

ทัศนคติของบุคลากรต่อรูปแบบการสื่อสารภายในและ พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในมหาวิทยาลัยขอนแก่น The Attitude of Personnel toward the Internal Communication Platforms and Participative Behaviors in Khon Kaen University

วรวิทย์ สิริพานวัฒน์ (Worawit Siripanuwat)¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ทัศนคติ พฤติกรรมการมีส่วนร่วม และแนวโน้มการมีส่วนร่วมของบุคลากร เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคลกับการเปิดรับข่าวสาร เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับทัศนคติต่อรูปแบบการสื่อสาร เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อรูปแบบการสื่อสารกับพฤติกรรมการมีส่วนร่วม และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อรูปแบบการสื่อสารกับแนวโน้มพฤติกรรมการมีส่วนร่วม โดยวิธีวิจัยเชิงปริมาณเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามบุคลากรจำนวน 463 คน วิเคราะห์ข้อมูลสถิติพรรณนา ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากนั้นนำค่าเฉลี่ยแต่ละประเด็นมาคำนวณระดับประสิทธิภาพ ตามเกณฑ์ของ ส.ก.อ. และ ส.ม.ศ. ซึ่งสอดคล้องกับ บุญชม ศรีสะอาด (2545) ที่ได้เสนอช่วงคะแนนที่มีความเป็นกลางและเหมาะสม จากนั้นวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบความแตกต่างของลักษณะส่วนบุคคลจะมีการเปิดรับข่าวสารต่างกัน สมมติฐานที่ 1 ประชากรมากกว่า 2 กลุ่มใช้ One-way ANOVA และการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง 2 ตัวแปร สมมติฐานที่ 2 3 และ 4 ใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ค่าสถิติ t วิเคราะห์ด้วยโปรแกรม SPSS

¹ นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ กองสื่อสารองค์กร สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น
Public Relations Officer, Professional level, Communication Affairs Division
E-mail: worawit@kku.ac.th

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และมีช่วงอายุ 38-53 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความอดทน สู้งาน และต้องการความมั่นคงการงาน รองลงมากลุ่มช่วงอายุ 23-38 ปี เป็นกลุ่มที่ต้องการการยอมรับ มีความคิดสร้างสรรค์ และเป็นตัวของตนเองสูง ทั้งนี้ ราว 1 ใน 5 เป็นกลุ่มอายุมากกว่า 53 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความขยัน อดทน จริ่งจัง การทำงาน แสดงว่าการจัดการรูปแบบการสื่อสาร ต้องคำนึงถึงกลุ่มอายุที่ต่างกัน เพื่อให้สามารถเข้าถึงการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ (สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล, 2561) และส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจาก อีเมล หนังสือเวียน และเว็บไซต์ จำนวน 1-2 ครั้งต่อวัน เวลา 08.30-12.00 น. ในวันทำงาน ข่าวสารที่สนใจ ได้แก่ ข่าวประกาศ ข่าวบุคลากร ข่าวกิจกรรมสำคัญ และข่าววิจัยและนวัตกรรม ทัศนคติต่อการสื่อสารแนวราบอยู่ระดับมากที่สุด โดยใช้ช่องทางอีเมลซึ่งทำให้เกิดความรวดเร็ว ประสานงานราบรื่น เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างกัน ทัศนคติต่อการสื่อสารจากบนลงล่าง ข่าวสารจากผู้บริหารอยู่ในระดับมาก เนื้อหาข่าวสารที่ทำให้รับรู้นโยบายขององค์กร ที่ถูกต้องชัดเจน ผ่านช่องทางเว็บไซต์ที่มีความทันสมัย และทัศนคติต่อการสื่อสารจากล่างขึ้นบน เรื่องที่บุคลากรสะท้อนไปยังผู้บริหาร อยู่ระดับปานกลาง บุคลากรมักใช้ช่องทางออนไลน์ เพื่อเสนอแนะ และคาดหวังการตอบสนอง บุคลากรมีพฤติกรรม การมีส่วนร่วมระดับปานกลาง โดยเข้าร่วมกิจกรรมวิชาการ กิจกรรมพัฒนาศักยภาพ และกิจกรรมศิลปวัฒนธรรม จำนวน 1-5 ครั้งต่อปี และมีแนวโน้มสูงที่จะเข้าร่วมกิจกรรม ด้านวิชาการอีก และจะแนะนำให้เพื่อนเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าวด้วยกัน

ผลการวิจัยลักษณะส่วนบุคคลกับการเปิดรับข่าวสารพบว่า เพศหญิงเปิดรับข่าวสารจากอีเมลมากกว่าเพศชาย นอกนั้นไม่พบความแตกต่าง และความสัมพันธ์ระหว่าง การเปิดรับข่าวสารกับทัศนคติต่อรูปแบบการสื่อสาร พบว่าการเปิดรับข่าวสารจากอีเมลสัมพันธ์ กับทัศนคติการสื่อสารแนวราบด้านช่องทาง และสัมพันธ์กับทัศนคติการสื่อสารแบบล่างขึ้น บนทั้งด้านเนื้อหาและช่องทาง และการเปิดรับข่าวสารจากบันทึกข้อความสัมพันธ์กับทัศนคติ การสื่อสารแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง และทัศนคติโดยรวมต่อรูปแบบการสื่อสาร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมและแนวโน้มพฤติกรรม การเข้าร่วมกิจกรรม

คำสำคัญ: ทัศนคติของบุคลากร, การสื่อสารภายในองค์กร, พฤติกรรมการมีส่วนร่วม, มหาวิทยาลัยขอนแก่น

Abstract

This research aimed at examining organizational communication reception, attitudes, participation behaviors, and trends among personnel within an organization. The objectives included studying diverse personal characteristics related to organizational communication reception, investigating the relationship between the reception of organizational communication and the attitudes towards internal communication modes, exploring the links between attitudes towards internal communication modes and participation behaviors, and analyzing the relationship between the attitudes towards internal communication modes and the participation behavior trends among personnel. The study used a quantitative methodology with simple random sampling to collect data via questionnaires from 463 personnel. Data analysis involved univariate analysis and descriptive statistics (percentages, mean values, standard deviations, and minimum-maximum values). Mean values assessed effectiveness based on Quality Assessment (ONESQA) and the Commission on Higher Education (CHE) criteria, aligning with Boonchom Srisawat's (2002) findings. Inferential statistics, including independent T-Tests and One-way ANOVA, were used to test the research hypotheses. Statistical analyses were conducted using SPSS for Windows.

The study found that most respondents at Khon Kaen University were female, aged 38-53 (Generation X), known for resilience and strong work ethics. The next prominent group was aged 23-38 (Generation Y), characterized by a desire for recognition and creativity. About one-fifth were over 53 (Baby Boomers), known for diligence and perseverance. Effective communication must consider these diverse groups.

Personnel primarily received information from internal sources (email, memos, circulars, the university website, and bulletin boards) 1-2 times per day between 8:30 AM and 12:00 PM on workdays. Their main interests were university announcements, personnel promotions, training seminars, annual ceremonies, and research updates.

Personnel exhibited a positive attitude towards horizontal communication among peers, primarily facilitated through email, which supports understanding, convenience, speed, coordination, and relationship-building. Top-down communication from management was viewed favorably when clear policies were communicated via modern channels like the university website.

Regarding bottom-up communication, personnel had a moderately positive attitude, using websites, Facebook, and Line to convey issues and expect responsive advice. They hope their feedback will improve organizational processes. Participation in organizational activities, such as academic conferences, professional development, and cultural preservation, was moderate (1-5 times per year), with a high likelihood of continued participation and recommendations to colleagues.

Research indicated that female personnel showed higher frequencies of internal communication reception via email compared to males. Correlation analysis revealed a positive relationship between email communication reception and favorable attitudes towards horizontal communication.

Overall, these findings highlight the need for aligned communication strategies that consider diverse characteristics and preferences to effectively engage personnel.

Keywords: Personnel Attitude, Internal communication, Participatory Behavior, Khon Kaen University

1. บทนำ (Introduction)

การสื่อสารเป็นกระบวนการสำคัญในการทำงานที่ถ่ายทอดความคิดและความเข้าใจจากบุคคลหนึ่งไปยังคนอื่น ๆ เพื่อให้การทำงานในองค์กรบรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้บริหารจะการใช้การสื่อสารภายในให้บุคลากรปฏิบัติตามที่ต้องการด้วยทักษะการติดต่อสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจ นอกจากนี้ยังพบว่า การสื่อสารเป็นรากฐานของความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรที่มีความสำคัญยิ่งต่อการดำเนินงานขององค์กร ความสำเร็จในการประสานงานและการร่วมมือกันต้องอาศัยปฏิสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลอย่างสม่ำเสมอ ปฏิสัมพันธ์นี้ทำให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรในตำแหน่งงานต่าง ๆ ภายในองค์กร ที่เชื่อมโยงเครือข่ายเข้าด้วยกัน ดังนั้น องค์กรจึงเป็นเครือข่ายความสัมพันธ์แบบพึ่งพาอาศัยกัน โดยมีการสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นพื้นฐานสำคัญขององค์กรและเป็นสิ่งที่เชื่อมโยงบุคลากรเข้าด้วยกัน ระหว่างผู้บริหารที่เป็นผู้ส่งสารและผู้ปฏิบัติงานที่เป็นผู้รับสาร หรือการสื่อสารในระดับเดียวกัน เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ประสานงาน หรือแม้แต่การสร้างความสัมพันธ์อันดีของบุคลากรในระดับต่าง ๆ อาทิ ผู้บริหาร ผู้ได้บังคับบัญชา และเพื่อนร่วมงาน การสื่อสารภายในองค์กรสามารถกระทำได้หลากหลายรูปแบบ โดยต้องคำนึงถึงความถูกต้อง ความรวดเร็ว และความเหมาะสมเป็นสำคัญ

ทั้งนี้ รูปแบบการสื่อสารสามารถจำแนกตามเส้นทางของการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรออกเป็น 3 รูปแบบ ได้แก่ การติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง (Downward Communication) เป็นการสื่อสารจากระดับผู้บริหารที่มีตำแหน่งสูงกว่า ไปยังผู้ปฏิบัติงานที่มีตำแหน่งต่ำกว่า เกี่ยวกับวิธีการปฏิบัติงาน คำสั่ง กฎระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ (สมยศ นาวิการ, 2544, น. 22) การติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน (Upward Communication) เป็นการสื่อสารจากผู้ปฏิบัติงานที่มีตำแหน่งต่ำกว่าไปยังผู้บริหารที่มีตำแหน่งสูงกว่า เกี่ยวกับการรายงานผลการปฏิบัติงาน (สมยศ นาวิการ, 2544, น. 457 - 458) และการติดต่อสื่อสารตามแนวนอน (Horizontal Communication) เป็นการสื่อสารระหว่างผู้ปฏิบัติงานระดับเดียวกัน เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น (รศชงพร โกมลเวสิน, 2550, น. 81)

จากโครงสร้างของมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่มีความแตกต่างกันไปตามบทบาทตำแหน่งหน้าที่ไม่ว่าจะเป็นระดับผู้บริหาร หรือผู้ปฏิบัติงาน อาจเกิดปัญหาในการติดต่อสื่อสาร ตั้งแต่ผู้ส่งสาร การส่งข่าวสาร ผู้รับข่าวสาร หรือข้อมูลย้อนกลับ ปัญหาในการสื่อสารภายใน

จะสะท้อนถึงปัญหาอื่นภายในองค์กร จากข้อมูลดังกล่าว ทำให้เกิดความสนใจในการศึกษาทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในและการมีส่วนร่วมในองค์กรว่ามีรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรเป็นอย่างไร เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการสื่อสารภายใน เพื่อตอบสนองต่อการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

2.1 เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ทัศนคติ พฤติกรรมการมีส่วนร่วม และแนวโน้มพฤติกรรมการมีส่วนร่วมภายในองค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยขอนแก่น

2.2 เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกันกับการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยขอนแก่น

2.3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กรกับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรของมหาวิทยาลัยขอนแก่น

2.4 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรของมหาวิทยาลัยขอนแก่นกับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในองค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยขอนแก่น

2.5 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรของมหาวิทยาลัยขอนแก่นกับแนวโน้มพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในองค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยขอนแก่น

3. วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

ผู้ปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัยขอนแก่นและเคยเปิดรับข่าวสารภายในของมหาวิทยาลัย โดยแบ่งบุคลากรออกเป็น 6 ประเภท ได้แก่ ข้าราชการ พนักงานมหาวิทยาลัย พนักงานวิสาหกิจ พนักงานหน่วยงานในกำกับ ลูกจ้างของมหาวิทยาลัย และลูกจ้างประจำ จำนวน 11,447 คน

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามด้วยการคำนวณตามสูตรของทาโร่ ยามาเน่ (Yamane, 1973 :727) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 95% และระดับความคาดเคลื่อนในการยอมรับไม่เกิน 0.05 ดังสูตรต่อไปนี้

$$\text{สูตร } n = \frac{N}{1+N_e^2}$$

เมื่อ n = ขนาดตัวอย่าง

N = ขนาดประชากรที่เคยเปิดรับข่าวสารภายในของมหาวิทยาลัยขอนแก่น

e = ค่าความคาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง มีค่าเท่ากับ 0.05

$$n = \frac{11,447}{1+11,447(0.05)^2}$$

$$n = \frac{11,447}{29.62}$$

$$n = 386.46 \approx 387$$

ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างไม่น้อยกว่า 387 คน แต่ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัย ใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 463 คน โดยเลือกสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างโดยถือว่าบุคลากรทุกคนมีโอกาสถูกเลือกเท่ากัน โดยมีรายชื่อบุคลากรทั้งหมดและได้กำกับเลขไว้แล้ว วิธีการใช้โปรแกรม SPSS ในการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง ได้กลุ่มตัวอย่าง 463 รายชื่อ จากนั้นผู้วิจัยสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบออนไลน์ และส่งทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ไปยังบุคลากรมหาวิทยาลัยขอนแก่นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 463 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ใช้แบบสอบถาม โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามกรอกแบบสอบถามเอง ซึ่งประกอบไปด้วยคำถามปลายเปิด และคำถามปลายปิด แบ่งออกเป็น 6 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทบุคลากร รายได้ และระยะเวลาในการทำงาน

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น ประกอบด้วย เคยเปิดรับสื่อประเภทใดบ้าง เปิดรับสื่อประเภทใดมากที่สุด ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น (ครั้ง/เดือน) ช่วงเวลาที่เปิดรับข่าวสาร และประเภทของข่าวสารที่เปิดรับเป็นประจำจากสื่อ บันทึกข้อความ หรือหนังสือเวียน ป้ายประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย เว็บไซต์มหาวิทยาลัยขอนแก่น เฟซบุ๊กแฟนเพจ ไลน์ออฟฟิเชียล ยูทูปออฟฟิเชียล อินสตาแกรมออฟฟิเชียล วิทยูเอฟเอ็ม 103 ระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ และจดหมายอิเล็กทรอนิกส์

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อการสื่อสารภายในของมหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยแบ่งตามรูปแบบการติดต่อสื่อสาร ได้แก่ การติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง (Downward Communication) การติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน (Upward Communication) และการติดต่อสื่อสารตามแนวนอน (Horizontal Communication) ซึ่งแบ่งตามอารมณ์ความรู้สึกที่มีต่อด้านเนื้อหา และด้านช่องทาง

ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมภายในองค์กร ได้แก่ ความถี่ในการเข้าร่วมกิจกรรม ประเภทของกิจกรรมที่เข้าร่วม เหตุผลในการเข้าร่วมกิจกรรม วัตถุประสงค์ในการเข้าร่วมกิจกรรม และช่วงเวลาที่เข้าร่วมกิจกรรมมากที่สุด

ตอนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมการมีส่วนร่วมภายในองค์กร ได้แก่ ความตั้งใจในการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัยขอนแก่นต่อไป และความตั้งใจที่จะบอกต่อ หรือแนะนำบุคคลอื่นให้เข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัยขอนแก่น

ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะทั่วไปที่คิดว่าการสื่อสารภายในของมหาวิทยาลัยขอนแก่น ควรมีการปรับปรุงในเรื่องใดบ้าง

3.3 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

สามารถแจกแจงตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาตามสมมติฐานการศึกษา ดังนี้

3.3.1 สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลภายในองค์กร ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ประเภทบุคลากร รายได้ และระยะเวลาทำงานในหน่วยงานที่แตกต่างกัน จะมีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กรแตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะส่วนบุคคลภายในองค์กร

ตัวแปรตาม คือ การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร

3.3.2 สมมติฐานการวิจัยที่ 2 การเปิดรับข่าวสารของบุคลากรภายในองค์กรมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรของมหาวิทยาลัยขอนแก่น
ตัวแปร คือ

3.3.2.1 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร

3.3.2.2 ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรของมหาวิทยาลัยขอนแก่น

3.3.3 สมมติฐานการวิจัยที่ 3 ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรของ มหาวิทยาลัยขอนแก่นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในองค์กร
ตัวแปร คือ

3.3.3.1 ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรของมหาวิทยาลัยขอนแก่น

3.3.3.2 พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในองค์กร

3.3.4 สมมติฐานการวิจัยที่ 4 ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรของมหาวิทยาลัยขอนแก่น มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในองค์กร
ตัวแปร คือ

3.3.4.1 ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรของมหาวิทยาลัยขอนแก่น

3.3.4.2 แนวโน้มพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในองค์กร

3.4 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามเพื่อใช้ในการวิจัยนี้ โดยศึกษาวิธีการสร้างคำถามมาจากแบบสอบถามจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งเคยมีผู้ศึกษาไว้แล้ว จึงนำมาประยุกต์ให้เข้ากับสมมติฐานของงานวิจัยที่ต้องการศึกษา ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความน่าเชื่อถือ (Reliability) ดังต่อไปนี้

3.4.1 ความเที่ยงตรง (Validity)

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาความชัดเจนและความครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์และสามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการหาคำตอบสำหรับการศึกษานี้ได้

3.4.2 ความน่าเชื่อถือ (Reliability)

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทดสอบก่อน (Pre-Test) กับผู้ปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง แต่มีลักษณะเหมือนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 39 ชุด การทดสอบก่อนการศึกษานี้เพื่อหาความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามว่ากลุ่มตัวอย่างนี้มีความเข้าใจแบบสอบถามหรือไม่ ซึ่งจะเลือกคำนวณเฉพาะส่วนของแบบสอบถามที่สามารถนำมาตีค่าเป็นคะแนนได้ (Rating Scale) เท่านั้น สำหรับค่าความน่าเชื่อถือที่ใช้ในการศึกษานี้จะใช้สูตรของวิธีสัมประสิทธิ์แบบอัลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาช (Cronbach) (Cronbach,1990 :204)

มีสูตร ดังนี้

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right)$$

เมื่อ α = ค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่นได้ของแบบสอบถาม

k = จำนวนข้อคำถาม

S_i^2 = ความแปรปรวนของคำถามแต่ละข้อ

S_t^2 = ความแปรปรวนของคะแนนของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด หรือกำลังสองของส่วนเบี่ยงเบน เบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของคะแนนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

โดยแบบสอบถามที่นำไปทดสอบก่อนใช้จริง (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2548, น. 161) กล่าวว่า ผลการทดสอบต้องมีค่าสัมประสิทธิ์ความน่าเชื่อถือได้จำนวนมากกว่าหรือเท่ากับ 0.7 จึงถือว่าแบบทดสอบนั้นมีความเชื่อมั่น เพราะฉะนั้น หากทดสอบแล้วได้น้อยกว่า 0.7 จะต้องทำการแก้ไข แบบสอบถาม แล้วทำการทดสอบแบบสอบถามที่แก้ไขกับกลุ่มตัวอย่างใหม่จนกว่าค่าสัมประสิทธิ์ความน่าเชื่อถือจะต้องไม่ต่ำกว่า 0.7

จากการทำการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่ใช้ทำการศึกษาค่าสัมประสิทธิ์ alpha เท่ากับ 0.70 ขึ้นไป ซึ่งถือว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อมั่น โดยได้ค่าความเชื่อมั่น ดังนี้

ทัศนคติโดยรวม	ได้ค่าความเชื่อมั่น = 0.97
การติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง	ได้ค่าความเชื่อมั่น = 0.95
- ด้านประเด็นเนื้อหา	ได้ค่าความเชื่อมั่น = 0.95
- ด้านช่องทาง	ได้ค่าความเชื่อมั่น = 0.91
การติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน	ได้ค่าความเชื่อมั่น = 0.97
- ด้านประเด็นเนื้อหา	ได้ค่าความเชื่อมั่น = 0.95
- ด้านช่องทาง	ได้ค่าความเชื่อมั่น = 0.94
การติดต่อสื่อสารแนวราบ	ได้ค่าความเชื่อมั่น = 0.95
- ด้านประเด็นเนื้อหา	ได้ค่าความเชื่อมั่น = 0.93
- ด้านช่องทาง	ได้ค่าความเชื่อมั่น = 0.91
ประเด็นการมีส่วนร่วม	ได้ค่าความเชื่อมั่น = 0.77
ประเด็นแนวโน้มพฤติกรรม	ได้ค่าความเชื่อมั่น = 0.82

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการส่งทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ไปยังบุคลากรมหาวิทยาลัยขอนแก่นทั้งหมดจำนวน 463 ฉบับ แบ่งตามประเภทบุคลากร 6 ประเภท ได้แก่ ข้าราชการ พนักงานมหาวิทยาลัย พนักงานวิสาหกิจ พนักงานหน่วยงาน ในกำกับลูกจ้างของมหาวิทยาลัย และลูกจ้างประจำ โดยเลือกสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างโดยถือว่าบุคลากรทุกคนมีโอกาสถูกเลือกเท่ากัน โดยมีรายชื่อบุคลากรทั้งหมดและได้กำกับเลขไว้แล้ว วิธีการใช้โปรแกรม SPSS ในการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง ได้กลุ่มตัวอย่าง 463 รายชื่อ จากนั้นผู้วิจัยสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบออนไลน์ และส่งทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ไปยังบุคลากรมหาวิทยาลัยขอนแก่นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 463 คน โดยให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถามเอง

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลทุกตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ตัวแปรเดียวใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าต่ำสุด-สูงสุด จากนั้นนำค่าเฉลี่ยแต่ละประเด็นมาคำนวณระดับประสิทธิภาพ ตามเกณฑ์ของ ส.ก.อ. และ ส.ม.ศ. ซึ่งมีความสอดคล้องกับนักวิชาการไทยอย่าง บุญชม ศรีสะอาด (2545) ที่ได้เสนอช่วงคะแนนที่มีความเป็นกลางและเหมาะสม จากนั้นวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบความแตกต่างของลักษณะส่วนบุคคลภายในองค์กรที่แตกต่างกัน จะมีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กรต่างกัน ในสมมติฐานการวิจัยที่ 1 กรณีที่ประชากร แบ่งเป็น 2 กลุ่ม สถิติที่ใช้ คือ independent T-Test และในกรณีที่ประชากรแบ่งมากกว่า 2 กลุ่ม สถิติที่ใช้ คือ One-way ANOVA และการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง 2 ตัวแปร ในสมมติฐานการวิจัยที่ 2 3 และ 4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) โดยใช้ค่าสถิติ t โดยดำเนินการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล การวิจัยทางสังคมศาสตร์ (SPSS for Windows)

4. ผลการวิจัย (Research Results)

วิเคราะห์ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งออกเป็น 8 ตอน ดังนี้

4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ถึงร้อยละ 64.80 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 29.60 เป็นที่น่าสังเกตว่า ร้อยละ 4.30 เป็นเพศทางเลือก โดยส่วนใหญ่มีอายุปัจจุบันอยู่ที่มากกว่า 38 ปี แต่ไม่เกิน 53 ปี ซึ่งกลุ่มตัวอย่าง เป็นบุคลากรที่อยู่ใน Generation X ร้อยละ 38.20 เป็นบุคลากรที่อายุมากกว่า 23 ปี แต่ไม่เกิน 38 ปี ซึ่งอยู่ในช่วง Generation Y และ 1 ใน 5 ของบุคลากร เป็นผู้ที่มีอายุมากกว่า 53 ปีขึ้นไป ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่ม Generation Baby Boomer บุคลากรส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี และปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 34.60 และ 32.60 ตามลำดับ รองลงมา คือ ระดับปริญญาเอก ร้อยละ 28.70 สังเกตว่า มีบุคลากร

ร้อยละ 4.00 ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ซึ่งอาจเป็นบุคลากรสายสนับสนุน กลุ่มที่ทำงานบริการ หรืองานใช้แรงงานในมหาวิทยาลัย นอกจากนี้ บุคลากรกว่าร้อยละ 74.10 เป็นพนักงานมหาวิทยาลัย รองลงมา คือ ลูกจ้าง มหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 15.10 และมีกลุ่ม อยู่ข้าราชการร้อยละ 6.30 บุคลากรส่วนใหญ่มีรายได้มากกว่า 30,000 แต่ไม่เกิน 45,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 32.80 รองลงมา คือ มากกว่า 15,000 แต่ไม่เกิน 30,000 บาทต่อเดือน และมากกว่า 60,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 23.10 และ 18.40 และสำหรับอายุงานหรือระยะเวลาการทำงานในมหาวิทยาลัย พบว่า บุคลากร ร้อยละ 26.30 มีอายุงานมากกว่า 25 ปีขึ้นไปซึ่งสอดคล้องกับอายุปัจจุบัน ทั้งนี้พบว่า มากกว่าครึ่งหนึ่ง มีอายุงานไม่เกิน 13 ปี

4.2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น

พบว่า บุคลากรมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่ตอบแบบสอบถามมากกว่าครึ่งหนึ่ง เปิดรับข่าวสารจากสื่อภายในโดยเฉพาะจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ บันทึกข้อความหรือหนังสือเวียน เว็บไซต์มหาวิทยาลัยขอนแก่น ป้ายประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย ร้อยละ 81.60 72.40 67.60 และ 60.90 ตามลำดับ คล้ายกับผลการวิจัยของ วรัญญ ดอนเหนือ ทองรวี ศิลาโน้ย และปรเมศวร์ จรัสเมธากุล (2563) ที่ระบุว่า บุคลากร คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น เปิดรับสื่อ 3 ลำดับแรก คือ ระบบอีเมลข่าวสาร เว็บไซต์คณะบริหารธุรกิจฯ และเว็บไซต์ มข. แต่เป็นที่น่าสังเกตว่า สื่อประเภทสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ ไลน์ออฟฟิเชียล ยูทูปออฟฟิเชียล และอินสตาแกรม ออฟฟิเชียล กลับไม่ได้รับความสนใจมากเท่าที่ควร โดยมีร้อยละการเปิดรับเท่ากับ 9.50 3.70 และ 2.40 ตามลำดับ ทั้งนี้ บุคลากรมหาวิทยาลัยขอนแก่น มีการเปิดรับข่าวสารจากจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ มากที่สุดเป็นลำดับที่ 1 โดยมีร้อยละสูงถึง 45.10 เมื่อพิจารณา ลำดับที่ 2 พบว่า บุคลากรเปิดรับข่าวสารจากบันทึกข้อความหรือหนังสือเวียน เป็นลำดับ ที่ 2 มากที่สุดถึงร้อยละ 21.00 และสำหรับลำดับที่ 3 พบว่า บุคลากรเปิดรับข่าวสารจากเว็บไซต์มหาวิทยาลัยขอนแก่น ร้อยละ 24.80

สำหรับความถี่ในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อภายใน พบว่า บุคลากรมหาวิทยาลัย ขอนแก่น เปิดรับข่าวสารจากสื่อภายในลำดับที่ 1 จำนวน 1-2 ครั้งต่อวัน ร้อยละ 47.10 รองลงมาคือ มากกว่า 4 ครั้งต่อวันราว 1 ใน 5 ของบุคลากร ซึ่งใกล้เคียงกับการเปิดรับ ข่าวสารจากสื่อภายในลำดับที่ 2 จำนวน 1-2 ครั้งต่อวัน ร้อยละ 43.00 และสื่อภายใน

ที่บุคลากรเปิดรับข่าวสารเป็นลำดับที่สาม กลับถูกเข้าถึงเพียง 3 วันต่อครั้ง ถึงร้อยละ 40.00 อีกทั้งยังพบว่า บุคลากรส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารในช่วงเวลา 8.30-12.00 น. เนื่องจากเป็นช่วงเวลาเริ่มต้นการทำงานในแต่ละวัน ดังนั้น หากมหาวิทยาลัยเผยแพร่ข่าวสารในช่วงเวลาดังกล่าว น่าจะทำให้เกิดการเข้าถึงในระดับสูง รองลงมาคือ ช่วงเวลา 13.00-16.30 น. ร้อยละ 44.10 ซึ่งเป็นช่วงเวลาทำงานในเวลาราชการ

ทั้งนี้ บุคลากรมหาวิทยาลัยขอนแก่นมากกว่าครึ่งหนึ่งเปิดรับข่าวสารประกาศมหาวิทยาลัยขอนแก่น ข่าวส่งเสริมบุคลากรหรือการจัดอบรมสัมมนาต่าง ๆ ภายใน มข. ข่าวกิจกรรม หรือพิธีการสำคัญประจำปี มข. และข่าวงานวิจัยและนวัตกรรมของ มข. ร้อยละ 86.20 55.10 52.30 และ 50.30 ตามลำดับ เป็นที่น่าสังเกตว่า บุคลากรไม่ได้สนใจข่าวการประชุมผู้บริหารมหาวิทยาลัยมากเท่าที่ควร โดยไม่เปิดรับสื่อถึงร้อยละ 84.70

4.3 ทัศนคติที่มีต่อการสื่อสารภายในของมหาวิทยาลัยขอนแก่น

พบว่า บุคลากรมหาวิทยาลัยขอนแก่นมีทัศนคติต่อการติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง (ข่าวสารที่ส่งมาจากผู้บริหาร หัวหน้างาน หรือผู้บังคับบัญชา) ด้านประเด็นเนื้อหาส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นเนื้อหาข่าวสารทำให้รู้และเข้าใจนโยบายขององค์กรได้อย่างถูกต้องชัดเจน ($\bar{X}=3.77$, S.D.=0.80) และเนื้อหาข่าวสารทำให้เชื่อมั่นและเกิดความไว้วางใจ ($\bar{X}=3.76$, S.D.=0.80) และในด้านช่องทาง พบว่า บุคลากรส่วนใหญ่มีทัศนคติอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะในประเด็นช่องทางเว็บไซต์มีความทันสมัย ($\bar{X}=3.79$, S.D.=0.86) และช่องทางเฟซบุ๊กแฟนเพจ (Khon Kaen University - มหาวิทยาลัยขอนแก่น) มีการนำเสนอข่าวสารที่รวดเร็ว ชัดเจน และถูกต้อง ($\bar{X}=3.69$, S.D.=0.87) เป็นที่น่าสังเกตว่า บุคลากรมีทัศนคติในระดับปานกลางในประเด็นช่องทางวิทยุเอฟเอ็ม 103 ทำให้รู้เรื่องต่าง ๆ มากยิ่งขึ้น ($\bar{X}=3.17$, S.D.=0.99)

สำหรับประเด็นทัศนคติต่อการติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน (เรื่องที่ถูกปฏิบัติงาน รายงานผู้บริหาร หัวหน้าส่วนงาน หรือผู้บังคับบัญชา) ด้านประเด็นเนื้อหา ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นข้อเสนอแนะที่ดีของบุคลากรที่สะท้อนไปถูกนำมาปรับปรุงงานให้ดียิ่งขึ้น ($\bar{X}=3.40$, S.D.=0.96) และสิ่งที่บุคลากรสะท้อนกลับไปได้รับความสนใจ ทำให้เกิดความมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนองค์กร ($\bar{X}=3.33$, S.D.=0.98) และในด้านช่องทาง พบว่า บุคลากรส่วนใหญ่มีทัศนคติอยู่ในระดับปานกลาง และระดับมากในบางประเด็น อาทิ ช่องทางการสื่อสารแบบล่างขึ้นบน สามารถใช้ช่องทางเว็บไซต์

เฟซบุ๊ก และไลน์ สำหรับซักถามข้อสงสัย หรือเสนอแนะ และได้รับการตอบสนอง การตอบกลับข้อสงสัย หรือการให้คำแนะนำต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ ($\bar{X}=3.44$, S.D.=0.95) และเมื่อบุคลากรมีปัญหาหรือเสนอแนวคิดในการทำงาน สามารถส่งถึงผู้บริหารได้ หลายช่องทาง ($\bar{X}=3.42$, S.D.=0.97) เป็นที่น่าสังเกตว่า บุคลากรมีทัศนคติในระดับ ปานกลางในประเด็นองค์การมีการจัดเวที หรือการประชุมที่让บุคลากรได้แสดงความคิดเห็น ต่อผู้บริหาร ($\bar{X}=3.28$, S.D.=0.98)

ทั้งนี้ บุคลากรมีทัศนคติต่อการติดต่อสื่อสารตามแนวราบ (ข่าวสารที่สื่อสารระหว่าง ผู้ปฏิบัติงานระดับเดียวกัน หรือต่างสายงาน) ด้านประเด็นเนื้อหา ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นการสื่อสารระหว่างบุคลากร ช่วยให้การประสานงานระหว่าง คณะ/หน่วยงานราบรื่น และช่วยสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างคณะ/หน่วยงาน ($\bar{X}=3.77$, S.D.=0.78) และการสื่อสารระหว่างบุคลากรทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ในการทำงาน หรือเกิดความสนใจเฉพาะในแต่ละสายงานทำให้เกิดความชำนาญในวิชาชีพ ($\bar{X}=3.74$, S.D.=0.80) และในด้านช่องทาง พบว่า บุคลากรส่วนใหญ่ มีทัศนคติอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะในประเด็นช่องทางการสื่อสารผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ทำให้เกิดความเข้าใจง่าย สะดวก และรวดเร็ว ($\bar{X}=3.95$, S.D.=0.78) และช่องทางการสื่อสาร ผ่านการพูดคุยแบบไม่เป็นทางการ ทำให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคลากร ทั้งใน สายงานเดียวกันและต่างสายงาน ($\bar{X}=3.86$, S.D.=0.81)

4.4 พฤติกรรมการมีส่วนร่วมภายในองค์กร

พบว่า บุคลากรมหาวิทยาลัยขอนแก่นส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการมีส่วนร่วม ในองค์กรระดับปานกลาง โดยเฉพาะในประเด็นการเคยเข้าร่วมกิจกรรมประเภทวิชาการ ของมหาวิทยาลัย อาทิ การประชุมวิชาการต่าง ๆ โครงการอบรมภาษาอังกฤษ โครงการ อบรมคอมพิวเตอร์ ($\bar{X}=2.89$, S.D.=1.01) รองลงมาคือ ประเด็นการเคยเข้าร่วมกิจกรรม ประเภทสังคม หรือสิ่งแวดล้อมของมหาวิทยาลัย อาทิ กิจกรรม CSV กิจกรรมทำนุบำรุง ศิลปวัฒนธรรม ($\bar{X}=2.62$, S.D.=1.06) และการเคยเข้าร่วมประชุมในกิจกรรมอธิการบดี พบปะคณะ/หน่วยงาน ที่เปิดรับฟังความคิดเห็นบุคลากร ($\bar{X}=2.61$, S.D.=1.08)

เมื่อพิจารณาจำนวนครั้งในการร่วมกิจกรรมกับมหาวิทยาลัยต่อปี พบว่า บุคลากร รวบรวม 67.60 เข้าร่วมกิจกรรมกับมหาวิทยาลัย 1-5 ครั้งต่อปีเท่านั้น ซึ่งถือเป็นจำนวน น้อยมากหากพิจารณาในรอบ 1 ปี สำหรับประเภทของกิจกรรมที่เข้าร่วม พบว่า บุคลากร

ส่วนใหญ่มากกว่าครึ่งหนึ่งเข้าร่วมกิจกรรมด้านวิชาการ ได้แก่ กิจกรรมอบรมพัฒนาศักยภาพ และกิจกรรมประชุมวิชาการ คิดเป็นร้อยละ 64.40 และ 53.10 ตามลำดับ เป็นที่น่าสังเกตว่า บุคลากรกว่าร้อยละ 70.00 ขึ้นไป ไม่เข้าร่วมกิจกรรมทดสอบสมรรถนะ กิจกรรมรับฟังความคิดเห็น และกิจกรรมบริการวิชาการชุมชน และในด้านสังคม และสิ่งแวดล้อม พบว่า บุคลากรเข้าร่วมกิจกรรมทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม กิจกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 49.50 38.90 และ 38.90 ตามลำดับ เป็นที่น่าสังเกตว่า บุคลากรมากกว่าร้อยละ 80.0 ไม่เข้าร่วมกิจกรรมสำคัญหรืองานประจำปีมหาวิทยาลัยขอนแก่น และกิจกรรมส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม

4.5 แนวโน้มพฤติกรรมการมีส่วนร่วมภายในองค์กร

พบว่า บุคลากรส่วนใหญ่ตั้งใจเข้าร่วมกิจกรรมด้านวิชาการ และจะแนะนำบุคคลอื่นให้เข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าวด้วยกัน ($\bar{X}=3.86$, $S.D.=0.89$) ตั้งใจเข้าร่วมการประชุมที่เปิดรับฟังความคิดเห็นบุคลากร และจะแนะนำบุคคลอื่นให้เข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าวด้วยกัน ($\bar{X}=3.73$, $S.D.=0.95$) และตั้งใจเข้าร่วมกิจกรรมด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม และจะแนะนำให้บุคคลอื่นเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าวด้วยกัน ($\bar{X}=3.73$, $S.D.=0.91$) ซึ่งถือเป็นแนวโน้มพฤติกรรมที่ดีในอนาคต

4.6 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

4.6.1 สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลภายในองค์กร ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ประเภทบุคลากร รายได้ และระยะเวลาทำงานในหน่วยงานที่แตกต่างกัน จะมีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร จากสื่อที่เปิดรับมากที่สุด 3 ลำดับแรก (จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ บันทึกรายการหรือหนังสือเวียน และเว็บไซต์มหาวิทยาลัยขอนแก่น) แตกต่างกัน

4.6.1.1 ลักษณะส่วนบุคคลภายในองค์กรที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่จากสื่อที่มีผู้อ่านมากที่สุดอันดับ 1 แตกต่างกัน

(1) บุคลากรที่มีเพศแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยของความถี่ในการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยพบว่า บุคลากรเพศหญิงมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กรมากกว่าบุคลากรเพศชาย มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.44 และ 2.98 ตามลำดับ ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า เพศของผู้ปฏิบัติงาน

ที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 แตกต่างกัน

(2) นอกนั้น ไม่มีความแตกต่างกัน

4.6.1.2 ลักษณะส่วนบุคคลภายในองค์กรที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 ไม่มีความแตกต่างกัน

4.6.1.3 ลักษณะส่วนบุคคลภายในองค์กรที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 ไม่มีความแตกต่างกัน

4.6.2 สมมติฐานการวิจัยที่ 2 การเปิดรับข่าวสารของบุคลากรภายในองค์กร มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรของมหาวิทยาลัยขอนแก่น

4.6.2.1 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 มีความสัมพันธ์กับทัศนคติการสื่อสารโดยรวมที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน

(1) จากผลการวิเคราะห์พบว่า การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กรจากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีระดับความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ เท่ากับ 0.10 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย นอกจากนี้ยังพบว่า การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กรจากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีระดับความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ เท่ากับ 0.12 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย และการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กรจากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านช่องทาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีระดับความสัมพันธ์เท่ากับ 0.10 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย

(2) นอกนั้น ไม่มีความสัมพันธ์กัน

4.6.2.2 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 มีความสัมพันธ์กับทัศนคติการสื่อสารโดยรวมที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน

(1) จากผลการวิเคราะห์พบว่า การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กรจากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีระดับความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ เท่ากับ 0.10 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย

(2) นอกนั้น ไม่มีความสัมพันธ์กัน

4.6.2.3 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 มีความสัมพันธ์กับทัศนคติการสื่อสารโดยรวมที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน

(1) จากผลการวิเคราะห์พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน

4.6.3 สมมติฐานการวิจัยที่ 3 ทัศนคติโดยรวมต่อรูปแบบการสื่อสารภายในมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย

4.6.3.1 จากผลการวิเคราะห์พบว่า ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีระดับความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ เท่ากับ 0.22 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย อีกทั้ง ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีระดับความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ เท่ากับ 0.22 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย นอกจากนี้ ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีระดับความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ เท่ากับ 0.20 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย ทั้งนี้ ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีระดับความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ เท่ากับ 0.17 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย เช่นเดียวกันกับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีระดับความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ เท่ากับ 0.17 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย และทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านช่องทาง มีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรม

ของมหาวิทยาลัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีระดับความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ เท่ากับ 0.19 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย

4.6.4 สมมติฐานการวิจัยที่ 4 ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย

4.6.4.1 จากผลการวิเคราะห์พบว่า ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีระดับความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ เท่ากับ 0.34 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย อีกทั้ง ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีระดับความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ เท่ากับ 0.36 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย นอกจากนี้ ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีระดับความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ เท่ากับ 0.26 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย ทั้งนี้ ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีระดับความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ เท่ากับ 0.26 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย เช่นเดียวกันกับ ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีระดับความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ เท่ากับ 0.33 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย และทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านช่องทาง มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีระดับความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ เท่ากับ 0.33 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย

5. สรุปและอภิปรายผล (Conclusion and Discussion)

การศึกษาทัศนคติของบุคลากรที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในมหาวิทยาลัยขอนแก่น แสดงให้เห็นว่า บุคลากรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ใน Generation X รองลงมาคือ Generation Y ทั้งนี้บุคลากรส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี และปริญญาโท ซึ่งบุคลากรมีพฤติกรรมการมีส่วนร่วมโดยเปิดรับข่าวสารจากสื่อภายในโดยเฉพาะจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ มากที่สุดเป็นลำดับที่ 1 สอดคล้องกับงานของ ณัฐนัย เพชรสุ่ม (2558) ซึ่งพบว่า องค์กรมีการสื่อสารทั้งรูปแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ โดยบุคลากรมีการเปิดรับข่าวสารจากการใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนตัวมากที่สุด รองลงมาคือ บันทึกข้อความหรือหนังสือเวียน และลำดับที่ 3 คือ เว็บไซต์มหาวิทยาลัยขอนแก่น ในขณะที่มีบุคลากรมากกว่าร้อยละ 90.00 ไม่เปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ สอดคล้องกับงานของ สุภาภรณ์ อานาภาพศรีธาดา (2558) ซึ่งศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กร พบว่า องค์กรมีการสื่อสารในลักษณะดั้งเดิมและมีการเปิดรับสื่อภายในองค์กรที่เป็นทางการแบบราชการ กล่าวคือ หนังสือคำสั่ง หนังสือเวียน บันทึกข้อความ ขณะที่สื่อสังคมมีการเปิดรับน้อยที่สุด ดังนั้น การเผยแพร่ข่าวสารจากมหาวิทยาลัย จึงควรพิจารณาสื่อภายในทั้ง 3 ลำดับเป็นสำคัญ รวมไปถึงป้ายประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ภายในมหาวิทยาลัย เพื่อให้เกิดการเข้าถึงจากบุคลากรได้มากที่สุด และควรเผยแพร่ข่าวสารในช่วงเวลา 08.30 - 12.00 น. ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่บุคลากรส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารอันนำไปสู่การเข้าถึงในระดับสูง และรองลงมาคือช่วงเวลา 13.00 - 16.30 น. โดยบุคลากรมากกว่าครึ่งหนึ่งเปิดรับข่าวสารประกาศมหาวิทยาลัยขอนแก่น ข่าวส่งเสริมบุคลากร การจัดอบรมสัมมนา ข่าวกิจกรรม หรือพิธีการสำคัญประจำปี ตลอดจนข่าวงานวิจัยและนวัตกรรม เป็นที่น่าสังเกตว่า บุคลากรไม่สนใจข่าวการประชุมผู้บริหารมหาวิทยาลัยมากเท่าที่ควร โดยไม่เปิดรับสื่อถึงร้อยละ 84.7 ดังนั้น หน่วยงานที่รับผิดชอบ จึงควรมีนโยบายปรับปรุงเนื้อหาการนำเสนอให้น่าสนใจและเหมาะสมมากยิ่งขึ้น

บุคลากรมหาวิทยาลัยขอนแก่นมีทัศนคติต่อการติดต่อสื่อสารจากบนลงล่างอยู่ในระดับมาก ทั้งด้านเนื้อหาข่าวสารที่ทำให้รู้และเข้าใจนโยบายขององค์กรได้อย่างถูกต้องชัดเจน สร้างความเชื่อมั่นและเกิดความไว้วางใจ และด้านช่องทางเว็บไซต์ที่มีความทันสมัย ที่นำเสนอข่าวสารรวดเร็ว ชัดเจน และถูกต้อง มีความสอดคล้องเนื่องจาก

ปัจจุบัน บุคลากรจะรับข่าวสารประกาศ ยุทธศาสตร์ จากเว็บไซต์ เนื่องจากมีความน่าเชื่อถือ และสะดวกรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล สำหรับทัศนคติต่อการติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน จัดอยู่ในระดับปานกลาง ด้านประเด็นเนื้อหา ข้อเสนอแนะของบุคลากรที่สะท้อนเพื่อให้ปรับปรุงงานได้ดียิ่งขึ้น ทำให้เกิดความมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนองค์กร และด้านช่องทางที่อยู่ในระดับมาก ด้านการมีช่องทางที่สามารถใช้ช่องทางเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก และไลน์ สำหรับซักถามข้อสงสัย หรือเสนอแนะ พร้อมได้รับการตอบกลับด้วยข้อมูลอันเป็นประโยชน์ ซึ่งเมื่อบุคลากรมีปัญหา หรือเสนอแนวคิดในการทำงานก็สามารถส่งถึงผู้บริหาร ได้หลายช่องทาง ที่สอดคล้องกับสภาพปัจจุบันที่มีความสะดวกและรวดเร็วในการเข้าถึงผู้บริหาร สื่อประเภทออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทใน การสื่อสารภายในองค์กรมากยิ่งขึ้น ในปัจจุบัน โดยเฉพาะการสื่อสารแบบล่างขึ้นบน ดังเช่นผลของการศึกษาของ ประทุมมา และคณะ (2557) และ สภาพร และคณะ (2562) ที่พบว่า สื่อประเภทออนไลน์ควรที่จะได้รับการพัฒนามากยิ่งขึ้นในอนาคต โดยเฉพาะการพัฒนาเป็นช่องทางสำหรับซักถามข้อสงสัย เสนอแนะ หรือรับข้อร้องเรียน รวมทั้งมีทัศนคติระดับปานกลางในประเด็นองค์กรมีการจัดเวที หรือการประชุมที่ให้บุคลากรได้แสดงความคิดเห็นต่อผู้บริหาร จึงควรพัฒนาให้มีกิจกรรมดังกล่าวเกิดขึ้น ในมหาวิทยาลัยอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ บุคลากรมีทัศนคติต่อการติดต่อสื่อสารตามแนวราบอยู่ในระดับมาก ทั้งด้านประเด็นเนื้อหาเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างบุคลากร ซึ่งช่วยให้การประสานงานระหว่างคณะหรือหน่วยงานราบรื่น และช่วยสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างคณะหรือหน่วยงาน ตลอดจนการสื่อสารระหว่างบุคลากร ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ในการทำงาน หรือเกิดความสนใจเฉพาะในแต่ละสายงาน ทำให้เกิดความชำนาญในวิชาชีพ และในด้านช่องทางการสื่อสารผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ทำให้เกิดความเข้าใจง่าย สะดวก และรวดเร็ว รวมทั้งช่องทางการสื่อสารผ่านการพูดคุยแบบไม่เป็นทางการ ทำให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคลากร ทั้งในสายงานเดียวกันและต่างสายงาน ซึ่งสอดคล้องกับสภาพปัจจุบันที่บุคลากรมีอายุงานมาก จึงมีความรู้จักสนิทสนมกันแม้อยู่กับคนละคณะหน่วยงาน การสื่อสารแนวราบจึงเป็นสิ่งที่ช่วยให้การดำเนินงานในมหาวิทยาลัยบรรลุความสำคัญได้ด้วยดีตลอดมา ทั้งนี้ฝ่ายที่อยู่เรื่องการสร้างความสัมพันธ์หรือผูกพันภายในองค์กรควรมีกิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์ของคนภายในองค์กรอย่างต่อเนื่อง

บุคลากรส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการณ์มีส่วนร่วมในองค์กรระดับปานกลาง โดยเฉพาะในประเด็นการเข้าร่วมกิจกรรมประเภทวิชาการของมหาวิทยาลัย อาทิ การประชุมวิชาการต่าง ๆ โครงการอบรมภาษาอังกฤษ โครงการอบรมคอมพิวเตอร์ รองลงมาคือ ประเด็นการเคยเข้าร่วมกิจกรรมประเภทสังคม หรือสิ่งแวดล้อมของมหาวิทยาลัย อาทิ กิจกรรม CSV กิจกรรมทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม และการเคยเข้าร่วมประชุมในกิจกรรมอธิการบดี พบปะคณะหรือหน่วยงานที่เปิดรับฟังความคิดเห็นบุคลากรของมหาวิทยาลัย เมื่อพิจารณาจำนวนครั้งในการร่วมกิจกรรมกับมหาวิทยาลัยต่อปี พบว่า บุคลากรราวร้อยละ 67.60 เข้าร่วมกิจกรรมกับมหาวิทยาลัย 1 - 5 ครั้งต่อปีเท่านั้น ซึ่งถือเป็นจำนวนน้อยมากหากพิจารณา ในรอบ 1 ปี สำหรับประเภทของกิจกรรมที่เข้าร่วม ส่วนบุคลากรกว่าร้อยละ 70.00 ขึ้นไป ไม่เข้าร่วมกิจกรรมทดสอบสมรรถนะ กิจกรรมรับฟังความคิดเห็น และกิจกรรมบริการวิชาการชุมชน บุคลากรมากกว่าร้อยละ 80.00 ไม่เข้าร่วมกิจกรรมสำคัญหรืองานประจำปีมหาวิทยาลัยขอนแก่น และกิจกรรมส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม ดังนั้น มหาวิทยาลัย โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบควรร่วมมือกัน เพื่อจัดกิจกรรมหรือสื่อสารองค์กร เพื่อสร้างแรงจูงใจให้บุคลากรมีส่วนร่วมกับองค์กรมากขึ้นในทุกด้าน เพื่อให้องค์กรขับเคลื่อนไปพร้อมกับการพัฒนารทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรและบุคลากรส่วนใหญ่ตั้งใจเข้าร่วมการประชุมที่เปิดรับฟังความคิดเห็นบุคลากร และกิจกรรมด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม พร้อมแนะนำบุคคลอื่นให้เข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าวด้วยกัน ซึ่งถือเป็นแนวโน้มพฤติกรรมที่ดีในอนาคต

ผลการวิจัยนี้พบว่า บุคลากรเพศหญิงมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กรจากจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ มากกว่าบุคลากรเพศชาย แสดงให้เห็นว่าเพศหญิงมีความใส่ใจต่อการเข้าถึงอีเมลมากกว่าเพศชาย และแสดงให้เห็นว่า ทัศนคติของบุคลากรที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในมหาวิทยาลัยขอนแก่นมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการณ์มีส่วนร่วมในองค์กร ซึ่งพบว่าเมื่อบุคลากรมีทัศนคติต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรที่ดีแล้ว จะนำไปสู่การเกิดแนวโน้มพฤติกรรมการณ์มีส่วนร่วมในองค์กรสูงตามไปด้วยเช่นกัน ดังนั้น หน่วยงานภายในมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่รับผิดชอบควรจัดกิจกรรมและสร้างแรงจูงใจให้บุคลากรมีส่วนร่วมกับองค์กรอย่างทั่วถึงและครอบคลุมบุคลากรทุกหน่วยงาน ตลอดจนผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบภาษาอังกฤษเพิ่มเติม เพื่อเพิ่มการรับรู้ข้อมูลในกลุ่มบุคลากรต่างชาติ โดยประชาสัมพันธ์ร่วมกันผ่านสื่อสังคมออนไลน์ หรือจัดกิจกรรม

ที่เน้นการมีส่วนร่วมผ่านการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น เพื่อให้บุคลากรเริ่มเปิดรับและเข้าถึงสื่อ หรือเนื้อหาข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่เข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็ว ตลอดจนพัฒนาให้มีกิจกรรมเกิดขึ้นในมหาวิทยาลัยอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมกับบุคลากร และรับฟังความคิดเห็นของบุคลากร เพื่อนำไปสู่แนวทางการบริหารงานให้ตรงตามความต้องการของบุคลากรมากยิ่งขึ้นต่อไป

5.1 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

5.1.1 ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

5.1.1.1 ควรเพิ่มช่องทางการเสนอแนวคิดและการติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน เนื่องจากผลการศึกษาพบว่าทัศนคติการสื่อสารจากล่างขึ้นบน ด้านช่องทางอยู่ในระดับปานกลาง โดยช่องทางเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก และไลน์ อยู่ในระดับมากแล้ว แต่ควรเพิ่มช่องทางอื่นที่เหมาะสมและหลายช่องทาง อาทิ การจัดเวทีหรือการประชุมที่ให้บุคลากรได้แสดงความคิดเห็นต่อผู้บริหาร ให้ได้รับรู้ในมุมมองจากบุคลากรเพิ่มเติม ปัญหาต่าง ๆ จึงจะได้รับการแก้ไขอย่างตรงจุด

5.1.1.2 จากผลการศึกษาการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น พบว่า บุคลากรมหาวิทยาลัย ขอนแก่นมากกว่าร้อยละ 60.0 เปิดรับข่าวสารจากสื่อภายในโดยเฉพาะจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (KKU Pop-Mail) บันทึกข้อความหรือหนังสือเวียน เว็บไซต์มหาวิทยาลัยขอนแก่น (www.kku.ac.th) และป้ายประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย ในขณะที่มีบุคลากรมากกว่าร้อยละ 90.0 ที่ไม่เปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ ไลน์ออฟฟิเชียล ยูทูปออฟฟิเชียล และอินสตาแกรมออฟฟิเชียล ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรประชาสัมพันธ์กิจกรรมสำคัญที่สร้างการมีส่วนร่วมจากบุคลากรผ่าน 3 สื่อหลักข้างต้นและ +1 สื่อป้ายประชาสัมพันธ์ อย่างไรก็ตาม ควรมีการประชาสัมพันธ์ร่วมกันผ่านสื่อสังคมออนไลน์ หรือมีกิจกรรมที่เน้นการมีส่วนร่วมผ่านการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น เพื่อให้บุคลากรเริ่มเปิดรับและเข้าถึงสื่อ หรือเนื้อหาข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์มากยิ่งขึ้นต่อไป

5.1.1.3 จากผลการศึกษาประเภทของข่าวสารที่เปิดรับพบว่า บุคลากรมากกว่าครึ่งหนึ่งเปิดรับข่าวสารประกาศมหาวิทยาลัยขอนแก่น ข่าวส่งเสริมบุคลากรหรือการจัดอบรมสัมมนาต่าง ๆ ภายใน มข. ข่าวกิจกรรมหรือพิธีการสำคัญประจำปี มข. และ ข่าวงานวิจัยและนวัตกรรมของ มข. เนื่องจากเป็นข่าวสารที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับภารกิจ

ของบุคลากร เป็นที่น่าสังเกตว่า บุคลากรไม่ได้สนใจข่าวสารการประชุมผู้บริหารมหาวิทยาลัยมากเท่าที่ควร โดยไม่เปิดรับสื่อถึงร้อยละ 84.7 ดังนั้น หน่วยงานที่รับผิดชอบ จึงควรมีนโยบายเผยแพร่ข่าวสารประเภทนี้ซึ่งนับเป็นข่าวสารศาสตร์องค์กรอย่างต่อเนื่องหรือปรับเนื้อหาให้เหมาะสมมากยิ่งขึ้น เพื่อให้บุคลากรรับรู้ข่าวสารประเภทยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย นอกจากนี้ ยังทำให้บุคลากรมีความรู้สึกเป็นเจ้าขององค์กรเพราะทราบทิศทางการบริหารงานของมหาวิทยาลัย ผ่านการรับรู้ข่าวสารการประชุมของผู้บริหารมหาวิทยาลัยอีกด้วย

5.1.1.4 จากผลการศึกษาทัศนคติที่มีต่อการสื่อสารภายในของมหาวิทยาลัยขอนแก่นพบว่า บุคลากรยังมีทัศนคติระดับปานกลางต่อประเด็นการสื่อสารผ่านช่องทางวิทยุเอฟเอ็ม 103 ดังนั้น กองสื่อสารองค์กร จึงควรพัฒนาเนื้อหาสาระในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารผ่านช่องทางดังกล่าวให้น่าสนใจ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น นอกจากนี้ บุคลากรยังมีทัศนคติระดับปานกลางต่อประเด็นองค์กร มีการจัดเวทีหรือการประชุมที่ให้บุคลากรได้แสดงความคิดเห็นต่อผู้บริหาร ดังนั้น หน่วยงานที่รับผิดชอบจึงควรพัฒนาให้มีกิจกรรมดังกล่าวเกิดขึ้นในมหาวิทยาลัยอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมกับบุคลากรและรับฟังความคิดเห็นของบุคลากรเพื่อนำไปสู่แนวทางการบริหารงานให้ตรงตามความต้องการของบุคลากรมากขึ้น

นอกจากนี้ยังพบว่า การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กรมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรกระตุ้นให้บุคลากรเปิดรับข่าวสารภายในองค์กรมากขึ้น ทั้งด้านเนื้อหาที่ทันสมัย เจาะกลุ่มเป้าหมาย น่าสนใจ และด้านช่องทาง ที่ควรจะนำเสนอผ่านสื่อ 3 อันดับหลักและ +1 สื่อป้ายประชาสัมพันธ์ ก่อน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับงบประมาณด้านการประชาสัมพันธ์ เนื่องจากป้ายประชาสัมพันธ์ต้นทุนสูงกว่าสื่ออื่นๆ แล้วจึงนำเสนอผ่านสื่ออื่น ๆ เพิ่มเติมเพื่อให้เข้าถึงทุกกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น ซึ่งจะทำให้บุคลากรมีทัศนคติเชิงบวกต่อรูปแบบการสื่อสารภายในมากขึ้นต่อไป

5.1.1.5 จากผลการศึกษาพฤติกรรมการณ์มีส่วนร่วมภายในองค์กรพบว่า บุคลากรมีพฤติกรรมการณ์มีส่วนร่วมในองค์กรระดับปานกลาง โดยเฉพาะในประเด็นการเคยเข้าร่วมกิจกรรมประเภทวิชาการของมหาวิทยาลัย รองลงมาคือ ประเด็นการเคยเข้าร่วมกิจกรรมประเภทสังคม หรือสิ่งแวดล้อมของมหาวิทยาลัย และการเคยเข้าร่วมประชุมในกิจกรรมอธิการบดีพบปะคณะ/หน่วยงาน ที่เปิดรับฟังความคิดเห็นบุคลากร ซึ่งถือเป็น

ค่าเฉลี่ยที่ไม่สูงมากนัก ดังนั้น มหาวิทยาลัย โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบควรจัดกิจกรรม และสร้างแรงจูงใจให้บุคลากรมีส่วนร่วมกับองค์กรมากขึ้นในทุกด้าน เพื่อให้องค์กรขับเคลื่อนไปพร้อมกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร เป็นที่น่าสังเกตว่า บุคลากรมากกว่าร้อยละ 80.0 ไม่เข้าร่วมกิจกรรมสำคัญหรืองานประจำปีมหาวิทยาลัยขอนแก่น และกิจกรรมส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม ซึ่งอาจเป็นกิจกรรมที่หน่วยงานต่าง ๆ ส่งตัวแทนเข้าร่วม ดังนั้น มหาวิทยาลัยขอนแก่นควรสร้างการมีส่วนร่วมให้เกิดขึ้น อย่างทั่วถึงและครอบคลุมบุคลากรทุกคณะ/หน่วยงาน และทุกตำแหน่งมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ยังพบว่า ทศนคติที่มาต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย และแนวโน้มการเข้าร่วมกิจกรรม โดยหากบุคลากรมีทัศนคติเชิงบวกต่อรูปแบบการสื่อสาร ย่อมมีการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัยมากขึ้น ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีกิจกรรมส่งเสริมทัศนคติต่อรูปแบบการสื่อสารภายในให้มากขึ้น ผ่านการกระตุ้นให้เปิดรับข่าวสาร เพื่อให้บุคลากรรับรู้ข่าวสารและเข้าร่วมกิจกรรมกับมหาวิทยาลัยมากขึ้น

5.1.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

5.1.2.1 ควรทำการวิจัยแบบผสมผสาน ทั้งการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลเชิงลึกเพิ่มเติมนำไปสู่เงื่อนไข และแนวทางในการแก้ไขที่ชัดเจน และถูกต้อง

5.1.2.2 ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการประเมินความต้องการสื่อ และรูปแบบเนื้อหา (Content) เพื่อให้เกิดการพัฒนาการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

5.1.2.3 ควรทำการวิเคราะห์การสื่อสารขององค์กรที่น่าจะมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร เพื่อให้ทราบว่า การสื่อสารขององค์กรส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อองค์กรอย่างไร โดยอาจดำเนินการทั้งกับบุคลากร นักศึกษา และชุมชนใกล้เคียง ซึ่งจะนำไปสู่ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายทั้งด้านการพัฒนารูปแบบการสื่อสาร และความจงรักภักดีต่อองค์กรอย่างครอบคลุมมากขึ้น

6. กิตติกรรมประกาศ (Acknowledgement)

ขอขอบคุณ กองสื่อสารองค์กร สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่สนับสนุนการวิจัย และขอขอบคุณบุคลากรกองสื่อสารองค์กรทุกท่าน ที่สนับสนุนเป็นกำลังใจและที่ปรึกษาในทุก ๆ ด้าน ทำให้งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความเรียบร้อย

7. เอกสารอ้างอิง (References “APA Style”)

- ณัฐดนัย เพชรสุ่ม. (2558). พฤติกรรมและความพึงพอใจต่อการสื่อสารภายในองค์กรของพนักงาน บริษัท ห้างปฏิบัติการกลาง (ประเทศไทย) จำกัด. การศึกษาอิสระปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการสื่อสารองค์กร คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ประทุมมา ทาแดง, หญิง โพธิ์สุวรรณ และ สมพิศ นามเปื่อย. 2557. ประสิทธิภาพของช่องทางการรับสื่อประชาสัมพันธ์คณะทันต แพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. วารสารวิจัยสถาบัน มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2(2): 87-92.
- วรัญญ ดอนเหนือ, ทองรวี ศิลาน้อย และ ประเมศวร์ จรัสเมธากุล. 2563. การศึกษาประสิทธิภาพการสื่อสารผ่านช่องทางสื่อของ กองสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยขอนแก่น. วารสารวิชาการ ปชมท., 8(2): 61-69.
- อารี จำปากล้วย, กาญจนา ตั้งชลทิพย์ และ สุภาณี ปลื้มเจริญ. (2561). ความอยู่ดีมีสุขในสังคมไทย: ความฝันหรือความจริง. พิมพ์ครั้งที่ 1. นครปฐม: สำนักพิมพ์ประชากรและสังคม.
- สถาพร นาวานุเคราะห์, อุดมชัย สุพรรณวงศ์ และ ชูตินันท์ พันธุ์จรุง. 2562. การศึกษาประสิทธิภาพการสื่อสารผ่านช่องทางสื่อของกองสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยขอนแก่น. วารสารวิชาการ ปชมท., 8(2): 61-69.
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2548). เทคนิคการวิเคราะห์ตัวแปรหลายตัวสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์ : หลักการ วิธีการและการประยุกต์. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: สามลดา.

- สุภากรณ์ อานุภาพศรีธาดา. (2558). **พฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรของ สำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงาน โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ (สำนักงาน กปร.).** การศึกษาอิสระปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการสื่อสารองค์กร คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- สมยศ นาวิการ. (2544). **การติดต่อสื่อสารขององค์กร. พิมพ์ครั้งที่ 1.** กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์บรรณกิจ 1991.
- Cronbach, L. J. (1990). **Essentials of psychological testing.** 5th ed. New York: Harper Collins Publishers.
- Yamane, T. (1973). **Statistics: An introductory statistic.** 2nd ed. New York: Harper & Row.