูดคุยแลกเปลี่ยนหรือเผยแพร่อย่างทั่วถึง

ข้อมูลข่าวสาร หมายถึง ข้อมูลที่บุคลากรได้รับจากองค์กร ตรงกับความต้องการและมีประโยชน์ สามารถนำไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพ สมาชิกในองค์กรมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารในการปฏิบัติงานอย่างตรงไปตรงมา รวมทั้งข่าวสารเกี่ยวกับกฎเกณฑ์ระเบียบข้อปฏิบัติการทำงานต่างๆ ของหน่วยงานอยู่บนพื้นฐานความเป็นจริงและเชื่อถือได้ เข้าใจง่ายไม่กำกวม

ช่องทางการสื่อสาร หมายถึง การมีการถามตอบการสร้างทางการสนทนากับผู้เชี่ยวชาญในการสอบถามข้อมูลต่างๆ ในรูปแบบของกลุ่มหรือบุคคล เพื่อสร้างความเข้าใจในด้านข้อมูลต่างๆในการ

ปฏิบัติงาน มีการสร้างกลุ่มสนทนากับเพื่อนร่วมงานเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการเข้าถึงเว็บไซต์และเว็บบอร์ด และได้รับความครบถ้วน ทันสมัยและสามารถค้นหาข้อมูลย้อนหลังของข้อมูลข่าวสารได้ (เบญจวรรณ แจ่มจำรูญ, 2557)

การที่ผู้รับสารมีความเข้าใจที่ดีและตรงกับผู้ส่งสารนั้นมีปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

ปัจจัยทักษะในการสื่อสาร มีดังนี้

1. ทักษะในการพูดและเขียน ผู้ส่งสารผู้รับสารต้องมีความสามารถในการพูดและอ่านเขียนเพราะเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้ข้อมูลข่าวสารเกิดความชัดเจน

2. ทักษะในการเรียนรู้สัญลักษณ์และองค์การณ์ เป็นทักษะที่จะสามารถแปลสัญลักษณ์สัญญาณต่าง ๆ ได้

3. ทักษะในการคิดหรือใช้เหตุผล เป็นทักษะที่มีการคิดหรือใช้เหตุผลเพื่อประเมินกลั่นกรองคำพูด ซึ่งจะทำให้ผู้รับสารมีความถูกต้องมากขึ้น

4. ทักษะในการใช้อารมณ์ร่วม ทำให้สามารถเข้าใจความรู้สึกของผู้เกี่ยวข้อง เพื่อเลือกมือให้เหมาะสมกับการสื่อสารในแต่ละประเภทเพื่อให้เกิดผลสำเร็จสูงสุด

5. ทักษะในการใช้อารมณ์ การสื่อสารต้องใช้ความฉับไวในการส่งสาร ผู้ส่งสารต้องการที่จะสื่อสารด้วยท่าทีอารมณ์ ไม่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการสื่อสาร

ปัจจัยทัศนคติ มีดังนี้

1. ทัศนคติต่อตนเอง เป็นเรื่องของการควบคุมอารมณ์ ไม่ตกเป็นทาสของอารมณ์ ทัศนคติเช่นนี้ทำให้เกิดความมั่นใจ พอใจ ยอมรับและเข้าใจในตน รำลึกว่าผู้อื่นจะพร้อมที่จะเลือกส่งสารที่เป็นสาระสำคัญกับใจตนและสรรพสิ่งแวดล้อม

2. ทัศนคติต่อผู้รับสาร เป็นผลในเรื่องของการควบคุมอารมณ์เช่นกัน เพราะมนุษย์ทุกคนย่อมคิดถึงส่วนเป็นศูนย์กลางของจักรวาล หากไม่รู้จักควบคุมอารมณ์ให้อยู่เหนือทิฐิของตน ย่อมจะส่งผลต่อพฤติกรรมในการรับรู้สาร และการส่งสารซึ่งอาจทำให้การสื่อสารผิดพลาด

ปัจจัยความรู้ ผู้ส่งสารที่มีความรู้ดีเกี่ยวกับสื่อสารได้ผลประสิทธิภาพมากกว่า โดยความรู้แบ่งเป็น 4 ประเภทคือ

ประเภทที่ 1 ความรู้ในเรื่องที่จะสื่อสาร

ประเภทที่ 2 ความรู้ในเรื่องกระบวนการสื่อสาร

ประเภทที่ 3 ความรู้เรื่องเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสาร

ประเภทที่ 4 ความรู้ในเรื่องอารมณ์และการควบคุมอารมณ์

ปัจจัยสถานภาพทางสังคมและวัฒนธรรม

ประกอบด้วยตำแหน่งและบทบาทหน้าที่หลักทางสังคม ความเชื่อมั่นถือมั่นตามความเชื่อมั่นตลอดจนค่านิยมต่าง ๆ ในสังคม ซึ่งต่าง ๆ เหล่านี้ย่อมทำให้พฤติกรรมและผู้รับสารมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไป เมื่อผู้ส่งสารจะทำการสื่อสารการสื่อสารกับสังคมวัฒนธรรมย่อมรับผิดชอบเกี่ยวกับความจริงของสารที่ต้องไม่ขัดข้องต่อหลักจารีตขนบด้านความเชื่อถือนิสัยและพฤติกรรมของการถ่ายทอดวัฒนธรรม

ปัจจัยของสาร

ปัจจัยของสารเป็นปัจจัยในการกำหนดประสิทธิภาพของระบบส่งต่อผลประสิทธิภาพของการสื่อสารมี 3 ประการคือ

ประการที่ 1 รหัสสาร หรือภาษาต่าง ๆ ที่ต้องมีการยอมรับในระดับสังคมเป็นที่พึงพอใจระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารซึ่งย่อมเกี่ยวกับองค์ประกอบสังคม การตลอดจนบทบาทการบริหารจัด

ประการที่ 2 เนื้อสาร

ประการที่ 3 เวลา

ปัจจัยของสื่อ

ปัจจัยของสื่อจะช่วยกำหนดแนวทางในการกำหนดทิศทางของสารที่จะพาสารไปยังเป้าหมายและบรรลุวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร

2.2.11 ประสิทธิภาพของการสื่อสารในองค์กร

Barnard C.I. (1986) ให้ความหมายของประสิทธิภาพ คือ ลักษณะทางเศรษฐศาสตร์ ในการดำเนินการขององค์กรให้บรรลุเป้าหมายบางอย่าง ใช้เป็นอัตราส่วนของปัจจัยการผลิต (Input) กับผลผลิต (Output) เป็นการพิจารณาถึงวิธีการที่องค์กรบรรลุเป้าหมาย โดยใช้ปัจจัยการผลิตอย่างประหยัดเพื่อให้ได้ผลผลิตที่ต้องการ โดยต้ององค์กรบรรลุเป้าหมายโดยเฉพาะในขณะที่มีทรัพยากรจำกัด การวัดประสิทธิผลส่วนใหญ่ใช้สื่อการเงิน การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพต้องพิจารณาได้จากเวลาต้นทุน และทรัพยากรที่ใช้ในการสื่อสาร หากการสื่อสารเป็นไปได้ตามข้อประหยัดค่าใช้จ่าย ในเรื่องทรัพยากรขององค์กรได้มาก ถือว่าการสื่อสารนั้นมีประสิทธิภาพ

Thayer Lee O. (1968) กล่าวว่า การรับรู้ของพนักงานเกี่ยวกับระบวนการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร ประกอบด้วยมิติหลายมิติ โดยได้เสนอว่ามีลักษณะความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารที่ต้องประกอบด้วยสิ่งต่าง ๆ ดังนี้

1. การรายงานโยบายขององค์กรให้พนักงานรับรู้
2. มีการแจ้งส่วนที่เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงขององค์กรให้พนักงานรับทราบ
3. แจ้งข่าวในด้านความสนใจของพนักงาน
4. การอบรมพนักงานและแสดงออกถึงความประทับใจในผลงานปฏิบัติงาน
5. การรับฟังความคิดเห็นของพนักงานและนำมาปรับปรุงองค์กรให้ดียิ่งขึ้น

พรรณปพร โภคัง (2544) แนวทางการพัฒนาการสื่อสารภายในองค์กร พบว่า บุคลากรและเทคโนโลยี เป็นปัจจัยการสร้างประสิทธิภาพในการสื่อสารภายในองค์กร เมื่อปัจจัยทั้งสองมีความพึงพอใจต่อองค์กรในระดับสูง การสื่อสารภายในองค์กรจะมีประสิทธิภาพมากที่สุด โดยเมื่อนำองค์การมารวมกัน พบว่า กิจกรรมการฝึกอบรมพนักงานเป็นกิจกรรมที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด รองลงมาคือ บุคลากรมีประสิทธิภาพด้านบุคลากรสื่อสาร และบุคลากรมีประสิทธิภาพด้านการเผยแพร่บทบาทที่กำหนดขึ้น

2.2.12 แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารและประสิทธิภาพการสื่อสาร

นิสากร เศรษฐวรางกูร (2549) ปัจจัยพื้นฐานที่มีอิทธิพลต่อการสร้างประสิทธิภาพและประสิทธิผล ว่าขึ้นอยู่กับหลักสำคัญ 7 ประการของการสื่อสาร ดังนี้

ประการที่ 1 ความน่าเชื่อถือ (Credibility) หมายถึง ขีดความสามารถในเนื้อหาที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานของสารสื่อสารโดยส่วนใหญ่จะเป็นตัวกำหนดประสิทธิภาพการสื่อสารในระดับหนึ่ง

ประการที่ 2 บริบทของสารหรือบริบทของสถานการณ์ (Context) ภาษา กิริยา และท่าทางจะเป็นตัวควบคุมความรู้สึกต่าง ๆ ที่มีต่อบุคลากรหรือเนื้อหาของสื่อสาร รวมถึงอารมณ์ ความรู้สึก และสัตว์แวดล้อม รวมทั้งท่าทีของสื่อสาร

ประการที่ 3 เนื้อสารหรือสาร (Context) จะต้องชัดเจนมีความหมายในความรู้สึก บริบทของผู้รับสาร โดยขอบเขตการสื่อสารที่มีความเพียงพอโดยทั่วไปไม่พอเพียง พร้อมกับมุ่งเน้นให้องค์ประกอบทุกลักษณะเกื้อหนุนต่อการตัดสินใจ

ประการที่ 4 การสื่อสารที่มีความต่อเนื่องและอยู่กับสภาวะแวดล้อม (Continuity and Consistency) การส่งข้อความหรือส่งจะต้องมีความต่อเนื่องสม่ำเสมอ

ประการที่ 5 ช่องทางการสื่อสาร (Channel) ควรเลือกช่องทางการส่งสารที่ให้ผลรวดเร็วที่สุด

ประการที่ 6 ความสามารถของผู้รับสาร (Capability of Audience) การสื่อสารนั้นต้องพิจารณาถึงความสามารถของผู้รับสาร เช่น พื้นฐานความรู้ สภาพแวดล้อม โอกาสรับข่าวสาร เป็นต้น

ประการที่ 7 ความแน่ชัดของสารสื่อสาร (Clarity) การสื่อสารควรใช้ข้อความที่ชัดเจนและเข้าใจง่าย

ปัจจัยที่ทำให้เกิดประสิทธิภาพในการสื่อสาร ได้แก่ ผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการสื่อสาร และผู้รับสาร ซึ่งแต่ละตัวเป็นสิ่งที่ซึ่งการเพิ่มหรือการลดประสิทธิภาพของการสื่อสาร เพราะแต่ละตัวมีความสัมพันธ์และมีผลกระทบซึ่งกันและกัน นั่นคือ หากผู้ส่งสารเป็นผู้ที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสาร แต่ช่องทางการสื่อสารด้อยคุณภาพ หรือผู้รับสารขาดประสิทธิภาพในการสื่อสาร พฤติกรรมการสื่อสารย่อมด้อยประสิทธิภาพ ดังนั้นทุกองค์ประกอบในการสื่อสารย่อมมีความสำคัญและสัมพันธ์กัน การสื่อสารจึงจะเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากที่สุด

เจษฎาณี เอี่ยมศุภสวัสดิ์ (2548) ได้พูดถึงปัจจัยที่ทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลขึ้นอยู่กับหลักสำคัญ 7 ประการ คือ

1. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ผู้รับต้องเชื่อถือในตัวผู้ส่งสารว่าจะไม่บิดเบือนตามที่เป็นจริง

2. ความเหมาะสมของสถานการณ์ (Context) ภาษา กิริยา และท่าทาง ที่มีเหมาะสมกับเนื้อหาสื่อสาร รวมถึงท่าทีในการสื่อสารที่เหมาะสมต่อบุคคลนั้น ๆ

3. เนื้อหาของสารต้องให้ความสนใจในเนื้อหาเป็นของจริง น่าเชื่อถือ เป็นสิ่งที่มีการโน้มน้าวและแนะนำให้เป็นแนวทางที่เกี่ยวข้องกันเพื่อให้ผู้รับสารได้เข้าใจ

4. ความสม่ำเสมอของการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง (Continuity and Consistency)

5. ช่องทางการสื่อสาร (Channels) ควรใช้ช่องทางการส่งสารที่เหมาะสม ชี้นำ และทำให้ผู้ส่งสารหรือผู้รับสารได้รับข้อมูลที่ถูกต้องในเวลาอันรวดเร็ว

6. ความสามารถของผู้รับสาร (Capability of Audience) ต้องเป็นคนที่มีพื้นฐานและความเข้าใจในเนื้อหาของสารสื่อสารอย่างเหมาะสม เพื่อทำให้สามารถพิจารณาและประเมินในระดับความเหมาะสมต่อเนื้อหาของสารได้

7. ความแน่ชัดของสารสื่อสาร (Clarity) เป็นการใช้ภาษาและข้อความที่ชัดเจนและง่ายต่อการเข้าใจ ซึ่งจะทำให้เกิดประสิทธิภาพในการสื่อสารได้มาก ผู้ส่งสาร ผู้รับสาร ต้องทราบถึงผลกระทบของการสื่อสารร่วมกันซึ่งผู้ส่งสารอาจมีประสิทธิภาพ แต่เส้นทางของการสื่อสารไม่ดี ผู้รับสารอาจไม่เข้าใจเนื้อหาเช่นเดียวกัน หรืออาจย้อนกลับมาในทางของผู้ส่งสาร ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสื่อสารที่จะทำให้เกิดประสิทธิภาพของการสื่อสารที่แท้จริง

ทฤษฎีการสื่อสารของ Thayer เป้าหมายหรือหน้าที่ของการสื่อสารในองค์กรนี้ (Thayer Lee O., 1961) กล่าวว่าไว้มี 5 ประการ คือ

ประการที่ 1 เพื่อป้อนข่าวสารข้อมูลให้สมาชิกภายในองค์กรให้ทราบเป็นสิ่งที่ต้องกระทำในทุก ๆ วัน

เพื่อยืนยันให้สมาชิกในองค์กรได้รับทราบถึงเป้าหมายที่มีร่วมกันระหว่างองค์กรและสมาชิกขององค์กร ซึ่งการสื่อสารที่มิได้จะไม่สัมฤทธิ์ผล ถ้าสมาชิกในองค์กรไม่ได้รู้ถึงผลการตัดสินใจนั้น ๆ

ประการที่ 2 เพื่อประเมินผลงานหรือผลกิจกรรมของสมาชิกในองค์กรอย่างสม่ำเสมอว่าได้ปฏิบัติงานเป็นไปตามวัตถุประสงค์ขององค์กรได้เพียงใด

ประการที่ 3 เพื่อให้คำสั่งแก่ผู้ใต้บังคับบัญชา หรือผู้ใต้บังคับบัญชารับคำสั่งจากผู้บังคับบัญชา

ประการที่ 4 เพื่อที่จะใช้อิทธิพลหรือได้รับอิทธิพลจากผู้อื่น โดยเฉพาะการจูงใจให้ปฏิบัติงานเพื่อให้องค์กรมีการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงได้

ประการที่ 5 เพื่อกิจกรรมอื่น ๆ ภายในองค์กรที่อาจมีได้เกี่ยวข้องโดยตรงกับเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ขององค์กร โดยเฉพาะที่เกี่ยวกับความพึงพอใจของบุคคล หรือสนองความต้องการของบุคคลที่สอดคล้องหรือไม่สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร

แนวความคิดที่เกี่ยวกับหน้าที่ของการสื่อสารในองค์กร ธนวรรธ ตั้งสินทรัพย์ศิริ (2550) ได้แบ่งแนวทางหน้าที่ของการสื่อสารองค์กรไว้ 4 ประการ คือ

ประการที่ 1 การควบคุม (Control) การสื่อสารในองค์กรจะทำหน้าที่ในการควบคุมพฤติกรรมของสมาชิกภายในองค์กร ซึ่งอยู่ในรูปของการจัดลำดับขั้นการทำงานตามสายบังคับบัญชา การกำหนดแนวทางการทำงาน การติดตามงาน และประเมินผลงาน เพื่อให้การทำงานเกิดประสิทธิภาพ

ประการที่ 2 การจูงใจ (Motivate) การสื่อสารในองค์กรจะทำหน้าที่เป็นแรงจูงใจสมาชิกภายในองค์กร โดยบอกถึงความก้าวหน้าในการทำงานของพนักงาน เช่น การเลื่อนขั้นเงินเดือน เป็นต้น

ประการที่ 3 การแสดงออกด้านอารมณ์ (Emotional Expression) การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพระหว่างบุคคลหรือระหว่างหน่วยงานจะช่วยลดความขัดแย้งทางอารมณ์ เช่น การพูดคุยกับเพื่อนร่วมงาน เป็นต้น

ประการที่ 4 การให้ข้อมูลข่าวสาร (Information) การสื่อสารกับสมาชิกภายในองค์กรจะทำให้สมาชิกได้รับทราบข้อมูล ความต้องการของลูกค้า หรือข้อมูลของคู่แข่งขัน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการตัดสินใจกำหนดกลยุทธ์ต่าง ๆ ขององค์กร การสื่อสารเป็นกระบวนการพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับองค์กรเป็นหน้าที่ที่ทำให้องค์กรดำเนินอยู่ได้และเป็นกิจกรรมที่เสริมความร่วมมือและการประสานงานระหว่างสมาชิกขององค์กร ซึ่งก่อให้เกิดความสำเร็จและหล่อหลอมให้องค์กรดำรงอยู่ (ฐิติรัตน์ นุ่มน้อย, 2554) ดังนั้นหน้าที่ของการสื่อสารเพื่อจัดหาข้อมูลเพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันกับองค์กรอื่น ผู้บริหารในองค์กรจะต้องแสวงหาข้อมูลจากทุกแหล่งทุกชนิด เรียนรู้วิธีการเก็บข้อมูลหรือวิธีการให้ได้มาซึ่งข้อมูล รู้วิธีการแยกประเภทข้อมูลและสรุปหรือคิดความเพื่อการตัดสินใจที่เหมาะสม ความหมายจากข้อมูลเหล่านั้น เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจทางธุรกิจ และการสื่อสารมีหน้าที่ในการสร้างความสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกองค์กร

แนวคิดที่ช่วยให้องค์การสื่อสารภายในองค์กรให้เกิดประสิทธิผล Hodgetts Richard M. and Hegar Kathryn W. (2005) ระบุวิธีการเอาชนะอุปสรรคในการสื่อสารดังนี้

รู้จักขั้นตอนในกระบวนการสื่อสาร (Knowing the step in the Communication Process) ถ้าผู้บริหารรู้จักขั้นตอนในการสื่อสาร จะทำให้สามารถหลีกเลี่ยงความล้มเหลวในกระบวนการสื่อสารได้ โดยมีขั้นตอนดังนี้

ความตั้งใจ (Attention) เกิดขึ้นได้เมื่อผู้ใต้บังคับบัญชาหรือสมาชิกในองค์กรพยายามขจัดสิ่งรบกวนสมาธิทั้งหมดออกไป ผู้บริหารสามารถช่วยผู้ใต้บังคับบัญชาได้ด้วยการพยายามทำให้ข่าวสารน่าสนใจและให้ความรู้แก่พวกเขา

ความเข้าใจ (Understanding) เป็นความสามารถที่ผู้ใต้บังคับบัญชาเข้าใจข่าวสารหรือจับประเด็นความหมายได้ ผู้บริหารส่วนใหญ่มักจะใช้วิธีการตั้งคำถามที่ไม่เหมาะสมและสร้างความกดดันให้กับผู้ใต้บังคับบัญชา

การยอมรับ (Acceptance) เมื่อผู้ใต้บังคับบัญชาหรือสมาชิกในองค์กรตั้งใจที่จะทำตามข่าวสาร ก็จะเกิดการยอมรับขึ้น แต่ในบางกรณีที่พวกเขาคัดค้านหรือไม่ยอมรับ ถ้าข้อมูลนั้นเป็นอันตรายหรือคุกคามต่อความมั่นคงหรือความปลอดภัยในการทำงานของพวกเขา

การกระทำ (Action) เป็นขั้นตอนสุดท้ายที่ผู้ใต้บังคับบัญชาได้รับข้อมูลและต้องทำตามสิ่งที่ได้รับมา ถ้ามาถึงขั้นตอนนี้แสดงว่ากระบวนการสื่อสารเสร็จสมบูรณ์ อย่างไรก็ตาม ในบางครั้งอาจเกิดปัญหาหรืออุปสรรคได้

2.3 สรุปเอกสารและงานวิจัยเข้าสู่ประเด็นปัญหาการวิจัย

จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า “การสื่อสาร” เป็นกระบวนการส่งผ่านสารระหว่างผู้ส่งและผู้รับผ่านช่องทางต่าง ๆ โดยเป้าหมายสำคัญคือการสร้างความเข้าใจร่วมกัน หากผู้รับตีความไม่ตรงตามเจตนาผู้ส่งย่อมทำให้การสื่อสารล้มเหลว แนวคิดของ Berlo (1960) ระบุว่าประสิทธิภาพการสื่อสารขึ้นอยู่กับองค์ประกอบหลัก ได้แก่ ผู้ส่งสาร สาร ช่องทาง และผู้รับสาร ซึ่งต้องมีทักษะ ทัศนคติ และระดับความรู้ที่เหมาะสมสอดคล้องกัน เมื่อองค์ประกอบดังกล่าวบกพร่องจะเกิดความคลาดเคลื่อนในการทำงานและทำให้เกิดข้อผิดพลาดในกระบวนการปฏิบัติงาน โดยเฉพาะงานอุตสาหกรรมที่ต้องใช้ความแม่นยำสูงงานวิจัยด้านการสื่อสารในองค์กรยังชี้ว่ารูปแบบการสื่อสารมีทั้งทางเดียวและสองทาง รวมถึงทิศทางการสื่อสารแบบบนลงล่าง ล่างขึ้นบน แนวนอน และแนวทแยง ซึ่งแต่ละรูปแบบมีผลต่อประสิทธิภาพการประสานงานและการแก้ปัญหาในองค์กร หากองค์กรเน้นการสื่อสารแบบบนลงล่างมากเกินไป โดยขาดช่องทางข้อมูลย้อนกลับ จะทำให้พนักงานไม่สามารถสะท้อนปัญหาและลดโอกาสปรับปรุงงานได้ทันท่วงที นอกจากนี้ ปัจจัยด้านช่องทางการสื่อสารที่ไม่เหมาะสมและการส่งข้อมูลล่าช้า ยังส่งผลให้ข้อมูลตกหล่นและเกิดความซ้ำซ้อนในการทำงาน แนวคิดเรื่องประสิทธิภาพการสื่อสารยังครอบคลุมประเด็นความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสมของสถานการณ์ ความชัดเจน ความต่อเนื่อง และความสามารถของผู้รับสาร ซึ่งเป็นตัวกำหนดคุณภาพการสื่อสารโดยตรง Thayer และนักวิชาการอื่นยังเสนอว่าการสื่อสารในองค์กรมีหน้าที่สำคัญในการให้ข้อมูล การควบคุม การจูงใจ และการสร้างความสัมพันธ์ เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและความร่วมมือของบุคลากร ดังนั้น เมื่อการสื่อสารไม่มีประสิทธิภาพ ย่อมส่งผลให้การดำเนินงานเกิด

ความล่าช้า ความผิดพลาด ต้นทุนเพิ่มขึ้น และคุณภาพงานลดลง บริบทของธุรกิจเชื้อเพลิง ซึ่งมีความซับซ้อนด้านเทคนิค ต้องพึ่งพาการสื่อสารระหว่างหลายแผนก จึงมีความเสี่ยงสูงต่อผลกระทบจากการสื่อสารที่คลาดเคลื่อน ปัญหาดังกล่าวทำให้องค์กรสูญเสียประสิทธิภาพในการผลิต การประสานงาน และความต่อเนื่องของกระบวนการทำงาน นอกจากนี้ การสื่อสารที่ไม่ชัดเจนยังส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงานและเพิ่มแนวโน้มการลาออกของพนักงานฝ่ายผลิตจึงเกิดช่องว่างสำคัญว่าธุรกิจธุรกิจเชื้อเพลิง จังหวัดระยองควรมีกลยุทธ์การสื่อสารอย่างไรจึงจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กรได้ผู้วิจัยจึงเห็นความจำเป็นในการศึกษา “กลยุทธ์การสื่อสาร” ที่เหมาะสมกับบริบทธุรกิจเชื้อเพลิง เพื่อใช้เป็นแนวทางยกระดับประสิทธิภาพองค์กรอย่างเป็นรูปธรรม

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ณัฐพล ยิ่งยวด และ ปัญญวัฒน์ จุฑามาศ (2567) ได้ศึกษาเรื่อง การสื่อสารภายในองค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานภายในองค์กร: กรณีศึกษา บริษัท เอเอเอส ออโต้ เซอร์วิส จำกัด โดยใช้แบบจำลอง SMCR ของ Berlo เป็นกรอบในการศึกษา ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านผู้ส่งสาร (Sender) และผู้รับสาร (Receiver) มีผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพการทำงาน นอกจากนี้ การมีช่องทางที่เข้าถึงง่ายและข้อมูลที่ทันสมัยยังช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของการเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรในระยะยาว

กมลรัฐ อินทรทัศน์ และคณะ (2567) ได้ศึกษาเรื่อง นวัตกรรมการสื่อสารเพื่อการส่งเสริมการบริหารจัดการองค์กรภาครัฐและภาคเอกชนในยุคดิจิทัล ชี้ให้เห็นว่าในปัจจุบันองค์กรมีการนำนวัตกรรมและสื่อดิจิทัลมาใช้เป็นช่องทาง (Channel) หลักในการสื่อสารเพื่อเพิ่มความรวดเร็วในการตัดสินใจ และลดปัญหาความคลาดเคลื่อนของข้อมูลข่าวสาร (Message) ซึ่งสอดคล้องกับการปรับตัวขององค์กรอุตสาหกรรมในยุคดิจิทัลที่ต้องอาศัยความฉับไวในการสื่อสาร

รัชนก เชื้อแพทย์ (2563) ได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่าบริษัทในเขตนิคมอุตสาหกรรมซึ่งมีบริบทการทำงานที่ต้องเน้นความถูกต้องและความปลอดภัยสูง ให้ความสำคัญกับการสื่อสารที่มีทิศทางชัดเจน โดยรูปแบบการสื่อสารที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ การสื่อสารจากบนลงล่าง (Downward Communication) เพื่อถ่ายทอดนโยบายและมาตรการด้านความปลอดภัย และการสื่อสารในแนวราบ (Horizontal Communication) เพื่อการประสานงานระหว่างแผนกที่คล่องตัว

จิตวัฒน์ สัมฤทธิ์ (2547) ได้ศึกษา พฤติกรรมการสื่อสารและความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อวัฒนธรรมการบริหารจัดการของสถาบันวิชาการ ทศท บริษัท ทศท คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) พบว่า 1) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของพนักงาน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้

ระยะเวลาการปฏิบัติงาน และระดับตำแหน่งงานของพนักงานที่แตกต่างกัน มีผลให้พฤติกรรมการสื่อสารแตกต่างกัน พบว่า พนักงานให้ความคิดเห็นไม่แตกต่างกันในทุก ๆ ด้าน 2) ระยะเวลาในการปฏิบัติงานกับระดับตำแหน่งของพนักงานที่แตกต่างกัน มีผลต่อความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อวัฒนธรรมการบริหารจัดการแตกต่างกัน พบว่า ระยะเวลาในการปฏิบัติงานกับระดับตำแหน่งของพนักงานที่แตกต่างกัน ให้ความคิดเห็นที่ไม่แตกต่างกันในทุกด้าน โดยส่วนใหญ่พนักงานให้ความคิดเห็นด้วยกับวัฒนธรรมการบริหารจัดการของสถาบันวิชาการ ทศท 3) พฤติกรรมการสื่อสารของพนักงานที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อวัฒนธรรมการบริหารจัดการแตกต่างกัน พบว่า พฤติกรรมการสื่อสารของพนักงานเกือบทุกด้าน มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อวัฒนธรรมการบริหารจัดการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .001 โดยมีแนวโน้มและทิศทางที่มีลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างกันในทุก ๆ ด้าน

ทิพยาภา น้อยสกุล (2553) ได้ศึกษา พฤติกรรมการสื่อสารในองค์กรของกรมธุรกิจพลังงาน กระทรวงพลังงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26–35 ปี โดยมีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีระยะเวลาในการทำงานระหว่าง 1–3 ปี ส่วนสถานภาพการทำงาน กลุ่มตัวอย่างบรรจุเป็นข้าราชการมากที่สุด ในส่วนของพฤติกรรมการสื่อสารในองค์กรด้านวิธีการที่ใช้ในการสื่อสารทางลายลักษณ์อักษร พบว่า ผ่านทางหนังสือเวียน บันทึกข้อความ และหนังสือคำสั่ง มีเป็นประจำบ่อย ๆ ส่วนวิธีการที่ใช้ในการสื่อสารทางวาจา พบว่า ผ่านทางการพบปะพูดคุยเป็นรายบุคคล การพูดคุยทางโทรศัพท์ภายใน และการพบปะพูดคุยเป็นกลุ่ม มีเป็นประจำบ่อย ๆ ส่วนด้านความสนใจประเภทของข่าวสาร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจข่าวสารเกี่ยวกับการปฏิบัติงานมากที่สุด สำหรับด้านการรับข่าวสาร พบว่า กลุ่มตัวอย่างรับข่าวสารผ่านทางหนังสือเวียน บันทึก คำสั่ง และจดหมายมากที่สุด

ในส่วนของรูปแบบการสื่อสารในองค์กร พบว่า มีรูปแบบการสื่อสารในแนวนอนมากที่สุด รองลงมามีรูปแบบการสื่อสารจากล่างขึ้นบน และมีรูปแบบการสื่อสารจากบนลงล่างน้อยที่สุด ส่วนการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการสื่อสารในองค์กรของบุคลากรกรมธุรกิจพลังงาน กระทรวงพลังงานแตกต่างกัน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระยะเวลาในการทำงานแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการสื่อสารในองค์กรไม่แตกต่างกัน ยกเว้นกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการสื่อสารในองค์กรแตกต่างกัน 2 ด้าน ได้แก่ความคิดเห็นด้านวิธีการที่ใช้ในการสื่อสารและความคิดเห็นด้านการรับข่าวสารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสถานภาพการทำงานที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการสื่อสารในองค์กรแตกต่างกันในทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีรูปแบบการสื่อสารในองค์กรของกรมธุรกิจพลังงาน กระทรวงพลังงานแตกต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระยะเวลาในการ

ทำงาน และสถานภาพการทำงานที่แตกต่างกันมีรูปแบบการสื่อสารในองค์กรไม่แตกต่างกัน ยกเว้น กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกันมีรูปแบบการสื่อสารในองค์กรแตกต่างกัน 1 ด้าน ได้แก่ รูปแบบการสื่อสารจากบนลงล่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และรูปแบบการสื่อสารในองค์กรมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสื่อสารในองค์กรของบุคลากรกรมธุรกิจพลังงาน กระทรวงพลังงาน พบว่า รูปแบบการสื่อสารในองค์กรมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสื่อสารในองค์กรของบุคลากรกรมธุรกิจพลังงาน กระทรวงพลังงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์ในทางบวกและเป็นความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

ชุติมนต์ สมบูรณ์แก้ว (2556) ได้ศึกษา ประสิทธิภาพการติดต่อสื่อสารภายในสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 56.50 ส่วนใหญ่อายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 47.50 ระดับการศึกษาโท จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 70.20 ระยะเวลาทำงาน 1–5 ปี จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 30.30 ระดับและผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งปัจจุบัน และระยะเวลาการทำงานแตกต่างกันให้ระดับประสิทธิภาพการติดต่อประสานงานภายในสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติไม่แตกต่างกัน ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศแตกต่างกันมีประสิทธิภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ปัทมา สมพรชัยกิ และ อรนุช โสภณธรรมนรักษ์ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง การสื่อสารภายในองค์กรของสำนักเทคนิค กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า การสื่อสารของผู้บริหารสำนักเทคนิคเป็นการสื่อสารแบบเป็นทางการ ในรูปแบบการสื่อสารจากบนลงล่าง เพื่อถ่ายทอดนโยบาย แนวทางปฏิบัติ โดยผ่านช่องทางการสื่อสารในรูปแบบของหนังสือสั่งการ หนังสือเวียน การประชุม การปิดประกาศ การให้ข้อมูลข่าวสาร และเสียงตามสาย และยังมีการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ ผู้บริหารใช้การสื่อสารด้วยวาจากับพนักงานโดยตรง Line และ เฟซบุ๊ก ในการมอบหมายหน้าที่

อภิษฎา วัฒนะเสรี (2557) ได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบการสื่อสารและปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กร กรณีศึกษา บริษัท หลักทรัพย์จัดการกองทุนไทยพาณิชย์ จำกัด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือ กลุ่มตัวแทนของพนักงานประจำบริษัท หลักทรัพย์จัดการกองทุนไทยพาณิชย์ จำกัด ในทุกส่วนงาน จำนวน 134 คน ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรแบบแนวดิ่งหรือแนวราบ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กรของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนไทยพาณิชย์ จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เบญจวรรณ แจ่มจำรูญ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยบรรยากาศในการสื่อสารภายในองค์กร กระบวนการในการสื่อสารและสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กรของบริษัทเอกชนในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการสื่อสารด้านช่องทางการสื่อสาร และ

ด้านผู้ส่งสาร ส่งผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กรของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

วรวงษ์ เอี่ยมสำอาง (2557) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษารูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในและภายนอกองค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า การติดต่อสื่อสารภายในองค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการในเขตกรุงเทพมหานครทำงาน ได้แก่ ด้านการติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง ด้านการติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน และด้านการติดต่อสื่อสารแนวนอน

วิไลวรรณ ใจทัศน์กุล (2557) ได้ศึกษาเรื่อง การสื่อสารในองค์กรของศูนย์ปฏิบัติการโรงแรมศาลายา พาวิลเลียน ผลการวิจัยพบว่า สภาพการสื่อสารในองค์กรที่ดีที่สุด คือ ด้านผู้ส่งสารและผู้รับสาร รองลงมาคือ ด้านช่องทางการสื่อสาร และด้านสาร ตามลำดับ

สิรภพ นิลอรุณ และ รัชดาภรณ์ เบญจวัฒนานนท์ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการสื่อสารที่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สาขาอำเภอวังสะพุง จังหวัดเลย ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการสื่อสารแต่ละด้านมีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน ยกเว้นด้านการสื่อสารขององค์กร โดยการสื่อสารภายในบุคคลมีผลเนื่องจากพนักงานรู้สึกที่เป็นข้อดีของตนเอง รู้จักลักษณะภายในตนเองได้ดี รู้ถึงความสามารถที่มีต่องาน สามารถรับรู้ถึงอารมณ์และความรู้สึกที่มีต่องานทั้งทางบวกและทางลบ การสื่อสารระหว่างบุคคลมีผลเนื่องจากพนักงานสามารถบอกสิ่งที่ตนคิดเป็นคำพูดได้อย่างเข้าใจ

รัฐนันท์ หนองใหญ่ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยการสื่อสารภายในองค์กรที่ส่งผลต่อการเปิดรับข่าวสารของพนักงาน: กรณีศึกษาโรงแรมเดอะชายน์แอนด์วิลล่า ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรทุกรูปแบบ คือ การสื่อสารแบบบนลงล่าง การสื่อสารแบบล่างขึ้นบน การสื่อสารแบบแนวนอน และการสื่อสารแบบแนวทแยง มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารของพนักงานโรงแรมเดอะชายน์แอนด์วิลล่า ประกอบด้วย การเลือกเปิดรับ การเลือกให้ความสนใจ การเลือกรับรู้ และการเลือกจดจำ รูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรด้านการสื่อสารแบบแนวทแยง มีอิทธิพลโดยตรงต่อการเปิดรับข่าวสารของพนักงานโรงแรมเดอะชายน์แอนด์วิลล่า รองลงมาคือการสื่อสารแบบแนวนอน และการสื่อสารแบบล่างขึ้นบนตามลำดับ โดยการสื่อสารแบบแนวทแยงนั้นจะส่งให้การสื่อสารมีความรวดเร็วมากยิ่งขึ้น สามารถลดขั้นตอนในการประสานงานตามแผนต่าง ๆ ได้

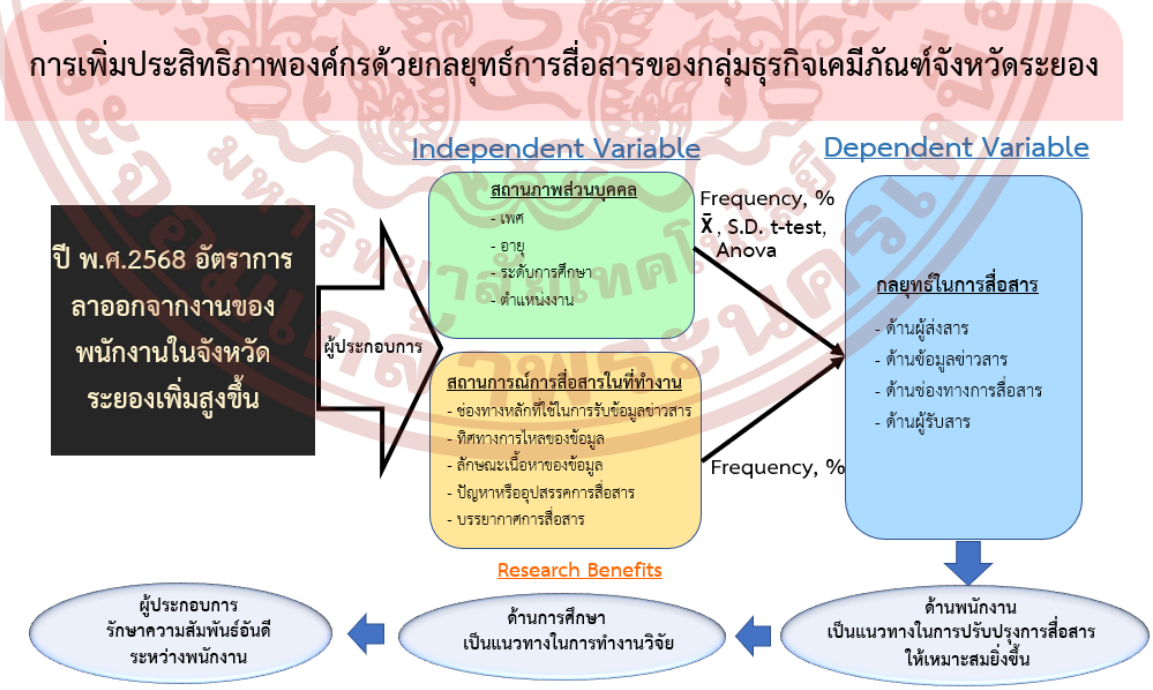
จริสโม ศิริรัตน์ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ปัญหาการติดต่อสื่อสารของบุคลากรในองค์กร : กรณีศึกษา สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ผลการวิจัยพบว่า บุคลากรสำนักหอสมุดกลางมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มีปัญหาการติดต่อสื่อสารในองค์กรโดยรวมในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านจากมากไปน้อย คือ ผู้ส่งข่าวสาร ผู้รับข่าวสาร ช่องทางข่าวสาร และตัวข่าวสาร ตามลำดับ และมีสถานภาพ ตำแหน่ง วุฒิการศึกษา และประสบการณ์

ทำงานแตกต่างกัน มีปัญหาการติดต่อสื่อสารทั้งโดยรวมเป็นรายด้านไม่แตกต่างกัน และพบว่ามีปัญหาหลักคือ การสื่อสารทางวาจาทำให้ข้อมูลข่าวสารคลาดเคลื่อน รองลงมาคือ ความไม่ครอบคลุมในการส่งข่าวสารถึงบุคคลภายในหน่วยงาน

แพมาลา วัฒนะเสถียรสนธุ์ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อปัญหาการสื่อสารในองค์กร กรณีศึกษาบริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน) ผลงานวิจัยพบว่า ปัญหาการสื่อสารในองค์กรส่วนมากพบเรื่องของความไม่เข้าใจกัน การไม่สื่อสารระหว่างกัน ช่องทางการสื่อสารที่ไม่เพียงพอ และการบิดเบือนของข้อมูลข่าวสารที่เกิดขึ้นในการสื่อสารภายในองค์กร นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อปัญหาการสื่อสารภายในองค์กรนั้นเกิดจากปัจจัยที่เกิดขึ้นมาเป็นระยะเวลานาน เป็นปัญหาเรื่องสะสมที่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยด้านความเหลื่อมล้ำระหว่างกัน การแบ่งพรรคแบ่งพวก ระบบอุปถัมภ์ที่เกิดขึ้นภายในองค์กร และยังพบว่าทัศนคติของบุคลากรในองค์กรและการขาดเปิดกั้นการสื่อสารของบุคลากรเป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดปัญหาการสื่อสารภายในองค์กรอีกด้วย

2.5 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากขอบเขตงานวิจัย และแนวคิด ทฤษฎี จากเอกสารตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยสามารถนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดงานวิจัย (Conceptual Framework) เพื่อแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษา ได้ดังภาพที่ 2-3



ภาพที่ 2-3 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 3
วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อการเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรด้วยกลยุทธ์การสื่อสารของกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง และเปรียบเทียบความแตกต่างของวิธีการเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรด้วยกลยุทธ์การสื่อสารในที่ทำงานของพนักงานของกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ทั้งนี้ เพื่อเป็นประโยชน์แก่สถาบันการศึกษาต่าง ๆ ได้นำผลการวิจัยไปใช้เป็นข้อมูลสำหรับรายวิชา การบริหารทรัพยากรมนุษย์ และเป็นแนวทางสำหรับการทำงานวิจัยครั้งต่อไปในอนาคต พร้อมทั้งสถานประกอบการ สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเป็นแนวทางในการพัฒนาบุคคลากรเกี่ยวกับการเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรด้วยกลยุทธ์การสื่อสาร เพื่อเสริมสร้างอัตราการธำรงรักษาพนักงาน และช่วยเสริมสร้างการรักษาความสัมพันธ์อันดีระหว่างพนักงานระดับต่าง ๆ ในองค์กร

วิธีดำเนินการวิจัยของงานวิจัยจะนำเสนอเป็นขั้นตอนตามลำดับ ดังนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยนี้ได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เป็นดังนี้

3.1.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ พนักงานของกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง จำนวน 12,088 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดระยอง, 2568)

3.1.2 ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้การคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamane (ธานินทร์, 2567) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อน ±5% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 385 คน

3.1.3 การสุ่มตัวอย่างเป็นการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยใช้เกณฑ์ทางด้านภูมิศาสตร์ในตำแหน่งที่ตั้งของธุรกิจเคมีภัณฑ์ ในพื้นที่จังหวัดระยอง

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดลักษณะของเครื่องมือในการวิจัยและการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

3.2.1 ลักษณะของเครื่องมือในการวิจัย

ลักษณะของเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) มีข้อคำถาม จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานการณ์การสื่อสารในที่ทำงานของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) มีข้อคำถาม จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารในที่ทำงาน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มีข้อคำถาม จำนวน 28 ข้อ

ตอนที่ 3 มีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ท (Likert) ได้ดังนี้

ระดับความสำคัญ	ค่าน้ำหนักคะแนนของตัวเลือกตอบ
น้อยที่สุด	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 1 คะแนน
น้อย	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 2 คะแนน
ปานกลาง	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 3 คะแนน
มาก	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 4 คะแนน
มากที่สุด	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 5 คะแนน

เกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญ กำหนดเป็นช่วงคะแนน ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	1.00 - 1.49	แปลความว่ามีความสำคัญน้อยที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	1.50 - 2.49	แปลความว่ามีความสำคัญน้อย
คะแนนเฉลี่ย	2.50 - 3.49	แปลความว่ามีความสำคัญปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	3.50 - 4.49	แปลความว่ามีความสำคัญมาก
คะแนนเฉลี่ย	4.50 - 5.00	แปลความว่ามีความสำคัญมากที่สุด

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open-Ended) มีจำนวน 1 ข้อ

3.2.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการสร้างเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งเป็น 8 ขั้นตอนตามลำดับ ดังนี้

3.2.2.1 ศึกษาหลักการสร้างแบบสอบถาม และกำหนดกรอบแนวความคิดในการวิจัย

3.2.2.2 ศึกษาข้อมูลจากหนังสือ เอกสาร บทความ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างข้อคำถาม (Item) ของแบบสอบถาม

3.2.2.3 กำหนดประเด็นและขอบเขตของคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และประโยชน์ของการวิจัย

3.2.2.4 ผู้วิจัยดำเนินการสร้างแบบสอบถามฉบับร่างและนำแบบสอบถามฉบับร่างที่สร้างขึ้นพร้อมแบบประเมินไปให้ผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งมีความรู้และประสบการณ์ในประเด็นที่จะทำการศึกษาพิจารณาแบบสอบถาม จำนวน 5 ท่าน เพื่อคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหาวัตถุประสงค์ (Item Objective Congruence : IOC)

3.2.2.5 ผลที่ได้หลังจากการคำนวณดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหาหรือวัตถุประสงค์ ผู้วิจัยได้นำค่าดังกล่าวพร้อมแบบประเมินของผู้เชี่ยวชาญมาใช้เป็นแนวทางสำหรับการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม

3.2.2.6 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามฉบับร่างที่ได้ผ่านการแก้ไขจากผู้เชี่ยวชาญแล้ว ไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มประชากรที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับประชากรที่ต้องการศึกษา ได้แก่ พนักงานของกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง จำนวน 30 ชุด

3.2.2.7 ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามฉบับร่างที่ผ่านการแก้ไขจากผู้เชี่ยวชาญแล้วไปทดลองใช้ (Try-Out) โดยแบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) จะคำนวณหาคู่อำนาจจำแนก (Discrimination) ด้วยวิธีวิเคราะห์ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : SD.) ในส่วนของแบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) คำนวณหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ด้วยวิธีวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ได้ผลการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.98

3.2.2.8 ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามผลจากการวิเคราะห์ค่าอำนาจจำแนก และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามก่อนนำไปใช้จริง

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยได้ดำเนินการเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

3.3.1 ผู้วิจัยได้ทำการติดต่อสัมภาษณ์พนักงานที่ปฏิบัติงานอยู่กลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยองและจัดทำแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ (Google Form) และลงพื้นที่เก็บแบบสอบถามของกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง

3.3.2 ผู้วิจัยได้ทำหนังสือแนะนำตัวเองกับกลุ่มตัวอย่างผ่านทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (email) โดยแจ้งให้ทราบถึงวัตถุประสงค์ในการทำวิจัยเพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ที่จัดตั้งไว้

3.3.3 รวบรวมแบบสอบถามพร้อมตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม โดยคัดเลือกแบบสอบถามที่สมบูรณ์

3.3.4 นำผลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม ซึ่งเก็บไว้ในลักษณะที่เป็นฐานข้อมูล (Data Base) ไปทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยนำข้อมูลจากแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้มาเปลี่ยนเป็นรหัสตัวเลข (Code) แล้วบันทึกลงโปรแกรมเพื่อดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติตามลำดับ 4 ขั้นตอน ดังนี้

3.4.1 การคำนวณหาข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจากแบบสอบถาม ตอนที่ 1 ที่มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) ใช้วิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage)

3.4.2 การคำนวณหาข้อมูลสถานการณ์การสื่อสารในที่ทำงานของผู้ตอบแบบสอบถามจากแบบสอบถาม ตอนที่ 2 ที่มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) ใช้วิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage)

3.4.3 การคำนวณหาข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถามจากแบบสอบถามตอนที่ 3 ที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ย (Mean : $\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.)

3.4.4 การเปรียบเทียบกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กร จำแนกตามสถานภาพทั่วไปและสถานการณ์การสื่อสารของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างด้วย t-test สำหรับสถานภาพด้านเพศและประสบการณ์ทำงาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (Anova) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของตัวแปรเป็นรายกลุ่มสำหรับตำแหน่งงาน กรณีพบค่าความแตกต่างเป็นรายกลุ่มจะวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่อีกครั้งโดยใช้ Scheffe Analysis จำแนกตามสถานภาพทั่วไปและสถานการณ์การกลั่นแกล้งในที่ทำงาน

3.4.5 การคำนวณข้อมูลเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ จากแบบสอบถามตอนที่ 4 ที่มีลักษณะเป็นแบบปลายเปิด (Open-Ended) ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าความถี่ (Frequency) โดยเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย

บทที่ 4
ผลของงานวิจัย

การวิเคราะห์และการนำเสนอผลของการวิจัยเรื่อง การเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรด้วยกลยุทธการสื่อสารของกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง นี้ นำเสนอในรูปตารางประกอบคำบรรยาย โดยแบ่งการนำเสนอเป็น 5 ข้อ ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรด้วยกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถามพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง

4.4 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของการเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรด้วยกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถามพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง

4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามปลายเปิดเป็นข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านเพศ ประสบการณ์ทำงาน และตำแหน่งงาน

ลำดับต่อไปนี้ ผู้วิจัยจะนำเสนอผลของการวิจัย โดยเรียงตามลำดับการนำเสนอทั้ง 5 ข้อ ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) มีจำนวน 5 ข้อ ดังนี้

4.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านเพศ ปรากฏผลดังตารางที่ 4-1

ตารางที่ 4-1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศหญิง	231	60.00
2. เพศชาย	154	40.00
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 4-1 พบว่า เพศของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด ได้แก่ เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 60 ที่เหลือได้แก่ เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 40

4.1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านอายุ ปรากฏผลดังตารางที่ 4-2

ตารางที่ 4-2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
1. น้อยกว่า 30 ปี	34	8.83
2. 30–40 ปี	278	72.21
3. มากกว่า 40 ปี	73	18.96
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 4-2 พบว่า อายุของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด ได้แก่ อายุ 30-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 72.21 รองลงมาได้แก่ อายุมากกว่า 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.96 และ อายุของผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด ได้แก่ อายุต่ำกว่า 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 8.83

4.1.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านระดับการศึกษา ปรากฏผลดังตารางที่ 4-3

ตารางที่ 4-3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
1. ต่ำกว่าปริญญาตรี	16	4.16
2. ปริญญาตรี	328	85.19
3. สูงกว่าปริญญาตรี	41	10.65
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 4-3 พบว่า กลุ่มระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด ได้แก่ ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 85.19 รองลงมาได้แก่ ระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 10.65 และระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด ได้แก่ ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 4.16

4.1.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านประสบการณ์การทำงาน ปรากฏผลดังตารางที่ 4-4

ตารางที่ 4-4 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านประสบการณ์การทำงาน

ประสบการณ์การทำงาน	จำนวน	ร้อยละ
1. น้อยกว่า 10 ปี	219	56.88
2. 10 ปีขึ้นไป	166	43.12
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 4-4 พบว่า ประสบการณ์การทำงานของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด ได้แก่ ประสบการณ์การทำงานน้อยกว่า 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 56.88 ที่เหลือได้แก่ประสบการณ์การทำงานมากกว่า 10 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 43.12

4.1.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านตำแหน่งงานปัจจุบัน ปรากฏผลดังตารางที่ 4-5

ตารางที่ 4-5 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านตำแหน่งงานปัจจุบัน

ตำแหน่งงานปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
1. พนักงานปฏิบัติการ	221	57.40
2. หัวหน้างาน	107	27.79
3. ผู้จัดการ/ ผู้บริหารระดับสูง	57	14.81
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 4-5 พบว่า ตำแหน่งงานปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด ได้แก่ พนักปฏิบัติการ คิดเป็นร้อยละ 57.40 รองลงมาได้แก่ ระดับหน้างาน คิดเป็นร้อยละ 27.79 และตำแหน่งงานปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด ได้แก่ ระดับผู้จัดการ/ ผู้บริหารระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 14.81

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรด้วยกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์การสื่อสารในที่ทำงานของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) มีจำนวน 5 ข้อ ดังนี้

4.2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรด้วยกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถามด้านช่องทางหลักในการรับสารเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน ปรากฏผลดังตารางที่ 4-6

ตารางที่ 4-6 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของการเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรด้วยกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถามด้านช่องทางหลักที่ใช้ในการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน

ช่องทางหลักในการรับสารเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน	จำนวน	ร้อยละ
1. การสื่อสารแบบเผชิญหน้า	97	25.19
2. สื่ออิเล็กทรอนิกส์และแอพพลิเคชั่น	142	36.88
3. ระบบสารสนเทศภายในองค์กร	119	30.91
4. สื่อประกาศและกระจายเสียง	27	7.02
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 4-6 พบว่า ช่องทางหลักที่ท่านใช้ในการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด ได้แก่ กลุ่มสื่ออิเล็กทรอนิกส์และแอพพลิเคชั่น คิดเป็นร้อยละ 36.88 รองลงมาได้แก่ กลุ่มระบบสารสนเทศภายในองค์กร คิดเป็นร้อยละ 30.91 กลุ่มการสื่อสารแบบเผชิญหน้า คิดเป็นร้อยละ 25.19 และ กลุ่มช่องทางหลักที่ท่านใช้ในการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด ได้แก่ กลุ่มสื่อประกาศและกระจายเสียง คิดเป็นร้อยละ 7.01

4.2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรด้วยกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถามด้านทิศทางการไหลของข้อมูลที่สัมผัสได้ว่าเกิดขึ้นบ่อยที่สุด ปรากฏผลดังตารางที่ 4-7

ตารางที่ 4-7 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของการเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรด้วยกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของผู้ตอบ แบบสอบถามด้านทิศทางการไหลของข้อมูลที่สัมผัสได้ว่าเกิดขึ้นบ่อยที่สุด

ทิศทางการไหลของข้อมูลที่เกิดขึ้นบ่อยที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
1. การสื่อสารจากผู้บังคับบัญชาสู่ผู้อยู่ใต้บังคับบัญชา	96	24.94
2. การสื่อสารจากผู้อยู่ใต้บังคับบัญชาสู่ผู้บังคับบัญชา	118	30.65
3. การสื่อสารในระดับเดียวกัน	133	34.55
4. การสื่อสารระหว่างหน่วยงาน	38	9.86
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 4-7 พบว่า ทิศทางการไหลของข้อมูลที่สัมผัสได้ว่าเกิดขึ้นบ่อยที่สุดของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด ได้แก่ การสื่อสารในระดับเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 34.55 รองลงมาได้แก่ การสื่อสารจากผู้อยู่ใต้บังคับบัญชาสู่ผู้บังคับบัญชา คิดเป็นร้อยละ 30.65 การสื่อสารจากผู้บังคับบัญชาสู่ผู้อยู่ใต้บังคับบัญชา คิดเป็นร้อยละ 24.94 และ ทิศทางการไหลของข้อมูลที่สัมผัสได้ว่าเกิดขึ้นบ่อยที่สุดของผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด ได้แก่ การสื่อสารระหว่างหน่วยงาน คิดเป็นร้อยละ 9.87

4.2.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรด้วยกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถามด้านลักษณะเนื้อหาของข้อมูลที่ได้รับและส่งต่อบ่อยที่สุด ปรากฏผลดังตารางที่ 4-8

ตารางที่ 4-8 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของการเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรด้วยกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถามด้านลักษณะเนื้อหาของข้อมูลที่ได้รับและส่งต่อบ่อยที่สุด

ลักษณะเนื้อหาของข้อมูลที่ได้รับและส่งต่อบ่อยที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
1. ข้อมูลด้านการปฏิบัติงานเทคนิค	152	39.48
2. ข้อมูลด้านความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อม	135	35.06
3. ข้อมูลด้านนโยบายและทิศทางองค์กร	75	19.48
4. ข้อมูลด้านสวัสดิการและกิจกรรม	23	5.98
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 4-8 พบว่า ลักษณะเนื้อหาของข้อมูลที่ได้รับและส่งต่อบ่อยที่สุดของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด ได้แก่ ข้อมูลด้านการปฏิบัติงานเทคนิค คิดเป็นร้อยละ 39.48 รองลงมาได้แก่ ข้อมูลด้านความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อม คิดเป็นร้อยละ 35.06 ข้อมูลด้านนโยบายและทิศทางองค์กร คิดเป็นร้อยละ 19.48 และ ลักษณะเนื้อหาของข้อมูลที่ได้รับและส่งต่อบ่อยที่สุดของผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด ได้แก่ ข้อมูลด้านสวัสดิการและกิจกรรม คิดเป็นร้อยละ 5.97

4.2.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรด้วยกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถามด้านปัญหาหรืออุปสรรคการสื่อสารที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพงาน ปรากฏผลดังตารางที่ 4-9

ตารางที่ 4-9 แสดงจำนวนและค่าร้อยละการเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรด้วยกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถามด้านปัญหาหรืออุปสรรคการสื่อสารที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพงาน

ปัญหาหรืออุปสรรคการสื่อสารที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพงาน	จำนวน	ร้อยละ
1. ข้อมูลมีความซับซ้อนเกินไป	134	34.81
2. ความล่าช้าของข้อมูล	147	38.18
3. ความคลาดเคลื่อนของข้อมูล	84	21.82
4. ข้อจำกัดด้านช่องทางและเทคโนโลยี	20	2.19
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 4-9 พบว่า ปัญหาหรืออุปสรรคการสื่อสารที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพงานของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด ได้แก่ ความล่าช้าของข้อมูล คิดเป็นร้อยละ 38.18 รองลงมาได้แก่ ข้อมูลมีความซับซ้อนเกินไป คิดเป็นร้อยละ 34.81 ความคลาดเคลื่อนของข้อมูล คิดเป็นร้อยละ 21.82 และ ปัญหาหรืออุปสรรคการสื่อสารที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพงานของผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด ได้แก่ ข้อจำกัดด้านช่องทางและเทคโนโลยี คิดเป็นร้อยละ 2.19

4.2.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรด้วยกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถามด้านบรรยากาศการสื่อสารในหน่วยงาน ปรากฏผลดังตารางที่ 4-10

ตารางที่ 4-10 แสดงจำนวนและค่าร้อยละการเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรด้วยกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถามด้านบรรยากาศการสื่อสารในหน่วยงาน

บรรยากาศการสื่อสารในหน่วยงาน	จำนวน	ร้อยละ
1. เป็นทางการและเคร่งครัด	112	29.09
2. เป็นกันเองและเปิดเผย	191	49.61
3. ต่างคนต่างอยู่	70	18.18
4. มีความขัดแย้งสูง	12	3.12
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 4-10 พบว่า บรรยากาศการสื่อสารในหน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด ได้แก่ เป็นกันเองและเปิดเผย คิดเป็นร้อยละ 49.61 รองลงมาได้แก่ เป็นทางการและเคร่งครัด คิดเป็นร้อยละ 29.09 ต่างคนต่างอยู่ คิดเป็นร้อยละ 18.18 และ บรรยากาศการสื่อสารในหน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุด ได้แก่ มีความขัดแย้งสูง คิดเป็นร้อยละ 3.12

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถามพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถามพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง และการวิเคราะห์เป็นรายข้อจำนวน 28 ข้อ ดังต่อไปนี้

ด้านผู้ส่งสาร

1. ท่านมีความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาของสารที่ต้องการจะสื่อออกไปเป็นอย่างดี
2. ท่านรู้จักเลือกใช้กลวิธีที่เหมาะสมในการส่งสารหรือนำเสนอสาร
3. ผู้ส่งสารเลือกใช้ระดับภาษาและท่าทางที่เหมาะสมกับผู้รับสารในแต่ละระดับ
4. หัวหน้างานแจ้งข้อมูลการปรับปรุงกระบวนการทำงานล่วงหน้าอย่างเป็นระบบ
5. ผู้บริหารมีการสื่อสารวิสัยทัศน์และเป้าหมายขององค์กรให้พนักงานรับทราบอย่างชัดเจน
6. ผู้บริหาร/หัวหน้างาน มีความน่าเชื่อถือและเป็นแบบอย่างที่ดีในการสื่อสารนโยบาย
7. ผู้บริหารมีการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ที่ทำให้พนักงานรู้สึกถึงความมั่นคงขององค์กร

ด้านข้อมูลข่าวสาร

8. ข้อมูลที่ท่านได้รับจากองค์กรนั้นมีประโยชน์กับท่าน
9. ข่าวสารเกี่ยวกับกฎเกณฑ์ระเบียบข้อปฏิบัติในการทา งานต่างๆ ของหน่วยงานของท่านตั้งอยู่บนพื้นฐานความเป็นจริงและเข้าใจง่าย
10. เนื้อหาข่าวสารมีความถูกต้อง แม่นยำ และเป็นข้อมูลที่ผ่านการกรองมาแล้ว
11. ท่านได้รับข่าวสารที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานอย่างทันท่วงที
12. เนื้อหาการสื่อสารสะท้อนถึงค่านิยมองค์กรและการทำงานร่วมกันเป็นทีม
13. มีการใช้สื่อประสม (ภาพ/วิดีโอ) เพื่อช่วยให้เนื้อหาที่ยากกลายเป็นเรื่องง่าย
14. ข้อมูลข่าวสารมีการปรับปรุงให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ

ด้านช่องทางการสื่อสาร

15. อุปกรณ์ที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการสื่อสารของหน่วยงานมีเพียงพอ เช่น คอมพิวเตอร์ กระดานบอร์ด โทรศัพท์
16. การประชุมมีการกำหนดวาระที่ชัดเจนและสรุปผลได้มีประสิทธิภาพ
17. มีช่องทางการสื่อสารแบบสองทางให้พนักงานสะท้อนปัญหาถึงผู้บริหาร
18. พนักงานทุกระดับสามารถเข้าถึงช่องทางการสื่อสารหลักขององค์กรได้อย่างเท่าเทียม
19. มีระบบการจัดเก็บข้อมูลที่สืบค้นได้ง่าย
20. ช่องทางการสื่อสารมีความปลอดภัยและป้องกันความลับขององค์กรไม่ให้รั่วไหล
21. องค์กรมีการใช้เครื่องมือดิจิทัลที่ทันสมัยมาช่วยในการประสานงาน

ด้านผู้รับสาร

22. ท่านมีการพัฒนาทักษะในการอ่านที่ดี ทำให้สามารถคิดวิเคราะห์และตีความหมายเนื้อหาข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้

23. ท่านสามารถทำความเข้าใจข้อมูลข่าวสารที่ได้รับอย่างรวดเร็ว

24. ท่านสามารถนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ในการตัดสินใจแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้

25. การรับรู้ข่าวสารที่ทั่วถึงช่วยสร้างความรู้สึกผูกพันและเป็นหนึ่งเดียวกับองค์กร

26. ท่านสามารถส่งต่อข้อมูลงานให้กับผู้อื่นได้อย่างถูกต้องตามวัตถุประสงค์

27. ท่านตระหนักและปฏิบัติตามกฎระเบียบอย่างเคร่งครัดจากการสื่อสารที่ย้ำเตือน

28. ท่านรู้สึกว่าการสื่อสารในองค์กรช่วยสนับสนุนให้เป้าหมายงานส่วนบุคคลสำเร็จ

เกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญ กำหนดเป็นช่วงคะแนน ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	1.00 - 1.49	แปลความว่า	มีความสำคัญน้อยที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	1.50 - 2.49	แปลความว่า	มีความสำคัญน้อย
คะแนนเฉลี่ย	2.50 - 3.49	แปลความว่า	มีความสำคัญปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	3.50 - 4.49	แปลความว่า	มีความสำคัญมาก
คะแนนเฉลี่ย	4.50 - 5.00	แปลความว่า	มีความสำคัญมากที่สุด

4.3.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถามของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง โดยภาพรวม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถามของพนักงานของกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง โดยภาพรวม ปรากฏผลดังตารางที่ 4-11

ตารางที่ 4-11 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถามของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง โดยภาพรวม

กลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง	$\overline{X}$	S.D.	**แปลผล**
โดยภาพรวม	**4.37**	**0.316**	**มาก**
ด้านผู้ส่งสาร	**4.33**	**0.349**	**มาก**
1. ท่านมีความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาของสารที่ต้องการจะสื่อออกไปเป็นอย่างดี	4.53	0.573	มากที่สุด
2. ท่านรู้จักเลือกใช้กลวิธีที่เหมาะสมในการส่งสารหรือนำเสนอสาร	4.32	0.719	มาก

ตารางที่ 4-11 (ต่อ)

กลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์ จังหวัดระยอง	$\overline{X}$	S.D.	แปลผล
3. ผู้ส่งสารเลือกใช้ระดับภาษาและท่าทางที่เหมาะสมกับผู้รับสารในแต่ละระดับ	4.28	0.578	มาก
4. หัวหน้างานแจ้งข้อมูลการปรับปรุงกระบวนการทำงานล่วงหน้าอย่างเป็นระบบ	4.23	0.619	มาก
5. ผู้บริหารมีการสื่อสารวิสัยทัศน์และเป้าหมายขององค์กรให้พนักงานรับทราบอย่างชัดเจน	4.41	0.687	มาก
6. ผู้บริหาร/หัวหน้างาน มีความน่าเชื่อถือและเป็นแบบอย่างที่ดีในการสื่อสารนโยบาย	4.26	0.606	มาก
7. ผู้บริหารมีการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ที่ทำให้พนักงานรู้สึกถึงความมั่นคงขององค์กร	4.42	0.645	มาก
ด้านข้อมูลข่าวสาร	**4.37**	**0.345**	**มาก**
8. ข้อมูลที่ท่านได้รับจากองค์กรนั้นมีประโยชน์กับท่าน	4.72	0.504	มากที่สุด
9. ข่าวสารเกี่ยวกับกฎเกณฑ์ระเบียบข้อปฏิบัติในการทำงานต่างๆ ของหน่วยงานของท่านตั้งอยู่บนพื้นฐานความเป็นจริงและเข้าใจง่าย	4.53	0.629	มากที่สุด
10. เนื้อหาข่าวสารมีความถูกต้อง แม่นยำ และเป็นข้อมูลที่ผ่านการกรองมาแล้ว	4.52	0.641	มากที่สุด
11. ท่านได้รับข่าวสารที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานอย่างทันท่วงที	4.25	0.622	มาก
12. เนื้อหาการสื่อสารสะท้อนถึงค่านิยมองค์กรและการทำงานร่วมกันเป็นทีม	4.50	0.604	มากที่สุด
13. มีการใช้สื่อประสม (ภาพ/วิดีโอ) เพื่อช่วยให้เนื้อหาที่ยากกลายเป็นเรื่องง่าย	4.26	0.645	มาก
14. ข้อมูลข่าวสารมีการปรับปรุงให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ	4.40	0.693	มาก
ด้านช่องทางการสื่อสาร	**4.38**	**0.344**	**มาก**
15. อุปกรณ์ที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการสื่อสารของหน่วยงานมีเพียงพอ เช่น คอมพิวเตอร์ กระดานบอร์ด โทรศัพท์	4.71	0.534	มากที่สุด

ตารางที่ 4-11 (ต่อ)

กลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์ จังหวัดระยอง	$\overline{X}$	S.D.	แปลผล
16. การประชุมมีการกำหนดวาระที่ชัดเจนและสรุปผลได้มีประสิทธิภาพ	4.54	0.624	มากที่สุด
17. มีช่องทางการสื่อสารแบบสองทางให้พนักงานสะท้อนปัญหาถึงผู้บริหาร	4.54	0.637	มากที่สุด
18. พนักงานทุกระดับสามารถเข้าถึงช่องทางการสื่อสารหลักขององค์กรได้อย่างเท่าเทียม	4.26	0.647	มาก
19. มีระบบการจัดเก็บข้อมูลที่สืบค้นได้ง่าย	4.43	0.693	มาก
20. ช่องทางการสื่อสารมีความปลอดภัยและป้องกันความลับขององค์กรไม่ให้รั่วไหล	4.32	0.577	มาก
21. องค์กรมีการใช้เครื่องมือดิจิทัลที่ทันสมัยมาช่วยในการประสานงาน	4.50	0.646	มากที่สุด
ด้านผู้รับสาร	**4.39**	**0.329**	**มาก**
22. ท่านมีการพัฒนาทักษะในการอ่านที่ดี ทำให้สามารถคิดวิเคราะห์และตีความหมายเนื้อหาข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้	4.68	0.559	มากที่สุด
23. ท่านสามารถทำความเข้าใจข้อมูลข่าวสารที่ได้รับอย่างรวดเร็ว	4.51	0.658	มากที่สุด
24. ท่านสามารถนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ในการตัดสินใจแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้	4.56	0.614	มากที่สุด
25. การรับรู้ข่าวสารที่ทั่วถึงช่วยสร้างความรู้สึกผูกพันและเป็นหนึ่งเดียวกับองค์กร	4.26	0.588	มาก
26. ท่านสามารถส่งต่อข้อมูลงานให้กับผู้อื่นได้อย่างถูกต้องตามวัตถุประสงค์	4.50	0.617	มากที่สุด
27. ท่านตระหนักและปฏิบัติตามกฎระเบียบอย่างเคร่งครัดจากการสื่อสารที่ย้ำเตือน	4.34	0.550	มาก
28. ท่านรู้สึกว่าการสื่อสารในองค์กรช่วยสนับสนุนให้เป้าหมายงานส่วนบุคคลสำเร็จ	4.50	0.658	มากที่สุด

จากตารางที่ 4-11 ระดับความสำคัญของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง โดยภาพรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายด้าน ได้แก่ ผู้ส่งสาร อยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ข้อมูลข่าวสารอยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ช่องทางการสื่อสาร อยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ผู้รับสาร อยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อ มีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.23 – 4.72 เรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อยตามเกณฑ์ในการวิเคราะห์และแปลผลได้ดังนี้

ระดับความสำคัญของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ข้อมูลที่ท่านได้รับจากองค์กรนั้นมีประโยชน์กับท่าน ($\overline{X}$= 4.72) อุปกรณ์ที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการสื่อสารของหน่วยงานมีเพียงพอ เช่น คอมพิวเตอร์ กระดานบอร์ด โทรศัพท์ ($\overline{X}$ = 4.71) ท่านมีการพัฒนาทักษะในการอ่านที่ดี ทำให้สามารถคิดวิเคราะห์และตีความหมายเนื้อหาข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้ ($\overline{X}$ = 4.68) สามารถนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ในการตัดสินใจแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ ($\overline{X}$ = 4.56) การประชุมมีการกำหนดวาระที่ชัดเจนและสรุปผลได้มีประสิทธิภาพ ($\overline{X}$ = 4.54 , S.D. = 0.624) มีช่องทางการสื่อสารแบบสองทางให้พนักงานสะท้อนปัญหาถึงผู้บริหาร ($\overline{X}$ = 4.54 , S.D. = 0.637) มีความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาของสารที่ต้องการจะสื่อออกไปเป็นอย่างดี ($\overline{X}$ = 4.53 , S.D. = 0.573) ข่าวสารเกี่ยวกับกฎเกณฑ์ระเบียบข้อปฏิบัติในการทำงานต่างๆ ของหน่วยงานของท่านตั้งอยู่บนพื้นฐานความเป็นจริงและเข้าใจง่าย ($\overline{X}$ = 4.53 , S.D = 0.629) เนื้อหาข่าวสารมีความถูกต้อง แม่นยำ และเป็นข้อมูลที่ผ่านการกรองมาแล้ว ($\overline{X}$ = 4.52) ท่านสามารถทำความเข้าใจข้อมูลข่าวสารที่ได้รับอย่างรวดเร็ว ($\overline{X}$ = 4.51) เนื้อหาการสื่อสารสะท้อนถึงค่านิยมองค์กรและการทำงานร่วมกันเป็นทีม ($\overline{X}$ = 4.50 , S.D. = 0.604) สามารถส่งต่อข้อมูลงานให้กับผู้อื่นได้อย่างถูกต้องตามวัตถุประสงค์ ($\overline{X}$ = 4.50 , S.D. = 0.617) องค์กรมีการใช้เครื่องมือดิจิทัลที่ทันสมัยมาช่วยในการประสานงาน ($\overline{X}$ = 4.50 , S.D = 0.646) รู้สึกว่าการสื่อสารในองค์กรช่วยสนับสนุนให้เป้าหมายงานส่วนบุคคลสำเร็จ ($\overline{X}$ = 4.50 , S.D = 0.658) ตามลำดับ

ระดับความสำคัญของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง อยู่ในระดับความสำคัญมาก ได้แก่ มีระบบการจัดเก็บข้อมูลที่สืบค้นได้ง่าย ($\overline{X}$= 4.43) ผู้บริหารมีการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ที่ทำให้พนักงานรู้สึกถึงความมั่นคงขององค์กร ($\overline{X}$= 4.42) ผู้บริหารมีการสื่อสารวิสัยทัศน์และเป้าหมายขององค์กรให้พนักงานรับทราบอย่างชัดเจน ($\overline{X}$= 4.41) ข้อมูลข่าวสารมีการปรับปรุงให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ ($\overline{X}$= 4.40) ท่านตระหนักและปฏิบัติตามกฎระเบียบอย่างเคร่งครัดจากการสื่อสารที่ย้ำเตือน ($\overline{X}$= 4.34) ช่องทางการสื่อสารมีความปลอดภัยและป้องกัน

ความลับขององค์กรไม่ให้รั่วไหล ($\overline{X}$= 4.32 , S.D = 0.577) รู้จักเลือกใช้กลวิธีที่เหมาะสมในการส่งสารหรือนำเสนอสาร ($\overline{X}$= 4.32 , S.D = 0.719) ผู้ส่งสารเลือกใช้ระดับภาษาและท่าทางที่เหมาะสมกับผู้รับสารในแต่ละระดับ ($\overline{X}$= 4.28) การรับรู้ข่าวสารที่ทั่วถึงช่วยสร้างความรู้สึกผูกพันและเป็นหนึ่งเดียวกับองค์กร ($\overline{X}$= 4.26 , S.D = 0.588) ผู้บริหาร/หัวหน้างาน มีความน่าเชื่อถือและเป็นแบบอย่างที่ดีในการสื่อสารนโยบาย ($\overline{X}$= 4.26 , S.D = 0.606) มีการใช้สื่อประสม (ภาพ/วิดีโอ) เพื่อช่วยให้เนื้อหาที่ยากกลายเป็นเรื่องง่าย ($\overline{X}$= 4.26 , S.D = 0.645) พนักงานทุกระดับสามารถเข้าถึงช่องทางการสื่อสารหลักขององค์กรได้อย่างเท่าเทียม ($\overline{X}$= 4.26 , S.D = 0.647) ได้รับข่าวสารที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานอย่างทันท่วงที ($\overline{X}$= 4.25) หัวหน้างานแจ้งข้อมูลการปรับปรุงกระบวนการทำงานล่วงหน้าอย่างเป็นระบบ ($\overline{X}$= 4.23) ตามลำดับ

ระดับความสำคัญของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง อยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง น้อย และ น้อยที่สุด ผลของการวิจัยไม่พบรายการใดที่อยู่ในเกณฑ์คะแนนเฉลี่ยในระดับนี้

4.4 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถามพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง

การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านเพศ โดยใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วย T-test ดังข้อ 4.4.1 และการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประสบการณ์การทำงาน และตำแหน่งงาน ปัจจุบัน โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวด้วย Anova ดังข้อ 4.4.2 และ 4.4.3

4.4.1 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านเพศ

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านเพศ ปรากฏผลดังตารางที่ 4-12

ตารางที่ 4-12 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านเพศ

กลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์ จังหวัดระยอง	**t-Value**	**P-Value**
โดยภาพรวม	**-1.14**	**0.25**
ด้านผู้ส่งสาร	**-0.73**	**0.47**
1. ท่านมีความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาของสารที่ต้องการจะสื่อออกไปเป็นอย่างดี	-1.35	0.18
2. ท่านรู้จักเลือกใช้กลวิธีที่เหมาะสมในการส่งสารหรือนำเสนอสาร	0.00	1.00
3. ผู้ส่งสารเลือกใช้ระดับภาษาและท่าทางที่เหมาะสมกับผู้รับสารในแต่ละระดับ	-0.07	0.94
4. หัวหน้างานแจ้งข้อมูลการปรับปรุงกระบวนการทำงานล่วงหน้าอย่างเป็นระบบ	0.00	1.00
5. ผู้บริหารมีการสื่อสารวิสัยทัศน์และเป้าหมายขององค์กรให้พนักงานรับทราบอย่างชัดเจน	-0.42	0.67
6. ผู้บริหาร/หัวหน้างาน มีความน่าเชื่อถือและเป็นแบบอย่างที่ดีในการสื่อสารนโยบาย	-1.06	0.29
7. ผู้บริหารมีการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ที่ทำให้พนักงานรู้สึกถึงความมั่นคงขององค์กร	0.55	0.58
ด้านข้อมูลข่าวสาร	**-1.54**	**0.12**
8. ข้อมูลที่ท่านได้รับจากองค์กรนั้นมีประโยชน์กับท่าน	-1.10	0.27
9. ข่าวสารเกี่ยวกับกฎเกณฑ์ระเบียบข้อปฏิบัติในการทำงานต่าง ๆ ของหน่วยงานของท่านตั้งอยู่บนพื้นฐานความเป็นจริงและเข้าใจง่าย	-2.37	0.02*
10. เนื้อหาข่าวสารมีความถูกต้อง แม่นยำ และเป็นข้อมูลที่ผ่านการกรองมาแล้ว	-1.74	0.08
11. ท่านได้รับข่าวสารที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานอย่างทันท่วงที	-1.04	0.30
12. เนื้อหาการสื่อสารสะท้อนถึงค่านิยมองค์กรและการทำงานร่วมกันเป็นทีม	-0.24	0.81

ตารางที่ 4-12 (ต่อ)

กลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์ จังหวัดระยอง	t-Value	P-Value
13. มีการใช้สื่อประสม (ภาพ/วิดีโอ) เพื่อช่วยให้เนื้อหาที่ยากกลายเป็นเรื่องง่าย	-0.71	0.48
14. ข้อมูลข่าวสารมีการปรับปรุงให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ	-0.90	0.37
ด้านช่องทางการสื่อสาร	**-0.75**	**0.45**
15. อุปกรณ์ที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการสื่อสารของหน่วยงานมีเพียงพอ เช่น คอมพิวเตอร์ กระดานบอร์ด โทรศัพท์	0.62	0.53
16. การประชุมมีการกำหนดวาระที่ชัดเจนและสรุปผลได้มีประสิทธิภาพ	1.10	0.27
17. มีช่องทางการสื่อสารแบบสองทางให้พนักงานสะท้อนปัญหาถึงผู้บริหาร	0.36	0.72
18. พนักงานทุกระดับสามารถเข้าถึงช่องทางการสื่อสารหลักขององค์กรได้อย่างเท่าเทียม	-0.35	0.72
19. มีระบบการจัดเก็บข้อมูลที่สืบค้นได้ง่าย	-1.49	0.14
20. ช่องทางการสื่อสารมีความปลอดภัยและป้องกันความลับขององค์กรไม่ให้รั่วไหล	0.22	0.83
21. องค์กรมีการใช้เครื่องมือดิจิทัลที่ทันสมัยมาช่วยในการประสานงาน	-0.26	0.80
ด้านผู้รับสาร	**-1.21**	**0.23**
22. ท่านมีการพัฒนาทักษะในการอ่านที่ดี ทำให้สามารถคิดวิเคราะห์และตีความหมายเนื้อหาข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้	-0.67	0.50
23. ท่านสามารถทำความเข้าใจข้อมูลข่าวสารที่ได้รับอย่างรวดเร็ว	-0.35	0.73
24. ท่านสามารถนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ในการตัดสินใจแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้	-0.34	0.74
25. การรับรู้ข่าวสารที่ทั่วถึงช่วยสร้างความรู้สึกผูกพันและเป็นหนึ่งเดียวกับองค์กร	0.49	0.62
26. ท่านสามารถส่งต่อข้อมูลงานให้กับผู้อื่นได้อย่างถูกต้องตามวัตถุประสงค์	-1.66	0.10
27. ท่านตระหนักและปฏิบัติตามกฎระเบียบอย่างเคร่งครัดจากการสื่อสารที่ย้ำเตือน	0.00	1.00

ตารางที่ 4-12 (ต่อ)

กลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์ จังหวัดระยอง	t-Value	P-Value
28. ท่านรู้สึกว่าการสื่อสารในองค์กรช่วยสนับสนุนให้เป้าหมายงานส่วนบุคคลสำเร็จ	-1.36	0.17

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-12 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านเพศ พบว่า ระดับความสำคัญของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานโดยภาพรวม ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สำหรับการเปรียบเทียบเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผู้ส่งสาร ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านช่องทางการสื่อสาร และด้านผู้รับสาร ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนการเปรียบเทียบเป็นรายข้อ พบว่า มี ความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 9 ข่าวสารเกี่ยวกับกฎเกณฑ์ระเบียบข้อปฏิบัติในการทำงานต่างๆ ของหน่วยงานตั้งอยู่บนพื้นฐานความเป็นจริงและเข้าใจง่าย

ลำดับต่อไปผู้วิจัยขอนำเสนอผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านเพศ ในรายข้อจำนวน 1 ข้อ ดังนี้

4.4.1.1 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กร ข้อที่ 9 ข่าวสารเกี่ยวกับกฎเกณฑ์ระเบียบข้อปฏิบัติในการทำงานต่างๆ ของหน่วยงานตั้งอยู่บนพื้นฐานความเป็นจริงและเข้าใจง่าย จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กร ข้อที่ 9 ข่าวสารเกี่ยวกับกฎเกณฑ์ระเบียบข้อปฏิบัติในการทำงานต่างๆ ของหน่วยงานตั้งอยู่บนพื้นฐานความเป็นจริงและเข้าใจง่าย จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ ปรากฏผลดังตารางที่ 4-13

ตารางที่ 4-13 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กร ข้อที่ 9 ข่าวสารเกี่ยวกับกฎเกณฑ์ระเบียบข้อปฏิบัติในการทำงานต่างๆ ของหน่วยงานตั้งอยู่บนพื้นฐานความเป็นจริงและเข้าใจง่าย จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ

เพศ	จำนวน	$\overline{x}$	S.D	t-Value	P-Value
1. หญิง	231	4.47	0.66	-2.37	0.02*
2. ชาย	154	4.62	0.56		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-13 พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 9 ข่าวสารเกี่ยวกับกฎเกณฑ์ระเบียบข้อปฏิบัติในการทำงานต่างๆ ของหน่วยงานตั้งอยู่บนพื้นฐานความเป็นจริงและเข้าใจง่าย จำแนกตามสถานภาพด้านเพศ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย เพศชาย ให้ความสำคัญกับข่าวสารเกี่ยวกับกฎเกณฑ์ระเบียบข้อปฏิบัติในการทำงานต่างๆ ของหน่วยงานตั้งอยู่บนพื้นฐานความเป็นจริงและเข้าใจง่าย มากกว่าเพศหญิง

4.4.2 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านประสบการณ์การทำงาน

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านประสบการณ์การทำงาน ปรากฏผลดังตารางที่ 4-14

ตารางที่ 4-14 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านประสบการณ์การทำงาน

กลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง	**t-Valu**	**P-Valu**
โดยภาพรวม	**2.24**	**0.03***
ด้านผู้ส่งสาร	**2.29**	**0.02***
1. ท่านมีความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาของสารที่ต้องการจะสื่อออกไปเป็นอย่างดี	0.71	0.48
2. ท่านรู้จักเลือกใช้กลวิธีที่เหมาะสมในการส่งสารหรือนำเสนอสาร	1.42	0.16
3. ผู้ส่งสารเลือกใช้ระดับภาษาและท่าทางที่เหมาะสมกับผู้รับสารในแต่ละระดับ	-0.53	0.59

ตารางที่ 4-14 (ต่อ)

กลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง	**t-Valu**	**P-Valu**
4. หัวหน้างานแจ้งข้อมูลการปรับปรุงกระบวนการทำงานล่วงหน้าอย่างเป็นระบบ	0.80	0.42
5. ผู้บริหารมีการสื่อสารวิสัยทัศน์และเป้าหมายขององค์กรให้พนักงานรับทราบอย่างชัดเจน	1.52	0.13
6. ผู้บริหาร/หัวหน้างาน มีความน่าเชื่อถือและเป็นแบบอย่างที่ดีในการสื่อสารนโยบาย	2.22	0.03*
7. ผู้บริหารมีการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ที่ทำให้พนักงานรู้สึกถึงความมั่นคงขององค์กร	3.47	0.00*
ด้านข้อมูลข่าวสาร	**2.14**	**0.03***
8. ข้อมูลที่ท่านได้รับจากองค์กรนั้นมีประโยชน์กับท่าน	2.54	0.01*
9. ข่าวสารเกี่ยวกับกฎเกณฑ์ระเบียบข้อปฏิบัติในการทำงานต่าง ๆ ของหน่วยงานของท่านตั้งอยู่บนพื้นฐานความเป็นจริงและเข้าใจง่าย	1.40	0.16
10. เนื้อหาข่าวสารมีความถูกต้อง แม่นยำ และเป็นข้อมูลที่ผ่านการกรองมาแล้ว	2.85	0.00*
11. ท่านได้รับข่าวสารที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานอย่างทันท่วงที	0.14	0.89
12. เนื้อหาการสื่อสารสะท้อนถึงค่านิยมองค์กรและการทำงานร่วมกันเป็นทีม	2.47	0.01*
13. มีการใช้สื่อประสม (ภาพ/วิดีโอ) เพื่อช่วยให้เนื้อหาที่ยากกลายเป็นเรื่องง่าย	2.20	0.03*
14. ข้อมูลข่าวสารมีการปรับปรุงให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ	1.31	0.19
ด้านช่องทางการสื่อสาร	**2.06**	**0.04***
15. อุปกรณ์ที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการสื่อสารของหน่วยงานมีเพียงพอ เช่น คอมพิวเตอร์ กระดานบอร์ด โทรศัพท์	1.49	0.14
16. การประชุมมีการกำหนดวาระที่ชัดเจนและสรุปผลได้มีประสิทธิภาพ	1.17	0.24
17. มีช่องทางการสื่อสารแบบสองทางให้พนักงานสะท้อนปัญหาถึงผู้บริหาร	2.15	0.03*

ตารางที่ 4-14 (ต่อ)

กลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในธุรกิจเคมีภัณฑ์ จังหวัดระยอง	**t-Valu**	**P-Valu**
18. พนักงานทุกระดับสามารถเข้าถึงช่องทางการสื่อสารหลักขององค์กรได้อย่างเท่าเทียม	0.79	0.43
19. มีระบบการจัดเก็บข้อมูลที่สืบค้นได้ง่าย	2.10	0.04*
20. ช่องทางการสื่อสารมีความปลอดภัยและป้องกันความลับขององค์กรไม่ให้รั่วไหล	0.54	0.59
21. องค์กรมีการใช้เครื่องมือดิจิทัลที่ทันสมัยมาช่วยในการประสานงาน	1.01	0.31
ด้านผู้รับสาร	**1.86**	**0.06**
22. ท่านมีการพัฒนาทักษะในการอ่านที่ดี ทำให้สามารถคิดวิเคราะห์และตีความหมายเนื้อหาข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้	1.20	0.23
23. ท่านสามารถทำความเข้าใจข้อมูลข่าวสารที่ได้รับอย่างรวดเร็ว	2.19	0.03*
24. ท่านสามารถนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ในการตัดสินใจแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้	2.23	0.03*
25. การรับรู้ข่าวสารที่ทั่วถึงช่วยสร้างความรู้สึกผูกพันและเป็นหนึ่งเดียวกับองค์กร	1.22	0.22
26. ท่านสามารถส่งต่อข้อมูลงานให้กับผู้อื่นได้อย่างถูกต้องตามวัตถุประสงค์	1.71	0.09
27. ท่านตระหนักและปฏิบัติตามกฎระเบียบอย่างเคร่งครัดจากการสื่อสารที่ย้ำเตือน	0.20	0.84
28. ท่านรู้สึกว่าการสื่อสารในองค์กรช่วยสนับสนุนให้เป้าหมายงานส่วนบุคคลสำเร็จ	1.15	0.25

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-14 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านประสบการณ์การทำงาน พบว่า ระดับความสำคัญของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานโดยภาพรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สำหรับการเปรียบเทียบเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผู้ส่งสาร ด้านข้อมูลข่าวสาร และด้านช่องทางการสื่อสาร มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนการเปรียบเทียบเป็นรายข้อ

พบว่า มี ความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 10 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 6 ผู้บริหาร/หัวหน้างาน มีความน่าเชื่อถือและเป็นแบบอย่างที่ดีในการสื่อสารนโยบาย ข้อที่ 7 ผู้บริหารมีการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ที่ทำให้พนักงานรู้สึกถึงความมั่นคงขององค์กร ข้อที่ 8 ข้อมูลที่ท่านได้รับจากองค์กรนั้นมีประโยชน์กับท่าน ข้อที่ 10 เนื้อหาข่าวสารมีความถูกต้อง แม่นยำ และเป็นข้อมูลที่ผ่านการกรองมาแล้ว ข้อที่ 12 เนื้อหาการสื่อสารสะท้อนถึงค่านิยมองค์กรและการทำงานร่วมกันเป็นทีม ข้อที่ 13 มีการใช้สื่อประสม (ภาพ/วิดีโอ) เพื่อช่วยให้เนื้อหาที่ยากกลายเป็นเรื่องง่าย ข้อที่ 17 มีช่องทางการสื่อสารแบบสองทางให้พนักงานสะท้อนปัญหาถึงผู้บริหาร ข้อที่ 19 มีระบบการจัดเก็บข้อมูลที่สืบค้นได้ง่าย ข้อที่ 23 ท่านสามารถทำความเข้าใจข้อมูลข่าวสารที่ได้รับอย่างรวดเร็ว และ ข้อที่ 24 ท่านสามารถนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ในการตัดสินใจแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้

ลำดับต่อไปผู้วิจัยขอนำเสนอผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามประสบการณ์การทำงาน โดยภาพรวม 1 ข้อ รายด้าน 3 ข้อ และรายข้อจำนวน 10 ข้อ ดังนี้

4.4.2.1 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรโดยภาพรวม จำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์การทำงาน

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กร เกี่ยบกับโดยภาพรวม จำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์การทำงาน ปรากฏผลดังตารางที่ 4-15

ตารางที่ 4-15 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรโดยภาพรวม จำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์การทำงาน

ประสบการณ์การทำงาน	จำนวน	$\bar{x}$	S.D	t-Value	P-Value
1. น้อยกว่า 10 ปี	219	4.40	0.27	2.24	0.03*
2. 10 ปี ขึ้นไป	166	4.32	0.36		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-15 พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยองโดยภาพรวม จำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์การทำงาน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ประสบการณ์การทำงาน น้อยกว่า 10 ปี ให้ความสำคัญกับโดยภาพรวม มากกว่า ประสบการณ์การทำงาน 10 ปี ขึ้นไป

4.4.2.2 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรด้านผู้ส่งสาร จำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์การทำงาน เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย

ของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรด้านผู้ส่งสาร จำแนกตามสถานภาพประสบการณ์การทำงาน ปรากฏผลดังตารางที่ 4-16

ตารางที่ 4-16 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรด้านผู้ส่งสาร จำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์การทำงาน

ประสบการณ์การทำงาน	จำนวน	$\overline{x}$	S.D	t-Value	P-Value
1. น้อยกว่า 10 ปี	219	4.37	0.31	2.29	0.02*
2. 10 ปี ขึ้นไป	166	4.28	0.39		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-16 พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์ จังหวัดระยองด้านผู้ส่งสาร จำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์การทำงาน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ประสบการณ์การทำงาน น้อยกว่า 10 ปี ให้ความสำคัญกับด้านผู้ส่งสาร มากกว่า ประสบการณ์การทำงาน 10 ปี ขึ้นไป

4.4.2.3 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กร ข้อที่ 6 ผู้บริหาร/หัวหน้างาน มีความน่าเชื่อถือและเป็นแบบอย่างที่ดีในการสื่อสารนโยบาย จำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์การทำงาน ณ ปัจจุบัน

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กร ข้อที่ 6 ผู้บริหาร/หัวหน้างาน มีความน่าเชื่อถือและเป็นแบบอย่างที่ดีในการสื่อสารนโยบาย จำแนกตามสถานภาพประสบการณ์การทำงาน ปรากฏผลดังตารางที่ 4-17

ตารางที่ 4-17 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กร ข้อที่ 6 ผู้บริหาร/หัวหน้างาน มีความน่าเชื่อถือและเป็นแบบอย่างที่ดีในการสื่อสารนโยบาย จำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์การทำงาน

ประสบการณ์การทำงาน	จำนวน	$\overline{x}$	S.D	t-Value	P-Value
1. น้อยกว่า 10 ปี	219	4.32	0.56	2.22	0.03*
2. 10 ปี ขึ้นไป	166	4.19	0.66		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-17 พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์ จังหวัดระยอง ข้อที่ 6 ผู้บริหาร/หัวหน้างานมีความน่าเชื่อถือและเป็นแบบอย่างที่ดีในการสื่อสารนโยบายจำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์การทำงาน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ประสบการณ์การทำงาน น้อยกว่า 10 ปี ให้ความสำคัญกับผู้บริหาร/หัวหน้า

งานมีความน่าเชื่อถือและเป็นแบบอย่างที่ดีในการสื่อสารนโยบาย มากกว่า ประสบการณ์การทำงาน 10 ปี ขึ้นไป

4.4.2.4 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กร ข้อที่ 5 ผู้บริหารมีการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ที่ทำให้พนักงานรู้สึกถึงความมั่นคงขององค์กร จำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์การทำงาน

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กร ข้อที่ 5 ผู้บริหารมีการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ที่ทำให้พนักงานรู้สึกถึงความมั่นคงขององค์กร จำแนกตามสถานภาพประสบการณ์การทำงาน ปรากฏผลดังตารางที่ 4-18

ตารางที่ 4-18 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กร ข้อที่5 ผู้บริหารมีการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ที่ทำให้พนักงานรู้สึกถึงความมั่นคงขององค์กร จำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์การทำงาน

ประสบการณ์การทำงาน	จำนวน	$\bar{x}$	S.D	t-Value	P-Value
1. น้อยกว่า 10 ปี	219	4.52	0.59	3.47	0.00*
2. 10 ปี ขึ้นไป	166	4.29	0.69		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-18 พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์ จังหวัดระยอง ข้อที่ 5 ผู้บริหารมีการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ที่ทำให้พนักงานรู้สึกถึงความมั่นคงขององค์กร จำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์การทำงาน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ประสบการณ์การทำงาน น้อยกว่า 10 ปี ให้ความสำคัญกับผู้บริหารมีการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ที่ทำให้พนักงานรู้สึกถึงความมั่นคงขององค์กร มากกว่า ประสบการณ์การทำงาน 10 ปี ขึ้นไป

4.4.2.5 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรด้านข้อมูลข่าวสาร จำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์การทำงาน

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรเกี่ยบกับด้านข้อมูลข่าวสาร จำแนกตามสถานภาพประสบการณ์การทำงาน ปรากฏผลดังตารางที่ 4-19

ตารางที่ 4-19 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรด้านข้อมูลข่าวสาร จำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์การทำงาน

ประสบการณ์การทำงาน	จำนวน	$\bar{x}$	S.D	t-Value	P-Value
1. น้อยกว่า 10 ปี	219	4.40	0.31	2.14	0.03*
2. 10 ปี ขึ้นไป	166	4.33	0.38		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-19 พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์ จังหวัดระยองด้านข้อมูลข่าวสาร จำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์การทำงาน ณ ปัจจุบัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ประสบการณ์การทำงาน น้อยกว่า 10 ปี ให้ความสำคัญกับผู้บริหารมีการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ที่ทำให้พนักงานรู้สึกถึงความมั่นคงขององค์กรมากกว่า ประสบการณ์การทำงาน 10 ปี ขึ้นไป

4.4.2.6 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กร ข้อที่ 8 ข้อมูลที่ได้รับจากองค์กรนั้นมีประโยชน์ จำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์การทำงาน

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กร ข้อที่ 8 ข้อมูลที่ท่านได้รับจากองค์กรนั้นมีประโยชน์กับท่าน จำแนกตามสถานภาพประสบการณ์การทำงาน ปรากฏผลดังตารางที่ 4-20

ตารางที่ 4-20 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กร ข้อที่ 8 ข้อมูลที่ได้รับจากองค์กรนั้นมีประโยชน์ จำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์การทำงาน

ประสบการณ์การทำงาน	จำนวน	$\bar{x}$	S.D	t-Value	P-Value
1. น้อยกว่า 10 ปี	219	4.78	0.49	2.54	0.01*
2. 10 ปี ขึ้นไป	166	4.64	0.52		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-20 พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์ จังหวัดระยอง ข้อที่ 8 ด้านข้อมูลที่ได้รับจากองค์กรนั้นมีประโยชน์ จำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์การทำงาน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ประสบการณ์การทำงานน้อยกว่า 10 ปี ให้ความสำคัญกับข้อมูลที่ได้รับจากองค์กรนั้นมีประโยชน์ มากกว่าประสบการณ์การทำงาน 10 ปี ขึ้นไป

4.4.2.7 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กร ข้อที่ 10 เนื้อหาข่าวสารมีความถูกต้อง แม่นยำ และเป็นข้อมูลที่ผ่านการกรองมาแล้ว จำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์การทำงาน

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กร ข้อที่ 10 เนื้อหาข่าวสารมีความถูกต้อง แม่นยำ และเป็นข้อมูลที่ผ่านการกรองมาแล้ว จำแนกตามสถานภาพประสบการณ์การทำงาน ปรากฏผลดังตารางที่ 4-21

ตารางที่ 4-21 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กร ข้อที่ 10 เนื้อหาข่าวสารมีความถูกต้อง แม่นยำ และเป็นข้อมูลที่ผ่านการกรองมาแล้ว จำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์การทำงาน

ประสบการณ์การทำงาน	จำนวน	$\overline{x}$	S.D	t-Value	P-Value
1. น้อยกว่า 10 ปี	219	4.61	0.58	2.85	0.00*
2. 10 ปี ขึ้นไป	166	4.42	0.71		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-21 พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์ จังหวัดระยอง ข้อที่ 10 เนื้อหาข่าวสารมีความถูกต้อง แม่นยำ และเป็นข้อมูลที่ผ่านการกรองมาแล้ว จำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์การทำงาน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ประสบการณ์การทำงานน้อยกว่า 10 ปี ให้ความสำคัญกับเนื้อหาข่าวสารมีความถูกต้อง แม่นยำ และเป็นข้อมูลที่ผ่านการกรองมาแล้ว มากกว่า ประสบการณ์การทำงาน 10 ปี ขึ้นไป

4.4.2.8 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กร ข้อที่ 12 เนื้อหาการสื่อสารสะท้อนถึงค่านิยมองค์กรและการทำงานร่วมกันเป็นทีม จำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์การทำงาน

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กร ข้อที่ 12 เนื้อหาการสื่อสารสะท้อนถึงค่านิยมองค์กรและการทำงานร่วมกันเป็นทีม จำแนกตามสถานภาพประสบการณ์การทำงาน ปรากฏผลดังตารางที่ 4-22

ตารางที่ 4-22 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กร ข้อที่ 12 เนื้อหาการสื่อสารสะท้อนถึงค่านิยมองค์กรและการทำงานร่วมกันเป็นทีม จำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์การทำงาน

ประสบการณ์การทำงาน	จำนวน	$\overline{x}$	S.D	t-Value	P-Value
1. น้อยกว่า 10 ปี	219	4.78	0.49	2.47	0.01*
2. 10 ปี ขึ้นไป	166	4.64	0.52		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-22 พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์ จังหวัดระยอง ข้อที่ 12 เนื้อหาการสื่อสารสะท้อนถึงค่านิยมองค์กรและการทำงานร่วมกันเป็นทีม จำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์การทำงาน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ประสบการณ์การทำงานน้อยกว่า 10 ปี ให้ความสำคัญกับเนื้อหาการสื่อสารสะท้อนถึงค่านิยมองค์กรและการทำงานร่วมกันเป็นทีม มากกว่า ประสบการณ์การทำงาน 10 ปี ขึ้นไป

4.4.2.9 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กร ข้อที่ 13 การใช้สื่อประสม (ภาพ/วิดีโอ) เพื่อช่วยให้เนื้อหาที่ยากกลายเป็นเรื่องง่าย จำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์การทำงาน

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กร ข้อที่ 13 การใช้สื่อประสม (ภาพ/วิดีโอ) เพื่อช่วยให้เนื้อหาที่ยากกลายเป็นเรื่องง่าย จำแนกตามสถานภาพประสบการณ์การทำงาน ปรากฏผลดังตารางที่ 4-23

ตารางที่ 4-23 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กร ข้อที่ 13 การใช้สื่อประสม (ภาพ/วิดีโอ) เพื่อช่วยให้เนื้อหาที่ยากกลายเป็นเรื่องง่าย จำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์การทำงาน

ประสบการณ์การทำงาน	จำนวน	$\overline{x}$	S.D	t-Value	P-Value
1. น้อยกว่า 10 ปี	219	4.32	0.58	2.20	0.03*
2. 10 ปี ขึ้นไป	166	4.17	0.71		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-23 พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์ จังหวัดระยอง ข้อที่ 13 การใช้สื่อประสม (ภาพ/วิดีโอ) เพื่อช่วยให้เนื้อหาที่ยากกลายเป็นเรื่องง่าย จำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์การทำงาน ณ ปัจจุบัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ประสบการณ์การทำงานน้อยกว่า 10 ปี ให้ความสำคัญกับการใช้สื่อประสม (ภาพ/วิดีโอ) เพื่อช่วยให้เนื้อหาที่ยากกลายเป็นเรื่องง่าย มากกว่า ประสบการณ์การทำงาน 10 ปี ขึ้นไป

4.4.2.10 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรด้านช่องทางการสื่อสาร จำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์การทำงาน

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรด้านช่องทางการสื่อสาร จำแนกตามสถานภาพประสบการณ์การทำงาน ปรากฏผลดังตารางที่ 4-24

ตารางที่ 4-24 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรด้านช่องทางการสื่อสาร จำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์การทำงาน

ประสบการณ์การทำงาน	จำนวน	$\overline{x}$	S.D	t-Value	P-Value
1. น้อยกว่า 10 ปี	219	4.41	0.26	2.06	0.04*
2. 10 ปี ขึ้นไป	166	4.33	0.43		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-24 พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยองด้านช่องทางการสื่อสาร จำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์การทำงานมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ประสบการณ์การทำงาน น้อยกว่า 10 ปี ให้ความสำคัญกับด้านช่องทางการสื่อสาร มากกว่า ประสบการณ์การทำงาน 10 ปี ขึ้นไป

4.4.2.11 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กร ข้อที่ 17 ช่องทางสื่อสารแบบสองทาง ให้พนักงานสะท้อนปัญหาถึงผู้บริหาร จำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์การทำงาน ณ ปัจจุบัน

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กร ข้อที่ 17 ช่องทางสื่อสารแบบสองทาง ให้พนักงานสะท้อนปัญหาถึงผู้บริหาร จำแนกตามสถานภาพประสบการณ์การทำงาน ปรากฏผลดังตารางที่ 4-25

ตารางที่ 4-25 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กร ข้อที่ 17 ช่องทางสื่อสารแบบสองทาง ให้พนักงานสะท้อนปัญหาถึงผู้บริหาร จำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์การทำงาน

ประสบการณ์การทำงาน	จำนวน	$\overline{x}$	S.D	t-Value	P-Value
1. น้อยกว่า 10 ปี	219	4.60	0.56	2.15	0.03*
2. 10 ปี ขึ้นไป	166	4.46	0.72		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-25 พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 17 ช่องทางสื่อสารแบบสองทาง ให้พนักงานสะท้อนปัญหาถึงผู้บริหาร จำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์การทำงาน ณ ปัจจุบัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ที่ระดับ .05 โดย ประสบการณ์การทำงาน น้อยกว่า 10 ปี ให้ความสำคัญกับช่องทางสื่อสารแบบเผชิญหน้า ถูกใช้ในเรื่องที่ต้องการความละเอียดอ่อน มากกว่า ประสบการณ์การทำงาน 10 ปี ขึ้นไป

4.4.2.12 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กร ข้อที่ 19 มีระบบการจัดเก็บข้อมูลที่สืบค้นได้ง่าย จำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์การทำงาน ณ ปัจจุบัน

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กร ข้อที่ 19 มีระบบการจัดเก็บข้อมูลที่สืบค้นได้ง่าย จำแนกตามสถานภาพประสบการณ์การทำงาน ปรากฏผลดังตารางที่ 4-26

ตารางที่ 4-26 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กร ข้อที่ 19 มีระบบการจัดเก็บข้อมูลที่สืบค้นได้ง่าย จำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์การทำงาน

ประสบการณ์การทำงาน	จำนวน	$\bar{x}$	S.D	t-Value	P-Value
1. น้อยกว่า 10 ปี	219	4.50	0.61	2.10	0.04*
2. 10 ปี ขึ้นไป	166	4.34	0.78		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-26 พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์ จังหวัดระยอง ข้อที่ 19 มีระบบการจัดเก็บข้อมูลที่สืบค้นได้ง่าย จำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์การทำงาน ณ ปัจจุบัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยประสบการณ์การทำงาน น้อยกว่า 10 ปี ให้ความสำคัญกับมีการระบบการจัดเก็บข้อมูลที่สืบค้นได้ง่าย มากกว่า ประสบการณ์การทำงาน 10 ปี ขึ้นไป

4.4.2.13 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กร ข้อที่ 23 ความสามารถทำความเข้าใจข้อมูลข่าวสารที่ได้รับอย่างรวดเร็ว จำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์การทำงาน

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กร ข้อที่ 23 ความสามารถทำความเข้าใจข้อมูลข่าวสารที่ได้รับอย่างรวดเร็ว จำแนกตามสถานภาพประสบการณ์การทำงาน ณ ปัจจุบัน ปรากฏผลดังตารางที่ 4-27

ตารางที่ 4-27 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กร ข้อที่ 23 ความสามารถทำความเข้าใจข้อมูลข่าวสารที่ได้รับอย่างรวดเร็ว จำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์การทำงาน

ประสบการณ์การทำงาน	จำนวน	$\overline{x}$	S.D	t-Value	P-Value
1. น้อยกว่า 10 ปี	219	4.58	0.62	2.19	0.03*
2. 10 ปี ขึ้นไป	166	4.43	0.70		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-27 พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์ จังหวัดระยอง ข้อที่ 23 ความสามารถทำความเข้าใจข้อมูลข่าวสารที่ได้รับอย่างรวดเร็ว จำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์การทำงาน ณ ปัจจุบัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ประสบการณ์การทำงาน น้อยกว่า 10 ปี ให้ความสำคัญกับความสามารถทำความเข้าใจข้อมูลข่าวสารที่ได้รับอย่างรวดเร็ว มากกว่า ประสบการณ์การทำงาน 10 ปี ขึ้นไป

4.4.2.14 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กร ข้อที่ 24 ความสามารถนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ในการตัดสินใจแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ จำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์การทำงาน ณ ปัจจุบัน

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กร ข้อที่ 24 ความสามารถนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ในการตัดสินใจแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ จำแนกตามสถานภาพประสบการณ์การทำงาน ปรากฏผลดังตารางที่ 4-28

ตารางที่ 4-28 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กร ข้อที่ 24 ความสามารถนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ในการตัดสินใจแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ จำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์การทำงาน

ประสบการณ์การทำงาน	จำนวน	$\overline{x}$	S.D	t-Value	P-Value
1. น้อยกว่า 10 ปี	219	4.62	0.54	2.23	0.03*
2. 10 ปี ขึ้นไป	166	4.48	0.69		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-28 พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์ จังหวัดระยอง ข้อที่ 24 ความสามารถนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ในการตัดสินใจแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ จำแนกตามสถานภาพด้านประสบการณ์การทำงาน ณ ปัจจุบัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ประสบการณ์การทำงาน น้อยกว่า 10 ปี ให้ความสำคัญกับความสามารถ

นำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ในการตัดสินใจแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ มากกว่า ประสบการณ์การทำงาน 10 ปี ขึ้นไป

4.4.3 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านตำแหน่งงาน

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านตำแหน่งงาน ปรากฏผลดังตารางที่ 4-29

ตารางที่ 4-29 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านตำแหน่งงาน

กลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์ จังหวัดระยอง	**F-Valu**	**P-Valu**
โดยภาพรวม	**3.86**	**0.02***
ด้านผู้ส่งสาร	**6.78**	**0.00***
1. ท่านมีความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาของสารที่ต้องการจะสื่อออกไปเป็นอย่างดี	3.66	0.03*
2. ท่านรู้จักเลือกใช้กลวิธีที่เหมาะสมในการส่งสารหรือนำเสนอสาร	3.42	0.03*
3. ผู้ส่งสารเลือกใช้ระดับภาษาและท่าทางที่เหมาะสมกับผู้รับสารในแต่ละระดับ	0.16	0.85
4. หัวหน้างานแจ้งข้อมูลการปรับปรุงกระบวนการทำงานล่วงหน้าอย่างเป็นระบบ	1.45	0.24
5. ผู้บริหารมีการสื่อสารวิสัยทัศน์และเป้าหมายขององค์กรให้พนักงานรับทราบอย่างชัดเจน	3.41	0.03*
6. ผู้บริหาร/หัวหน้างาน มีความน่าเชื่อถือและเป็นแบบอย่างที่ดีในการสื่อสารนโยบาย	1.93	0.15
7. ผู้บริหารมีการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ที่ทำให้พนักงานรู้สึกถึงความมั่นคงขององค์กร	8.93	0.00*
ด้านข้อมูลข่าวสาร	**3.95**	**0.02***

ตารางที่ 4-29 (ต่อ)

กลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์ จังหวัดระยอง	**F-Valu**	**P-Valu**
8. ข้อมูลที่ท่านได้รับจากองค์กรนั้นมีประโยชน์กับท่าน	10.16	0.00*
9. ข่าวสารเกี่ยวกับกฎเกณฑ์ระเบียบข้อปฏิบัติในการทา งานต่างๆ ของหน่วยงานของท่านตั้งอยู่บนพื้นฐานความเป็นจริงและเข้าใจง่าย	1.77	0.17
10. เนื้อหาข่าวสารมีความถูกต้อง แม่นยำ และเป็นข้อมูลที่ผ่านการกรองมาแล้ว	7.15	0.00*
11. ท่านได้รับข่าวสารที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานอย่างทันท่วงที	2.09	0.12
12. เนื้อหาการสื่อสารสะท้อนถึงค่านิยมองค์กรและการทำงานร่วมกันเป็นทีม	5.16	0.01*
13. มีการใช้สื่อประสม (ภาพ/วิดีโอ) เพื่อช่วยให้เนื้อหาที่ยากกลายเป็นเรื่องง่าย	3.47	0.03*
14. ข้อมูลข่าวสารมีการปรับปรุงให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ	2.16	0.12
ด้านช่องทางการสื่อสาร	**2.50**	**0.08**
15. อุปกรณ์ที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการสื่อสารของหน่วยงานมีเพียงพอ เช่น คอมพิวเตอร์ กระดานบอร์ด โทรศัพท์	8.93	0.00*
16. การประชุมมีการกำหนดวาระที่ชัดเจนและสรุปผลได้มีประสิทธิภาพ	4.02	0.02*
17. มีช่องทางการสื่อสารแบบสองทางให้พนักงานสะท้อนปัญหาถึงผู้บริหาร	4.30	0.01*
18. พนักงานทุกระดับสามารถเข้าถึงช่องทางการสื่อสารหลักขององค์กรได้อย่างเท่าเทียม	0.77	0.46
19. มีระบบการจัดเก็บข้อมูลที่สืบค้นได้ง่าย	3.03	0.05*
ด้านผู้รับสาร	**1.31**	**0.27**
20. ช่องทางการสื่อสารมีความปลอดภัยและป้องกันความลับขององค์กรไม่ให้รั่วไหล	0.03	0.97
21. องค์กรมีการใช้เครื่องมือดิจิทัลที่ทันสมัยมาช่วยในการประสานงาน	0.49	0.62
22. ท่านมีการพัฒนาทักษะในการอ่านที่ดี ทำให้สามารถคิดวิเคราะห์และตีความหมายเนื้อหาข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้	9.13	0.00*

ตารางที่ 4-29 (ต่อ)

กลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์ จังหวัดระยอง	F-Valu	P-Valu
23. ท่านสามารถทำความเข้าใจข้อมูลข่าวสารที่ได้รับอย่างรวดเร็ว	4.11	0.02*
24. ท่านสามารถนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ในการตัดสินใจแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้	4.18	0.02*
25. การรับรู้ข่าวสารที่ทั่วถึงช่วยสร้างความรู้สึกผูกพันและเป็นหนึ่งเดียวกับองค์กร	0.94	0.39
26. ท่านสามารถส่งต่อข้อมูลงานให้กับผู้อื่นได้อย่างถูกต้องตามวัตถุประสงค์	2.49	0.08
27. ท่านตระหนักและปฏิบัติตามกฎระเบียบอย่างเคร่งครัดจากการสื่อสารที่ย้ำเตือน	2.38	0.09
28. ท่านรู้สึกว่าการสื่อสารในองค์กรช่วยสนับสนุนให้เป้าหมายงานส่วนบุคคลสำเร็จ	0.02	0.98

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-29 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน พบว่า โดยภาพรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สำหรับการเปรียบเทียบรายด้าน พบว่า ด้านผู้ส่งสาร มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านข้อมูลข่าวสาร มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านผู้ช่องทางการสื่อสารและด้านผู้รับสาร ไม่พบ ความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนการเปรียบเทียบเป็นรายข้อ พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 15 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 1 มีความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาของสารที่ต้องการจะสื่อออกไปเป็นอย่างดี ข้อที่ 2 รู้จักเลือกใช้กลวิธีที่เหมาะสมในการส่งสารหรือนำเสนอสาร ข้อที่ 5 ผู้บริหารมีการสื่อสารวิสัยทัศน์และเป้าหมายขององค์กรให้พนักงานรับทราบอย่างชัดเจน ข้อที่ 7 ผู้บริหารมีการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ที่ทำให้พนักงานรู้สึกถึงความมั่นคงขององค์กร ข้อที่ 8 ข้อมูลที่ท่านได้รับจากองค์กรนั้นมีประโยชน์กับท่าน ข้อที่ 10 เนื้อหาข่าวสารมีความถูกต้อง แม่นยำ และเป็นข้อมูลที่ผ่านการกรองมาแล้ว ข้อที่ 12 เนื้อหาการสื่อสารสะท้อนถึงค่านิยมองค์กรและการทำงานร่วมกันเป็นทีม ข้อที่ 13 มีการใช้สื่อประสม (ภาพ/วิดีโอ) เพื่อช่วยให้เนื้อหาที่ยากกลายเป็นเรื่องง่าย ข้อที่ 15 อุปกรณ์ที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการสื่อสารของหน่วยงานมีเพียงพอ เช่น คอมพิวเตอร์ กระดานบอร์ด โทรศัพท์

ข้อที่ 16 หน่วยงานของท่านมีการประชุมอย่างสม่ำเสมอและมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารขององค์กร ข้อที่ 17 ช่องทางสื่อสารแบบเผชิญหน้า ถูกใช้ในเรื่องที่ต้องการความละเอียดอ่อน ข้อที่ 19 มีระบบการจัดเก็บข้อมูลที่สืบค้นได้ง่าย ข้อที่ 22 มีการพัฒนาทักษะในการอ่านที่ดี ทำให้สามารถคิดวิเคราะห์และตีความหมายเนื้อหาข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้ ข้อที่ 23 สามารถทำความเข้าใจข้อมูลข่าวสารที่ได้รับอย่างรวดเร็ว และข้อที่ 24 สามารถนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ในการตัดสินใจแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe ปรากฏผลดังนี้

ลำดับต่อไปผู้วิจัยขอนำเสนอผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน จำนวน 18 รายการ ดังนี้

4.4.3.1 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง โดยภาพรวม จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง โดยภาพรวม จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน พบว่า ไม่พบรายคู่ใดที่มีกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.4.3.2 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ด้านผู้ส่งสาร จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ด้านผู้ส่งสาร จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน ปรากฏผลดังตารางที่ 4-30

ตารางที่ 4-30 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยองด้านผู้ส่งสาร จำแนกตามสถานภาพด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน

ตำแหน่งงานในปัจจุบัน	$\overline{x}$	พนักงานปฏิบัติการ	หัวหน้างาน	ผู้จัดการ/ผู้บริหารระดับสูง
		4.21	4.29	4.38
พนักงานปฏิบัติการ	4.21	-	0.08	0.17*
หัวหน้างาน	4.29		-	0.09
ผู้จัดการ/ผู้บริหารระดับสูง	4.38			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-30 พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ด้านผู้ส่งสาร จำแนกตามสถานภาพด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 คู่ โดยกลุ่มตำแหน่งงานพนักงานผู้จัดการ/ผู้บริหารระดับสูงให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรด้านผู้ส่งสาร มากกว่า กลุ่มตำแหน่งงานพนักงานปฏิบัติการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.4.3.3 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 1 มีความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาของสารที่ต้องการจะสื่อออกไปเป็นอย่างดี จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง มีความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาของสารที่ต้องการจะสื่อออกไปเป็นอย่างดี จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน ปรากฏผลดังตารางที่ 4-31

ตารางที่ 4-31 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 1 มีความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาของสารที่ต้องการจะสื่อออกไปเป็นอย่างดี จำแนกตามสถานภาพด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน

ตำแหน่งงานในปัจจุบัน	$\overline{x}$	พนักงานปฏิบัติการ	หัวหน้างาน	ผู้จัดการ/ผู้บริหารระดับสูง
		4.35	4.52	4.58
พนักงานปฏิบัติการ	4.35	-	0.17	0.23*
หัวหน้างาน	4.52		-	0.06
ผู้จัดการ/ผู้บริหารระดับสูง	4.58			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-31 พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 1 มีความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาของสารที่ต้องการจะสื่อออกไปเป็นอย่างดี จำแนกตามสถานภาพด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 คู่ โดยกลุ่มตำแหน่งงานพนักงานผู้จัดการ/ผู้บริหารระดับสูงให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรการมีความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาของสารที่ต้องการจะสื่อออกไปเป็นอย่างดีมากกว่ากลุ่มตำแหน่งงานพนักงานปฏิบัติการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.4.3.4 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 2 รู้จักเลือกใช้กลวิธีที่เหมาะสมในการส่งสารหรือนำเสนอสาร จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 2 รู้จักเลือกใช้กลวิธีที่เหมาะสมในการส่งสารหรือนำเสนอสาร จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน พบว่า ไม่พบรายคู่ใดที่มีกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยองแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.4.3.5 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 5 ผู้บริหารมีการสื่อสารวิสัยทัศน์และเป้าหมายขององค์กรให้พนักงานรับทราบอย่างชัดเจน จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 5 ผู้บริหารมีการสื่อสารวิสัยทัศน์และเป้าหมายขององค์กรให้

พนักงานรับทราบอย่างชัดเจน จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน ปรากฏผลดังตารางที่ 4-32

ตารางที่ 4-32 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 5 ผู้บริหารมีการสื่อสารวิสัยทัศน์และเป้าหมายขององค์กรให้พนักงานรับทราบอย่างชัดเจน จำแนกตามสถานภาพด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน

ตำแหน่งงานในปัจจุบัน	$\bar{x}$	พนักงานปฏิบัติการ	หัวหน้างาน	ผู้จัดการ/ผู้บริหารระดับสูง
		4.23	4.36	4.48
พนักงานปฏิบัติการ	4.23	-	0.13	0.25*
หัวหน้างาน	4.36		-	0.12
ผู้จัดการ/ผู้บริหารระดับสูง	4.48			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-32 พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 5 ผู้บริหารมีการสื่อสารวิสัยทัศน์และเป้าหมายขององค์กรให้พนักงานรับทราบอย่างชัดเจน จำแนกตามสถานภาพด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 คู่ โดยกลุ่มตำแหน่งงานพนักงานผู้จัดการ/ผู้บริหารระดับสูงให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรโดยผู้บริหารมีการสื่อสารวิสัยทัศน์และเป้าหมายขององค์กรให้พนักงานรับทราบอย่างชัดเจน มากกว่า กลุ่มตำแหน่งงานพนักงานปฏิบัติการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.4.3.6 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 7 ผู้บริหารมีการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ที่ทำให้พนักงานรู้สึกถึงความมั่นคงขององค์กร จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 7 ผู้บริหารมีการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ที่ทำให้พนักงานรู้สึกถึงความมั่นคงขององค์กร จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน ปรากฏผลดังตารางที่ 4-33

ตารางที่ 4-33 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 7 ผู้บริหารมีการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ที่ทำให้พนักงานรู้สึกถึงความมั่นคงขององค์กร จำแนกตามสถานภาพด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน

ตำแหน่งงานในปัจจุบัน	$\overline{x}$	พนักงานปฏิบัติการ	หัวหน้างาน	ผู้จัดการ/ผู้บริหารระดับสูง
		4.23	4.36	4.48
พนักงานปฏิบัติการ	4.23	-	0.13	0.25*
หัวหน้างาน	4.36		-	0.12
ผู้จัดการ/ผู้บริหารระดับสูง	4.48			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-33 พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 7 ผู้บริหารมีการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ที่ทำให้พนักงานรู้สึกถึงความมั่นคงขององค์กร จำแนกตามสถานภาพด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 คู่ โดยกลุ่มตำแหน่งงานพนักงานผู้จัดการ/ผู้บริหารระดับสูงให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรโดยผู้บริหารมีการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ที่ทำให้พนักงานรู้สึกถึงความมั่นคงขององค์กร มากกว่ากลุ่มตำแหน่งงานพนักงานปฏิบัติการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.4.3.7 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ด้านข้อมูลข่าวสาร จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ด้านข้อมูลข่าวสาร จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน พบว่า ไม่พบรายคู่ใดที่มีกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยองแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.4.3.8 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 8 ข้อมูลที่ได้รับจากองค์กรนั้นมีประโยชน์ จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 8 ข้อมูลที่ได้รับจากองค์กรนั้นมีประโยชน์ จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน ปรากฏผลดังตารางที่ 4-34

ตารางที่ 4-34 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 8 ข้อมูลที่ได้รับจากองค์กรนั้นมีประโยชน์ จำแนกตามสถานภาพด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน

ตำแหน่งงานในปัจจุบัน	$\bar{x}$	พนักงานปฏิบัติการ	หัวหน้างาน	ผู้จัดการ/ผู้บริหารระดับสูง
		4.49	4.66	4.81
พนักงานปฏิบัติการ	4.49	-	0.17	0.32*
หัวหน้างาน	4.66		-	0.15
ผู้จัดการ/ผู้บริหารระดับสูง	4.81			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-34 พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 8 ข้อมูลที่ได้รับจากองค์กรนั้นมีประโยชน์ จำแนกตามสถานภาพด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 คู่ โดยกลุ่มตำแหน่งงานพนักงานผู้จัดการ/ผู้บริหารระดับสูงให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรเกี่ยวกับข้อมูลที่ได้รับจากองค์กรนั้นมีประโยชน์ มากกว่า กลุ่มตำแหน่งงานพนักงานปฏิบัติการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.4.3.9 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 10 เนื้อหาข่าวสารมีความถูกต้อง แม่นยำ และเป็นข้อมูลที่ผ่านการกรองมาแล้ว จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 10 เนื้อหาข่าวสารมีความถูกต้อง แม่นยำ และเป็นข้อมูลที่ผ่านการกรองมาแล้ว จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน ปรากฏผลดังตารางที่ 4-35

ตารางที่ 4-35 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 10 เนื้อหาข่าวสารมีความถูกต้อง แม่นยำ และเป็นข้อมูลที่ผ่านการกรองมาแล้ว จำแนกตามสถานภาพด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน

ตำแหน่งงานในปัจจุบัน	$\overline{x}$	พนักงานปฏิบัติการ	หัวหน้างาน	ผู้จัดการ/ผู้บริหารระดับสูง
		4.26	4.49	4.61
พนักงานปฏิบัติการ	4.26	-	0.23	0.35*
หัวหน้างาน	4.49		-	0.12
ผู้จัดการ/ผู้บริหารระดับสูง	4.61			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-35 พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 10 เนื้อหาข่าวสารมีความถูกต้อง แม่นยำ และเป็นข้อมูลที่ผ่านการกรองมาแล้ว จำแนกตามสถานภาพด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 คู่ โดยกลุ่มตำแหน่งงานพนักงานผู้จัดการ/ผู้บริหารระดับสูงให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรเกี่ยวกับเนื้อหาข่าวสารมีความถูกต้อง แม่นยำ และเป็นข้อมูลที่ผ่านการกรองมาแล้ว มากกว่า กลุ่มตำแหน่งงานพนักงานปฏิบัติการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.4.3.10 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 12 เนื้อหาการสื่อสารสะท้อนถึงค่านิยมองค์กรและการทำงานร่วมกันเป็นทีม จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 12 เนื้อหาการสื่อสารสะท้อนถึงค่านิยมองค์กรและการทำงานร่วมกันเป็นทีม จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน ปรากฏผลดังตารางที่ 4-36

ตารางที่ 4-36 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 12 เนื้อหาการสื่อสารสะท้อนถึงค่านิยมองค์กรและการทำงานร่วมกันเป็นทีม จำแนกตามสถานภาพด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน

ตำแหน่งงานในปัจจุบัน	$\overline{x}$	พนักงานปฏิบัติการ	หัวหน้างาน	ผู้จัดการ/ผู้บริหารระดับสูง
		4.28	4.50	4.57
พนักงานปฏิบัติการ	4.28	-	0.22	0.29*
หัวหน้างาน	4.50		-	0.07
ผู้จัดการ/ผู้บริหารระดับสูง	4.57			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-36 พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 12 เนื้อหาการสื่อสารสะท้อนถึงค่านิยมองค์กรและการทำงานร่วมกันเป็นทีม จำแนกตามสถานภาพด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 คู่ โดยกลุ่มตำแหน่งงานพนักงานผู้จัดการ/ผู้บริหารระดับสูงให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรเกี่ยวกับเนื้อหาการสื่อสารสะท้อนถึงค่านิยมองค์กรและการทำงานร่วมกันเป็นทีม มากกว่า กลุ่มตำแหน่งงานพนักงานปฏิบัติการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.4.3.11 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 13 มีการใช้สื่อประสม (ภาพ/วิดีโอ) เพื่อช่วยให้เนื้อหาที่ยากกลายเป็นเรื่องง่าย จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 13 มีการใช้สื่อประสม (ภาพ/วิดีโอ) เพื่อช่วยให้เนื้อหาที่ยากกลายเป็นเรื่องง่าย จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านตำแหน่งงานในปัจ จุบัน พบว่า ไม่พบรายคู่ใดที่มีกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.4.3.12 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 15 อุปกรณ์ที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการสื่อสารของหน่วยงานมีเพียงพอ เช่น คอมพิวเตอร์ กระดานบอร์ด โทรศัพท์ จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 15 อุปกรณ์ที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการสื่อสารของหน่วยงานมีเพียงพอ เช่น คอมพิวเตอร์ กระดานบอร์ด โทรศัพท์ จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน ปรากฏผลดังตารางที่ 4-37

ตารางที่ 4-37 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 15 อุปกรณ์ที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการสื่อสารของหน่วยงานมีเพียงพอ เช่น คอมพิวเตอร์ กระดานบอร์ด โทรศัพท์ จำแนกตามสถานภาพด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน

ตำแหน่งงานในปัจจุบัน	$\overline{x}$	พนักงานปฏิบัติการ	หัวหน้างาน	ผู้จัดการ/ผู้บริหารระดับสูง
		4.51	4.63	4.80
พนักงานปฏิบัติการ	4.51	-	0.12	0.29*
หัวหน้างาน	4.63		-	0.17
ผู้จัดการ/ผู้บริหารระดับสูง	4.80			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-37 พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 15 อุปกรณ์ที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการสื่อสารของหน่วยงานมีเพียงพอ เช่น คอมพิวเตอร์ กระดานบอร์ด โทรศัพท์ จำแนกตามสถานภาพด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 คู่ โดยกลุ่มตำแหน่งงานพนักงานผู้จัดการ/ผู้บริหารระดับสูงให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรเกี่ยวกับอุปกรณ์ที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการสื่อสารของหน่วยงานมีเพียงพอ เช่น คอมพิวเตอร์ กระดานบอร์ด โทรศัพท์ มากกว่ากลุ่มตำแหน่งงานพนักงานปฏิบัติการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.4.3.13 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 16 หน่วยงานของท่านมีการประชุมอย่างสม่ำเสมอและมี

การแจ้งข้อมูลข่าวสารขององค์กร จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 16 หน่วยงานของท่านมีการประชุมอย่างสม่ำเสมอและมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารขององค์กร จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน ปรากฏผลดังตารางที่ 4-38

ตารางที่ 4-38 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 16 หน่วยงานของท่านมีการประชุมอย่างสม่ำเสมอและมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารขององค์กร จำแนกตามสถานภาพด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน

ตำแหน่งงานในปัจจุบัน	$\overline{x}$	พนักงานปฏิบัติการ	หัวหน้างาน	ผู้จัดการ/ผู้บริหารระดับสูง
		4.51	4.63	4.80
พนักงานปฏิบัติการ	4.51	-	0.12	0.29*
หัวหน้างาน	4.63		-	0.17
ผู้จัดการ/ผู้บริหารระดับสูง	4.80			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-38 พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ ข้อที่ 16 หน่วยงานของท่านมีการประชุมอย่างสม่ำเสมอและมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารขององค์กร จำแนกตามสถานภาพด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 คู่ โดยกลุ่มตำแหน่งงานพนักงานผู้จัดการ/ผู้บริหารระดับสูงให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรเกี่ยวกับหน่วยงานของท่านมีการประชุมอย่างสม่ำเสมอและมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารขององค์กร มากกว่า กลุ่มตำแหน่งงานพนักงานปฏิบัติการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.4.3.14 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 17 ช่องทางสื่อสารแบบเผชิญหน้า ถูกใช้ในเรื่องที่ต้องการความละเอียดอ่อน จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 17 ช่องทางสื่อสารแบบเผชิญหน้า ถูกใช้ในเรื่องที่ต้องการความละเอียดอ่อน จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน พบว่า ไม่พบรายคู่ใดที่มีกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.4.3.15 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 19 มีระบบการจัดเก็บข้อมูลที่สืบค้นได้ง่าย จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 19 มีระบบการจัดเก็บข้อมูลที่สืบค้นได้ง่าย จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน พบว่า ไม่พบรายคู่ใดที่มีกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.4.3.16 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 22 มีการพัฒนาทักษะในการอ่านที่ดี ทำให้สามารถคิดวิเคราะห์และตีความหมายเนื้อหาข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้ จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 22 มีการพัฒนาทักษะในการอ่านที่ดี ทำให้สามารถคิดวิเคราะห์และตีความหมายเนื้อหาข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้ จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน ปรากฏผลดังตารางที่ 4-39

ตารางที่ 4-39 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 22 มีการพัฒนาทักษะในการอ่านที่ดี ทำให้สามารถคิดวิเคราะห์และตีความหมายเนื้อหาข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้ จำแนกตามสถานภาพด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน

ตำแหน่งงานในปัจจุบัน	$\overline{x}$	พนักงานปฏิบัติการ	หัวหน้างาน	ผู้จัดการ/ผู้บริหารระดับสูง
		4.40	4.67	4.75
พนักงานปฏิบัติการ	4.40	-	0.27*	0.35*
หัวหน้างาน	4.67		-	0.08
ผู้จัดการ/ผู้บริหารระดับสูง	4.75			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-39 พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 22 มีการพัฒนาทักษะในการอ่านที่ดี ทำให้สามารถคิดวิเคราะห์และตีความหมายเนื้อหาข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้ จำแนกตามสถานภาพด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 2 คู่ โดยกลุ่มตำแหน่งงานพนักงานผู้จัดการ/ผู้บริหารระดับสูงให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรเกี่ยวกับการพัฒนาทักษะในการอ่านที่ดี ทำให้สามารถคิดวิเคราะห์และตีความหมายเนื้อหาข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้ มากกว่า กลุ่มตำแหน่งงานพนักงานปฏิบัติการและหัวหน้างาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.4.3.17 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 23 สามารถทำความเข้าใจข้อมูลข่าวสารที่ได้รับอย่างรวดเร็ว จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 23 สามารถทำความเข้าใจข้อมูลข่าวสารที่ได้รับอย่างรวดเร็ว จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน ปรากฏผลดังตารางที่ 4-40

ตารางที่ 4-40 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 23 สามารถทำความเข้าใจข้อมูลข่าวสารที่ได้รับอย่างรวดเร็ว จำแนกตามสถานภาพด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน

ตำแหน่งงานในปัจจุบัน	$\overline{x}$	พนักงานปฏิบัติการ	หัวหน้างาน	ผู้จัดการ/ผู้บริหารระดับสูง
		4.30	4.30	4.57
พนักงานปฏิบัติการ	4.30	-	0.20	0.27*
หัวหน้างาน	4.50		-	0.07
ผู้จัดการ/ผู้บริหารระดับสูง	4.57			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-40 พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ ข้อที่ 23 สามารถทำความเข้าใจข้อมูลข่าวสารที่ได้รับอย่างรวดเร็ว จำแนกตามสถานภาพด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 คู่ โดยกลุ่มตำแหน่งงานพนักงานผู้จัดการ/ผู้บริหารระดับสูงให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรที่สามารถทำความเข้าใจข้อมูลข่าวสารที่ได้รับอย่างรวดเร็ว มากกว่า กลุ่มตำแหน่งงานพนักงานปฏิบัติการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.4.3.18 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 24 สามารถนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ในการตัดสินใจแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 24 สามารถนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ในการตัดสินใจแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน ปรากฏผลดังตารางที่ 4-41

ตารางที่ 4-41 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 24 สามารถนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ในการตัดสินใจแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ จำแนกตามสถานภาพด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน

ตำแหน่งงานในปัจจุบัน	$\overline{x}$	พนักงานปฏิบัติการ	หัวหน้างาน	ผู้จัดการ/ผู้บริหารระดับสูง
		4.39	4.50	4.63
พนักงานปฏิบัติการ	4.39	-	0.11	0.24*
หัวหน้างาน	4.50		-	0.13
ผู้จัดการ/ผู้บริหารระดับสูง	4.63			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-41 พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ข้อที่ 24 สามารถนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ในการตัดสินใจแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้จำแนกตามสถานภาพด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 คู่ โดยกลุ่มตำแหน่งงานพนักงานผู้จัดการ/ผู้บริหารระดับสูงให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรที่สามารถนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ในการตัดสินใจแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ มากกว่า กลุ่มตำแหน่งงานพนักงานปฏิบัติการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามปลายเปิดเป็นข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามปลายเปิดเป็นข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ปรากฏผลดังตารางที่ 4-42

ตารางที่ 4-42 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามปลายเปิดเป็นข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลำดับที่	ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ	ความถี่
1	ข้อมูลที่ชัดเจนและถูกต้อง ผ่านการวิเคราะห์ข้อมูลจะประหยัดเวลา	1
2	การจัดกิจกรรมร่วมกัน เช่น ทีมบิวดิ้ง กีฬาสี	1
3	ควรกำหนดขอบเขตเนื้อหา เวลาในการสื่อสารให้ชัดเจน รณรงค์ให้มีการสื่อสารในแต่ละระดับอย่างตรงประเด็นสอดคล้องนโบบายเป้าหมายองกรณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารลดเวลา	1
4	การใช้เครื่องมือสื่อสารในองค์กรเป็นเรื่องที่ดี แต่การใช้ในแต่ละแผนกต้องมีขอบเขตและระบุบุคคลในการใช้งาน	1
5	การสื่อสารที่ดีต้องใช้ใจฟังด้วย	1

ลำดับที่	ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ	ความถี่
6	การสื่อสารในองค์กรควรเป็นแบบ 2 way communication สามารถเสนอแนะจากบนลงล่าง และล่างขึ้นบนได้	1
7	การประเมินทุกไตรมาส	1
8	กระบวนการติดตามว่าใครอ่านและใครไม่ได้อ่านอีเมลผ่าน Microsoft Teams	1
9	ช่องทางค่อนข้างหลากหลายจนบางครั้งมันอาจมี line group มากเกินไป	1
10	อยากให้พัฒนาการสื่อสารข่าวให้ทันสมัย และรวดเร็วก็ว่าเดิม	1

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

บทที่ 5
สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อการเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรด้วยกลยุทธการสื่อสารของกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง และเปรียบเทียบความแตกต่างของการเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรด้วยกลยุทธการสื่อสารของกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ พนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง จำนวน 12,088 คน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อน ±5% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 385 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างเป็นการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยใช้เกณฑ์ทางด้านภูมิศาสตร์ในตำแหน่งที่ตั้งของกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์ ในพื้นที่จังหวัดระยอง เครื่องมือในการวิจัยและการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) มีข้อคำถาม จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) มีจำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กร ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) มีจำนวน 28 ข้อ

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open-Ended) มีจำนวน 1 ข้อ

ผู้วิจัยได้ทำการสร้างเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยศึกษาหลักการสร้างแบบสอบถาม และกำหนดกรอบแนวความคิดในการวิจัย จากนั้นศึกษาข้อมูลจากหนังสือ เอกสาร บทความ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างข้อคำถาม (Item) ของแบบสอบถาม ต่อมาผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นและขอบเขตของคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และประโยชน์ของการวิจัย สู่ดำเนินการสร้างแบบสอบถามฉบับร่างและนำแบบสอบถามฉบับร่างที่สร้างขึ้นพร้อมแบบประเมินไปให้ผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งมีความรู้และประสบการณ์ในประเด็นที่จะทำการศึกษาพิจารณาแบบสอบถาม จำนวน 5 ท่าน เพื่อคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหาวัตถุประสงค์ (Item Objective Congruence : IOC) ผลที่ได้หลังจากการคำนวณดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหาหรือวัตถุประสงค์ ผู้วิจัยได้นำค่าดังกล่าวพร้อมแบบประเมินของผู้เชี่ยวชาญมาใช้เป็นแนวทางสำหรับการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม

หลังจากผ่านการแก้ไขจากผู้เชี่ยวชาญแล้ว ไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มประชากรที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับประชากรที่ต้องการศึกษา ได้แก่ พนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง จำนวน 30 ชุด โดยแบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) จะคำนวณหาคู่อำนาจจำแนก (Discrimination) ด้วยวิธีวิเคราะห์ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : SD.) ในส่วนของแบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) คำนวณหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ด้วยวิธีวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ทั้งนี้ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามผลจากการวิเคราะห์ค่าอำนาจจำแนก และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามก่อนนำไปใช้จริง

การดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยทำการติดต่อสัมภาษณ์พนักงานที่ปฏิบัติงานอยู่ในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยองและจัดทำแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ (Google Form) และลงพื้นที่เก็บแบบสอบถามในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์ในจังหวัดระยอง พร้อมหนังสือแนะนำตัวเองกับกลุ่มตัวอย่างผ่านทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (email) โดยแจ้งให้ทราบถึงวัตถุประสงค์ในการทำวิจัยเพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ที่จัดตั้งไว้ จากนั้นรวบรวมแบบสอบถามพร้อมตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถามโดยคัดเลือกแบบสอบถามที่สมบูรณ์ และนำผลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม ซึ่งเก็บไว้ในลักษณะที่เป็นฐานข้อมูล (Data Base) ไปทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ปรากฏค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่ามีค่าเท่ากับ 0.981 สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้วิธีการเก็บแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ (Google Form) รวมจำนวนที่รวบรวมได้ทั้งสิ้น 385 ราย จากนั้นผู้วิจัยได้วิเคราะห์สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง และการเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรด้วยกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรในที่ทำงานของผู้ตอบแบบสอบถามของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยองของสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการใช้วิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับข้อคำถามเกี่ยวกับระดับควาสำคัญของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรในที่ทำงานของผู้ตอบแบบสอบถามของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยองใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ย (Mean:$\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) การหาค่าความสำคัญของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรในที่ทำงานของผู้ตอบแบบสอบถามของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง จำแนกตามสถานภาพทั่วไปด้านเพศ และประสบการณ์การทำงานใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วย t-Test และจะใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (Anova) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของตัวแปรเป็นรายกลุ่ม จำแนกตามสถานภาพทั่วไปด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน กรณีพบค่าความแตกต่างเป็นรายกลุ่ม ผู้วิจัยจะวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายกลุ่มเป็นรายคู่อีกครั้งโดยใช้ Scheffe Analysis นอกจากนี้ข้อมูลเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ของกลุ่มพนักงานในอุตสาหกรรมยานยนต์จังหวัดระยอง ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์

เนื้อหา (Content Analysis) ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติทั้งหมดใช้การวิเคราะห์โดยเครื่องคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

5.1 สรุปผลการวิจัย

การนำเสนอสรุปผลการวิจัย ผู้วิจัยขอนำเสนอเป็นภาพรวม และข้อสรุปผลการวิจัยที่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ตั้งไว้ ตามลำดับดังนี้

5.1.1 ผู้ตอบแบบสอมถามการเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรด้วยกลยุทธ์การสื่อสารของกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเพศหญิง อายุอยู่ในช่วง 30-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ตำแหน่งพนักงานปฏิบัติ ประสบการณ์การทำงาน ณ ปัจจุบันน้อยกว่า 10 ปี มีช่องทางหลักที่ใช้ในการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการปฏิบัติงานด้วยระบบสารสนเทศภายในองค์กร แต่ทิศทางการไหลของข้อมูลที่สัมผัสได้ว่าเกิดขึ้นบ่อยที่สุดคือการสื่อสารในระดับเดียวกัน ซึ่งลักษณะเนื้อหาของข้อมูลที่ได้รับและส่งต่อบ่อยที่สุดเกี่ยวกับข้อมูลด้านการปฏิบัติงานเทคนิค โดยความล่าช้าของข้อมูลเป็นปัญหาหรืออุปสรรคในการสื่อสารที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพ และความเป็นกันเองและการเปิดเผยข้อมูลทำให้บรรยากาศในการสื่อสารในหน่วยงานมีประสิทธิภาพ

5.1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง โดยภาพรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านผู้ส่งสาร ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านช่องทางการสื่อสาร และด้านผู้รับสาร อยู่ในระดับความสำคัญมากตามลำดับ สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด พบว่า

ด้านผู้ส่งสาร มีความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาของสารที่ต้องการจะสื่อออกไปเป็นอย่างดี

ด้านข้อมูลข่าวสาร ข้อมูลที่ได้รับจากองค์กรนั้นมีประโยชน์ ข่าวสารเกี่ยวกับกฎเกณฑ์ระเบียบข้อปฏิบัติในการทา งานต่างๆ ของหน่วยงานของท่านตั้งอยู่บนพื้นฐานความเป็นจริงและเข้าใจง่าย เนื้อหาข่าวสารมีความถูกต้อง แม่นยำ เป็นข้อมูลที่ผ่านการกรองมาแล้ว และเนื้อหาการสื่อสารสะท้อนถึงค่านิยมองค์กรและการทำงานร่วมกันเป็นทีม

ด้านช่องทางการสื่อสาร อุปกรณ์ที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการสื่อสารของหน่วยงานมีเพียงพอ เช่น คอมพิวเตอร์ กระดานบอร์ด โทรศัพท์ การประชุมมีการกำหนดวาระที่ชัดเจนและสรุปผลได้มีประสิทธิภาพ มีช่องทางการสื่อสารแบบสองทางให้พนักงานสะท้อนปัญหาถึงผู้บริหารและองค์กรมีการใช้เครื่องมือดิจิทัลที่ทันสมัยมาช่วยในการประสานงาน

ด้านผู้รับสาร ท่านมีการพัฒนาทักษะในการอ่านที่ดี ทำให้สามารถคิดวิเคราะห์และตีความหมายเนื้อหาข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้ ท่านสามารถทำความเข้าใจข้อมูลข่าวสารที่ได้รับอย่างรวดเร็ว ท่านสามารถนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ในการตัดสินใจแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ ท่านสามารถส่งต่อ

ข้อมูลงานให้กับผู้อื่นได้อย่างถูกต้องตามวัตถุประสงค์ และท่านรู้สึกว่าการสื่อสารในองค์กรช่วยสนับสนุนให้เป้าหมายงานส่วนบุคคลสำเร็จ

5.1.3 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถามพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านเพศ ประสบการณ์การทำงาน ณ ปัจจุบัน และตำแหน่งงานปัจจุบัน พบว่า ระดับความสำคัญของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถามพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์โดยภาพรวม ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สำหรับการเปรียบเทียบเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผู้ส่งสาร ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านช่องทางการสื่อสาร และด้านผู้รับสาร ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนการเปรียบเทียบเป็นรายข้อ พบว่า มี ความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 9 ข่าวสารเกี่ยวกับกฎเกณฑ์ระเบียบข้อปฏิบัติในการทำงานต่างๆ ของหน่วยงานตั้งอยู่บนพื้นฐานความเป็นจริงและเข้าใจง่าย

5.1.4 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง จำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านเพศ ประสบการณ์การทำงาน ณ ปัจจุบัน และตำแหน่งงานปัจจุบัน พบว่า ระดับความสำคัญของกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยองโดยภาพรวม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สำหรับการเปรียบเทียบเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผู้ส่งสาร ด้านข้อมูลข่าวสาร และด้านช่องทางการสื่อสาร มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนการเปรียบเทียบเป็นรายข้อ พบว่า มี ความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 10 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 6 ผู้บริหาร/หัวหน้างาน มีความน่าเชื่อถือและเป็นแบบอย่างที่ดีในการสื่อสารนโยบาย ข้อที่ 7 ผู้บริหารมีการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ที่ทำให้พนักงานรู้สึกถึงความมั่นคงขององค์กร ข้อที่ 8 ข้อมูลที่ท่านได้รับจากองค์กรนั้นมีประโยชน์กับท่าน ข้อที่ 10 เนื้อหาข่าวสารมีความถูกต้อง แม่นยำ และเป็นข้อมูลที่ผ่านการกรองมาแล้ว ข้อที่ 12 เนื้อหาการสื่อสารสะท้อนถึงค่านิยมองค์กรและการทำงานร่วมกันเป็นทีม ข้อที่ 13 มีการใช้สื่อประสม (ภาพ/วิดีโอ) เพื่อช่วยให้เนื้อหาที่ยากกลายเป็นเรื่องง่าย ข้อที่ 17 มีช่องทางการสื่อสารแบบสองทางให้พนักงานสะท้อนปัญหาถึงผู้บริหาร ข้อที่ 19 มีระบบการจัดเก็บข้อมูลที่สืบค้นได้ง่าย ข้อที่ 23 ท่านสามารถทำความเข้าใจข้อมูลข่าวสารที่ได้รับอย่างรวดเร็ว และ ข้อที่ 24 ท่านสามารถนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ในการตัดสินใจแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

ประเด็นสำคัญที่ได้พบจากผลการวิจัยในเรื่องนี้ ผู้วิจัยจะได้นำมาอภิปรายเพื่อสรุปเป็นข้อยุติให้ทราบถึงข้อเท็จจริง โดยมีการนำเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาอ้างอิงสนับสนุนหรือขัดแย้ง ดังนี้

5.2.1 จากผลการวิจัย พบว่า การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถามของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง โดยภาพรวม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 อยู่ในระดับความสำคัญมาก ซึ่งกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กร ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผู้ส่งสาร ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านช่องทางการสื่อสาร และด้านผู้รับสาร ที่กล่าวมามีความสำคัญอย่างยิ่งเมื่อวิเคราะห์ความหมายของค่าสถิติเชิงลึกจะพบว่า พนักงานไม่ได้มองการสื่อสารเป็นเพียงกระบวนการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารเพื่อความเข้าใจร่วมกันในสำนักงานทั่วไป แต่มองว่าการสื่อสารคือ สายธารหลักของการปฏิบัติการ (Operational Lifeline) ที่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อความสำเร็จและความอยู่รอดขององค์กร ค่าเฉลี่ยที่สูงถึง 4.37 สะท้อนให้เห็นถึงความตื่นตัวและการตระหนักรู้ขั้นสูงของบุคลากรต่อกลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กร ซึ่งถือเป็นปรากฏการณ์ปกติที่มักพบได้ในสภาพแวดล้อมการทำงานที่มีความกดดันและต้องการความแม่นยำสูง เมื่อพิจารณาผ่านกรอบทฤษฎีกระบวนการสื่อสาร (The Communication Process) โดยเฉพาะโมเดล SMCR ของ Berlo (1960) ที่ประกอบด้วยผู้ส่งสาร (Source) ข้อมูลข่าวสาร (Message) ช่องทางการสื่อสาร (Channel) และผู้รับสาร (Receiver) สามารถอธิบายเหตุผลเชิงทฤษฎีได้ว่า องค์ประกอบทั้ง 4 ด้านนี้ทำงานประสานกันเป็นพลวัตเชิงระบบ (Systemic Dynamics) ในบริบทของธุรกิจเคมีภัณฑ์ซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีความเสี่ยงสูง (High-Reliability Organizations: HROs) และมีความซับซ้อนทางวิศวกรรม ผู้ส่งสารจำเป็นต้องมีทักษะในการเข้ารหัสข้อมูลเชิงเทคนิคให้เข้าใจง่าย ในขณะที่ข้อมูลข่าวสารต้องมีความถูกต้อง ชัดเจน และเป็นไปตามมาตรฐานความปลอดภัย (Safety Standards) ช่องทางการสื่อสารต้องถูกออกแบบให้ครอบคลุมและทำงานได้แบบเรียลไทม์ เพื่อให้ผู้รับสารสามารถถอดรหัสและนำไปปฏิบัติหรือตัดสินใจหน้างานได้อย่างไร้ข้อผิดพลาด (Zero Defect) ความจำเป็นในการหลีกเลี่ยงอุบัติการณ์ทางอุตสาหกรรมนี้เอง เป็นตัวเร่งทางจิตวิทยาที่ทำให้พนักงานประเมินความสำคัญของกลยุทธ์การสื่อสารไว้ในระดับสูงมาก

5.2.2 จากผลการวิจัย พบว่า การวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง รายด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ด้านผู้รับสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39อยู่ในระดับมากที่สุด สามารถอภิปรายได้ว่า ลักษณะเฉพาะของอุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์เป็นบริบทการทำงานที่มีความเสี่ยงสูง มีขั้นตอนการปฏิบัติงานซับซ้อน และเกี่ยวข้องกับมาตรฐานความปลอดภัยที่เข้มงวด การสื่อสารจึงมิใช่เพียงกระบวนการส่งข้อมูล แต่เป็นกลไกควบคุมความถูกต้องของการปฏิบัติงาน ความสำเร็จของการสื่อสารจึงขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้รับสารในการทำความเข้าใจ ตีความ และนำสารไปใช้ได้อย่างถูกต้องและทันท่วงที โดยเฉพาะสารที่เกี่ยวข้องกับข้อกำหนดด้านความปลอดภัย

หรือขั้นตอนปฏิบัติ หากผู้รับสารขาดความพร้อมหรือเข้าใจคลาดเคลื่อน อาจก่อให้เกิดความเสี่ยงต่อชีวิต ทรัพย์สิน และสิ่งแวดล้อมได้ ดังนั้น การที่พนักงานให้ความสำคัญกับผู้รับสารมากที่สุดจึงสะท้อนลักษณะวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นความปลอดภัยเป็นศูนย์กลาง ผลการวิจัยดังกล่าวสามารถอธิบายได้ผ่านกรอบแนวคิดกระบวนการสื่อสาร SMCR Model ของ David K. Berlo ซึ่งเสนอว่าประสิทธิผลของการสื่อสารไม่ได้ขึ้นอยู่กับผู้ส่งสารหรือสารเพียงอย่างเดียว แต่ขึ้นอยู่กับคุณลักษณะของผู้รับสารในฐานะผู้ถอดรหัส (Decoder) ได้แก่ ทักษะการสื่อสาร ระดับความรู้ ทัศนคติ และบริบททางสังคมวัฒนธรรม หากผู้รับสารมีศักยภาพสูงในการตีความสาร ก็จะช่วยลดความคลาดเคลื่อนของความหมายและเพิ่มประสิทธิผลของการสื่อสารเชิงองค์กร ในบริบทของอุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ซึ่งต้องการความแม่นยำสูง ปัจจัยด้านผู้รับสารจึงกลายเป็นองค์ประกอบเชิงกลยุทธ์ที่องค์กรต้องให้ความสำคัญเป็นพิเศษ เพราะเป็นจุดสุดท้ายของกระบวนการที่กำหนดว่าสารจะถูกนำไปปฏิบัติอย่างถูกต้องหรือไม่ และแนวคิดด้านการสื่อสารองค์กรและการสื่อสารเพื่อความปลอดภัยของ Phillip Clampitt (2017) ซึ่งชี้ให้เห็นว่า ในองค์กรที่มีความเสี่ยงสูง กลยุทธ์การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพต้องยึดผู้รับสารเป็นศูนย์กลาง (receiver-centered communication) โดยองค์กรควรออกแบบสารช่องทาง และรูปแบบการนำเสนอให้เหมาะสมกับความสามารถในการรับรู้ของผู้ปฏิบัติงาน เพื่อป้องกันความล้มเหลวของการสื่อสารที่อาจนำไปสู่อุบัติเหตุหรือความเสียหายร้ายแรง ดังนั้น การที่ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่าพนักงานให้ความสำคัญกับผู้รับสารสูงสุด จึงมิใช่เพียงผลเชิงสถิติ แต่เป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ที่สะท้อนระดับวุฒิภาวะของวัฒนธรรมการสื่อสารและวัฒนธรรมความปลอดภัยในองค์กรอุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางวิชาการ เป็นต้น

5.2.3 จากผลการวิจัยพบว่า การวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของพนักงานในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง รายข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ข้อมูลที่ได้รับจากองค์กรนั้นมีประโยชน์กับพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.72 สามารถอภิปรายได้ว่า ผลลัพธ์ดังกล่าวสะท้อนถึงคุณลักษณะสำคัญของการสื่อสารองค์กรที่มีประสิทธิผล กล่าวคือ คุณค่าของสาร (message usefulness) เป็นปัจจัยกำหนดความสำเร็จของกระบวนการสื่อสารมากกว่าปริมาณหรือความถี่ของการสื่อสาร โดยเฉพาะในบริบทของอุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ซึ่งมีลักษณะงานเชิงเทคนิคสูงและต้องอาศัยความถูกต้องแม่นยำของข้อมูลในการปฏิบัติงาน พนักงานจึงให้ความสำคัญกับข้อมูลที่สามารถนำไปใช้จริงได้ทันที ทั้งในด้านการปฏิบัติงาน ความปลอดภัย และการตัดสินใจเชิงสถานการณ์ ผลการวิจัยนี้สะท้อนว่าการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในองค์กรอุตสาหกรรมไม่ได้วัดจากการส่งสารจำนวนมาก แต่ขึ้นอยู่กับความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาของสารกับความต้องการเชิงภารกิจของผู้รับสาร ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญจวรรณ แจ่มจารุญ (2557) ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการสื่อสารภายในองค์กรและคุณภาพของข้อมูลข่าวสารมีอิทธิพลโดยตรงต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของบุคลากร โดยเฉพาะสารที่มีความชัดเจน เข้าใจง่าย และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการทำงานจริง จะช่วยเสริมสร้าง

ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานและลดความคลาดเคลื่อนของการสื่อสารภายในองค์กร ข้อค้นพบดังกล่าวสนับสนุนผลการวิจัยครั้งนี้อย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากทั้งสองการศึกษาต่างชี้ให้เห็นตรงกันว่า “คุณภาพของสาร” เป็นองค์ประกอบหลักของกลยุทธ์การสื่อสารองค์กรที่มีประสิทธิผล ในเชิงวิชาการผลลัพธ์นี้ยังสะท้อนมิติของการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นผู้ปฏิบัติงานเป็นศูนย์กลาง (employee-centered communication) กล่าวคือ องค์กรที่สามารถออกแบบสารให้ตรงกับบริบทงานและระดับความรู้ของพนักงาน จะช่วยเพิ่มความเข้าใจ ลดความกำกวม และส่งเสริมการนำสารไปใช้จริงในกระบวนการทำงาน ดังนั้น การที่พนักงานให้คะแนนสูงสุดต่อประโยชน์ของข้อมูลที่ได้รับ จึงมิได้เป็นเพียงผลเชิงการรับรู้ แต่เป็นตัวบ่งชี้ระดับคุณภาพของระบบการสื่อสารภายในองค์กร และสะท้อนถึงศักยภาพขององค์กรในการใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยรวม

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย เรื่อง การเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรด้วยกลยุทธ์การสื่อสารของกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง นี้ ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะแนวทางที่สำคัญดังต่อไปนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะทั่วไป สถาบันการศึกษาต่าง ๆ ควรมีแนวทางในพัฒนาหลักสูตรบูรณาการทักษะการสื่อสารเชิงเทคนิค (Technical Communication) ร่วมกับสถานประกอบการในพื้นที่ เพื่อลดช่องว่างทางทักษะ (Skill Gap) ของบัณฑิตก่อนเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรม และส่งเสริมการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์จริงในโรงงานอุตสาหกรรม เพื่อให้ผู้เรียนเข้าใจบริบทการสื่อสารในสภาวะวิกฤตและความปลอดภัยที่มีความเฉพาะตัวของธุรกิจเคมีภัณฑ์ สถานประกอบการ ควรมีการกำหนดให้ ทักษะการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ เป็นหนึ่งในสมรรถนะหลัก (Core Competency) ของทุกระดับชั้นงาน พร้อมเชื่อมโยงกับระบบประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างเป็นรูปธรรม และลงทุนในเทคโนโลยีการสื่อสารที่เชื่อมโยงข้อมูลแบบเรียลไทม์ระหว่างส่วนหน้างานและส่วนบริหาร เพื่อลดความคลาดเคลื่อนของข้อมูลและเพิ่มประสิทธิภาพในการตัดสินใจเชิงบริหาร

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบกลยุทธ์การสื่อสารระหว่างกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์ขนาดใหญ่ที่มีเครือข่ายข้ามชาติ (MNCs) กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในพื้นที่ เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของอุปสรรคและปัจจัยความสำเร็จที่แปรผันตามขนาดองค์กรและทรัพยากรในการทำวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาผลกระทบของการนำปัญญาประดิษฐ์ (AI) และระบบ Automation มาใช้ในการสื่อสารสั่งการภายในกระบวนการผลิตเคมีภัณฑ์ เพื่อประเมินประสิทธิภาพในการลดความผิดพลาดจากปัจจัยมนุษย์ (Human Error) และการยอมรับเทคโนโลยีของบุคลากรแต่ละช่วงวัย เป็นต้น

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

เกศินี จุฑาวิจิตร. การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น. พิมพ์ครั้งที่ 3, กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, 2548.

กัญญารัตน์ แซ่ลี้. (2567). การรับรู้คุณค่าขององค์กรกับความตั้งใจคงอยู่ของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด พบว่าการสื่อสาร EVP ผ่านผู้บริหารโดยตรงส่งผลต่อ Retention สูงสุด.

กมลรัฐ อินทรทัศน์, ปิยฉัตร ล้อมชวการ และ สราวุฒิ ทองศรีคำ. (2567). นวัตกรรมการสื่อสารเพื่อการส่งเสริมการบริหารจัดการองค์กรภาครัฐและภาคเอกชนในยุคดิจิทัล. นวัตกรรมการสื่อสาร. สืบค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2566, https://smartmooc.org/courses/coursev1:HAPPYU+HAPPYU03+HAPPYU03/about

กรมการจัดหางาน. (2568). ระบบศูนย์ข้อมูลกลาง กรมการจัดหางาน กระทรวงแรงงาน. สืบค้นเมื่อ 5 มกราคม 2569, จาก https://www.doe.go.th

เคลลีย์, เอช. เอช., และ ธิโบต์, เจ. ดับเบิลยู. (2521). ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล: ทฤษฎีแห่งการพึ่งพาอาศัยกัน. นิวยอร์ก: ไวลีย์.

จิตวัฒน์ สัมฤทธิ์. (2547). พฤติกรรมการสื่อสารและความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อวัฒนธรรม การบริหารจัดการของสถาบันวิชาการ ทศท บริษัท ทศท คอร์ปอเรชั่น จ ากัด (มหาชน)". (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต) สาขาบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

จิราวรรณ ยิ้มปลื้ม. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารในองค์กรของสำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปรายปรามการทุจริตแห่งชาติ (ป.ป.ช). (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต) สาขาวิชานิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

ชุติมนต์ สมบูรณ์แก้ว. (2556). ประสิทธิภาพการติดต่อสื่อสารภายในสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.). (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต) สาขาบริหารธุรกิจ. ปทุมธานี : มหาวิทยาลัยปทุมธานี.

ณฐอร กีรติลาภิน. (2560). รูปแบบและปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารในองค์กร กรณีศึกษา โรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์การมหาชน). (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต) สาขาบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ณัฐพล ยิ่งยวด, ปัญญวัฒน์ จุฑามาศ (2567). การสื่อสารภายในองค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานภายในองค์กร กรณีศึกษา บริษัท เอเอเอส ออโต้ เซอร์วิส จำกัด โดยใช้แบบจำลอง SMCR ของ Berlo.

ทิพยาภา น้อยสกุล. (2553). พฤติกรรมการสื่อสารในองค์กรของกรมธุรกิจพลังงาน กระทรวงพลังงาน. รายงานโครงการเฉพาะบุคคล. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2567). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS. พิมพ์ครั้งที่ 20. นนทบุรี: ห้างหุ้นส่วนสามัญบิสซิเนสอาร์แอนด์ดี

นรินทร์ชัย พัฒนพงศา. (2546). การมีส่วนร่วม หลักกา รพื้นฐาน เทคนิคและกรณีตัวอย่าง. กรุงเทพฯ: 598 Print. นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์. (2527).

นฤวรรณ ม่วงประเสริฐ. (2564). ปัจจัยการสื่อสารที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต) สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เบอร์โล, ดี. เค. (2503). กระบวนการสื่อสาร: บทนำสู่ทฤษฎีและการปฏิบัติ. นิวยอร์ก: โฮลต์, ไรน์ฮาร์ต และวินสตัน.

เบญญาภา ศิริปุณทัศน์. (2562). คุณภาพชีวิตการทำงาน และความเครียดในการทำงานที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการลาออกจากงานของบุคลากรสถาบันจิตเวชศาสตร์สมเด็จเจ้าพระยา. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต) สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ปรมะ สตะเวทิน.หลักนิเทศศาสตร์.(พิมพ์ครั้งที่ 7).กรุงเทพมหานคร:จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, 2533.

แพมาลา วัฒนเสถียรสินธุ์. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อปัญหาการสื่อสารในองค์กร กรณีศึกษา บริษัท ยูไนเต็ด แสตนดาร์ด เทอร์มินอล จำกัด (มหาชน). (การค้นคว้าอิสระมหาบัณฑิต). สาขาบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พลภัทร บริรักษ์ธนกุล, ภูมิภควัธจ์ ภูมพงศ์คชศร, ณัฏฐ์ ตั้งปรีชาพาณิชย์, ไกร บุญบันดาล, ณรงค์ ศรีชัยบุญสูง. (2568). กลยุทธ์การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในการเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กร. วารสารสหศาสตร์การพัฒนาสังคม, 3(2), 468-485.

รัชนก เชื้อแพทย์. (2563). รูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต) สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. พระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.

วรรณา อารีย์. (2565). การสื่อสารภายในองค์กรที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมในระยอง การสื่อสารที่ต่อเนื่องและสองทางช่วยลดอัตราการลาออกได้.

ศิริขวัญ สุระการณ์. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจลาออก กรณีศึกษาหน่วยงานภาคเอกชนแห่งหนึ่งในเขตจังหวัดชลบุรี. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต) กลุ่มวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์. ชลบุรี : มหาวิทยาลัยบูรพา.

สุพานี สฤษฏ์วานิช. 2552. พฤติกรรมองค์การสมัยใหม่: แนวคิดและทฤษฎี. พิมพ์ครั้งที่ 2. ปทุมธานี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สถาพร นาวานุเคาะห์. (2560). การศึกษาประสิทธิภาพการสื่อสารผ่านช่องทางสื่อของกองสื่อสารองค์กรกรมมหาวิทยาลัยขอนแก่น. กองสื่อสารองค์กร สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (สกพอ.) เขตส่งเสริมเศรษฐกิจพิเศษ. (2562). [ออนไลน์]. ความเป็นมาของอีอีซี. [สืบค้นวันที่ 13 ตุลาคม 2567]. จาก https://eeco.or.th/th

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). [ออนไลน์]. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ฉบับประชาชน พลิกโฉมประเทศไทยก้าวไปด้วยกัน. [สืบค้นวันที่ 8 ตุลาคม 2567]. จาก https://www.nesdc.go.th/download/plan13/แผน13_ฉบับประชาชน.pdf

สมชาย พิชญพงศ์. (2566). การธำรงรักษาพนักงานในภาคการผลิตภาคตะวันออกของไทย ปัจจัยหลักคือโอกาสพัฒนาในอาชีพและการยอมรับจากผู้บังคับบัญชา วารสารการเงินและธนาคาร. (2567). [ออนไลน์]. Jobsdb by SEEK ชี้ “งานหนัก” สาเหตุหลัก ทำพนักงานเครียดจนลาออก. [สืบค้นวันที่ 3 พฤศจิกายน 2567]. จาก https://moneyandbanking.co.th/2024/109325/

สำนักแรงงานจังหวัดระยอง (2568). รายงานสถานการณ์และดัชนีชี้วัดภาวะแรงงานจังหวัดระยอง ไตรมาส 1 ปี 2568 พบปัญหาการ ลาออกและขาดแคลนแรงงานในภาคการผลิตต่อเนื่องโดยเฉพาะกลุ่มอุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์. (2568). จาก https://rayong.mol.go.th

อภิศักดิ์ อาจนันท์. และ อภิรดา สุทธิสานนท์. (2559). ผลกระทบของการติดต่อสื่อสาร ภายในองค์กรกับการทำงานเป็นทีมที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานไอที เขตกรุงเทพฯ. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย. 6(3).101-110.

ภาษาอังกฤษ

Apisak Adanand & Apirada Suthisanon. (2016). The impact of internal communication on teamwork influencing the work efficiency of IT employees in Bangkok. Eastern Asia University Academic Journal, 6(3), 101–110.

Berlo, D. K. (1960). The process of communication An introduction to theory and practice. New York Holt, Rinehart and Winston.

Benjapha, Siripunthat. (2019). Quality of work life and work stress affecting turnover intention of personnel at Somdet Chaopraya Institute of Psychiatry. Master's thesis, Business Administration Program, Silpakorn University, Bangkok.

Chutimon, Sombunklao. (2013). Effectiveness of internal communication at the National Science and Technology Development Agency (NSTDA). Master's Thesis, Master of Business Administration Program, Pathumthani University.

Department of Employment. (2025). Central Data System of the Department of Employment, Ministry of Labour. Retrieved January 5, 2026, from https://www.doe.go.th

Eastern Economic Corridor Policy Committee (EECPC). (2019). Background of the Eastern Economic Corridor (EEC). [Online]. Retrieved October 13, 2024, from https://eeco.or.th/th

Jitwat, Samrit. (2004). Communication behavior and employees' opinions toward management culture of TOT Academy, TOT Corporation Public Company Limited. Master's Thesis, Master of Business Administration Program, Dhurakij Pundit University

Jirawan Yimpleum. (2018). Factors affecting communication effectiveness in the organization of the National Anti-Corruption Commission (NACC). Master's thesis, Communication Arts Program, Dhurakij Pundit University, Bangkok.

Kelley, H. H., & Thibaut, J. W. (1978). Interpersonal relations: A theory of interdependence. New York: Wiley.

Kesinee Chutawichit. (2005). Communication for Local Development (3rd ed.). Bangkok: Nakhon Pathom Rajabhat University.

Kamolrat, Intharat, Piyachat, Lomchawakorn, Sarawut, Thongsrikham. (2024). Communication innovation for enhancing public and private sector management in the digital era. Communication Innovation. Retrieved December 20, 2023.

Kanyarat, Saelee. (2024). Perceived organizational value and employee retention intention in Map Ta Phut Industrial Estate: Executive-led EVP communication impacts retention most.

Money and Banking Journal. (2024). JobsDB by SEEK indicates “heavy workload” as the main cause of employee stress leading to resignation. [Online]. Retrieved November 3, 2024, from https://moneyandbanking.co.th/2024/109325/

Natthorn Keeratilapin. (2017). Models and factors affecting the effectiveness of organizational communication: A case study of Banphaeo Hospital (Public Organization). Master’s thesis, Business Administration Program, Silpakorn University, Bangkok.

Naruawan, Muangprasert. (2021). Communication factors affecting the work performance of personnel at the Faculty of Commerce and Accountancy, Chulalongkorn University. Master’s thesis, Public Administration Program, Chulalongkorn University, Bangkok.

Natthapon, Yingyod, Panyawat, Juthamat. (2024). Internal organizational communication affecting work performance: A case study of AAS Auto Service Company Limited using Berlo’s SMCR model.

Narinchai Phatthanaphongsa. (2003). Participation: Basic principles, techniques, and case studies. Bangkok: 598 Print.

Office of the National Economic and Social Development Council (NESDC). (2022). The 13th National Economic and Social Development Plan (Public Version): Transforming Thailand Together. [Online]. Retrieved October 8, 2024, from https://www.nesdc.go.th/download/plan13.pdf

Porama Satavejin. (1990). Principles of Communication Arts (7th ed.). Bangkok: Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University.

Pamala, Wattanastiansin. (2016). Factors affecting communication problems in organizations: A case study of United Standard Terminal Public Company Limited. Independent Study, Master of Business Administration Program, Thammasat University.

Pholpat Borirakthanakul, Phumiphakwat Phumpongkhasorn, Nat Tangpreechapanich, Krai Boonbandan, Narong Srichai Boonsung. (2025). Effective communication strategies to enhance organizational culture. Journal of Interdisciplinary Social Development, 3(2), 468–485.

Ratchanok, Chueaphat. (2020). Effective internal organizational communication models of companies in Rojana Industrial Estate, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. Master's thesis, Business Administration Program, Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University, Phra Nakhon Si Ayutthaya

Rayong Provincial Labour Office. (2025). Labour situation report and key labour indicators of Rayong Province, Quarter 1, 2025: Ongoing turnover and labor shortages in the manufacturing sector, particularly in the chemical industry. Retrieved from https://rayong.mol.go.th

Supanee Sritsawanish. (2009). Modern Organizational Behavior: Concepts and Theories (2nd ed.). Pathum Thani: Thammasat University Press.

Sirikhwan Surakan. (2016). Factors affecting turnover intention: A case study of a private organization in Chonburi Province. Master's thesis, Human Resource Management Program, Burapha University, Chonburi.

Sathaporn, Navanukorn. (2017). A study of communication effectiveness through media channels of the Corporate Communication Division, Khon Kaen University. Corporate Communication Division, Office of the President, Khon Kaen University.

Somchai Pitchayapong. (2023). Employee retention in Thailand's Eastern manufacturing sector: Career development opportunities and supervisor recognition as key factors. *Journal of Finance and Banking*.

Thippaya, Noisakul. (2010). *Organizational communication behavior of the* Department of Energy Business, Ministry *of Energy.* Individual Study Report, Thammasat University.

Thanin, Sinjaru. (2024). *Research and statistical data analysis using SPSS and AMOS* (20th ed.). Nonthaburi: Business R&D Partnership.

Wanna Aree. (2022). Internal organizational communication affecting organizational commitment of factory employees in Rayong: Continuous and two-way communication helps reduce turnover.

ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่อง การเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรด้วยกลยุทธ์การสื่อสารของกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิจัยค้นคว้าอิสระในระดับปริญญาโท ภาควิชาบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรด้วยกลยุทธการสื่อสารของกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัด ผลการวิจัยครั้งนี้จะทำให้ทราบถึงข้อมูลสถานภาพทั่วไปและกลยุทธ์การสื่อสารที่องค์กรในกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง ซึ่งคาดว่าจะเป็นประโยชน์ต่อพนักงาน สถานประกอบการ และผู้ที่ให้ความสนใจทั่วไป คำตอบของท่านมีคุณค่าอย่างยิ่งต่องานวิจัย ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลที่ได้รับจากท่านไว้เป็นความลับ ข้อมูลที่ตรงกับความเป็นจริงและสมบูรณ์จะช่วยให้การวิจัยดำเนินไปด้วยความถูกต้อง ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดตอบแบบสอบถามตามความคิดเห็นของท่านอย่างรอบคอบให้ครบทุกข้อ แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 4 ตอน มีจำนวน 5 หน้า

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) มีจำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานการณ์การสื่อสารในที่ทำงานของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) มีจำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กร ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) มีจำนวน 40 ข้อ

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open ended Questions) มีจำนวน 1 ข้อ

ฤทธิรงค์ แพงบุบผา

ผู้วิจัย

ที่อยู่ 99/1 หมู่ 1 ต.ทับมา อ.เมืองระยอง จ.ระยอง 21000

โทร 09-7235-1626 E-mail : Rphaeng1983@gmail.com

<u>ตอนที่ 1</u> สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

<u>คำชี้แจง</u> โปรดทำเครื่องหมาย ✓ลงในช่อง ☐หน้าตัวเลือกที่ตรงกับท่านมากที่สุดเพียงตัวเลือกเดียว

1. เพศ

☐ 1. หญิง ☐ 2. ชาย

2. อายุ

☐ 1. น้อยกว่า 30 ปี ☐ 2. 30 - 40 ปี ☐ 3. มากกว่า 40 ปี

3. ระดับการศึกษา

☐ 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ 2. ปริญญาตรี ☐ 3. สูงกว่าปริญญาตรี

4. ประสบการณ์การทำงาน

☐ 1. น้อยกว่า 10 ปี ☐ 2. 10 ปี ขึ้นไป

5. ตำแหน่งงานในปัจจุบัน

☐ 1. พนักงานปฏิบัติการ ☐ 2. หัวหน้างาน ☐ 3. ผู้จัดการ/ผู้บริหารระดับสูง

<u>ตอนที่ 2</u> แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานการณ์การสื่อสารในที่ทำงานของผู้ตอบแบบสอบถาม

<u>คำชี้แจง</u> โปรดทำเครื่องหมาย ✓ลงในช่อง ☐หน้าตัวเลือกที่ตรงกับท่านมากที่สุดเพียงตัวเลือกเดียว

1. ช่องทางหลักที่ท่านใช้ในการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน

☐ 1. การสื่อสารแบบเผชิญหน้า

☐ 2. สื่ออิเล็กทรอนิกส์และแอปพลิเคชัน

☐ 3. ระบบสารสนเทศภายในองค์กร

☐ 4. สื่อประกาศและกระจายเสียง

2. ทิศทางการไหลของข้อมูลที่ท่านสัมผัสได้ว่าเกิดขึ้นบ่อยที่สุด

☐ 1. การสื่อสารจากผู้บังคับบัญชาสู่ผู้อยู่ใต้บังคับบัญชา

☐ 2. การสื่อสารจากผู้อยู่ใต้บังคับบัญชาสู่ผู้บังคับบัญชา

☐ 3. การสื่อสารในระดับเดียวกัน

☐ 4. การสื่อสารระหว่างหน่วยงาน

3. ลักษณะเนื้อหาของข้อมูลที่ท่านได้รับและส่งต่อบ่อยที่สุด

☐ 1. ข้อมูลด้านการปฏิบัติงานเทคนิค

☐ 2. ข้อมูลด้านความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อม

☐ 3. ข้อมูลด้านนโยบายและทิศทางองค์กร

☐ 4. ข้อมูลด้านสวัสดิการและกิจกรรม

4. ปัญหาหรืออุปสรรคการสื่อสารที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพงานของท่านมากที่สุด

☐ 1. ข้อมูลมีความซับซ้อนเกินไป

☐ 2. ความล่าช้าของข้อมูล

☐ 3. ความคลาดเคลื่อนของข้อมูล

☐ 4. ข้อจำกัดด้านช่องทางและเทคโนโลยี

5. บรรยากาศการสื่อสารในหน่วยงานของท่าน

☐ 1. เป็นทางการและเคร่งครัด

☐ 2. เป็นกันเองและเปิดเผย

☐ 3. ต่างคนต่างอยู่

☐ 4. มีความขัดแย้งสูง

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารของกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในตารางที่ตรงกับระดับความสำคัญที่ท่านเห็นด้วยมากที่สุด เพียงตัวเลือกเดียว

กลยุทธ์การสื่อสารของกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง		ระดับความสำคัญ				
		5	4	3	2	1
ผู้ส่งสาร						
1	ท่านมีความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาของสารที่ต้องการจะสื่อออกไปเป็นอย่างดี	5	4	3	2	1
2	ท่านรู้จักเลือกใช้กลวิธีที่เหมาะสมในการส่งสารหรือนำเสนอสาร	5	4	3	2	1
3	ผู้ส่งสารเลือกใช้ระดับภาษาและท่าทางที่เหมาะสมกับผู้รับสารในแต่ละระดับ	5	4	3	2	1
4	หัวหน้างานแจ้งข้อมูลการปรับปรุงกระบวนการทำงานล่วงหน้าอย่างเป็นระบบ	5	4	3	2	1
5	ผู้บริหารมีการสื่อสารวิสัยทัศน์และเป้าหมายขององค์กรให้พนักงานรับทราบอย่างชัดเจน	5	4	3	2	1
6	ผู้บริหาร/หัวหน้างาน มีความน่าเชื่อถือและเป็นแบบอย่างที่ดีในการสื่อสารนโยบาย	5	4	3	2	1

กลยุทธ์การสื่อสารของกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง		ระดับความสำคัญ				
		5	4	3	2	1
7	ผู้บริหารมีการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ที่ทำให้พนักงานรู้สึกถึงความมั่นคงขององค์กร	5	4	3	2	1
ข้อมูลข่าวสาร						
8	ข้อมูลที่ท่านได้รับจากองค์กรนั้นมีประโยชน์กับท่าน	5	4	3	2	1
9	ข่าวสารเกี่ยวกับกฎเกณฑ์ระเบียบข้อปฏิบัติในการทางานต่างๆ ของหน่วยงานของท่านตั้งอยู่บนพื้นฐานความเป็นจริงและเข้าใจง่าย	5	4	3	2	1
10	เนื้อหาข่าวสารมีความถูกต้อง แม่นยำ และเป็นข้อมูลที่ผ่านการกรองมาแล้ว	5	4	3	2	1
11	ท่านได้รับข่าวสารที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานอย่างทันท่วงที	5	4	3	2	1
12	เนื้อหาการสื่อสารสะท้อนถึงค่านิยมองค์กรและการทำงานร่วมกันเป็นทีม	5	4	3	2	1
13	มีการใช้สื่อประสม (ภาพ/วิดีโอ) เพื่อช่วยให้เนื้อหาที่ยากกลายเป็นเรื่องง่าย	5	4	3	2	1
14	ข้อมูลข่าวสารมีการปรับปรุงให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ	5	4	3	2	1
ช่องทางการสื่อสาร						
15	อุปกรณ์ที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการสื่อสารของหน่วยงานมีเพียงพอ เช่น คอมพิวเตอร์ กระดานบอร์ด โทรศัพท์	5	4	3	2	1
16	การประชุมมีการกำหนดวาระที่ชัดเจนและสรุปผลได้มีประสิทธิภาพ	5	4	3	2	1
17	มีช่องทางการสื่อสารแบบสองทางให้พนักงานสะท้อนปัญหาถึงผู้บริหาร	5	4	3	2	1
18	พนักงานทุกระดับสามารถเข้าถึงช่องทางการสื่อสารหลักขององค์กรได้อย่างเท่าเทียม	5	4	3	2	1
19	มีระบบการจัดเก็บข้อมูลที่สืบค้นได้ง่าย	5	4	3	2	1

กลยุทธ์การสื่อสารของกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง		ระดับความสำคัญ				
		5	4	3	2	1
20	ช่องทางการสื่อสารมีความปลอดภัยและป้องกันความลับขององค์กรไม่ให้รั่วไหล	5	4	3	2	1
21	องค์กรมีการใช้เครื่องมือดิจิทัลที่ทันสมัยมาช่วยในการประสานงาน	5	4	3	2	1
ผู้รับสาร						
22	ท่านมีการพัฒนาทักษะในการอ่านที่ดี ทำให้สามารถคิดวิเคราะห์และตีความหมายเนื้อหาข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้	5	4	3	2	1
23	ท่านสามารถทำความเข้าใจข้อมูลข่าวสารที่ได้รับอย่างรวดเร็ว	5	4	3	2	1
24	ท่านสามารถนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ในการตัดสินใจแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้	5	4	3	2	1
25	การรับรู้ข่าวสารที่ทั่วถึงช่วยสร้างความรู้สึกผูกพันและเป็นหนึ่งเดียวกับองค์กร	5	4	3	2	1
26	ท่านสามารถส่งต่อข้อมูลงานให้กับผู้อื่นได้อย่างถูกต้องตามวัตถุประสงค์	5	4	3	2	1
27	ท่านตระหนักและปฏิบัติตามกฎระเบียบอย่างเคร่งครัดจากการสื่อสารที่ย้ำเตือน	5	4	3	2	1
28	ท่านรู้สึกว่าการสื่อสารในองค์กรช่วยสนับสนุนให้เป้าหมายงานส่วนบุคคลสำเร็จ	5	4	3	2	1

<u>ตอนที่ 4</u> ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ เกี่ยวกับการเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรด้วยกลยุทธ์การสื่อสารของกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง

<u>คำชี้แจง</u> โปรดกรอกข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะลงในช่องว่างที่เว้นไว้ให้

ท่านมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมอย่างไร เกี่ยวกับการปรับปรุงการสื่อสาร เพื่อช่วยให้การทำงานคล่องตัวขึ้น และสร้างความผูกพันต่อองค์กร

.....

.....

*****ขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาสละเวลาตอบแบบสอบถาม*****



ภาคผนวก ข

การปรพเมินตามดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหาจุดประสงค์ (Item Objective Congruence : IOC) จากผู้เชี่ยวชาญ

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน มีดังต่อไปนี้

1. ดร.สุรเชษฐ์ รักชอบ
   General Manager / Manufacturing Management Group
   บริษัท เรโซแนค ออโตโมทีฟ โปรดักส์ (ประเทศไทย) จำกัด
2. คุณวราภรณ์ เดตะอุต
   ผู้จัดการแผนกบัญชีและการเงิน
   บริษัท เจเคอีซี จำกัด
3. คุณสุภาภรณ์ สวยศิลป์
   ผู้จัดการแผนกทรัพยากรบุคคล
   บริษัท ซี เอ แซด (ประเทศไทย) จำกัด
4. คุณพงศกร เขมวัฒน์เดชา
   Project Manager
   บริษัท ดานิลี่ จำกัด
5. คุณธนวัฒน์ ชนะศักดิ์
   ผู้จัดการแผนกบัญชีและการเงิน
   บริษัท ดานิลี่ จำกัด

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

ผลการประเมินผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย
(Index of Item Objective Congruence : IOC)

การเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรด้วยกลยุทธ์การสื่อสารของกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยองมีผลประเมินตามดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหาหรือวัตถุประสงค์ (Item Objective Congruence : IOC) จากผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ดังต่อไปนี้

ข้อคำถาม	Item Objective Congruence: IOC							ผลสรุป
	ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3	ท่านที่ 4	ท่านที่ 5	IOC= ΣR/N	เกณฑ์	
ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ								
ข้อที่ 1	1	1	1	1	1	1	>.05	ข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
ข้อที่ 2	1	1	0	1	1	0.8	>.05	ข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
ข้อที่ 3	1	1	1	1	1	1	>.05	ข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
ข้อที่ 4	1	1	1	0	1	0.8	>.05	ข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
ข้อที่ 5	1	0	1	1	1	0.8	>.05	ข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานการณ์การในที่ทำงานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ								
ข้อที่ 1	1	1	1	1	1	1	>.05	ข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
ข้อที่ 2	1	0	1	1	1	0.8	>.05	ข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

ข้อคำถาม	Item Objective Congruence: IOC							ผลสรุป
	ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3	ท่านที่ 4	ท่านที่ 5	IOC= ΣR/N	เกณฑ์	
ข้อที่ 3	0	1	1	1	1	0.8	>.05	ข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
ข้อที่ 4	1	1	1	1	1	1	>.05	ข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
ข้อที่ 5	1	0	1	1	1	0.8	>.05	ข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารในองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 28 ข้อ								
ด้านผู้ส่งสาร								
ข้อที่ 1	1	1	1	1	1	1.00	>.05	ข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
ข้อที่ 2	1	1	1	1	1	1.00	>.05	ข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
ข้อที่ 3	1	1	1	1	1	1.00	>.05	ข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
ข้อที่ 4	1	1	1	1	1	1.00	>.05	ข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
ข้อที่ 5	1	0	1	1	1	0.80	>.05	ข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
ข้อที่ 6	1	1	1	1	1	1.00	>.05	ข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
ข้อที่ 7	1	1	1	1	1	1.00	>.05	ข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
ด้านข้อมูลข่าวสาร								

ข้อคำถาม	Item Objective Congruence: IOC							ผลสรุป
	ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3	ท่านที่ 4	ท่านที่ 5	IOC= ΣR/N	เกณฑ์	
ข้อที่ 8	1	1	1	1	1	1.00	>.05	ข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
ข้อที่ 9	1	1	1	1	1	1.00	>.05	ข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
ข้อที่ 10	1	1	1	1	0	0.80	>.05	ข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
ข้อที่ 11	1	1	1	1	0	0.80	>.05	ข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
ข้อที่ 12	1	1	1	1	1	1.00	>.05	ข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
ข้อที่ 13	0	1	1	1	0	0.6	>.05	ข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
ข้อที่ 14	1	1	1	1	1	1.00	>.05	ข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
ด้านช่องทางการสื่อสาร								
ข้อที่ 15	1	1	1	1	1	1.00	>.05	ข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
ข้อที่ 16	1	1	1	1	1	1.00	>.05	ข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
ข้อที่ 17	1	1	1	1	1	1.00	>.05	ข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
ข้อที่ 17	1	1	1	1	1	1.00	>.05	ข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
ข้อที่ 19	1	1	1	1	1	1.00	>.05	ข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

ข้อคำถาม	Item Objective Congruence: IOC							ผลสรุป
	ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3	ท่านที่ 4	ท่านที่ 5	IOC= ΣR/N	เกณฑ์	
ด้านผู้รับสาร								
ข้อที่ 20	1	1	1	1	1	1.00	>.05	ข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
ข้อที่ 21	1	1	1	1	1	1.00	>.05	ข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
ข้อที่ 22	1	1	1	1	1	1.00	>.05	ข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
ข้อที่ 23	1	1	1	1	1	1.00	>.05	ข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
ข้อที่ 24	1	1	1	1	1	1.00	>.05	ข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
ข้อที่ 25	1	1	1	1	1	1.00	>.05	ข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
ข้อที่ 26	1	1	1	1	1	1.00	>.05	ข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
ข้อที่ 27	1	1	1	1	1	1.00	>.05	ข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
ข้อที่ 28	1	1	1	1	1	1.00	>.05	ข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ เกี่ยวกับการเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรด้วยกลยุทธ์การสื่อสารของกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง								
ข้อที่ 1	1	1	1	1	1	1.00	>.05	ข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์



ภาคผนวก ค

ค่าความเชื่อมั่นจาก Output Window ของโปรแกรม SPSS

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.981	28

Item-Total Statistics

No.	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	153.87	661.84	0.79	0.98
P2	153.90	668.02	0.65	0.98
P3	153.97	664.31	0.68	0.98
P4	153.90	669.20	0.59	0.98
P5	154.00	657.31	0.79	0.98
P6	154.03	651.27	0.84	0.98
P7	153.90	667.27	0.72	0.98
V1	153.80	666.17	0.73	0.98
V2	153.83	659.04	0.84	0.98
V3	154.00	654.00	0.83	0.98
V4	154.17	652.97	0.84	0.98
V5	153.90	656.16	0.82	0.98
V6	153.93	658.55	0.69	0.98
V7	154.07	647.93	0.84	0.98
S1	153.67	663.20	0.66	0.98
S2	154.03	655.69	0.78	0.98
S3	154.07	666.06	0.60	0.98
S4	153.93	654.96	0.69	0.98
S5	154.00	651.79	0.78	0.98
S6	153.90	663.47	0.63	0.98
S7	153.80	650.44	0.75	0.98

No.	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
C1	153.80	659.75	0.76	0.98
C2	153.90	657.13	0.77	0.98
C3	153.83	655.32	0.80	0.98
C4	153.87	655.71	0.81	0.98
C5	153.73	664.75	0.72	0.98
C6	153.70	661.25	0.80	0.98
C7	153.80	657.20	0.69	0.98

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ ฤทธิรงค์ แพงบุบผา

ชื่อการค้นคว้าอิสระ การเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรด้วยกลยุทธ์การสื่อสารของกลุ่มธุรกิจเคมีภัณฑ์จังหวัดระยอง

สาขาวิชา บริหารธุรกิจอุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

ประวัติ ปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ
สาขาการบัญชี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ที่อยู่ 99/1 หมู่ 1 ตำบลทับมา อำเภอเมืองระยอง
จังหวัดระยอง 21180

อีเมล Rphaeng1983@gmail.com