

THE EFFICIENCY OF COMMUNICATION IN ORGANISATION

Phanida Muangduang^{1*}, Suchonnee Metiyothin¹, Nont Sahaya¹, Tanusit Skunnawat¹

¹Graduate School of Commerce, Burapha University, Chon Buri 20131, Thailand

ABSTRACT

The purposes of the research were to study the personal factors of Hino Motors Manufacturing (Thailand) Ltd. Employees (headquarters) that affect problems and obstacles to communication in the organisation of Hino Motors Manufacturing (Thailand) Ltd. (headquarters); and to study the relations of communication styles in the organisation, i.e. the medium used for communication, communication channel, communication type, communication direction, and the possible factors of problems and obstacles to communication in the organisation of Hino Motors Manufacturing (Thailand) Ltd. (headquarters). The sample consisted of 340 employees who have been working at Hino Motors Manufacturing (Thailand) Ltd. (headquarters). The research tool was questionnaires asking them about the factors that cause a problem as well as obstacles to communication in the organisation.

The results were that the personal factors in terms of different education backgrounds and career positions had an impact on the factors that cause a problem as well as obstacles to communication in the organisation of Hino Motors Manufacturing (Thailand) Ltd. (headquarters), a significance level of .05. Meanwhile, the communication styles in the organisation, i.e. communication channel, communication type and communication direction affected the factors that cause a problem as well as obstacles to communication in the organisation of Hino Motors Manufacturing (Thailand) Ltd. (headquarters), a significance level of .05.

Keywords: Communication in organisation, efficient communication

*Corresponding author: E-mail address: augusttintin@hotmail.com

ประสิทธิผลการสื่อสารในองค์กร

พนิดา เมืองด้วง¹, สุชนนี เจริญอิน¹, นนท์ สหยา¹, ทนุสิทธิ์ สกุนรัตน์¹

¹วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี 20131, ประเทศไทย

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงาน บริษัท ฮีโน่มอเตอร์ส แมนูแฟคเจอร์ริง (ประเทศไทย) จำกัด (สำนักงานใหญ่) ที่มีต่อปัจจัยที่ก่อให้เกิดปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารเพื่อพัฒนาองค์กร ของ บริษัท ฮีโน่มอเตอร์ส แมนูแฟคเจอร์ริง (ประเทศไทย) จำกัด (สำนักงานใหญ่) และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการสื่อสารในองค์กร ได้แก่ สื่อที่ใช้ในการสื่อสาร ช่องทางการสื่อสาร ประเภทการสื่อสาร ทิศทางการสื่อสารและปัจจัยที่ก่อให้เกิดปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารเพื่อพัฒนาองค์กรของ บริษัท ฮีโน่มอเตอร์ส แมนูแฟคเจอร์ริง (ประเทศไทย) จำกัด (สำนักงานใหญ่) กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ เป็นพนักงานที่ปฏิบัติงานอยู่ที่บริษัท ฮีโน่มอเตอร์ส แมนูแฟคเจอร์ริง (ประเทศไทย) จำกัด (สำนักงานใหญ่) จำนวน 340 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยแบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม แบบสอบถามรูปแบบการสื่อสารในองค์กร และแบบสอบถามปัจจัยที่ก่อให้เกิดปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารเพื่อพัฒนาองค์กร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีระดับการศึกษาและระดับตำแหน่งงานที่แตกต่างกัน จะมีผลกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารเพื่อพัฒนาองค์กร ของบริษัท ฮีโน่มอเตอร์ส แมนูแฟคเจอร์ริง (ประเทศไทย) จำกัด (สำนักงานใหญ่) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่ด้านรูปแบบการสื่อสารในองค์กร ได้แก่ ประเภทการสื่อสาร ทิศทางการสื่อสาร มีผลต่อปัจจัยที่ก่อให้เกิดปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารเพื่อพัฒนาองค์กร ของบริษัท ฮีโน่มอเตอร์ส แมนูแฟคเจอร์ริง (ประเทศไทย) จำกัด (สำนักงานใหญ่) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: การสื่อสารในองค์กร, ประสิทธิผลการสื่อสาร

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การสื่อสารให้มีประสิทธิภาพนั้น มีองค์ประกอบสำคัญอยู่ 4 ปัจจัย ได้แก่ ผู้ส่งข่าวสาร, ผู้รับข่าวสาร, ข้อมูลเนื้อหาสาระของข่าวสาร และวิธีการส่งสาร หากจะพัฒนาองค์กรให้ก้าวไปข้างหน้าบุคลากร คือ เครื่องมือที่สำคัญที่สุด การสร้างความเข้าใจที่ชัดเจนขององค์กรต่อพนักงาน คือ การสื่อสารที่เป็นการบอกข้อเท็จจริงที่เป็นรูปธรรม ไม่ใช่นามธรรม การสื่อสารเป็นเสมือนสื่อที่จะนำความต้องการ ความคิดทั้งจากผู้บังคับบัญชาไปยังผู้ใต้บังคับบัญชา และจากผู้ใต้บังคับบัญชาไปยังผู้บังคับบัญชา องค์โดยทั่วไปประกอบด้วย คนกับงานที่ต้องควบคู่กัน คนที่มาร่วมกันเพื่อทำให้งานบรรลุเป้าหมายได้นั้น โดยธรรมชาติของคนมีการติดต่อสื่อสาร เพื่อที่จะให้คนได้

ทำกิจกรรมต่างๆ ได้สำเร็จ ฉะนั้นการสื่อสารเพื่อให้มีการประสานงานจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง (ระรินทิพย์ เพ็ญศรี, 2548)

ในปัจจุบันการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรเป็นเรื่องที่สำคัญ เพราะองค์กรจะขับเคลื่อนไปสู่เป้าหมายได้นั้น ต้องอาศัยบุคลากรในองค์กร และบุคลากรในองค์กรต้องมีการสื่อสารที่ถูกค้อง ชัดเจน งานในองค์กรจึงจะบรรลุไปยังเป้าหมายเดียวกัน การสื่อสารที่ดีนั้นจะช่วยให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในฝ่ายและต่างฝ่ายร่วมมือกันทำงาน และรักษาไว้ซึ่งความสัมพันธ์อันดีกับผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพขององค์กรจะช่วยให้บุคลากรเกิดความเข้าใจอันดีในงานขององค์กร

การบริหารการสื่อสาร ในองค์กรนั้นผู้บริหารต้อง



ทราบสาเหตุของปัญหาและอุปสรรคที่ทำให้การสื่อสารขาดประสิทธิผล นั่นก็คือ อุปสรรคทางกล หมายถึง อุปสรรคในตัวสื่อเอง และอุปสรรคทางภาษา หมายถึง อุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการใช้ภาษา เป็นต้น หัวใจที่สำคัญของการสื่อสารภายในองค์กรที่ดี และสามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงก็คือการสร้างกระบวนการสื่อสารภายในที่เหมาะสมที่สุดของบุคลากรในองค์กร เข้าใจบุคคล ทรอย่างลึกซึ้ง สนใจแบบจริงจังไม่ใช่แบบชั่วคราวชั่วครว นั่นคือการทำให้การสื่อสาร ได้กระตุ้นแรงปรารถนา ความมุ่งมั่นให้เกิดพลังทางบวกในการทำงานที่มีประสิทธิภาพภายใต้สิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกที่ทำงาน

ผู้วิจัยเลือก บริษัท ซีโน มอเตอร์ส แมนูแฟกเจอร์ริง (ประเทศไทย) จำกัด (สำนักงานใหญ่) เป็นกรณีศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารว่าปัจจัยใดที่ก่อให้เกิดปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสาร ซึ่งผลการศึกษานำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาองค์กรให้ดีขึ้น และนำมาใช้ในการวางแผนการสื่อสารเกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กร สร้างความเข้าใจ ความร่วมมือของบุคลากรทุกส่วนงานในองค์กร เพื่อประโยชน์และความก้าวหน้าขององค์กรต่อไป

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรของพนักงานบริษัท ซีโน มอเตอร์ส แมนูแฟกเจอร์ริง (ประเทศไทย) จำกัด

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรต้น

ลักษณะประชากร

- เพศ - อายุ - ระดับการศึกษา
- ลักษณะของงานที่ทำ - ระดับตำแหน่งงาน

รูปแบบการสื่อสารในองค์กร

- สื่อที่ใช้ในการสื่อสาร - ช่องทางการสื่อสาร
- ประเภทการสื่อสาร - ทิศทางการสื่อสาร

ตัวแปรตาม

ปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสาร
เพื่อการพัฒนาองค์กร

(สำนักงานใหญ่) จะมีผลกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารเพื่อการพัฒนาองค์กร

2. เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารในองค์กรมีผลกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารเพื่อการพัฒนาองค์กรของ บริษัท ซีโน มอเตอร์ส แมนูแฟกเจอร์ริง (ประเทศไทย) จำกัด (สำนักงานใหญ่)

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ก่อให้เกิดปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารเพื่อการพัฒนาองค์กรของ บริษัท ซีโน มอเตอร์ส แมนูแฟกเจอร์ริง (ประเทศไทย) จำกัด (สำนักงานใหญ่) มีขอบเขตการวิจัยดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา: ปัจจัยที่ก่อให้เกิดปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารเพื่อการพัฒนาองค์กรของ บริษัท ซีโน มอเตอร์ส แมนูแฟกเจอร์ริง (ประเทศไทย) จำกัด (สำนักงานใหญ่)

ขอบเขตด้านประชากร: พนักงานสายสำนักงานและสายการผลิตของ บริษัท ซีโน มอเตอร์ส แมนูแฟกเจอร์ริง (ประเทศไทย) จำกัด (สำนักงานใหญ่) 99 หมู่ 3 ถนนเทพารักษ์ ถนน ตำบลเทพารักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 2,016 คน (ข้อมูลจากฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล ณ วันที่ 28 ธันวาคม 2554)

ขอบเขตด้านระยะเวลา ทำการวิจัยตั้งแต่วันที่ 22 เมษายน 2555 - วันที่ 2 กันยายน 2555 ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่ 2 กรกฎาคม 2555 - วันที่ 22 กรกฎาคม 2555

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้บริหารทราบถึงปัจจัยที่ก่อให้เกิดปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารของบริษัท ฮีโน่มอเตอร์ส แมนูแฟคเจอร์ริง (ประเทศไทย) จำกัด (สำนักงานใหญ่)
2. ผู้บริหารทราบแนวทางในการแก้ไขในการสื่อสารเพื่อการพัฒนาองค์กรของ บริษัท ฮีโน่มอเตอร์ส แมนูแฟคเจอร์ริง (ประเทศไทย) จำกัด (สำนักงานใหญ่)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows ซึ่งใช้สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ ส่วนที่ 1 ปัจจัยลักษณะประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 รูปแบบการสื่อสารในองค์กร และส่วนที่ 3 ปัจจัยที่ก่อให้เกิดปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารเพื่อพัฒนาองค์กรโดยวิธีการแจกแจงความถี่ (Frequency) การหาร้อยละ (Percentage) การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

2. สถิติอนุมาน (Inference Statistics) ที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานแต่ละข้อดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะประชากรของพนักงานบริษัท ฮีโน่มอเตอร์ส แมนูแฟคเจอร์ริง (ประเทศไทย) จำกัด (สำนักงานใหญ่) จะมีผลกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารเพื่อพัฒนาองค์กรทดสอบค่าที (T-test) ทดสอบค่าเอฟ (F-test) โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) การทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อทดสอบความแตกต่าง

สมมติฐานข้อที่ 2 รูปแบบการสื่อสารในองค์กรมีผลกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารเพื่อพัฒนาองค์กรของ บริษัท ฮีโน่มอเตอร์ส แมนูแฟคเจอร์ริง (ประเทศไทย) จำกัด (สำนักงานใหญ่) เชิงเส้นตรง (Multiple linear regression)

สรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในศึกษาวิจัยครั้งนี้มีจำนวนทั้งสิ้น 337 คน ส่วนใหญ่ปัจจัยส่วนบุคคล เมื่อจำแนกแล้วพบว่า เป็นเพศหญิง จำนวน 201 คน มีอายุมากกว่าเฉลี่ย 30 ปี มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีระดับตำแหน่งงานอยู่ในระดับปฏิบัติการ มากที่สุด

ส่วนที่ 2 รูปแบบการสื่อสารในองค์กร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในศึกษาวิจัยครั้งนี้มีจำนวนทั้งสิ้น 337 คน ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญ ในทิศทางการสื่อสาร เป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ช่องทางการสื่อสาร และอันดับที่ 3 คือ ประเภทการสื่อสาร

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่ก่อให้เกิดปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารเพื่อพัฒนาองค์กร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในศึกษาวิจัยครั้งนี้มีจำนวนทั้งสิ้น 337 คน ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญ ช่องทางการรับ-ส่ง ข้อมูลสารของบริษัทที่เปิดโอกาสให้พนักงานแสดงความคิดเห็นน้อย และบริษัทมียังขาดการสื่อสารที่รวดเร็ว และเข้าถึงพนักงาน

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน

การทดสอบสมมติฐานที่ 1 ลักษณะประชากร (เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับตำแหน่ง) ที่แตกต่างกัน ของพนักงาน บริษัท ฮีโน่มอเตอร์ส แมนูแฟคเจอร์ริง (ประเทศไทย) จำกัด (สำนักงานใหญ่) จะมีผลกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารเพื่อพัฒนาองค์กรไม่แตกต่างกัน

จากผลการวิจัย พบว่า ลักษณะประชากรจำแนกตามระดับการศึกษา และระดับตำแหน่งจะมีผลกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารเพื่อพัฒนาองค์กรแตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานที่ 2 รูปแบบการสื่อสารในองค์กรมีผลกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารเพื่อพัฒนาองค์กรของ บริษัท ฮีโน่มอเตอร์ส แมนูแฟคเจอร์ริง (ประเทศไทย) จำกัด (สำนักงานใหญ่) ไม่แตกต่าง

จากผลการวิจัย พบว่า รูปแบบการสื่อสารในองค์กร ได้แก่ ทิศทางการสื่อสาร และช่องทางการสื่อสาร มีผลกับ

ปัจจัยที่ก่อให้เกิดปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารเพื่อการพัฒนาองค์กรของ บริษัท ฮีโน่มอเตอร์ส แมนูแฟกเจอร์ริง (ประเทศไทย) จำกัด (สำนักงานใหญ่) แยกต่าง

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยปัจจัยที่ก่อให้เกิดปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารเพื่อการพัฒนาองค์กรของ บริษัท ฮีโน่มอเตอร์ส แมนูแฟกเจอร์ริง (ประเทศไทย) จำกัด (สำนักงานใหญ่) มีประเด็นที่ควรอภิปรายผลดังต่อไปนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากร

จากผลการวิจัย พบว่า ลักษณะประชากรจำแนกตามระดับการศึกษา และระดับตำแหน่งงานที่ปฏิบัติที่ต่างกันจะมีผลผลการวิจัยปัจจัยที่ก่อให้เกิดปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารเพื่อการพัฒนาองค์กรของ บริษัท ฮีโน่มอเตอร์ส แมนูแฟกเจอร์ริง (ประเทศไทย) จำกัด (สำนักงานใหญ่) แยกต่าง

ผลการวิจัยพบว่าระดับการศึกษา และระดับตำแหน่งที่ต่างกันของพนักงาน บริษัท ฮีโน่มอเตอร์ส แมนูแฟกเจอร์ริง (ประเทศไทย) จำกัด (สำนักงานใหญ่) จะมีผลกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารเพื่อการพัฒนาองค์กรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ทั้งนี้เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มด้วย LSD พบความแตกต่างในทุกกลุ่มอายุ ผลการทดสอบนี้ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน สอดคล้องกับ วราวุธ ส่งเสริม (2552) กล่าวว่าไว้ว่าลักษณะประชากรด้านการศึกษา ได้มีนักวิชาการสื่อสารพบว่า การศึกษาเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ค่อนข้างสูงกับตัวแปรที่เกี่ยวกับการรับสาร และการใช้สื่อ การศึกษาของผู้รับสารทำให้ผู้รับสารมีพฤติกรรมการสื่อสารต่างกันไป โดยเฉพาะคนที่มีการศึกษาดำ และสอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2555) ได้กล่าวไว้ว่าสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึง อาชีพ รายได้และสถานภาพทางสังคมของบุคคล มีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารเพราะแต่ละคนมีวัฒนธรรมประสบการณ์ ทักษะคิด ค่านิยมและเป้าหมายที่ต่างกัน ปัจจัยบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้รับสารแต่ละคน เช่นปัจจัยทางจิตวิทยาและสังคมที่จะมีอิทธิพลต่อการรับข่าวสาร

ผลการวิเคราะห์รูปแบบการสื่อสารในองค์กรมีผลกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารเพื่อการพัฒนาองค์กรของ บริษัท ฮีโน่มอเตอร์ส แมนูแฟกเจอร์ริง (ประเทศไทย) จำกัด (สำนักงานใหญ่)

รูปแบบการสื่อสารในของ บริษัท ฮีโน่มอเตอร์ส แมนูแฟกเจอร์ริง (ประเทศไทย) จำกัด (สำนักงานใหญ่) แบ่งได้ดังนี้ คือ สื่อที่ใช้ในการสื่อสาร, ช่องทางการสื่อสาร, ประเภทการสื่อสาร, ทิศทางการสื่อสาร ผลการวิจัยพบว่า ช่องทางการสื่อสารมีผลกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารเพื่อการพัฒนาองค์กรของ บริษัท ฮีโน่มอเตอร์ส แมนูแฟกเจอร์ริง (ประเทศไทย) จำกัด (สำนักงานใหญ่) มีดังนี้ ช่องทางการสื่อสารภายในองค์กรมีทั้งการสื่อสารแบบทางเดียวและการสื่อสารแบบสองทาง แต่การสื่อสารแบบทางเดียวมีมากกว่า โดยผู้บังคับบัญชาออกคำสั่งเพียงผู้เดียวอยู่มากแต่มีข้อดีคือรวดเร็วเหมาะกับสถานการณ์ที่ผู้ส่งสารมีความรู้และความเชี่ยวชาญในเรื่องนั้น ๆ สอดคล้องกับ ปรียาพรธณ วรรณระวาติน (2550) ได้ศึกษาความพึงพอใจของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ต่อการสื่อสารภายในองค์กร พบว่า ช่องทางการสื่อสารของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) คือ การสื่อสารทางเดียวมากกว่าการสื่อสารสองทางปานกลางส่วนใหญ่ และสอดคล้องกับ วานวลย์ดาดี (2551) ที่ได้ศึกษา ปัจจัยเอื้อความสำเร็จในการสร้างความแตกต่างขององค์กรระดับประเทศ ได้กล่าวไว้ว่า หากจะองค์กรจะพัฒนาก้าวหน้าผู้บริหารควรให้ความสนใจในการสื่อสารในองค์กรให้มากขึ้น เพิ่มช่องทางการสื่อสารแบบสองทางเพื่อกับองค์กรพร้อมเปิดใจให้กว้างรับฟังความคิดเห็นของผู้ได้บังคับบัญชา

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. จากผลการวิจัยพบว่าลักษณะประชากรที่จำแนกตามระดับการศึกษา และระดับตำแหน่งงานที่ปฏิบัติงานที่ต่างกันจะมีผลกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารเพื่อการพัฒนาองค์กรของ บริษัท ฮีโน่มอเตอร์ส แมนูแฟกเจอร์ริง (ประเทศไทย) จำกัด (สำนักงานใหญ่) แยกต่าง

ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ระดับการศึกษาประถมศึกษา, ปวช/ ปวส จะไม่สนใจ

ข่าวสารของบริษัทน้อย ควรให้มีกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเป็นการสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงาน อาทิ กิจกรรม Talk To Talk คือในแต่ละเดือนมีการให้หน่วยงานแรงงานสัมพันธ์ที่ทำหน้าในการจัดกิจกรรมพูดคุยสอบถามกับพนักงานในสายการผลิต เพื่อรับฟังความต้องการของพนักงาน และนำมาเสนอผู้บริหารเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาองค์กรต่อไป

2. จากผลวิจัยพบว่าใน ลักษณะประชากรที่จำแนกตามระดับการดำเนินงานปฏิบัติงานพนักงานระดับบริหาร/ผู้บังคับบัญชา มีความสนใจต่อการสื่อสารภายในองค์กรที่ดีสูงกว่าพนักงานระดับปฏิบัติการ เนื่องจากพนักงานระดับบริหาร/ผู้บังคับบัญชาได้รับการถ่ายทอดข่าวสาร หรือติดต่อสื่อสารกับผู้บริหารระดับสูงโดยตรง จึงมีโอกาสที่จะได้รับข่าวสารที่ครบถ้วนและปริมาณมากกว่า และการที่พนักงานระดับบริหาร/ผู้บังคับบัญชาต้องถ่ายทอดข่าวสารที่ได้รับให้กับพนักงานระดับปฏิบัติการต่อไป ทำให้บางครั้งข่าวสารที่ถ่ายทอดไปอาจจะไม่ครบถ้วนและชัดเจน ซึ่งขึ้นอยู่กับความสามารถในการถ่ายทอดข่าวสารของแต่ละบุคคล ดังนั้น พนักงานระดับบริหาร/ผู้บังคับบัญชาต้องให้ความสำคัญกับการติดต่อสื่อสาร มีความตั้งใจที่จะส่งข่าวสาร และควรที่จะถ่ายทอดข่าวสาร ข้อมูลให้กับผู้ปฏิบัติการให้ครบถ้วน เพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจในการสื่อสาร โดยทางองค์กรก็ควรมีการจัดฝึกอบรมเพิ่มทักษะของการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพให้กับ และพนักงานระดับบริหาร/ผู้บังคับบัญชาด้วยการส่งเสริมรูปแบบการสื่อสารดังกล่าวอาจปฏิบัติดังนี้

2.1 ผู้บังคับบัญช ควรเปิดโอกาสและส่งเสริมให้มีการติดต่อสื่อสารสองทาง โดยควรเปิดโอกาสให้ผู้ปฏิบัติการได้เข้าพบปรึกษาหารือ และได้มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน

2.2 ควรจัดให้มีการประชุมหารือเป็นกลุ่มย่อยให้บ่อยขึ้นกว่าที่เป็นอยู่

2.3 ผู้บริหารควรส่งเสริมการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ปฏิบัติการ เช่น กิจกรรมแข่งขันกีฬา

3. จากผลการวิจัยพบว่า หากจำแนกรูปแบบการสื่อสารในองค์กรตามแนวคิดของ Dominick (1993)

บริษัท ฮีโน่มอเตอร์ส แมนูแฟคเจอร์ริง (ประเทศไทย) จำกัด (สำนักงานใหญ่) มีรูปแบบการสื่อสารในองค์กร 2 รูปแบบคือ

3.1 การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal communication) เป็นการสื่อสารที่บริษัท ฮีโน่มอเตอร์ส แมนูแฟคเจอร์ริง (ประเทศไทย) จำกัด (สำนักงานใหญ่) ใช้มาก ได้แก่ การสื่อสารผ่านเพื่อนร่วมงาน ผู้บังคับบัญชา และการประชุม ถือเป็นจุดแข็งของบริษัทเพราะการสื่อสารในรูปแบบนี้ผู้ส่งสารและผู้รับสารจะสื่อสารกันได้อย่างอิสระเป็นตัวของตัวเอง สามารถทราบปฏิกิริยาสะท้อนกลับ และผลของการสื่อสารได้ทันที

3.2 การสื่อสารแบบกึ่งกลาง (Machine-Assisted Interpersonal Communication) ได้แก่ E-mail และบอร์ดประกาศข่าวสาร ที่บริษัทฯ ใช้ปานกลาง รวมทั้งหนังสือเวียนและ SMS จากบริษัทที่ใช้บ่อย สอดคล้องกับเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่ก้าวหน้าทำให้ E-mail มีบทบาทในการสื่อสารภายในองค์กรมาก อย่างไรก็ตาม บริษัท ฮีโน่มอเตอร์ส แมนูแฟคเจอร์ริง (ประเทศไทย) จำกัด (สำนักงานใหญ่) ยังคงใช้ E-mail ในระดับปานกลางเท่านั้น

4. นโยบายองค์กร ซึ่งโดยทั่วไปจะระบุไว้ในคู่มือหรือระเบียบปฏิบัติที่ใช้ภายในองค์กร แต่ยังคงมีการสื่อสารเพื่อให้แน่ใจได้ว่าบุคลากรในทุกระดับมีความเข้าใจที่ถูกต้อง และการกำหนดนโยบายองค์กรควรให้มีรับฟังความคิดเห็นของพนักงานในองค์กรเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมกับองค์กร และสร้างจิตสำนึกในการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร

5. จากผลการวิจัยบริษัทควรเปรียบเทียบรูปแบบการสื่อสารในองค์กรในส่วนช่องทางสื่อสารที่มีอยู่ในปัจจุบันกับ ความต้องการของพนักงานในองค์กรปรับปรุงวิธีการปฏิบัติงานตามความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะของพนักงาน เพื่อให้เกิดการยอมรับในความรู้ความสามารถรวมทั้งให้ความสำคัญกับบุคลากรทุกระดับอย่างเท่าเทียมกัน

6. จากผลการวิจัยพบว่าเมื่อมีการนำรูปแบบในการสื่อสารมาใช้ในองค์กรแล้ว องค์กรจะต้องตรวจสอบเพื่อให้แน่ใจว่าบุคลากรในองค์กรได้มีการใช้รูปแบบการสื่อสารอย่างทั่วถึงหรือไม่ รวมถึงจะต้องวางแผนทางการทวนสอบความมีประสิทธิภาพของรูปแบบการสื่อสารที่นำมาใช้



โดยอาจจะพิจารณาจากผลลัพธ์ของดำเนินการในประเด็นต่างๆ หรือการยืนยันจากเอกสารต่างๆ ว่าได้มีการปรับปรุงหรือดำเนินการได้ถูกต้องหรือไม่

7. ในส่วนปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารขององค์กรควรมีการจัดระบบด้านข่าวสารองค์กรให้เหมาะสม ในเรื่องการกระจายข่าวสารให้สามารถเข้าถึงบุคคลที่ควรจะได้รับหรือมีโอกาสได้ใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารนั้นมากที่สุดโดยให้ข้อมูลข่าวสารไปถึงบุคคลเหล่านั้นในเวลาที่เหมาะสมทันการณ์ ซึ่งบุคคลในองค์กรต่างก็ต้องการข้อมูลที่แตกต่างกัน ผู้บริหารระดับต้นและผู้บริหารระดับกลางจะต้องการข่าวสารที่แตกต่างกัน

แผนการผลิต และแผนบัญชีจะต้องการข้อมูลที่แตกต่างกันด้วย ผู้บริหารต้องทราบว่าข้อมูลอะไรที่บุคคลและกลุ่มต้องการและวิธีใดที่ดีที่สุดที่ควรใช้กับบุคคลกลุ่มนั้น

8. การสื่อสารจะช่วยให้องค์กรและผู้บริหารสามารถเข้าใจในปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างชัดเจน และเมื่อมีการวิเคราะห์เพื่อหาสาเหตุหลัก บันทึกการสื่อสารจะช่วยให้รู้ว่าข้อมูลได้ถูกแจ้งไปยังใครบ้าง และเมื่อไร นอกจากนั้นบันทึกของการสื่อสาร ยังช่วยในการนำมาทบทวนถึงความเหมาะสมของรูปแบบในการสื่อสารด้วย

บรรณานุกรม

- ระรินทิพย์ เพ็ญศรี.(2548). การสื่อสารภายในองค์กรและความพึงพอใจในการสื่อสารของพนักงานไทยในบริษัทข้ามชาติญี่ปุ่น ไทยนิสชินเทคคอนมิก จำกัด. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). แนวคิด ทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง: บทที่ 4 ทฤษฎีปัจจัยส่วนบุคคล. วันที่ค้นข้อมูล 20 กรกฎาคม 2555, เข้าถึงได้จาก www.thaiblogonline.com
- วรารุช ส่งเสริม. (2552). ผลกระทบการสื่ออิเล็กทรอนิกส์กับการสื่อสารภายในองค์กร. รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพธุรกิจ.
- วนาวัลย์ คาคดี. (2551). การสื่อสารภายในองค์กร: ปัจจัยเอื้อความสำเร็จในการสร้างความแตกต่างขององค์กรระดับประเทศ. พิษณุโลก: คณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ปรียาพรรณ วรธนะวาสิน. (2550). ความพึงพอใจของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ต่อการสื่อสารภายในองค์กร. กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.