

การเสริมสร้างประสิทธิผลการสื่อสารองค์กรเชิงพุทธบูรณาการของ  
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยในวิทยาเขตภาคเหนือตอนบน\*  
BUDDHIST INTEGRATED ORGANIZATIONAL COMMUNICATION  
EFFECTIVENESS ENHANCEMENT OF THE UPPER NORTHERN CAMPUSES  
MAHACHULALONGKORNRAJAVIDYALAYA UNIVERSITY

พระมหาอรณพล นริสโร (คงตัน), เกียรติศักดิ์ สุขเหลือง  
Phramaha Attaphon Narissaro (kongtan), Kiettisak Suklueang  
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย  
Mahachulalongkornrajavidyalaya University  
Corresponding Author E-mail: attaphon\_kt@hotmail.com

## บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อนำเสนอรูปแบบการเสริมสร้างประสิทธิผลการสื่อสารองค์กรเชิงพุทธบูรณาการของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยในวิทยาเขตภาคเหนือตอนบน เป็นวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 18 รูปหรือคน แบ่งเป็น 6 กลุ่ม และการสนทนากลุ่มเฉพาะ จำนวน 9 รูปหรือคน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการเสริมสร้างประสิทธิผลการสื่อสารองค์กรเชิงพุทธบูรณาการของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยในวิทยาเขตภาคเหนือตอนบน ประกอบด้วย หลักการสอนของพระพุทธเจ้า 4 ประการ ได้แก่ สันติสนา สมาทปนา สมุตเตสนา และสัมปหังสนา และกระบวนการสื่อสาร 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผู้ส่งสาร ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านช่องทางการสื่อสาร และด้านผู้รับสาร

**คำสำคัญ:** ประสิทธิภาพ; การสื่อสารองค์กร; พุทธบูรณาการ

## Abstracts

This research paper proposed a framework for improving the efficacy of integrated Buddhist organizational communication at the Upper Northern Campuses of Mahachulalongkornrajavidyalaya University. The study utilized in-depth interviews with 18 key informants, divided into 6 groups and 9

---

\*Received August 8, 2024; Revised September 5, 2024; Accepted September 9, 2024

participants in focus group discussions. Data analysis was conducted using descriptive content interpretation.

The findings revealed that the framework for enhancing the efficacy of Buddhist integrated organizational communication at the Upper Northern Campuses of Mahachulalongkornrajavidyalaya University encompassed the four principles of the Buddha's teachings: Sandassanà, Samàdapanà, Samuttejanà and Sampahamsanà. The communication process was divided into four: senders, messages, communication channels, and receivers.

**Keywords:** Effectiveness; Corporate Communications; Integrative Buddhism

## บทนำ

การสื่อสารภายในองค์กรเป็นศูนย์กลางที่ทำให้บุคลากรรับรู้และเข้าใจในสิ่งเดียวกัน ภายในองค์กรประกอบด้วยกันหลายส่วน ถึงแม้ว่าภายในองค์กรเองมีการแบ่งย่อยแบ่งสาขาอย่างหลากหลาย การมีวัฒนธรรมและพฤติกรรมในการสื่อสารในองค์กรที่ดีจะสามารถสร้างความมั่นคงและเหนียวแน่นเหมือนการที่ยึดติดองค์กรให้คงอยู่ได้ ผู้คนในสังคมมีความจำเป็นต้องพึ่งพาระบบและเครือข่ายการสื่อสาร เนื่องจากข่าวสารข้อมูลต่างๆ ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการกำหนดความคิด วิสัยทัศน์ ทิศนคติ และพฤติกรรมต่างๆ ของคนเรามากขึ้นทุกวัน จึงจำเป็นต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือในการติดต่อประสานสัมพันธ์และร่วมกลุ่มกันทางสังคม (จินตวิทย์ เกษมสุข, 2554)

การสื่อสารภายในองค์กรเป็นการสื่อสารที่ใช้ทักษะการสื่อสารเชิงวัจนะ (Verbal Communication) หรือการสื่อสารด้วยภาษาพูดและภาษาเขียน กับ การสื่อสารเชิงอวัจนะ (Nonverbal Communication) เช่น การใช้สัญลักษณ์ การแสดงท่าทาง ระดับเสียงที่ใช้ การสัมผัส การจัดระยะ เสื้อผ้า และเรื่องช่วงเวลา ซึ่งเป็นการติดต่อระหว่างบุคคลในองค์กรหรือหน่วยงานที่เป็นทางการ ดังนั้นลักษณะของการสื่อสารภายในองค์กรจึงจำเป็นต้องจัดให้สอดคล้องกับโครงสร้างขององค์กรด้วยและเมื่อใดก็ตามที่การสื่อสารภายในองค์กรมีประสิทธิภาพ สามารถเชื่อมโยงทุก ๆ หน่วยขององค์กรให้เข้ากันได้ด้วยดี มีทิศทางในการสื่อสารที่ตอบสนองต่อวิสัยทัศน์ขององค์กร พร้อม ๆ กับมีการถ่ายทอดอัตลักษณ์องค์กรเป็นเอกภาพอย่างต่อเนื่อง จะก่อให้เกิดคุณค่า 2 ประการ 1. พนักงานเข้าใจและตระหนักในทิศทางขององค์กรอย่างเป็นรูปธรรม เกิดความรู้สึกในองค์กรที่ตนร่วมงานอยู่ เนื่องจากสามารถสัมผัสได้ถึงตัวตนหรืออัตลักษณ์ที่สง่างามและมีคุณค่าขององค์กร ซึ่งได้รับการถ่ายทอดอย่างเป็นระบบผ่านสื่อ กิจกรรม และวัฒนธรรมองค์กรที่ฝ่ายบริหารสร้างขึ้น 2. พนักงานเกิดความรู้สึกผูกพันและมีส่วนร่วมกับองค์กร (Engagement)

พร้อมให้ความร่วมมือกับการดำเนินงานขององค์กรเสมอ (ภาควิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, 2567) ผู้บริหารที่รู้จักเลือกใช้ระบบการสื่อสารที่เหมาะสมจะทำให้ผลงานขององค์กรเพิ่มมากขึ้น ทักษะทางการสื่อสารที่ดีมีชัยไปกว่าครึ่ง ผู้บริหารใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือช่วยประสานการทำงานในองค์กร แทนการใช้อำนาจควบคุมโดยตรงตามความเห็นของผู้เขียนการสื่อสาร คือกระบวนการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจ การแลกเปลี่ยนหรือแสดงออกถึงทัศนคติ พฤติกรรมความรู้สึก เพื่อสร้างความเข้าใจซึ่งกันและกันระหว่างบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ผู้บริหารต้องรู้จักองค์ประกอบหลัก ๆ ของการสื่อสารเมื่อมีปัญหาด้านการสื่อสารจะได้แยกสาเหตุเป็นลำดับและแก้ไขได้ตรงจุด (สร้อยตระกูล (ติวานนท์) อรรถมานะ, 2545) การติดต่อสื่อสารนั้นต้องเกี่ยวข้องกับปัจจัยหรือองค์ประกอบสำคัญ ๆ 3 ประการ อันได้แก่ ผู้ส่งข่าวสาร (Sender) ผู้รับสาร (Receiver) และตัวข่าวสาร (Message) องค์ประกอบทั้ง 3 เมื่อมารวมกันจึงเรียกว่าเป็นการติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่งถือถือว่าเป็นความสามารถในการดำเนินกิจกรรมให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรที่ได้กำหนดไว้ (Freeman, 1997) ประสิทธิภาพเป็นเกณฑ์การประเมินผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพนั้น สามารถบรรลุผลของนโยบายที่คาดหวังไว้นั่นเอง (Dunn, 1994)

ปัจจุบัน มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย โดยวิทยาเขตในกลุ่มภาคเหนือ ได้มีการขยายการศึกษาอย่างต่อเนื่อง ด้วยจำนวนนิสิตกว่า 2,213 รูปหรือคน (สำนักทะเบียนและวัดผล มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, 2567) ซึ่งทำให้การสื่อสารองค์กรอาจไม่ทั่วถึงและไม่มีประสิทธิภาพ จึงจำเป็นต้องมีการบริหารจัดการที่ดี โดยเฉพาะด้านการสื่อสารองค์กร เพราะการสื่อสารที่ดีและมีประสิทธิภาพ จะส่งผลให้เกิดความเข้าใจ ความร่วมมือ และการประสานงานที่ดีในด้านต่าง ๆ ให้นำไปสู่การปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง เหมาะสมและตรงตามเป้าหมาย จะต้องมีความคิดในการบริหารการสื่อสารองค์กรที่มีประสิทธิภาพ การบริหารจัดการข้อมูลที่ชัดเจน รวดเร็ว เข้าใจและเห็นคุณประโยชน์เกี่ยวกับการสื่อสาร ซึ่งปัจจุบันเทคโนโลยีได้เข้ามาเกี่ยวข้องกับการสื่อสารมากขึ้น ทำให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารมีช่องทางการสื่อสารเพิ่มมากขึ้น (อรอนงค์ สวัสดิ์บุรี, 2555) เป็นการส่งเสริมรูปแบบการสื่อสารองค์กรให้มีคุณธรรมควบคู่ไปด้วย เพื่อรองรับการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตในภาคเหนือตอนบน จึงจำเป็นต้องมีการบริหารจัดการที่ดี โดยเฉพาะด้านการสื่อสารองค์กร มาใช้ในการบริหารงานให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อรองรับการเจริญเติบโตของหน่วยงาน โดยพยายามทำให้เกิดการมีการรับรู้ เข้าใจและเห็นคุณประโยชน์เกี่ยวกับการสื่อสารมากขึ้น

## วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อนำเสนอรูปแบบการเสริมสร้างประสิทธิภาพการสื่อสารองค์กรเชิงพุทธบูรณาการของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยในวิทยาเขตภาคเหนือตอนบน

## วิธีดำเนินการวิจัย

### 1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกในการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 18 รูปหรือคน และการสนทนากลุ่มเฉพาะ จำนวน 9 รูปหรือคน

### 2. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

โดยการเลือกแบบเจาะจง มีจำนวน 18 รูปหรือคน แบ่งเป็น 6 กลุ่ม ประกอบด้วย

1. กลุ่มผู้บริหาร จำนวน 3 รูปหรือคน
2. กลุ่มผู้แทนสายวิชาการ จำนวน 3 รูปหรือคน
3. กลุ่มผู้แทนสายปฏิบัติการวิชาชีพ จำนวน 6 รูปหรือคน
4. ผู้เป็นเครือข่ายของมหาวิทยาลัย จำนวน 2 รูปหรือคน
5. นักวิชาการหรือผู้ปฏิบัติงานทางด้านพระพุทธศาสนา จำนวน 2 รูปหรือคน
6. กลุ่มนักวิชาการด้านรัฐประศาสนศาสตร์ จำนวน 2 รูปหรือคน

และการสนทนากลุ่มเฉพาะ จำนวน 9 รูปหรือคน โดยการคัดเลือกแบบเจาะจง ซึ่งเป็นบุคคลที่มีความรอบรู้และเชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

### 3. เครื่องมือ

การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกในการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และการสนทนากลุ่มเฉพาะ

### 4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

โดยการใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยการบันทึกเทปและเขียนลงในแบบสัมภาษณ์และนำไปสังเคราะห์ข้อมูลให้ได้ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยต่อไป

### 5. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงพรรณนา (Descriptive Content Analysis) ซึ่งจะคำนึงถึงบริบท (Context) หรือสภาพแวดล้อมประกอบของข้อมูล และวิเคราะห์เนื้อหาตามที่ปรากฏ (Content Analysis) ในเอกสาร เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลแบบพรรณนาความ

## ผลการวิจัย

1. การนำเสนอประสิทธิภาพการบริหารการสื่อสารองค์กรเชิงพุทธบูรณาการของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ในวิทยาเขตภาคเหนือตอนบน ประกอบด้วย

หลักการสอนของพระพุทธเจ้า 4 ประการ กระบวนการสื่อสาร 4 ด้าน โดยปัจจัยพื้นฐานในการนำเสนอประสิทธิภาพการบริหารการสื่อสารองค์กรเชิงพุทธบูรณาการของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยในวิทยาเขตภาคเหนือตอนบน มีองค์ประกอบสำคัญ 2 ส่วนด้วยกัน คือ หลักการสอนของพระพุทธเจ้า 4 ประการ และกระบวนการสื่อสาร 4 ด้าน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. หลักการสอนสื่อสารของพระพุทธเจ้า 4 ด้าน การนำหลักการสอนของพระพุทธเจ้า 4 ด้าน มาปรับใช้ในการบริหารการสื่อสารองค์กรของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ในวิทยาเขตภาคเหนือตอนบน ซึ่งจะเป็นการกำหนดแผนงาน วางแผนขั้นตอนด้านการสื่อสารองค์กร ที่จะนำไปสู่การปฏิบัติได้อย่างถูกต้องสอดคล้องกับนโยบายวิสัยทัศน์ พันธกิจ กลยุทธ์ต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย เพื่อให้บุคลากรได้ปฏิบัติงานไปในทิศทางเดียวกัน และเพื่อให้ได้แนวทางในการส่งเสริมประสิทธิภาพในการบริหารการสื่อสารองค์กร เป็นประโยชน์ต่อการบริหารงานและหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องในการนำไปประยุกต์ใช้ซึ่งมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้ 1. ด้านสันตัสสนา อธิบายให้เห็นชัดเจนแจ่มแจ้ง เป็นการนำเสนอการจัดการข้อมูลการสื่อสารอย่างชัดเจน แจ่มแจ้ง ในด้านการบริหารการสื่อสารข้อมูลที่สื่อสารออกมาจะต้องมีความชัดเจน ถูกต้อง สมบูรณ์ และครบถ้วน 2. ด้านสมทปนา จูงใจให้เห็นจริงด้วย ชวนให้คล้อยตาม เป็นการนำเสนอรูปแบบในการที่เป็นการสื่อสารที่ส่งเสริมให้ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารมีส่วนร่วมในกิจกรรม รวมไปถึงมีส่วนได้ส่วนเสียในสารนั้น และเป็นไปอย่างเป็นระบบ นำเสนอสิ่งใดออกมาจะต้องนำเสนอด้วยเหตุผล และหลักฐานที่น่าเชื่อถือ 3. ด้านสมุตเตชนา เร้าใจให้แก่วกกล้า บังเกิดกำลังใจ เป็นการนำหลักการพูดให้บุคลากรเกิดความกล้า หรือกำลังใจในการทำงาน เป็นการสื่อสารที่กระตุ้นให้เกิดกำลังใจ สร้างแรงบันดาลใจสร้างความมั่นใจ และจุดประกายความกล้าหาญให้กับบุคลากรของมหาวิทยาลัย เช่น ใช้คำพูดที่กระตุ้นให้เกิดความรู้สึกกล้าหาญ เช่น “คุณทำได้” หรือ “อย่ากลัวที่จะล้มเหลว” เป็นต้น 4. ด้านสัมปหังสนา ขโลมใจให้เข้มแข็ง ร่าเริง เบิกบาน ฟังไม่เบื่อ เป็นการพูดแบบการให้คำชมเชย หรือการชมเชยผู้อื่นในแง่บวก เป็นการให้กำลังใจ และเป็นการสร้างบรรยากาศแบบเป็นมิตร สรุปได้ว่า การนำหลักการสอนของพระพุทธเจ้า 4 ด้าน มาปรับใช้ในการบริหารการสื่อสารองค์กรของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ในวิทยาเขตภาคเหนือตอนบน จะทำให้การสื่อสารองค์กรของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ในวิทยาเขตภาคเหนือตอนบนมีความชัดเจนในการสื่อสารได้ดียิ่งขึ้น เป็นการสื่อสารที่ส่งเสริมให้ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารมีส่วนร่วมในกิจกรรม รวมไปถึงมีส่วนได้ส่วนเสียในมหาวิทยาลัย และทำให้บุคลากรของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ในวิทยาเขตภาคเหนือตอนบน ได้เกิดกำลังใจในการทำงานและต่อสู้กับอุปสรรคที่จะเกิดขึ้น

2. กระบวนการสื่อสาร 4 ด้าน ในกระบวนการสื่อสารองค์กรทั้ง 4 ด้าน เป็นหลักการสื่อสาร ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ 1. ด้านผู้ส่งสาร (Sender) คือ มีกระบวนการส่งสารที่ชัดเจน มีความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาของสารที่จะสื่อออกไปแล้ว มีความเอาใจใส่ ผู้ส่งสารควรมีความเอาใจใส่ต่อผู้รับสาร รวมไปถึงการประสานงานและการสื่อสารภายในองค์กรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ 2. ด้านข้อมูลข่าวสาร (Message) คือ มีรูปแบบที่ครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ มุ่งเน้นการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารที่ชัดเจน การจัดการเนื้อหาที่น่าสนใจ และตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย มีข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย ครบถ้วน 3. ด้านช่องทางการสื่อสาร (Chanel) คือ มุ่งเน้นการสื่อสารที่หลากหลาย เข้าถึงได้ง่าย รวดเร็ว และมีความปลอดภัย 4. ด้านผู้รับสาร (Receiver) คือ มีทักษะการสื่อสารที่ดี และต้องมีความเข้าใจในบริบทและวัตถุประสงค์ของการสื่อสารด้วย มีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับบริบทและหัวข้อของสารที่ได้รับ สามารถวิเคราะห์ข้อความได้อย่างมีวิจารณญาณ และประเมินความน่าเชื่อถือและความถูกต้องของข้อความได้ สรุปได้ว่า หลักกระบวนการสื่อสารองค์กร 4 ด้าน ประกอบด้วย มีกระบวนการส่งสารที่ชัดเจน มีความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาของสารที่จะสื่อออกไป ปรับการสื่อสารให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้รับสาร ซึ่งจะช่วยลดความสับสนและความขัดแย้งในการทำงาน รวมไปถึงการประสานงานและการสื่อสารภายในองค์กรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ มีรูปแบบการสื่อสารที่ครอบคลุม และตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยจะช่วยให้ผู้รับสารสามารถตัดสินใจได้อย่างเหมาะสม มีทักษะการสื่อสารที่ดี และต้องมีความเข้าใจในบริบทและวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร สามารถวิเคราะห์ข้อความได้อย่างมีวิจารณญาณ

## อภิปรายผลการวิจัย

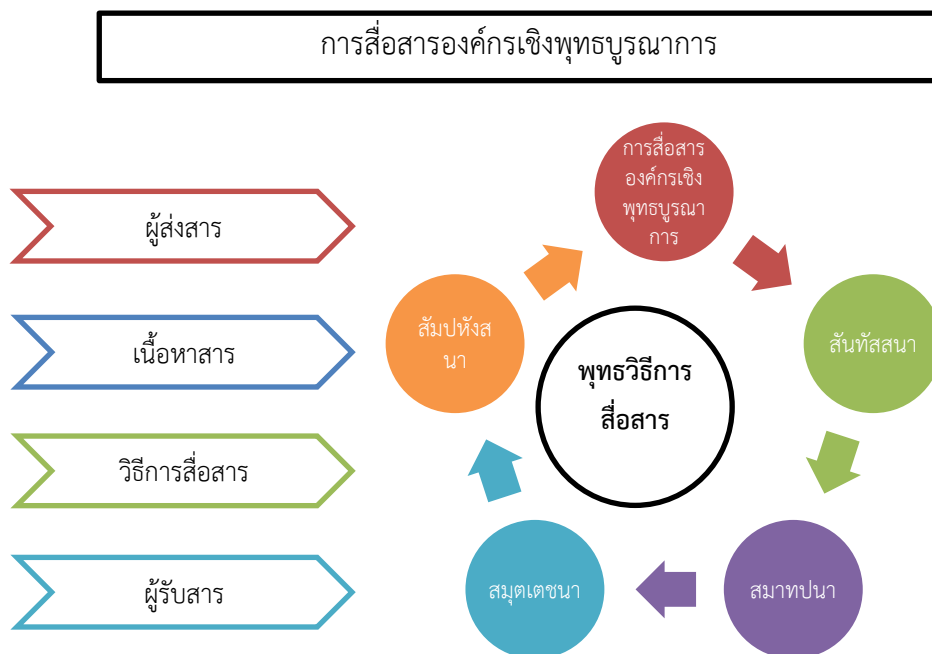
การนำเสนอประสิทธิผลการบริหารการสื่อสารองค์กรเชิงพุทธบูรณาการของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ในวิทยาเขตภาคเหนือตอนบน มีการบริหารการสื่อสารองค์กรเชิงพุทธบูรณาการ เป็นปัจจัยพื้นฐาน โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญคือ ผู้ส่งสาร ข้อมูลข่าวสาร ช่องทางการสื่อสาร และผู้รับสาร ซึ่งต้องอาศัยหลักการสอนของพระพุทธเจ้า โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญคือ สันติสนทนา อธิบายให้เห็นชัดเจนแจ่มแจ้ง สมารถพา จูงใจให้เห็นจริงด้วย ชวนให้คล้อยตาม จนต้องยอมรับและนำไปปฏิบัติ สมุดเทศนา เราใจให้แกแล้วกล้าบังเกิดกำลังใจ สัมผัสสนทนา ชโลมใจให้เข้มแข็ง ร่าเริง เบิกบาน ฟังไม่เบื่อ ซึ่งเป็นรูปแบบการสื่อสารที่จะเกื้อหนุนให้เกิดประสิทธิผลการบริหารการสื่อสารองค์กรเชิงพุทธบูรณาการที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพระชินกร ทองดี (2564) เรื่อง การประยุกต์หลักอิทธิบาทธรรมเพื่อการบริหารจัดการสำนักปฏิบัติธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า การสื่อสารทางการเมืองสำหรับประชาชนจะต้องอาศัยความ

จริง โดยที่ตัวสารต้องเป็นความจริง มีทักษะในการสื่อสาร มีทัศนคติที่ดีและถูกต้อง ไม่มีอคติ และมีความรู้ความเข้าใจในสารนั้น อย่างแท้จริง เนื้อหาของสารจะต้องสื่อความหมายที่ตรงประเด็นและชัดเจน ไม่กำกวมหรือทำให้ตีความเป็นอื่นได้ อันเป็นความจริงหรือเป็นข้อเท็จจริง โดยต้องเป็นคำสัตย์จริง ไม่มีการแต่งเติม หรือที่เรียกว่าการแปลงสาร โดยเฉพาะการรู้จักเลือกใช้สื่อ หรือช่องสื่อโซเชียลมีเดีย ที่มีความหลากหลาย เช่น Facebook Line Twister Instagram YouTube Life Clubhouse เป็นต้น ทั้งนี้เพราะสื่อทางออนไลน์เป็นสื่อที่มีการเข้าถึงได้อย่างรวดเร็ว ถือว่าเป็นสื่อสมัยใหม่ และจะต้องเป็นสื่อที่ไม่ขัดต่อศีลธรรม จริยธรรม ความเชื่อและวิถีศรัทธา รวมทั้งจะต้องรู้จักคิด วิเคราะห์ และแยกแยะด้วยวิจารณญาณที่ดี มีสติพิจารณาไตร่ตรอง มีสัมปชัญญะ รู้ที่มาที่ไปและผลกระทบของสื่อ และมีทัศนคติการรับรู้แนวคิดที่ดี และใช้เหตุผลในการวิเคราะห์ผู้รับสาร ด้วยว่าสิ่งไหนควร สิ่งไหนไม่ควร สิ่งไหนขัดแย้งต่อหลักการ สิ่งไหนขัดต่อหลักพื้นฐานความเป็นจริง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวสุกิจจ์ เหล่าอินทร์ (2559) เรื่อง การมีส่วนร่วมด้านการสื่อสารทางการเมืองตามหลักพุทธธรรมของประชาชนในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง พบว่าสภาพทั่วไปของการมีส่วนร่วมด้านการสื่อสารทางการเมืองของประชาชนในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง กระบวนการมีส่วนร่วมด้านการสื่อสารทางการเมือง ฝ่ายการเมืองและประชาชน มีสถานะเป็นผู้ส่งสารและผู้รับสารในคราวเดียวกัน ลักษณะการสื่อสารแบบสองทาง โดยอาศัยกระบวนการสื่อสาร 4 ด้าน ได้แก่ ผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการสื่อสาร และผู้รับสาร ทั้งสองฝ่ายมีกระบวนการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองเกิดผลสำคัญตรงตามเป้าหมายตรงกันอย่างมีประสิทธิภาพ สรุปการมีส่วนร่วมของประชาชนด้านการสื่อสารทางการเมืองในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (3.78) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน คือด้านการวางแผน ด้านการนำแผนไปปฏิบัติ ด้านการรับประโยชน์ และด้านการประเมินผล พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ทฤษฎีที่เหมาะสมของมีส่วนร่วมด้านการสื่อสารทางการเมือง คือ กระบวนการสื่อสาร 4 ด้าน คือ 1. ความสามารถในการส่งสาร 2. ความสามารถในการเลือกสาร 3. ความสามารถเลือกช่องทางการสื่อสาร และ 4. ความสามารถในการรับสาร และหลักธรรมที่เหมาะสมสำหรับการสื่อสารทางการเมือง คือหลักสาราณียธรรม 6 ซึ่งมีองค์ประกอบคือ 1. เมตตากายกรรม 2. เมตตาวจีกรรม 3. เมตตาโมกรรม 4. สาธารณโภคี 5. ศีลสามัญญตา และ 6. ทิฐิสามัญญตา ซึ่งเป็นทักษะการสื่อสารทางการเมือง จะช่วยส่งเสริมให้นักการเมืองเป็นที่ยอมรับจากประชาชนมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุภางค์พิมพ์ คล้ายธานี (2558) เรื่อง การพัฒนาภาวะผู้นำในการสื่อสารตามแนวทางพระพุทธศาสนา พบว่า การพัฒนาภาวะผู้นำในการสื่อสารของผู้บริหาร ในประเด็นเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่าความรู้เกี่ยวกับภาวะผู้นำในการสื่อสารผ่านสื่อ



วิทยุ อยู่ในระดับปานกลาง และพระพุทธศาสนาได้เข้าไปมีบทบาทกับการสื่อสารของ  
ผู้บริหาร อยู่ในระดับมาก ดังนั้น สภาพทั่วไปของการพัฒนาภาวะผู้นำในการสื่อสารของ  
ผู้บริหาร เห็นได้ว่าการสื่อสารในองค์กรผ่านสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ จะช่วยให้การสื่อสาร  
ระหว่างผู้บริหารและบุคลากรเป็นไปอย่างรวดเร็วและชัดเจน ทำให้บุคลากรรู้สึกมีส่วนร่วม  
และได้รับข้อมูลที่จำเป็น ทั้งยังช่วยในการติดตามผลการทำงานของบุคลากร ทำให้สามารถ  
ให้ข้อเสนอแนะแบบเรียลไทม์และปรับปรุงประสิทธิภาพได้ การใช้แพลตฟอร์มสำหรับการ  
ให้รางวัลหรือการยกย่องบุคลากร เช่น ระบบคะแนนหรือการให้รางวัลออนไลน์ ช่วยสร้าง  
แรงจูงใจให้พนักงานทำงานได้ดีขึ้น และเทคโนโลยียังช่วยให้บุคลากรเข้าถึงการเรียนรู้และ  
การพัฒนาทักษะใหม่ ๆ ได้ง่ายขึ้น ส่งผลให้บุคลากรรู้สึกว่าตนเองมีคุณค่าและเติบโตใน  
องค์กรได้อย่างมีความสุข และการใช้โซเชียลมีเดียภายในองค์กรจะช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่  
ดีระหว่างผู้บริหารกับบุคลากร และสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เข้มแข็งได้อย่างยั่งยืน

### องค์ความรู้จากการวิจัย



ภาพที่ 1 องค์ความรู้ที่ได้รับ

ที่มา : สังเคราะห์โดยผู้เขียน พระมหาอรรถพล นริสสุโร (คงตัน)

จากภาพที่ 1 อธิบายได้ว่า การสื่อสารองค์กรเชิงพุทธบูรณาการ เป็นความจำเป็น  
ของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการสื่อสาร ได้แก่ ผู้ส่งสาร เนื้อหาสาร ช่องทางหรือวิธีการสื่อสาร



และผู้รับสาร โดยประยุกต์ใช้พุทธวิธีการสื่อสารของพระพุทธองค์ ได้แก่ สันตัสสนา ซึ่งแจ้งให้เห็นชัด, สมาทปนา ขวนใจให้อยากรับเอาไปปฏิบัติ, สมุตเตชนา เข้าใจให้อาหาญแก่แล้วกล้า และสัมปหังสนา ปลอบขโลมใจให้สดชื่นร่าเริง

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. มหาวิทยาลัยควรมีแนวนโยบายเกี่ยวกับหลักการสื่อสารที่แจ่มแจ้ง ชัดแจ้ง กล้าหาญ โดยการบูรณาการกับการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ
2. รูปแบบประสิทธิผลการบริหารการสื่อสารองค์กรเชิงพุทธบูรณาการฯ ที่ได้จากการวิจัยนั้น มหาวิทยาลัยควรนำไปกำหนดเป็นนโยบาย และกลยุทธ์เพื่อให้สอดคล้องกับการสื่อสารสมัยใหม่

### ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1. มหาวิทยาลัย ควรมีการวิเคราะห์ SWOT ขององค์กร เพื่อหาแนวทางในการสร้างระบบการสื่อสารที่ดียิ่งขึ้น
2. ผู้ปฏิบัติงานด้านการสื่อสารของมหาวิทยาลัย ควรมีการปรับกระบวนการสื่อสารให้เหมาะสมกับบริบททางการบริหาร เพื่อให้การสื่อสารเข้าถึงเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น

### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาความคิดเห็นบุคลากรทุกระดับและนิสิตของมหาวิทยาลัย เกี่ยวกับประสิทธิผลของการสื่อสารของมหาวิทยาลัย
2. ควรศึกษาแนวทางในการแก้ไขปัญหาในด้านการสื่อสารองค์กรระหว่างมหาวิทยาลัยกับหน่วยงานภายนอกของมหาวิทยาลัย

## เอกสารอ้างอิง

- จินตวิรี เกษมสุข. (2554). *การสื่อสารกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พระชินกร สุจิตโต (ทองดี). (2564). *การบูรณาการหลักพุทธธรรมเพื่อส่งเสริมการสื่อสารทางการเมืองสำหรับประชาชนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา* (ดุชนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐศาสตร์). พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

- ภาควิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา. (2567). *การสื่อสารภายในองค์กร*. สืบค้น 22 กรกฎาคม 2567, จาก <https://huso.buu.ac.th/comt/การสื่อสารภายในองค์กร>.
- วสุกิจจ์ เหล่าอินทร์. (2559). *การมีส่วนร่วมด้านการสื่อสารทางการเมืองตามหลักพุทธธรรมของประชาชนในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง* (วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์). พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- สร้อยตระกูล (ติวยานนท์) อรรถมานะ. (2545). *พฤติกรรมองค์การ: ทฤษฎีและการประยุกต์* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สำนักทะเบียนและวัดผล. (2567). *สถิติனிสิต มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย*. พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- สุภางค์พิมพ์ คล้ายธานี. (2558). *การพัฒนาภาวะผู้นำในการสื่อสารตามแนวทางพระพุทธศาสนา* (วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์). พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- สุรพล สุษะพรหม และสุทธิรักษ์ ศรีจันทร์เพ็ญ. (2553). *ระเบียบวิธีวิจัยทางการจัดการ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- อรอนงค์ สวัสดิ์บุรี. (2555). *พฤติกรรมและการสื่อสารในองค์การ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Freeman, H. E. (1997). *Obatacles to the Comparative Study of Orgraniztion Effectiveness*. San Francisco: Jossey Bass.
- Dunn, W. N. (1994). *Public Policy Aanlysis: An Introduction* (2nd ed.). Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.