

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาค้นคว้าความคิดเห็นเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร: กรณีศึกษา โรงพยาบาลนนทเวช มีแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งผู้ศึกษาได้นำมาใช้ ดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารภายในองค์กร
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารกับการบริหาร
- 2.4 การสื่อสารภายในโรงพยาบาลนนทเวช
- 2.5 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร

องค์ประกอบสำคัญอย่างหนึ่งในการดำเนินชีวิตของมนุษย์ คือ การสื่อสารเพราะมนุษย์จำเป็นต้องพึ่งพาอาศัยกันและกัน หรือติดต่อทำความเข้าใจกันเพื่อประสิทธิภาพ และประสิทธิผลของการดำรงชีวิต การสื่อสารเป็นกระบวนการที่มนุษย์จะต้องใช้ในการติดต่อสื่อสารกับผู้อื่นเพื่อยังประโยชน์ต่างๆ ให้เกิดขึ้นทั้งแก่ตนเอง ผู้อื่น และสังคม โดยมีผู้กล่าวถึงและให้ความหมาย “การสื่อสาร” ไว้ดังนี้

ปรมะ สตะเวทิน (2537, น. 7) กล่าวว่า การสื่อสาร คือ กระบวนการของการถ่ายทอดสาร (message) จากบุคคลฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่า ผู้ส่งสาร (source) ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่า ผู้รับสาร (receiver) โดยผ่านสื่อ (channel)

วิรัช ลภีรัตนกุล (2546, น. 159) กล่าวว่า การติดต่อสื่อสาร คือ กระบวนการในการส่งผ่านหรือสื่อความหมายระหว่างบุคคลสังคมมนุษย์เป็นสังคมที่สมาชิกสามารถใช้ความสามารถของตนสื่อความหมายให้ผู้อื่นเข้าใจได้โดยแสดงออกในรูปของความต้องการ ความปรารถนา ความรู้สึก นึกคิด ความรู้ และประสบการณ์ต่างๆ จากบุคคลหนึ่งไปสู่อีกบุคคลหนึ่ง

Carl (1979 อ้างถึงใน วิรัช ลภีรัตนกุล, 2546, น. 160) ให้ความเห็นว่า การสื่อสาร คือ กระบวนการที่บุคคลหนึ่ง (ผู้ส่งสาร) ส่งสิ่งเร้า (ภาษาพูด หรือภาษาเขียน) เพื่อเปลี่ยนพฤติกรรมของบุคคลอื่นๆ (ผู้รับสาร)

Jort (1979 อ้างถึงใน วิรัช ลภีรัตนกุล, 2546, น. 160) กล่าวว่า การสื่อสาร คือ กระบวนการที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารมีปฏิสัมพันธ์กันสภาพแวดล้อมทางสังคมเฉพาะ

Viver (1989 อ้างถึงใน วิรัช ลภีรัตนกุล, 2546, น. 169) ให้ความเห็นว่า การสื่อสาร คือ กระบวนการที่บุคคลหนึ่ง (ผู้ส่งสาร) ส่งสิ่งเร้า (ภาษาพูด หรือ ภาษาเขียน) เพื่อเปลี่ยนพฤติกรรมของบุคคลอื่น (ผู้รับสาร)

นรินทร์ชัย พัฒนพงศา (2542, น. 3) กล่าวถึงความหมายของการสื่อสารว่าเป็นการ แลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยใช้สื่อหรือช่องทางต่างๆ เพื่อมุ่งหมายโน้มน้าวจิตใจให้เกิดผลในการให้เกิดการรับรู้ หรือเปลี่ยนทัศนคติ หรือให้เปลี่ยนพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง

โอบัส แก้วจำปา (2547, น. 1) กล่าวว่า การสื่อสารหมายถึงกระบวนการที่มนุษย์ เชื่อมโยงความนึกคิดและความรู้สึกให้ถึงกันเพื่อให้เกิดการตอบสนองในเชิงพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน

วิรัช สงวนวงษ์วาน (2547, น. 115) ให้ความหมายว่า การสื่อสารคือการถ่ายโอน (transfer and understanding of meaning) ดังนั้น การติดต่อสื่อสารจะประสบความสำเร็จก็ต่อเมื่อ สามารถส่งผลต่อความหมายและผู้รับเกิดความเข้าใจถูกต้อง การสื่อสารอาจมีลักษณะเป็นการ สื่อสารระหว่างบุคคล (interpersonal communication) และเป็นเครือข่ายองค์กรหรือที่เรียกกัน โดยทั่วไปว่าการติดต่อสื่อสารขององค์กร (organization communication)

ธิตทิพ ชยธวัช (2548, น. 130) กล่าวว่า การสื่อสารเป็นการส่งมอบสารสนเทศและส่งมีความหมายต่างๆ จากฝ่ายหนึ่งไปยังอีกฝ่ายหนึ่ง โดยการใช้สัญลักษณ์ที่เป็นที่ยอมรับร่วมกัน หรือเป็นการแลกเปลี่ยนสารสนเทศและการส่งมอบสิ่งที่มีความสำคัญต่างๆ

วันชัย มีชาติ (2548, น. 138 อ้างถึงใน Judith, R. G., & associates, 1990, p. 139) สรุปว่า การสื่อสารเป็นกระบวนการติดต่อส่งผ่านข้อมูล ความคิด ความเข้าใจ หรือความรู้สึก ระหว่างบุคคล ซึ่งมีองค์ประกอบ 4 ประการ คือ ผู้ส่งสาร สาร สื่อ และผู้รับสาร

กล่าวโดยสรุป การสื่อสาร (communication) เป็นกระบวนการถ่ายทอดสารระหว่างมนุษย์โดยผ่านเครื่องมือที่เรียกว่า “ภาษา” เพื่อติดต่อกัน ด้วยวิธีการต่างๆ อันจะส่งผลให้ฝ่ายผู้ส่งสารและผู้รับสารเกิดความเข้าใจได้ตรงกัน เช่น การถ่ายทอดความรู้สึกนึกคิด การบอกเล่าเรื่องราว ประสบการณ์ เป็นต้น แต่ละบุคคลอาจนำวิธีการ หรือมีกระบวนการสื่อสารที่แตกต่างกันไปตามความเหมาะสมหรือความจำเป็นของตนเองและคู่สื่อสาร

2.1.1 วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร

ในกระบวนการสื่อสารไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารในระดับใดก็ตาม ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างก็มีวัตถุประสงค์ในการติดต่อสื่อสารที่เหมือนกันหรือแตกต่างกันก็ได้ เพราะฉะนั้นในการศึกษาเรื่องวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร เราจึงสามารถแยกออกได้เป็นวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร และวัตถุประสงค์ของผู้รับสาร ถ้าวัตถุประสงค์ทั้ง 2 ฝ่าย เหมือนกัน หรือสอดคล้องกับผลของการสื่อสารในครั้งนั้นๆ จะสัมฤทธิ์ผลได้ง่ายในทางตรงกันข้ามถ้าวัตถุประสงค์ทั้ง 2 ฝ่าย ไม่ตรงกันผู้รับสารอาจมีปฏิกิริยาต่อสารผิดไปจากความตั้งใจของผู้ส่งสารได้ ซึ่งจะทำให้การสื่อสารไม่บรรลุตามเป้าหมาย หรือตามเจตนารมณ์ของผู้ส่งสาร ทำให้การสื่อสารในครั้งนั้นๆ เกิดความล้มเหลว (communication breakdown) (พรชัย ม่วงแจ่ม, 2553)

2.1.2 วัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร

ในการทำการสื่อสารแต่ละครั้ง ผู้ส่งสารจะมีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

2.2.1.1 เพื่อแจ้งให้ทราบ (inform) หมายความว่า ในการทำการสื่อสารนั้น ผู้ส่งสารมีความต้องการที่จะบอกกล่าว หรือชี้แจงข่าวสาร เรื่องราว เหตุการณ์ ข้อมูล หรือสิ่งอื่นใดให้ผู้รับสารได้รับสาร หรือเกิดความเข้าใจ โดยอาจผ่านทางสื่อมวลชน หนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์

2.1.2.2 เพื่อสอนหรือให้การศึกษา (teach or educate) หมายความว่า ผู้ส่งสารมีความต้องการที่จะสอนวิชาความรู้ หรือเรื่องราวที่เป็นวิชาการให้ผู้รับสารได้รับความรู้เพิ่มเติมจากเดิม

2.1.2.3 เพื่อสร้างความพอใจ หรือความบันเทิง (please or entertain) หมายความว่า ในการสื่อสารนั้น ผู้ส่งสารมีความต้องการที่จะทำให้ผู้รับสารเกิดความรื่นเริงบันเทิงใจจากการที่ตนเองส่งออกไป ไม่ว่าจะอยู่ในรูปของการพูด การเขียน หรือการแสดงกิริยาท่าทาง

2.1.2.4 เพื่อเสนอแนะหรือชักจูงใจ (propose or persuade) หมายความว่า ผู้ส่งสารได้เสนอแนะสิ่งใดสิ่งหนึ่งต่อผู้รับสาร และมีความต้องการชักจูงให้ผู้รับสารมีความคิดคล้อยตาม หรือยอมรับปฏิบัติตามการเสนอแนะของตน

2.1.3 วัตถุประสงค์ของผู้รับสาร

โดยทั่วไปผู้รับสารจะมีวัตถุประสงค์หลักๆ ในการทำการสื่อสาร ดังนี้

2.1.3.1 เพื่อทราบ (understand) ในการเข้าร่วมกิจกรรมทางการสื่อสารนั้น ผู้รับสารมีความต้องการที่จะทราบเรื่องราว ข้อมูล ข่าวสาร เหตุการณ์ หรือสิ่งอื่นๆ ที่มีผู้แจ้งหรือรายงาน หรือชี้แจงให้ทราบ

2.1.3.2 เพื่อเรียนรู้ (learn) หมายถึง การแสวงหาความรู้ของผู้รับสารจากสารที่มีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับวิชาความรู้ และวิชาการ อันเป็นการหาความรู้เพิ่มเติม และเป็นการทำความเข้าใจกับเนื้อหาสาระในการสอนของผู้ส่งสาร

2.1.3.3 เพื่อความพอใจ (enjoy) โดยปกติคนเรานั้นนอกจากจะต้องทราบข่าวคราว เหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม และต้องการศึกษาเพื่อหาความรู้แล้ว ยังมีความต้องการในเรื่อง ความบันเทิงเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจด้วย

2.1.3.4 เพื่อกระทำ หรือตัดสินใจ (dispose or decide) หมายความว่า ในการตัดสินใจของคนนั้น มักจะได้รับการเสนอแนะ หรือชักจูงใจให้กระทำอย่างนั้น อย่างนี้จากบุคคลอื่นอยู่เสมอ ดังนั้น ทางเลือกในการตัดสินใจของคนเราจึงขึ้นอยู่กับข้อเสนอแนะนั้นๆ ว่าจะมีความน่าเชื่อถือ และมีความเป็นไปได้มากน้อยเพียงใดนอกเหนือจากนี้แล้ว การตัดสินใจของคนเรายังต้องคำนึงถึง การรับข่าวสาร ข้อมูล ความรู้ และความเชื่อของแต่ละบุคคลที่ได้สั่งสมกันมาด้วย

2.1.4 องค์ประกอบการติดต่อสื่อสาร

การสื่อสารจะประสบผลสำเร็จได้ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบสำคัญหลายประการ (สุจิตรา จรจิตร, 2549) คือ

2.1.4.1 ผู้ส่งสาร (sender) เป็นผู้ถ่ายทอดสารต่างๆ ไปยังผู้รับสารโดยผู้ส่งสารต้อง คำนึงถึงความถูกต้องเหมาะสม และวิธีการถ่ายทอดสาร เช่น ต้องคำนึงถึงความรู้ที่ตนเองมีอยู่ คำนึงถึงคุณลักษณะของผู้รับสาร คำนึงถึงสถานการณ์ เป็นต้น

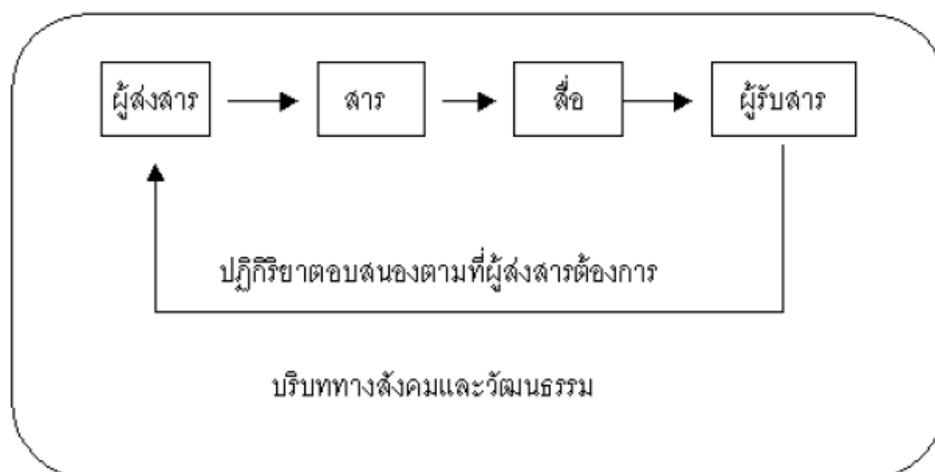
2.1.4.2 สาร (message) เรื่องราวที่ผู้ส่งสารต้องการถ่ายทอดให้ผู้รับสารได้รับรู้ โดยใช้ ภาษาทั้งที่เป็นถ้อยคำและไม่ใช้ถ้อยคำ เป็นเครื่องมือในการสื่อความหมาย และสารนั้นต้องเป็น เรื่องราวที่มีความหมาย สามารถทำความเข้าใจได้ สารที่เกิดขึ้นนั้นต้องอาศัยสัญลักษณ์ทางภาษาที่คนใน สังคมกำหนดร่วมกันเพื่อที่จะสามารถสื่อความหมายได้ เข้าใจตรงกัน เช่น การใช้ภาษาไทยและ ภาษาอังกฤษ ต่างก็มีคำศัพท์และการออกเสียงที่แตกต่างกัน คนไทยเรียก “สุนัข” ว่า “หมา” ขณะที่ คนอังกฤษ เรียกว่า “dog” เป็นต้น หากทั้งสองฝ่ายต่างก็ไม่เข้าใจความหมายของคำนั้นๆ ก็จะทำให้ การสื่อสารไม่ประสบความสำเร็จ เพราะสารที่สื่อออกไปไม่สามารถทำให้อีกฝ่ายหนึ่งเข้าใจ ความหมายที่ต้องการสื่อสารได้

2.1.4.3 สื่อ (media or channel) เป็นช่องทางหรือพาหนะนำสารส่งไปยังผู้รับสาร ซึ่งหาก เป็นสื่อวัตถุหรือเป็นสื่อที่สามารถสัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้งห้าแล้ว จะเป็นส่วนสำคัญที่ช่วย ให้กระบวนการสื่อสารเป็นไปด้วยความสะดวก รวดเร็ว และชัดเจนยิ่งขึ้นจึงจะเกิดประโยชน์ใน การนำสื่อต่างๆ มาใช้ และยังคงมีส่วนช่วยในการทำให้เกิดความเข้าใจตรงกันหรือใกล้เคียงกัน ระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารอีกด้วย แต่การเลือกใช้สื่อก็ต้องคำนึงถึงความเหมาะสมกับกาลเทศะ ด้วย เช่น การใช้เครื่องขยายเสียงช่วยในการถ่ายทอดกรณีที่มีคนจำนวนมาก การใช้หุ่นมือแสดง ประกอบการเล่านิทานให้นักเรียนอนุบาล การใช้สื่อคอมพิวเตอร์ประกอบการสอนวิธีการใช้การ

สื่อบั่นด้วยระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ เป็นต้น หากช่องทางนั้นถูกปิดกั้นสารก็จะไม่สามารถสื่อความหมายถึงผู้รับได้

2.1.4.4 ผู้รับสาร (receiver) คือ ผู้ที่ทำหน้าที่รับสารที่ผู้ส่งสารส่งผ่านช่องทาง ทั้งทางเสียงและสัญลักษณ์ต่างๆ โดยทำความเข้าใจเนื้อหาสารที่ผู้ส่งสารส่งมา และแสดงปฏิกิริยาตอบสนองต่อเรื่องนั้นกลับไปให้ผู้ส่งสารได้รับรู้ถึงความสำเร็จในการถ่ายทอดสารว่าบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ผู้ส่งสารถ่ายทอดมาหรือไม่ เช่น การตอบคำถามเมื่อผู้พูดซักถาม การพยักหน้าเมื่อเข้าใจเรื่องที่อธิบายการหัวเราะเมื่ออ่านการ์ตูนตลก เป็นต้น

2.1.4.5 ปฏิกิริยาตอบกลับของผู้รับสาร (response) เป็นการแสดงปฏิกิริยาตอบสนองของผู้รับสารหลังจากได้รับสารมาว่ามีความเข้าใจต่อสิ่งที่รับมาหรือไม่อย่างไร ซึ่งผู้รับสารควรมีปฏิกิริยาตอบกลับอย่างใดอย่างหนึ่ง หลังจากได้รับสารนั้นครบถ้วนแล้ว หรือเมื่อเข้าใจสารนั้นอย่างถ่องแท้แล้ว โดยควรพิจารณาสารนั้นให้ถี่ถ้วนรอบคอบก่อนที่จะแสดงปฏิกิริยาตอบกลับไป เพื่อให้การสื่อสารบรรลุจุดมุ่งหมาย เช่น ครูถามนักเรียนว่าเข้าใจหรือไม่ นักเรียนควรแสดงอาการตอบรับมีใช้นั่งเฉยๆ ไม่แสดงอาการใดๆ เพราะจะไม่สามารถทำให้ผู้ถามเข้าใจได้ เป็นต้น



ภาพที่ 2.1 แผนผังการสื่อสาร

ที่มา: จูไรรัตน์ ลักษณะศิริ (2540, น. 2)

2.1.5 องค์ประกอบที่มีส่วนทำให้การสื่อสารประสบผลสำเร็จ (จูไรรัตน์ ลักษณะศิริ, 2540)

กระบวนการสื่อสารแต่ละครั้งนั้นจะมีหลายสิ่งที่มีผลต่อความสำเร็จของการสื่อสาร ทั้งต่อผู้ส่งสารและผู้รับสาร เช่น

2.1.5.1 วัตถุประสงค์ หากผู้ส่งสารและผู้รับสารมีวัตถุประสงค์ที่สอดคล้องกันจะช่วยให้การสื่อสารครั้งนั้นๆ ประสบความสำเร็จได้รวดเร็วยิ่งขึ้น เช่น น้อยออกไปเที่ยวสวนสนุก น้อยจึงเอ่ยชวนกันไปเที่ยวสวนสนุกกัน ตัวอย่างนี้จะใช้วัตถุประสงค์โน้มน้าวใจ ดังนั้น นักในฐานะที่เป็นผู้เริ่มต้นในการสื่อสารจะต้องใช้คำพูดหรือวิธีการที่จะให้วัตถุประสงค์ของตนบรรลุผลตามเป้าหมาย เป็นต้น

2.1.5.2 แรงจูงใจ เป็นตัวกระตุ้นสิ่งอื่นที่ช่วยสนับสนุนความน่าสนใจนอกจากส่วนที่เป็นเนื้อหาหรือสารที่ต้องการนำเสนอ เช่น ของรางวัล ผู้นำเสนอ (presenter) ที่มีชื่อเสียง ทำทางบุคลิกภาพของผู้ขาย เป็นต้น

2.1.5.3 ทศนคติ เป็นความคิดเห็นหรือความรู้สึกที่ผู้ส่งสารหรือผู้รับสารมีต่ออีกฝ่ายหนึ่งหรืออาจเป็นความคิดเห็นที่มีต่อเรื่องที่ ได้รับ เช่น แดงรู้สึกดีกับผู้บรรยาย จึงทำให้ตั้งใจฟังเป็นอย่างมากหรือเขียวชอบขาวเป็นอย่างมาก เมื่อขาวพูดอะไรเขียวก็เชื่อทุกอย่าง เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ในฐานะผู้รับสารควรต้องวางตัวให้เป็นกลางในขณะที่รับข้อมูลเพราะมิฉะนั้นแล้วหากต้องประเมินค่าผลที่ได้ก็จะไม่มีความเที่ยงตรง

2.1.5.4 ประสบการณ์ เป็นสิ่งที่ผู้ส่งสารหรือผู้รับสารเคยได้รับมา ทำให้มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องที่นำเสนอได้ชัดเจนยิ่งขึ้น เพราะเป็นเรื่องที่เคยได้สัมผัสมาก่อน

2.1.6 หน้าที่ของการติดต่อสื่อสาร (functions of communication)

การติดต่อสื่อสารในแต่ละองค์กรมีบทบาทหน้าที่ที่สำคัญอยู่ 4 ประการ คือ

2.1.6.1 การควบคุม (control) คือ การสื่อสารในองค์กรของผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชา ซึ่งจะอยู่ในรูปของการบังคับบัญชาการทำงาน การติดตามงาน การประเมินผลงาน เพื่อให้ได้งานที่มีประสิทธิภาพ

2.1.6.2 การจูงใจ (motivation) ผู้บังคับบัญชาจะสามารถจูงใจผู้ใต้บังคับบัญชา โดยการบอกถึง ความก้าวหน้าในการทำงานของพนักงานที่มีประสิทธิภาพ เช่น การเลื่อนขั้น การขึ้นเงินเดือน เป็นต้น หรือการใช้คำพูดที่เป็นการเสริมแรงทางบวก เช่น การชมเชย

2.1.6.3 การแสดงออกด้านอารมณ์ (emotional expression) การติดต่อสื่อสารสามารถที่จะช่วยลดความคับข้องใจทางด้านอารมณ์โดยการพูดกับผู้อื่น เช่น ผู้ร่วมงาน

2.1.6.4 การให้ข้อมูล (information) การติดต่อสื่อสารกับผู้อื่นนั้นทำให้องค์กรได้รับทราบข้อมูลต่างๆ ความต้องการของลูกค้า เนื้อหาข้อมูลของกลุ่มแข่งขันซึ่งจะเป็นประโยชน์เพื่อนำมาตัดสินใจในการกำหนดกลยุทธ์ต่างๆ ขององค์กร

2.1.7 รูปแบบการติดต่อสื่อสาร

รูปแบบโดยทั่วไปในการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล มี 2 แบบ ได้แก่

แบบที่ 1 การติดต่อสื่อสารแบบทางเดียว (one - way communication) หมายถึง การที่ผู้ส่งสารได้แจ้ง หรือเสนอข้อมูลให้ผู้รับทราบ เพื่อแนะนำ บอกกล่าว หรือสั่งให้ปฏิบัติการ ซึ่งฝ่ายรับจะไม่มีโอกาสได้สอบถาม หรือปรึกษาหารือกับผู้ส่งสารเลย

แบบที่ 2 การติดต่อสื่อสารแบบสองทาง (two - way communication) เป็นการติดต่อสื่อสาร ทำความเข้าใจกัน โดยมีการโต้ตอบระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร โดยที่ทั้งสองฝ่ายมีโอกาสพบปะ ชี้แจง ทำการตกลง ทบทวนความเข้าใจ

2.1.8 แนวการประเมินประสิทธิภาพของการติดต่อสื่อสาร

การติดต่อสื่อสารที่ดีมีประสิทธิภาพ ประกอบด้วยลักษณะ 5 ประการดังนี้

2.1.8.1 มีความชัดเจน การทำให้เกิดความชัดเจน หมายถึง การระมัดระวัง ในการเลือกภาษาหรือถ้อยคำ หรือข้อความที่จำ เป็น และช่วยในการแปลความ ให้เกิดความเข้าใจตรงกัน สามารถปฏิบัติได้ถูกต้องตามวัตถุประสงค์ ระบุผู้ที่เกี่ยวข้อง เวลา สถานที่ เหตุผล เป็นต้น

2.1.8.2 มีความสมบูรณ์ การติดต่อสื่อสารที่มีความสมบูรณ์ เป็นความพยายามทำให้การถ่ายทอดครบถ้วนตามที่ต้องการ ให้ผู้รับเข้าใจ ได้แก่ การระบุวัตถุประสงค์ วิธีการและสิ่งที่เกิดขึ้นตามมา

2.1.8.3 มีความกะทัดรัด (conciseness) เป็นการจัดทำข่าวสารที่มีความจำเป็น จะให้เห็นประเด็นสำคัญชัดเจน ไม่ทำให้เกิดความเข้าใจสับสน

2.1.8.4 เป็นรูปธรรม (concreteness) เป็นการติดต่อสื่อสารที่แสดงให้เห็นเป็นจริงได้ มีโชอยู่ในจินตนาการ หรือเป็นเพียงความคาดหวังเท่านั้น กล่าวคือ ควรสื่อสารกันบนพื้นฐานของความเป็นจริง ง่ายต่อการเข้าใจ

2.1.8.5 มีความถูกต้อง (correctness) เป็นการถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสารที่เป็นจริงไม่บิดเบือนหรือขาดตกสูญหาย

2.1.9 ความสำคัญของการสื่อสาร

2.1.9.1 ความสำคัญต่อความเป็นสังคม การที่มนุษย์จะอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่มเป็นสังคมได้ จำเป็นต้องอาศัยการสื่อสารเป็นพื้นฐาน เพราะการสื่อสารทำให้เกิดความเข้าใจ และทำความเข้าใจกันได้ มีการติดต่อสื่อสารเพื่อสร้างระเบียบของสังคมให้เป็นที่ยอมรับระหว่างสมาชิก ทั้งนี้เพื่อจะได้อยู่ร่วมกันอย่างสงบสุขเป็นสังคม

2.1.9.2 ความสำคัญต่อชีวิตประจำวัน การสื่อสารมีสำคัญต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของเราเป็นอย่างมาก เรียกได้ว่าตลอดเวลาที่เราตื่น เราจะทำการสื่อสารอยู่ตลอดเวลาไม่เว้นแม้กระทั่งเวลาเราหลับอยู่ หากเราฝันหรือละเมอเรื่องใดก็ตาม นั่นก็ถือเป็นการสื่อสารรูปแบบหนึ่ง คือ การสื่อสารภายในตัวบุคคล (intrapersonal communication)

2.1.9.3 ความสำคัญต่ออุตสาหกรรมและธุรกิจ ในปัจจุบันวงการอุตสาหกรรม มีการปฏิวัติทางด้านเทคโนโลยีการผลิต ตลอดจนการพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงานทำให้ต้องอาศัยการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้เพราะโรงงานอุตสาหกรรมถือเป็นองค์กรหรือสถาบันหนึ่งที่ต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมและประชาชน โดยการสื่อสารที่นำมาใช้สร้างความสัมพันธ์กับบุคคล ภายนอกองค์กร (ผู้บริหาร ภูมิภาค ชุมชนที่อาศัยอยู่ในบริเวณใกล้เคียง หรือเจ้าหน้าที่ของรัฐบาล ฯลฯ) ก็คือ “การประชาสัมพันธ์” ถือเป็น การสื่อสารที่ช่วยในการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับองค์กร ลดปัญหาความขัดแย้ง และสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง หรือความคิดเห็นของประชาชนกลุ่มต่างๆ ที่มีต่อองค์กรได้อีกด้วย

2.1.9.4 ความสำคัญต่อการปกครอง ไม่ว่าจะเป็นการปกครองในรูปแบบใดก็ตามย่อมจะต้องประกอบไปด้วยผู้ปกครอง และผู้ถูกปกครองหรือประชาชน ดังนั้นการปกครองจะเป็นไปอย่างราบรื่น หรือเป็นไปในทางที่ดีได้ ทั้งผู้ปกครองและผู้ถูกปกครองจะต้องอาศัยการสื่อสารเข้ามาเป็นตัวช่วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งสังคมในระบอบประชาธิปไตย การสื่อสารจะเป็นตัวสะท้อนให้ผู้ปกครองทราบว่า ผู้ถูกปกครองต้องการอะไร อยากให้ผู้ปกครองทำอะไร นั่นคือความสำคัญต่อการปกครอง อาศัยกระทรวงการต่างประเทศ และสถานทูตต่างๆ เข้ามารับผิดชอบต่อทางการสื่อสารโดยตรง เพื่อทำหน้าที่เผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับประเทศของตน สร้างความเข้าใจอันดีกับประเทศอื่น ตลอดจนชักจูงใจให้ได้รับความสนับสนุนจากประเทศอื่น และยังสามารถศึกษาถึงความรู้ตื้นลึกหนาขาวของประชาชนในประเทศนั้นที่มีต่อประเทศของตนได้อีกด้วย ทั้งนี้โดยอาศัยสื่อชนิดต่างๆ เช่น สถานีวิทยุ VOA หรือ Voice Of America ของสหรัฐอเมริกา หรือ สถานีวิทยุ BBC ของประเทศอังกฤษ เป็นต้น

2.1.10 องค์ประกอบและสิ่งซึ่งอาจเป็นอุปสรรคต่อการสื่อสาร
อุปสรรคของการสื่อสารอาจเกิดขึ้นได้ทุกๆ องค์ประกอบของการสื่อสารดังนี้

ตารางที่ 2.1 องค์ประกอบและสิ่งซึ่งอาจเป็นอุปสรรคต่อการสื่อสาร

องค์ประกอบ	อุปสรรค
ผู้ส่งสาร	ภูมิหลัง <ul style="list-style-type: none"> - ประสบการณ์ - ความรอบรู้ - มโนทัศน์ - ทักษะ ทักษะคติ <ul style="list-style-type: none"> - ค่านิยม - ความเชื่อ - ความลำเอียง มารยาท <ul style="list-style-type: none"> - ไม่รับผิดชอบ - ไม่สนใจ
ผู้รับสาร	ภูมิหลัง <ul style="list-style-type: none"> - ประสบการณ์ - ความรอบรู้ - มโนทัศน์ - ทักษะ ทักษะคติ <ul style="list-style-type: none"> - ค่านิยม - ความเชื่อ - ความลำเอียง มารยาท <ul style="list-style-type: none"> - ไม่รับผิดชอบ - ไม่สนใจ
สาร	ข้อเท็จจริง <ul style="list-style-type: none"> - ไม่ถูกต้อง - กำกวม เนื้อหา <ul style="list-style-type: none"> - ไม่น่าสนใจ - ไม่เหมาะกับผู้ฟัง - ตัวอย่างประกอบไม่มี - ไม่ชัดเจน

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

องค์ประกอบ	อุปสรรค
สาร (ต่อ)	ภาษา <ul style="list-style-type: none"> - ไม่ชัดเจน - ไม่เหมาะสม - ไม่ถูกต้องตามหลักภาษาและสมัยนิยม การใช้สัญลักษณ์ <ul style="list-style-type: none"> - ลึกซึ้งเกินไป - หยาบโหลน ช่วงเวลา <ul style="list-style-type: none"> - ไม่เหมาะสม จำนวนผู้ฟัง <ul style="list-style-type: none"> - มากหรือน้อยเกินไป
สื่อหรือทางติดต่อ	คุณภาพ <ul style="list-style-type: none"> - ไม่ชัดเจน - ไม่ทันสมัย - ไม่เหมาะสม ขนาด <ul style="list-style-type: none"> - เล็กหรือใหญ่เกินไป ปริมาณ <ul style="list-style-type: none"> - ไม่สอดคล้องกับจำนวนผู้ฟัง บรรยากาศแวดล้อม <ul style="list-style-type: none"> - มีเสียงรบกวน - ไม่เป็นสัดส่วน
สถานการณ์แวดล้อม	บรรยากาศขณะทีพูด <ul style="list-style-type: none"> - ดึงเครียดเกินไป

ที่มา: สุจิตรา จรจิตร (2549)

2.1.11 อุปสรรคในการติดต่อสื่อสารให้มีประสิทธิภาพ (barriers to effective communication)

2.1.11.1 การกรองข่าวสาร (filtering) ผู้ส่งข่าวสารต้องทำข่าวสารให้เป็นที่พอใจของผู้รับข่าวสารในการรับข่าวสารต่างๆ ของผู้บริหารนั้นจะต้องถูกกรองจากผู้ชำนาญระดับล่างเสียก่อน

2.1.11.2 การรับรู้แบบเลือกสรร (selective perception) หมายถึงการที่ผู้รับสารในกระบวนการติดต่อสื่อสารเลือกดู หรือฟังโดยขึ้นอยู่กับความต้องการ การสนใจ ประสบการณ์ ภูมิหลัง และลักษณะส่วนตัวอื่นๆ

2.1.11.3 อารมณ์ (emotions) ในการติดต่อสื่อสารผู้ส่งข่าวสาร ควรต้องระมัดระวังเกี่ยวกับอารมณ์ของตนไม่ควรแสดงอารมณ์หรือความรู้สึกรุนแรงเมื่อเกิดความไม่พอใจ

2.1.11.4 ภาษา (language) ภูมิหลังทางวัฒนธรรมมีผลทำให้การตีความของภาษาได้แตกต่างกันการมาจากภูมิภาคที่แตกต่างกันก็จะใช้ภาษาที่แตกต่างกัน

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร

คุณลักษณะของการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรจะมุ่งเน้นถึงการประสานร่วมมือกันของพนักงานควบคู่กับการมุ่งเน้นถึงเป้าหมายของทุกฝ่ายในองค์กร ดังนั้นการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรส่วนมากจะสัมพันธ์โดยตรงกับงานที่องค์กรทำอยู่ โดยการสื่อสารขององค์กรจะเกิดขึ้นบนพื้นฐานภายในกรอบของระบบองค์กรที่จัดไว้เป็นโครงสร้างกล่าวคือ เป็นไปตามสภาพขององค์กรที่มีพฤติกรรมความสัมพันธ์ระหว่างกันตามโครงสร้างที่วางไว้ เช่น ผู้บังคับบัญชาและใต้บังคับบัญชา โดยโครงสร้างนี้เองทำให้เกิดความสัมพันธ์ด้านอำนาจ ที่เกิดจากโครงสร้างที่ต่างระดับกัน

สมยศ นาวิการ (2527, น. 4) ได้ให้ความหมายของการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร หมายถึง การแสดงออก และการแปลความหมายข่าวสารระหว่างหน่วยการติดต่อสื่อสารต่างๆ หรือบุคคลในตำแหน่งต่างๆ ที่อยู่ภายในองค์กร

กรีซ สืบสนธิ์ (2537, น. 64) ได้ให้ความหมายของ การติดต่อสื่อสารภายในองค์กร หมายถึง กระบวนการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างบุคคลทุกระดับ ทุกหน่วยงาน โดยมีความสัมพันธ์กันภายใต้สภาพแวดล้อม บรรยากาศขององค์กร ซึ่งสามารถปรับเปลี่ยนไปตามกาลเทศะ บุคคล ตลอดจนสาระเรื่องราวและวัตถุประสงค์ของการติดต่อสื่อสาร

สร้อยตระกูล อรรถมานะ (2542, น. 357) ได้ให้ความหมายของการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร หมายถึง กระบวนการเกี่ยวกับการส่งผ่านข่าวสารและความเข้าใจจากบุคคล หรือกลุ่มบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง หรือเรียกว่ากลุ่มบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นไปอย่างมีลำดับขั้นตอนจากการเกิดความคิดหรือมีที่มาของข่าวสารของผู้ส่ง ผู้ส่งทำการใส่รหัสและเนื้อหา หรือข่าวสารจากนั้นผู้ส่งต้องทำการส่งข่าวสารเหล่านั้น โดยผ่านช่องทาง หรือใช้สื่อที่เหมาะสม ไปยังผู้รับ ผู้รับทำการรับข่าวสาร และทำการถอดรหัสซึ่งจะเป็นผลให้เกิดการกระทำ หรือเคลื่อนไหวการกระทำในปัจจุบันหรืออนาคต

2.2.1 ประเภทของการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร

การติดต่อสื่อสารภายในองค์กรสามารถจำแนกออกได้ ดังนี้

2.2.1.1 จำแนกตามทิศทางการสื่อสาร

1. การติดต่อสื่อสารทางเดียว (one - way communication) หมายถึง การติดต่อสื่อสารที่ผู้ติดต่อสื่อสาร หรือผู้บังคับบัญชาถ่ายทอดข่าวสาร หรือคำสั่งสู่ผู้รับสาร หรือผู้ใต้บังคับบัญชามีลักษณะเป็นเส้นตรง ไม่มีการย้อนกลับหรือคูปฏิริยาของผู้รับสาร ซึ่งการ

ติดต่อสื่อสารแบบนี้จะมีลักษณะเป็นรูปนโยบาย คำสั่งของผู้บริหารระดับสูงผู้ผู้ได้บังคับบัญชาที่ผ่านสื่อต่างๆ

2. การสื่อสารสองทาง (two - way communication) หมายถึง การสื่อสารที่ผู้ส่งสาร และผู้รับสารสามารถส่งข่าวสารและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกันและกัน การติดต่อสื่อสารสองทางผู้ส่งสาร จะให้ความสนใจกับปฏิกิริยาโต้กลับของผู้รับสาร ซึ่งนับว่าเป็นสิ่งที่จำเป็นมากสำหรับการบริหาร

2.2.1.2 จำแนกตามโครงสร้าง

1. การติดต่อสื่อสารที่เป็นทางการ (formal communication) หมายถึง การติดต่อสื่อสารที่มีระเบียบแบบแผนมีข้อกำหนดวางไว้โดยชัดเจน มีลักษณะที่คำนึงถึงบทบาทหน้าที่ และตำแหน่งระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสารตามผังโครงสร้างองค์กรที่ได้ออกแบบไว้อย่างเป็นทางการเป็นการสื่อสารที่มีลายลักษณ์อักษร

2. การติดต่อสื่อสารที่ไม่เป็นทางการ (informal communication) หมายถึง การติดต่อสื่อสารกับคนอื่นโดยไม่พิจารณาถึงตำแหน่งในองค์กร มีทั้งจากเบื้องบนลงสู่ล่าง เบื้องล่างสู่เบื้องบน ตามแนวนอนและข้ามสายงานโดยพิจารณาถึงความสัมพันธ์ทางตำแหน่งน้อยมาก เนื่องจากข่าวสารที่ไม่เป็นทางการและเป็นส่วนตัวเกิดขึ้นจากความเกี่ยวพันระหว่างบุคคลทิศทางของข่าวสารจึงไม่อาจคาดคะเนได้

2.2.1.3 จำแนกตามสัญลักษณ์ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร

1. การติดต่อสื่อสารแบบใช้คำพูด (verbal communication) หมายถึง การติดต่อสื่อสารต่างๆ ไป ที่อาศัยคำ (words) หรือเลขจำนวน (number) หรือการเน้น (punctuation) เป็นสัญลักษณ์ข่าวสาร สัญลักษณ์นี้อาจเป็นในรูปภาษาพูด ภาษาเขียน หรือภาษาคณิตศาสตร์ก็ได้เพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารให้ผู้รับเข้าใจสามารถสื่อความหมายได้อย่างชัดเจน ผู้รับได้รับข่าวสารตรงตามที่ผู้ให้ข่าวสารต้อง ดังนั้นการติดต่อสื่อสารด้วยการใช้คำพูดจึงเป็นการใช้ถ้อยคำวาจา หรือลายลักษณ์อักษร ที่มีลักษณะสามารถตีความได้โดยตรงหรือโดยอ้อม

2. การติดต่อสื่อสารแบบไม่ใช้คำพูด (non - verbal communication) หมายถึง การติดต่อสื่อสารที่ใช้สัญลักษณ์นอกเหนือไปจากคำ หรือเลขจำนวน หรือเครื่องหมายการเน้น โดยธรรมชาติได้สร้างให้มนุษย์มีอารมณ์ต่างๆ และแสดงออกโดยใช้ท่าทางและการปฏิบัติ ซึ่งจะช่วยให้ผู้อื่นเข้าใจว่าเราอยู่ในสถานการณ์ใด การติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้ภาษาพูดเป็นการใช้ท่าทางที่จะช่วยให้ผู้พูดสะดวกในการติดต่อสื่อสารมากยิ่งขึ้น

2.2.1.4 จำแนกตามทิศทางการสื่อสาร

1. Vertical communication (vertical dimension of hierarchy effects)

แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

1.1 การติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง (downward communication)

หมายถึง การส่งข่าวสารจากบุคคลที่อยู่ตำแหน่งสูงกว่ามายังตำแหน่งที่ต่ำกว่า (สมยศ นาวิการ, 2527, น. 21) เป็นลักษณะการเคลื่อนที่ของข่าวสารไปตามสายการบังคับบัญชา และจากผู้บังคับบัญชาไปยังผู้ใต้บังคับบัญชา การติดต่อสื่อสารแบบนี้จะเป็นไปในรูปของการแจ้งนโยบาย ระเบียบ ข้อบังคับ คำเตือน คำสั่ง คำยืนยัน การชักจูงความเข้าใจ หรือการให้ข่าวสารเพื่อการปฏิบัติงาน โดยทั่วไปจะใช้ในช่องทางการส่งสาร ดังต่อไปนี้

- 1) การสั่งงานตามลำดับชั้น
- 2) โปสเตอร์และกระดานปิดประกาศ
- 3) วารสารของบริษัท
- 4) จดหมายของพนักงานโดยตรง
- 5) คู่มือพนักงาน
- 6) ที่เสียบข่าวสาร
- 7) รายงานประจำปี
- 8) ระบบสื่อสารทางเครื่องกระจายเสียง
- 9) ข่าวสารที่ใส่ในซองเงินเดือน
- 10) การประชุมกลุ่ม
- 11) กฎและระเบียบบริษัท
- 12) ข้อกำหนดของมาตรฐานอุตสาหกรรม ISO 9002
- 13) ขั้นตอนการทำงานแต่ละขั้นตอนกระบวนการผลิต

1.2 การติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน (upward communication)

หมายถึง การส่งข่าวสารจากระดับต่ำกว่า (ผู้อยู่ใต้บังคับบัญชา) ไปยังระดับสูงกว่า (ผู้บังคับบัญชา) (สมยศ นาวิการ, 2527, น. 21) เป็นลักษณะกลับกันกับแบบแรก ช่องทางที่จะสื่อสารจะมีลักษณะดังต่อไปนี้

- 1) การประชุมกลุ่ม
- 2) การร้องทุกข์
- 3) การเรียกร้อง
- 4) การปรึกษาหารือ

- 5) การปรึกษานุเคราะห์
- 6) สหภาพแรงงาน
- 7) ผู้แสดงความคิดเห็น

2. การติดต่อสื่อสารในแนวนอนหรือแนวทะแยง (horizontal communication or Lateral communication) หมายถึง ลักษณะการเดินทางของข่าวสารระหว่างผู้มีตำแหน่งเสมอกันหรือใกล้เคียงกันในสายงานเดียวกัน และข้ามสายงานโดยอาศัยความสัมพันธ์ส่วนตัว มักเป็นการขอคำแนะนำและข้อมูล เป็นการประสานงานอย่างไม่เป็นทางการ เป็นการสื่อสารไม่ขึ้นกับสายบังคับบัญชา เป็นการแลกเปลี่ยนข่าวสารและความคิดเห็นระหว่างผู้ร่วมงานหรือระหว่างหน่วยงานองค์กรเดียวกัน โดยทั่วไปจะมีการติดต่อสื่อสารในลักษณะดังต่อไปนี้

- 1) การประชุมกลุ่ม
- 2) หนังสือเวียนและบันทึกโต้ตอบ
- 3) การร่วมมือ
- 4) การประสานงาน
- 5) ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์

2.2.2 การติดต่อสื่อสารกับพนักงานให้มีประสิทธิภาพ มีดังนี้

2.2.2.1 ผู้บริหารระดับสูงต้องให้ความสำคัญกับการติดต่อสื่อสาร (the CEO must committed to the importance of communication)

2.2.2.2 ผู้บริหารต้องมีการกระทำและคำพูดที่สอดคล้องกัน (managers match actions and words)

2.2.2.3 การเน้นการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง (commitment to two-way communication)

2.2.2.4 การเน้นการติดต่อสื่อสารแบบเผชิญหน้า (emphasis on face-to-face communication)

2.2.2.5 การแบ่งปันความรับผิดชอบสำหรับการติดต่อสื่อสารกับพนักงาน (shared responsibility for employee communications)

2.2.2.6 มีวิธีการจัดการข่าวที่ไม่ดีอย่างเหมาะสม (dealing with bad news)

2.2.2.7 การวางรูปแบบข่าวสารสำหรับผู้ฟังให้เหมาะสม (the message is shaped for its intended audience)

2.2.2.8 จงทำการติดต่อสื่อสารให้เป็นกระบวนการที่ต่อเนื่อง (treat communication as an ongoing process) โดยมีสิ่งที่ควรพิจารณา 5 ประการ ดังนี้

1. ผู้จัดการต้องสื่อความหมายโดยใช้หลักเหตุผล การตัดสินใจอย่างมีเหตุผล (managers convey the rationale underlying decisions)

2. การสื่อสารให้เหมาะกับจังหวะเวลาคือสิ่งที่สำคัญยิ่ง (timeliness is vital)

3. จัดให้มีการติดต่อสื่อสารอย่างต่อเนื่อง (communicate continually)

4. การให้เชื่อมโยงภาพรวมระหว่างภาพเล็กๆ กับภาพใหญ่ (link the big picture with the little picture)

5. ไม่ชี้นำสิ่งที่คนควรรู้สึกเกี่ยวกับข่าว (don't dictate the way people should feel about the news)

2.2.3 อุปสรรคการติดต่อสื่อสารในปัจจุบัน (current issues in communication) มี 4 ประการ

2.2.3.1 อุปสรรคในการติดต่อสื่อสารระหว่างเพศหญิงกับเพศชาย (communication barriers between women and men)

2.2.3.2 การติดต่อสื่อสารแบบการเมืองที่ถูกต้อง (politically correct communication)

2.2.3.3 การติดต่อสื่อสารในวัฒนธรรมข้ามชาติ (cross - culture communication) ปัจจัยเกี่ยวกับวัฒนธรรมข้ามชาติทำให้เกิดปัญหาด้านการติดต่อสื่อสารดังนี้

1. อุปสรรคซึ่งมีสาเหตุมาจากความหมายของคำและวิธีการใช้คำที่แตกต่างกัน (barriers caused by semantics)

2. อุปสรรคซึ่งมีสาเหตุมาจากคำที่มีความหมายเพิ่มเติม (barriers caused by word connotations)

3. อุปสรรคมีสาเหตุมาจากน้ำเสียงแตกต่างกัน (barriers caused by tone differences)

4. อุปสรรคซึ่งมีสาเหตุมาจากการรับรู้ที่แตกต่างกัน (barriers caused by differences among perceptions)

2.2.4 อุปสรรคของการสื่อสาร (สุภโชค ชุนอิว, 2546, น. 53-60) ประกอบด้วย

1. ระยะทาง

2. ความคลาดเคลื่อนของข่าวสาร

3. ความไว้วางใจ

4. การเข้าพบได้ยาก

5. คุณลักษณะส่วนตัวของผู้บังคับบัญชา

6. การขาดความชัดเจนในการมอบหมายงานให้แก่ผู้ใต้บังคับบัญชา

7. ความผิดพลาดในการเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมกับการทำงานในแต่ละสถานการณ์

8. การสื่อสารที่มีลักษณะที่ขาดทิศทาง
 9. ข้อมูลข่าวสารที่มีมากเกินไป
 10. การปฏิเสธที่จะรับฟังข่าวในการสื่อสารนั้น
 11. การสื่อสารที่มีช่องว่าง
 12. ข่าวสารมีการสูญหายในแต่ละขั้นตอนของการสื่อสาร
- 2.2.5 การแก้ไขอุปสรรคของการสื่อสาร (ศุภโชค ชุนอิว, 2546, น. 53 - 60) ได้แก่
1. สมาชิกในองค์กรควรจะมีความรู้ความเข้าใจในหลักของการสื่อสาร
 2. การใช้ภาษาใช้คำพูดที่มีลักษณะตรงไปตรงมาไม่คลุมเครือ หรือสร้างความเข้าใจผิด
 3. ในการสื่อสารควรใช้การสื่อสารที่มีลักษณะสองทาง
 4. มีการสื่อสารในลักษณะที่มีการย้อนกลับไปยังผู้ที่ส่งข่าวสาร
 5. การสื่อสารที่มีการอภิปรายซักๆ ทำให้การรับรู้ข่าวสารมีความชัดเจน
 6. มีการสร้างความเชื่อถือระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชา
 7. มีการสร้างความร่วมมือระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชา

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารกับการบริหาร

การบริหารงานให้ประสบความสำเร็จนั้น นอกจากต้องใช้ความรู้ความสามารถแล้วการสื่อสารก็มีบทบาทสำคัญต่อการบริหารงานทุกแขนงอาชีพ ถ้าหากผู้บริหารเข้าใจถึงเทคนิคและวิธีการในการสื่อสารก็จะช่วยให้การบริหารงานเป็นไปอย่างราบรื่น ในทางตรงกันข้ามถ้าผู้บริหารไม่เข้าใจถึงวิธีการสื่อสาร ก็อาจจะทำให้งานล้มเหลวได้เช่นกัน (สมควร กวียะ, 2547, น. 1 - 4)

2.3.1 ความหมายการบริหารงาน (สมควร กวียะ, 2547, น. 1-4)

การบริหารงาน คือ การจัดการนั่นเอง พอพูดถึงการจัดการอาจจะบอกว่า คำว่า administration ซึ่งแปลว่าการบริหารงาน กับคำว่า management แปลว่าการจัดการ นั้นเป็นคำเดียวกันหรือไม่ จะเห็นได้ว่าเป็นคำเดียวกันก็ได้มีความหมายเหมือนกัน แต่ส่วนใหญ่แล้วการบริหารงาน (administration) จะเป็นความหมายที่กว้างกว่าสำหรับของอเมริกันจะหมายถึงรัฐบาลเลยทีเดียว และเป็นความหมายของสาขาวิชา เช่น สาขาวิชา MBA (master of business administration) เป็นต้น แต่ถ้าลงมาเป็นวิชาย่อยๆ มักจะเรียกว่า การจัดการ (management) อาจถามว่าถ้าอย่างนั้นหมายความว่าอย่างไรการบริหารงานคือการจัดการ เพื่อที่จะทำให้ทรัพยากรต่างๆ เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ขององค์กร อาจถามต่อไปว่าทรัพยากรนั้นคืออะไรบ้าง ความจริงแล้วทรัพยากรในอดีตนั้นจะหมายถึง คน (man) เครื่องจักร (machine) เงิน (money) และวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ (material) แต่ที่จริงแล้วในยุคใหม่นี้ ทรัพยากรต่างๆ เหล่านั้น

ไม่เพียงพอทรัพยากรที่อาจเรียกว่ามีความสำคัญที่สุดต่อองค์กร ต่อการบริหารงานนั้น คือ media & communication หมายความว่า จะต้องเพิ่มตัว M เข้าไปอีกตัวหนึ่ง ซึ่งนักบริหารในยุคเก่ามักจะลืมไป ความจริงแล้วตัวนี้เป็นตัวที่มีความสำคัญมากเพราะจะเป็นตัวที่จะเชื่อมโยงให้ทุกคนทุกฝ่ายได้ทำงานร่วมกันเป็นหนึ่งเดียว เป็นไปตามนโยบาย ตามแนวทางปฏิบัติและแผนงาน ถ้าขาดการสื่อสารแล้วการดำเนินงานก็ไม่สามารถเป็นไปได้อีก แม้ว่าจะมีคน เครื่องจักร เงิน เรามีอะไรต่างๆ พร้อม แต่ถ้าขาดการสื่อสารแล้วการบริหารงานนั้นไม่สามารถจะเป็นไปได้ นั่นคือความหมายและความสำคัญของการบริหารงานหน้าที่ความรับผิดชอบของผู้บริหารงานสำหรับผู้บริหารนั้นในขั้นตอนแรกต้องเป็นผู้นำที่ยึดหลักมนุษยสัมพันธ์จะเรียกว่าใช้หลักประชาธิปไตยก็ได้ไม่ใช่เป็นเผด็จการ ตัวนี้สำคัญมากมีบทบาทหน้าที่เป็นผู้นำ และจะต้องทำหน้าที่ที่จะแสดงให้เห็นนโยบายวัตถุประสงค์ขององค์กรให้ผู้ได้บังคับบัญชาได้ทราบ ได้เข้าใจและร่วมมือปฏิบัติอย่างจริงจัง นอกจากนั้นจะต้องมีหน้าที่ที่จะต้องกำหนดกลยุทธ์ (strategy) และแผนกลยุทธ์ (strategic plan) ขึ้นมาเพื่อที่จะให้ผู้ปฏิบัติงาน ผู้ได้บังคับบัญชาได้ปฏิบัติหลังจากนั้นในการปฏิบัติงานผู้บริหารมีหน้าที่สนับสนุน ซึ่งในยุคเก่าผู้บริหารมักจะทำหน้าที่เป็นผู้สั่ง แต่ในยุคใหม่ผู้บริหารต้องทำหน้าที่สนับสนุน เรียกว่า (facility) ให้ความสะดวกเพื่อที่จะทำให้ผู้ได้บังคับบัญชาได้ใช้กลวิธี ใช้ทักษะของตนเองอย่างเต็มที่ ไม่ควรเข้าไปแทรกแซงในเรื่องกลวิธีและทักษะของผู้ปฏิบัติงาน แต่คอยดูแลคอยชี้แนะเมื่อมีปัญหาต่างๆ เกี่ยวกับนโยบายและกลยุทธ์คล้ายๆ เป็นพี่เลี้ยง ไม่ใช่เป็นนักมวยเอง ในยุคเก่าบางทีผู้บริหารเป็นนักมวยเอง มักจะแพ้ ในยุคใหม่เป็นพี่เลี้ยงสามารถที่จะใช้กลยุทธ์ในการที่จะสอนให้ผู้ปฏิบัติงานใช้กลวิธีอย่างดีที่สุดตามความเชี่ยวชาญของเขา สิ่งสุดท้ายซึ่งคิดว่ามีความสำคัญมากสำหรับผู้บริหาร คือ จะต้องทำหน้าที่ในการที่จะกำหนดให้มีการศึกษาวิจัยและประเมินผลการปฏิบัติงานก่อนที่จะปฏิบัติงานน่าจะทำให้มีการศึกษาวิจัย เน้นในเรื่องของการใช้ความรู้ ใช้ทักษะความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงาน ในขณะที่เดียวกันเมื่อปฏิบัติงานไปแล้ว ควรจะให้มีการประเมินผลโดยใช้หลักวิธีวิทยาศาสตร์ ในการที่จะประเมินผลการปฏิบัติงาน เพื่อที่จะได้นำผลนั้นมาพัฒนาการทำงานต่อไป

2.3.2 ความสำคัญของการสื่อสารมีความสำคัญต่อการบริหารงาน (สมควร กวียะ, 2547, น. 1-4)

ดังที่ได้กล่าวไปแล้วว่า การสื่อสารได้กลายมาเป็นปัจจัยหรือองค์ประกอบที่สำคัญของการบริหารงานเป็นทั้งปัจจัยและทรัพยากรที่จะใช้ในการบริหารงานเพราะฉะนั้นจึงมีความสำคัญอย่างมากเรียกว่าถ้าไม่มีการสื่อสารก็ไม่สามารถที่จะบริหารงานได้อย่างแน่นอนการสื่อสารเป็นกระบวนการทางสังคม หมายความว่าในการที่เราจะพูดจากรับฟังให้เข้าใจเรื่องกัน ก็ต้องใช้การสื่อสารก่อให้เกิดสังคม ก่อให้เกิดองค์กร เรียกว่าการสื่อสารนั้นเป็นองค์กรในตัวของมันที่สำคัญคือการสื่อสารนั้นสามารถที่จะสร้างความเป็นหนึ่งเดียวขององค์กร องค์กรนั้นเป็นเสมือนหนึ่งระบบที่

จะต้องมีการทำงานร่วมกัน โดยทุกฝ่ายจะต้องยอมรับความเป็นหนึ่งเดียวไม่ใช่ต่างคนต่างทำ ต่างคนต่างคิดเป็นไปไม่ได้แน่นอน การแสดงความคิดเห็นนั้นอาจแตกต่างกันแต่การทำงานต้องเป็นไปในแนวทางเดียวกัน ความเป็นหนึ่งเดียวซึ่งนั่นหมายความว่าจะต้องทำกันด้วยความรัก ความเข้าใจ ระหว่างทุกฝ่าย ถ้าหากทุกฝ่ายไม่มีความรักความเข้าใจกันแล้ว การทำงานนั้นไม่เกิดผลคืออย่างแน่นอน ซึ่งนั่นหมายความว่าเราจะต้องมีการสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารในองค์กร มีการสื่อสารหลายรูปแบบที่จะต้องทำให้เกิดความเข้าใจในการทำงาน นอกจากนั้นการสื่อสารยังเป็นปัจจัยที่จะก่อให้เกิดความรู้ ทักษะแก่บุคลากร เป็นไปไม่ได้ที่อยู่ดี ๆ บุคลากรจะเกิดความรู้ เราจะต้องจัดให้มีการสื่อสาร อย่างเช่น มีการศึกษา มีการอบรมสัมมนา เป็นการเพิ่มพูนความรู้ พัฒนาทักษะ พัฒนาความเชี่ยวชาญของบุคลากร จึงเป็นเรื่องที่การสื่อสารมีความสำคัญต่อองค์กร นอกจากนั้นการสื่อสารยังสามารถที่จะกระตุ้นให้ทุกคนทำงานอย่างขยันขันแข็ง ถ้าหากว่าเราไม่รู้จักรักที่จะพูด ไม่รู้จักที่จะเขียนชักจูงโน้มน้าวใจให้คนเห็นความสำคัญของการงาน เราคงไม่สามารถทำให้ทุกคนทำงานอย่างขยันขันแข็งได้ และที่สำคัญคือทำอย่างไรให้ทุกคนทำงานอย่างมีความสุข เราสามารถใช้การสื่อสารโน้มน้าวใจให้เขาเห็นว่าการทำงานเป็นเรื่องของความสุข ไม่ใช่เป็นเรื่องของความทุกข์ทรมานที่จะต้องใช้เวลา 8 - 9 ชั่วโมง ในแต่ละวันอย่างทนทุกข์ ทรมาน อย่างนั้นเรียกว่าชีวิตทั้งชีวิตเป็นชีวิตที่สูญเปล่า ถ้าเราเห็นนักสื่อสารที่ดี โดยเฉพาะผู้บริหาร สามารถที่จะชักจูงให้เห็นว่าความจริงแล้วการงาน เป็นส่วนที่สำคัญของชีวิต ทำให้เรามีการพัฒนาตนเอง เป็นความสุขของชีวิต โดยสรุปการสื่อสารคือตัวองค์กรนั่นเอง ถ้าขาดการสื่อสารก็ไม่สามารถที่จะทำให้การงานมีประสิทธิภาพ และก่อให้เกิดคุณภาพชีวิตแก่บุคลากรได้

2.3.3 เทคนิคของผู้บริหารในการสื่อสารกับผู้ใต้บังคับบัญชาในระดับต่างๆ (สมควร กวียะ, 2547, น. 1-4)

สำหรับเทคนิคในการสื่อสารเพื่อการบริหารงานนั้น ในจุดแรกเป็นเรื่องของทัศนคติ หมายความว่าผู้ที่จะสื่อสารจะต้องสร้างทัศนคติที่ดีขึ้นมาก่อน ในการที่จะสื่อสารกับผู้บริหารควรจะต้องเป็นผู้เริ่มต้นที่จะต้องแสดงทัศนคติที่ดี คือ มีความเคารพในคุณค่าของความเป็นมนุษย์ เคารพและเข้าใจในศักยภาพ หรือความสามารถที่จะเป็นไปได้อย่างของมนุษย์ ไม่ใช่เริ่มต้นด้วยการดูถูกว่าไม่มีความรู้อะไรคงทำอะไรไม่ได้ เป็นทัศนคติเชิงลบ ซึ่งตัวนี้เป็นตัวสำคัญที่จะทำให้เกิดความรัก ความเข้าใจ ความร่วมมือ หมายความว่าเราจะต้องเคารพในคุณค่าของความเป็นมนุษย์ของบุคลากร เชื่อมมั่นในศักยภาพของบุคลากร ไว้วางใจ ตัวนี้สำคัญมากภาษาอังกฤษเรียกว่า trust เราจะต้องไว้วางใจ ไม่ใช่เริ่มต้นด้วยการบอกว่าควรลองเอาไปทำดู แล้วยังพูดอีกว่าคิดว่าไม่น่าจะทำได้ ถ้าอย่างนี้เริ่มต้นด้วยการไม่ไว้วางใจ แต่เราต้องบอกว่าเขาทำได้แน่ งานชิ้นนี้เขามีความสามารถที่จะทำได้คุณไว้วางใจเขาไปทำเถอะคุณเชื่อว่าเขาต้องทำได้ดีที่สุดในตอนแน่นอน อันนี้เป็นความสำคัญ

เริ่มต้นด้วยทัศนคติเชิงบวก และสื่อสารแสดงความไว้วางใจ นอกจากนั้นจะต้องสื่อสารสร้างแรงจูงใจ ภาษาอังกฤษเรียกว่า motivation หมายความว่าในการที่จะทำให้เขาเชื่อฟังเราไม่ใช่ที่เราใช้วิธีหลอกล่อต่างๆ แต่เราควรจะใช้แรงจูงใจ อย่างเช่นการให้รางวัล การลงโทษ การใช้พลังกลุ่ม อันนี้ถือว่าเป็นแรงจูงใจที่จะทำให้คนอยากทำงาน เพราะเขาว่าการพิจารณาความคิดความชอบจะเป็นรางวัลสำหรับเขา เป็นต้น หรือเขารู้ว่าถ้าเขาทำผิดอะไรไปจะมีการลงโทษที่ประกาศให้รู้ทั่วๆ กัน เป็นแรงจูงใจที่ทำให้เขาต้องระมัดระวังตัวเอง พลังกลุ่มก็เช่นเดียวกัน เราต้องรู้จักสร้างพลังกลุ่มขึ้นมา อย่างเช่น ระบบคิวซี ภาษาอังกฤษเรียกว่า quality control วงจรการควบคุมคุณภาพ หมายความว่าเราต้องสร้างคนขึ้นมา ให้เขาทำงานเป็นกลุ่ม เป็นทีมเวิร์ค และมีความรับผิดชอบในกลุ่มนั้นสร้างเป็นพลังกลุ่มขึ้นมาเพื่อที่จะทำงานแข่งขันกับกลุ่มอื่น เป็นต้น อันนี้เป็นการใช้แรงจูงใจที่จะมีประสิทธิภาพมาก

ตัวสุดท้าย คือ มนุษย์สัมพันธ์ ความเห็นอกเห็นใจกัน มิตรภาพต่างๆ จะต้องเกิดขึ้น ไม่ใช่ถือว่าเป็นเจ้านายคนอื่นไม่เกี่ยว ต้องถือว่าทุกคนเป็นเพื่อนร่วมงาน เพราะฉะนั้นการพูด การเขียนจะต้องคำนึงถึงชีวิตจิตใจของแต่ละคนด้วย

2.3.4 แนวทางการแก้ไขปัญหาของการสื่อสารกับการบริหารงาน (สมควร กวียะ, 2547, น. 1-4)

ปัญหาที่สำคัญที่สุดตัวแรก คือ ทัศนคติ มักจะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อกัน เราจะต้องปรับเปลี่ยน ต้องเริ่มต้นโดยผู้นำหรือผู้บริหารจะต้องเข้าใจจุดนี้ และนำเอามนุษยสัมพันธ์มาแก้ไข สร้างมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สร้างมิตรภาพที่ดีระหว่างกัน ควรที่จะมองว่าการสื่อสารนั้นไม่ได้เกี่ยวข้องเฉพาะเรื่องของการใช้สื่อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเราจะใช้สื่อที่จะประชาสัมพันธ์ออกไปข้างนอก แต่ความจริงการใช้สื่อภายในมีความสำคัญก่อนการที่จะประชาสัมพันธ์ออกไปข้างนอกด้วยเข้าไปในขณะเดียวกันการสื่อสารภายในองค์กร ซึ่งเรียกว่า intra organizational communication ก็มีความสำคัญต้องนำมาผสมผสานด้วย สร้างขึ้นมาเรียกว่าการสื่อสารองค์กรเชิงบูรณาการหมายความว่า การสื่อสารทุกรูปทุกแบบ ภายในกับภายนอก จากสูงลงล่าง จากล่างขึ้นบน การใช้สื่อต่างๆ ไม่ว่าจะไปเป็นรูปของการประชาสัมพันธ์ การโฆษณา การสัมพันธ์กับชุมชน จะต้องนำมาพิจารณาผสมผสานกันทุกส่วน ไม่ใช่มองแต่ว่าเรามีการโฆษณา มีการประชาสัมพันธ์ มีการสื่อสารการตลาดก็เพียงพอแล้ว เราจะต้องนำเอาการสื่อสารภายในเข้ามาผสมผสาน การสื่อสารกับชุมชนเข้ามาผสมผสาน สร้างขึ้นเป็นการสื่อสารองค์กรเชิงบูรณาการ เป็นการมองภาพรวมไม่ใช่มองเฉพาะจุดเท่านั้น

สำหรับข้อเสนอแนะตัวที่สำคัญที่สุด คือ เราจะต้องทำให้องค์กรนั้นเป็นระบบมนุษย์ ไม่ใช่ระบบของเครื่องจักร เรามักจะมองว่าเมื่อเรามีองค์กรมีบริษัท มีธนาคาร จะเป็นเครื่องจักรที่จะต้องผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ออกมา อันนั้นเป็นความเข้าใจผิด ความจริงองค์กรเป็นเรื่องของ

การรวมตัวของมนุษย์เข้ามาเป็นระบบมนุษย์ ระบบของสังคมมนุษย์ที่ทำงานร่วมกันด้วยชีวิตจิตใจ โดยมีเป้าหมายที่สำคัญ คือ การสร้างความสุขให้กับทุกคน ในการบริหารงานนั้นจะต้องยึดหลักคำว่า จิตใจก่อนวัตถุ ธรรมดาเรามักมองไปที่วัตถุก่อนจิตใจ และอีกคำหนึ่ง คือ ความสุขก่อนความสำเร็จ ไม่ใช่คำนึงถึงแต่ความสำเร็จ ความสุขนั้นเป็นเรื่องที่หลัง จึงถือว่าความสำเร็จขององค์กรนั้นต้องมาจากพื้นฐานความสุขของทุกคน นับตั้งแต่ผู้บริหารลงไปจนถึงผู้ปฏิบัติงานระดับล่าง การสื่อสารนั้นมีบทบาทสำคัญต่อการบริหารงานทุกแขนงอาชีพ ถ้าหากผู้บริหารงานมีความรู้และเข้าใจถึงเทคนิคการสื่อสาร ก็จะช่วยให้การบริหารงานเป็นไปอย่างราบรื่น และปัญหาข้อขัดแย้งต่างๆ ก็จะลดน้อยลงด้วย

2.4 การสื่อสารภายในโรงพยาบาลนนทเวช

โรงพยาบาลนนทเวช มีคู่มือการปฏิบัติงานเรื่องการติดต่อสื่อสารภายใน โดยมีวัตถุประสงค์และแนวทางการปฏิบัติการติดต่อสื่อสารดังนี้

วัตถุประสงค์

เพื่อให้พนักงานทุกคนของโรงพยาบาลได้รับข้อมูลข่าวสารจากผู้บริหารระดับสูง ได้รับข่าวสารภายในหน่วยงานตนเอง ได้รับข่าวสารจากต่างหน่วยงานภายในโรงพยาบาลได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน และทันเหตุการณ์

2.4.1 วิธีการสื่อสารภายในโรงพยาบาลนนทเวช

1. การสื่อสารโดยการจัดประชุม

1.1 การจัดประชุมระดับฝ่าย/หน่วยงาน ควรมีการจัดประชุมภายในหน่วยงาน เพื่อสรุปผลการปฏิบัติงาน การติดตามงานต่างๆ หรือกรณีมีคำสั่ง/นโยบายเร่งด่วน ทุกคนในหน่วยงานจะได้รับทราบ และจัดทำเป็น Meeting report

1.2 การส่งมอบงานระหว่างเวร หน่วยงานที่มีการปฏิบัติงานเป็นผลัด จะมีการประชุมระหว่างเวร เพื่อรายงานผลการติดตามงาน รายงานปัญหาที่เกิดขึ้นภายในเวร เพื่อส่งมอบงานให้เวรต่อไป

1.3 ระดับคณะกรรมการ หรือ ทีมคร่อมสายงาน

คณะกรรมการ หรือ คณะอนุกรรมการคร่อมสายงาน ตามโครงสร้างการบริหารระบบคุณภาพภายในโรงพยาบาลต้องจัดให้มีการประชุมอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง เพื่อติดตามความก้าวหน้าในการดำเนินงานต่างๆ และบันทึกเป็นรายงานการประชุม

2. การสื่อสารโดยการจัดทำบันทึกข้อความหรือหนังสือเวียนภายใน

2.1 หน่วยงานภายในเมื่อได้รับบันทึกหรือหนังสือเวียนที่เป็นคำสั่ง ระเบียบปฏิบัติ ต่างๆ จะต้องทำการสื่อสารให้เจ้าหน้าที่ทราบโดยการติดป้ายประกาศ และลงนามรับทราบ

2.2 หน่วยงานต่างๆ หรือ คณะกรรมการ คณะอนุกรรมการ สามารถจัดทำเอกสาร ภายใน จดหมายข่าว ประกาศต่างๆ เผยแพร่ภายในโรงพยาบาลได้ตามความเหมาะสม

3. การสื่อสารโดยการส่งข้อมูลทางระบบ Computer

3.1 หน่วยงาน คณะกรรมการ คณะอนุกรรมการ ต่างๆ ที่ต้องการส่งข้อความทาง ระบบComputer ที่มีข้อความไม่ยาวมากและเร่งด่วน ต้องการความรวดเร็ว และต้องส่งข้อความ หลายครั้ง ให้ทำบันทึกไปยังฝ่ายสารสนเทศเพื่อขอเปิดใช้สิทธิในการใช้ระบบ Computer

2.5 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สดาวลัย วัฒนสานต์ (2540) ได้ศึกษาถึงความพึงพอใจของพนักงานต่อการสื่อสาร ภายในองค์กร ศึกษากรณี เครือบริษัทเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด โดย การวิจัยนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษา ความพึงพอใจ ของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กร ศึกษากรณี เครือบริษัทเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด ณ ที่ทำการอาคาร ซี.พี. ทาวเวอร์ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1) เพื่อศึกษาการสื่อสารภายในองค์กรของเครือ บริษัทเจริญโภคภัณฑ์ ณ ที่ทำการ อาคารซี.พี.ทาวเวอร์

2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการ สื่อสารภายในองค์กร โดยเน้นการ สื่อสารระหว่างพนักงาน กับผู้บังคับบัญชาและระหว่างพนักงานด้วยกัน

3) เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสาร ภายในองค์กรกับความพึงพอใจที่มี ต่อการสื่อสารและการ ปฏิบัติงาน

การวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบ สอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล กล่าวคือ หลังจาก ได้พัฒนาแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบความเชื่อถือได้ (โดยเฉพาะภาษาและความเข้าใจ) และเห็นชอบจากคณะ กรรมการวิทยานิพนธ์แล้ว ได้แจกแบบสอบถามไปยังพนักงาน (เจาะจงที่ตัวบุคคล) ในส่วนงานต่างๆ โดยยึดหลักการ กระจายไปตามบริษัทย่อยฝ่ายและแผนก จากนั้นก็จะมีการติดตามรับแบบสอบถามกลับ ทั้งนี้ การวิเคราะห์ข้อมูลได้ใช้ ทั้งความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการทดสอบโดยค่า t-test และ F-test จากการวิจัยครั้งนี้พบว่า ตัวแปรอิสระ(เพศ การศึกษา อายุการทำงานและตำแหน่งหน้าที่ความรับผิดชอบ) กับตัวแปร ตาม(ความพึงพอใจในการสื่อสารและการปฏิบัติงาน)ไม่มี ความสัมพันธ์กัน ยกเว้นพนักงานที่มีตำแหน่งหน้าที่ความ รับผิดชอบระดับบังคับบัญชาจะมีความพึงพอใจในการสื่อสารและ การปฏิบัติงานมากกว่าพนักงาน

ระดับพนักงาน ส่วนในรูปแบบของระบบการสื่อสารภายในองค์กร ซึ่งมีความสัมพันธ์และมีส่วนเกี่ยวข้องในการส่งเสริมการปฏิบัติงานในองค์กรนั้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งระบบการสื่อสาร ซึ่งอยู่ในระดับเดียวกัน จะมีรูปแบบที่ได้รับความพึงพอใจ อย่างสูงที่สุด

นัยนา นพน้อย (2549) ได้ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กร : กรณีศึกษาบริษัทสัญชาติเกาหลีแห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กรบริษัทสัญชาติเกาหลีแห่งหนึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาความคิดเห็นของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กร เปรียบเทียบระดับตำแหน่งงานกับระดับความถี่ของการใช้วิธีการสื่อสารภายในองค์กร เปรียบเทียบระดับตำแหน่งงานกับความคิดเห็นต่อประสิทธิผลการสื่อสารภายในองค์กร และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างวิธีการสื่อสารภายในองค์กรกับประสิทธิผลการสื่อสารภายในองค์กร โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้เป็นพนักงานของบริษัทสัญชาติเกาหลีแห่งหนึ่งจำนวน 308 คน ได้รับแบบสอบถามที่สมบูรณ์จำนวน 305 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 99.02 ผู้วิจัยใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถามซึ่งดัดแปลงมาจาก ทนงเกียรติ เจริญวงศ์เพ็ชร (2545) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และความเบี่ยงเบนมาตรฐานผลการศึกษารูปได้ดังนี้

1) พนักงานส่วนใหญ่มีตำแหน่งงานระดับปฏิบัติการ จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 37.40 รองลงมาคือ ระดับพนักงานจำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 35.40 ระดับหัวหน้างาน จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 20.70 และระดับบริหารจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 6.60 ตามลำดับ

2) ระดับความถี่ของการใช้วิธีการสื่อสารภายในองค์กร พบว่า โดยภาพรวมพนักงานมีความเห็นต่อระดับความถี่ของการใช้วิธีการสื่อสาร โดยลายลักษณ์อักษรในระดับมาก ระดับความถี่ของการใช้วิธีการสื่อสารด้วยวาจาอยู่ในระดับมาก ซึ่งยังน้อยกว่าการใช้วิธีการสื่อสารด้วยลายลักษณ์อักษร ส่วนวิธีการสื่อสารภายในองค์กรที่มีความถี่น้อยในการใช้น้อยที่สุดคือ การสื่อสารด้วยเทคโนโลยีซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง

3) ระดับความคิดเห็นของพนักงานต่อประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กร พบว่า โดยรวมพนักงานมีความคิดเห็นต่อประสิทธิผลการสื่อสารภายในองค์กรอยู่ในระดับปานกลาง พิจารณาเป็นรายด้านคือพนักงานมีความคิดเห็นต่อประสิทธิผลการสื่อสารภายในองค์กรทางด้านภาพรวมทั่วไปอยู่ในระดับปานกลาง ด้านข้อมูลป้อนกลับส่วนตัว/บุคคลอยู่ในระดับมาก ด้านการประสานหล่อหลอมทางองค์กรอยู่ในระดับมาก ด้านการสื่อสารกับผู้บังคับบัญชาอยู่ในระดับปานกลาง ด้านบรรยากาศของการติดต่อสื่อสารอยู่ในระดับปานกลาง ด้านการสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการอยู่ในระดับมาก ด้านคุณภาพของสื่อที่ใช้ในองค์กรอยู่ในระดับปานกลาง ด้านการสื่อสารกับผู้บังคับบัญชาอยู่ในระดับปานกลาง

4) เปรียบเทียบความคิดเห็นของพนักงานต่อประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กร จำแนกตามระดับตำแหน่งงาน พบว่า พนักงานที่มีระดับตำแหน่งงานต่างกันมีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กร โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

5) ความสัมพันธ์ระหว่างวิธีการสื่อสารภายในองค์กรกับประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กร วิธีการสื่อสารภายในองค์กรทั้ง 3 วิธีคือ ลายลักษณ์อักษร วาจา และเทคโนโลยี พบว่าวิธีการสื่อสารด้วยลายลักษณ์อักษรมีความสัมพันธ์ทางลบอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติกับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กร แต่วิธีการสื่อสารด้วยวาจาและวิธีการสื่อสารด้วยเทคโนโลยีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างไร้มีนัยสำคัญทางสถิติกับความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กร

สุภาวดี พรหมมา (2540) ได้ทำการศึกษาเรื่องการสื่อสารการตลาดของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครเพื่อศึกษาถึงการใช้การสื่อสารทางการตลาดของโรงพยาบาลเอกชน ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จำหน่าย หรือด้านการส่งเสริมการตลาด และเปรียบเทียบการใช้การสื่อสารการตลาดของโรงพยาบาลเอกชน แต่ละประเภท นอกจากนั้น การสื่อสารการตลาดมีผลหรือไม่กับการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ซึ่งได้ทำการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลขึ้นในระหว่างปี 2538-2539 โดยวิธีการศึกษาจะแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ในส่วนของโรงพยาบาลจะใช้การสัมภาษณ์ผู้อำนวยการฝ่ายบริหาร และ/หรือ ผู้จัดการฝ่ายการตลาด จำนวนทั้งหมด 24 ท่าน 18 โรงพยาบาล โดยเลือกโรงพยาบาลที่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค และโรงพยาบาลที่มีการสื่อสารถึงผู้บริโภคอยู่เสมอ นอกจากนั้น ทำการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโรงพยาบาลเอกชน คือ เจ้าหน้าที่กระทรวงสาธารณสุข, เลขานุการสมาคมโรงพยาบาลเอกชนและบรรณาธิการนิตยสาร Hospital Life เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ที่สุด สำหรับในส่วนของผู้มาใช้บริการจะเก็บแบบสอบถามผู้ที่มาใช้บริการ ณ โรงพยาบาลนั้นๆ ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 700 คน โดยผลการวิจัยพบว่า

1) โรงพยาบาลเอกชนในปัจจุบันมีการนำการสื่อสารการตลาด เข้ามาประยุกต์ใช้ในโรงพยาบาล ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่จำหน่าย หรือด้านการส่งเสริมการตลาด โดยการสื่อสารการตลาดที่โรงพยาบาลให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น การจัดให้มีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญประจำในโรงพยาบาล การมีเครื่องมือทางการแพทย์ที่ทันสมัย การให้ความสำคัญของการบริการ เพื่อให้เป็นที่พึงพอใจกับผู้มาใช้บริการ เป็นต้น

2) โรงพยาบาลที่อยู่ในตลาดหลักทรัพย์ และไม่อยู่ในตลาดหลักทรัพย์ไม่พบความแตกต่างทางด้านวิธีการสื่อสารการตลาดให้เข้าถึงผู้บริโภคอย่างชัดเจน เมื่อเปรียบเทียบกับ

โรงพยาบาลเอกชนที่บริหารงานในรูปของมูลนิธิซึ่งพบว่า มีการทำการสื่อสารการตลาดเพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคน้อยกว่าโรงพยาบาลเอกชน 2 ประเภทดังกล่าวข้างต้นอย่างชัดเจน

3) ทางด้านผู้บริโภคพบว่า การตัดสินใจเข้าใช้บริการของโรงพยาบาลเอกชนนั้นๆ เพราะความสะดวกในเรื่องของการเดินทางเป็นสำคัญ โดยส่วนใหญ่ระบุว่ามาใช้บริการเพราะใกล้กับที่พักอาศัยหรือที่ทำงาน และสื่อที่ใช้ประกอบการตัดสินใจที่ผู้บริโภคยังมีอิทธิพลในการตัดสินใจเข้าใช้บริการมากที่สุด

เรวัตร์ สมบัติทิพย์ (2543) ได้ทำการศึกษาเรื่องการติดต่อสื่อสารในองค์กร: กรณีศึกษา บริษัทซีเกท เทคโนโลยี (ประเทศไทย) จำกัด โดยการวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อการติดต่อสื่อสารของ พนักงานบริษัทซีเกท เทคโนโลยี (ประเทศไทย) จำกัด ปัจจัยส่วนบุคคลบางประการ และวิธีการ ติดต่อสื่อสารในองค์กรที่มีต่อความคิดเห็นในการติดต่อสื่อสาร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยใน ครั้งนี้ เป็นพนักงานบริษัทซีเกท เทคโนโลยี (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 450 คน เก็บรวบรวม ข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามคืนมา 355 ชุด คิดเป็นร้อยละ 92.22 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติ t-test และ One-Way ANOVA ทดสอบสมมติฐานด้วยการกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิจัย พบว่า พนักงานมีความคิดเห็นต่อการติดต่อสื่อสารในองค์กรอยู่ในระดับ ปานกลาง โดยมีความคิดเห็นต่อการติดต่อสื่อสารด้านคุณภาพของสื่อที่ใช้ในองค์กรมากที่สุด รองลงมาคือ ในด้านบรรยากาศของการติดต่อสื่อสารในองค์กร ปัจจัยด้านทางเพศ อายุ ระดับ ตำแหน่ง และระดับการศึกษาของพนักงานต่างกัน พนักงานมีความคิดเห็นต่อการติดต่อสื่อสาร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นปัจจัยทางด้านระยะเวลาในการทำงาน พนักงานมีความคิดเห็นต่อการติดต่อสื่อสารไม่แตกต่างกัน ส่วนวิธีการสื่อสารด้วยลายลักษณ์ อักษร วิธีการสื่อสารด้วยวาจา และวิธีการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีต่างกัน พนักงานมี ระดับความคิดเห็นต่อวิธีการสื่อสารภายในองค์กรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สุภา นานาพูลสิน (2546) ได้ศึกษาถึงความพึงพอใจของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กร, น.กรณีศึกษาบริษัทไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด การวิจัยในครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความพึงพอใจของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กร : กรณีศึกษาบริษัทไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด โดยรวมทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้าน ความพึงพอใจในงาน ด้านความเพียงพอของข่าวสาร ด้านความสามารถเสนอแนะปรับปรุงให้ดีขึ้นของบุคคล ด้านประสิทธิภาพของช่องทางการติดต่อสื่อสาร ด้านคุณภาพของสื่อกลาง และด้านวิธีการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนร่วมงาน โดยจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับตำแหน่งงาน และ รูปแบบการสื่อสาร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ พนักงานบริษัทไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด ทั้งหมดจำนวน 125 คน เครื่องมือที่ใช้ใน

การเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม โดยได้รับแบบสอบถามคืนมา 120 ชุด คิดเป็นร้อยละ 96 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างใช้ทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance : F-test) และค่าสหสัมพันธ์แบบง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ผลการวิจัยพบว่า พนักงานบริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัดที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 120 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุอยู่ระหว่าง 25-35 ปี มีระดับการศึกษาสูงกว่าอนุปริญญา/ปวส.ขึ้นไป และมีตำแหน่งระดับบริหาร/ผู้บังคับบัญชา จำนวน 23 คน มีตำแหน่งระดับปฏิบัติการ จำนวน 97 คน ผลการศึกษาพบว่า

1) พนักงานบริษัทไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการสื่อสารภายในองค์กร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจด้านความสามารถเสนอแนะปรับปรุงให้ดีขึ้นของบุคคล และด้านวิธีการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนร่วมงานมากที่สุด

2) พนักงานบริษัทไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด ที่มีเพศ อายุ และระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการสื่อสารภายในองค์กร โดยรวมแตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3) พนักงานบริษัทไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด ที่มีระดับตำแหน่งงานต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการสื่อสารภายในองค์กร โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ ระดับ .05

4) ทิศทางการสื่อสาร ได้แก่ การสื่อสารทางเดียว มีความสัมพันธ์ทางลบอยู่ในระดับปานกลางกับความพึงพอใจต่อการสื่อสารภายในองค์กร ส่วนการสื่อสารสองทาง มีความสัมพันธ์ทางบวกอยู่ในระดับปานกลางกับความพึงพอใจต่อการสื่อสารภายในองค์กร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

5) ประเภทของการใช้ในการสื่อสาร ได้แก่ การสื่อสารแบบเป็นทางการไม่มีความสัมพันธ์กับความความพึงพอใจต่อการสื่อสารภายในองค์กร ส่วนการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการมีความสัมพันธ์ทางบวกอยู่ในระดับน้อยกับความพึงพอใจต่อการสื่อสารภายในองค์กร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

สุรพงษ์ โสชนะเสถียร และวัลลีย์ ศรีประภากรณ์ (2553) ได้ศึกษาถึงการจัดการทางการสื่อสารในคณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการสื่อสารในองค์กร รวมถึงศึกษาการจัดการในองค์กรและศึกษาการจัดการทางการสื่อสาร ซึ่งการวิจัยในเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการวิจัยโดยวิเคราะห์มุมมองและความเห็นของผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ผู้บริหารระดับสูง ของคณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล ซึ่งเป็นมุมมองและความเห็นของผู้บริหารระดับสูงที่เกี่ยวข้องกับการวางระบบการบริหารจัดการของหัวหน้างาน ส่วนการ

วิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิจัยจากการทดสอบแบบสอบถามให้สำหรับบุคลากรภายในคณะ แพทยศาสตร์ศิริราช โดยทดสอบแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 300 คน มีผู้ตอบแบบสอบถาม กลับมาจำนวน 233 คน นอกจากนั้นยังได้ทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้บริหาร 7 คน ผลการศึกษา พบว่า ผู้บริหารทุกระดับ โดยเฉพาะผู้บริหารในระดับสูงได้นำเอาระบบการสื่อสารและเทคโนโลยี สารสนเทศมาใช้ในการวางแผนในการทำงานเพื่อตอบสนองต่อนโยบายขององค์กร ผู้บริหารทุกระดับชั้น โดยเฉพาะผู้บริหารในระดับสูงมีระบบการบริหารการจัดการที่ไม่ค่อยแตกต่างกัน และพยายามปรับให้เข้ากับเทคโนโลยีมากขึ้น โดยได้นำเอานวัตกรรมใหม่ๆ มาปรับใช้ในการ บริหารงาน ผู้บริหารทุกระดับ โดยเฉพาะผู้บริหารระดับสูงได้นำเอาระบบการสื่อสารที่ทันสมัยมา ใช้ในการบริหารงานเพิ่มมากขึ้น

เอ็อการย์ สันติศิริ (2546) ได้ทำการศึกษาปัญหาพิเศษ เรื่อง การสื่อสารกับการรับรู้ต่อ การเปลี่ยนแปลงภายในองค์กรโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาระดับการรับรู้ต่อการเปลี่ยนแปลง ภายในองค์กร/ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านประชากรและศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรด้านการสื่อสารในองค์กรกับการรับรู้ต่อการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กร วิธีการศึกษา ศึกษา จากพนักงานกลุ่มตัวอย่างจำนวน 312 คน สุ่มตัวอย่างโดยวิธีสุ่มแบบง่าย ผลการศึกษาพบว่าระดับ การรับรู้ต่อการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กรของพนักงานบริษัท โรงพยาบาลไทยนครินทร์ จำกัด ใน ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยการรับรู้ด้านงานงานมีการรับรู้ในอันดับ 1 กรรับรู้ด้าน โครงสร้างอันดับ 2 และอันดับสุดท้ายด้านเทคโนโลยี ทั้งนี้มีวิธีการสื่อสารที่ใช้ภายในองค์กรใช้กา อ่านจากหนังสือเวียน/จดหมาย/บอร์ด/ประกาศ ทิศทางการสื่อสาร แนวนอน ความถี่ในการสื่อสาร น้อยกว่า 5 ครั้ง/สัปดาห์ โดยมีข้อเสนอในการปรับปรุงตัวแปรด้านการสื่อสาร คือ วิธีการสื่อสาร และข่าวสาร เพื่อบรรลุ เป้าหมายตามที่องค์กรตั้งไว้ ทางผู้วิจัยเห็นสมควรให้ดำเนินการดังนี้ ผู้บริหารควรมีการกำหนดนโยบายด้านการสื่อสารเป็นลายลักษณ์อักษรชัดเจน และมีระบบการ ประเมินนโยบายทางด้านการเผยแพร่ข่าวสารอย่างมีประสิทธิภาพส่งเสริมการใช้การสื่อสารแบบ ไขว้ภายในองค์กร มีระบบเปิดรับความคิดเห็นจากระดับล่างตามแนวความคิดการบริหารองค์กร แบบมีส่วนร่วม ในทุกข้อคิดเห็นต้องได้รับการตอบสนองจากฝ่ายบริหาร ควรเพิ่มการให้ข้อมูล ข่าวสารและจัดอบรมให้ผู้ปฏิบัติเกิดการเรียนรู้ข้อมูลข่าวสารการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กรทำ เทียมครบถ้วน โดยผู้บริหารควรวางแผนการสื่อสารให้ทันเหตุการณ์เพื่อที่จะนำไปใช้เป็น ประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานให้ได้มากที่สุด และควรเพิ่มการให้ข้อมูลข่าวสารในองค์กรให้ครบทุก ด้าน ทั้งนี้เนื่องจากการสื่อสารที่ดีช่วยสร้างความรู้สึกลงในทางบวกให้ทุกคนที่ทำงานในองค์กร เกิด การรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่สมบูรณ์รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงซึ่งส่งผลต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวของ องค์กร