

คุณภาพและบรรยากาศการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อการเพิ่มประสิทธิภาพ

ของทีมงาน

กฤษฎา เขียววัฒนสุข

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี 39 หมู่ 1 ตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง ปทุมธานี 12120

มรกต จันทร์กระพ้อ

คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยทองสุขเลขที่ 99/79 ถนนบรมราชชนนี แขวงศาลาธรรมสพน์ เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10170

อนันต์ชัย คงจันทร์

หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิตสาขาวิชาบริหารธุรกิจ วิทยาลัยทองสุขเลขที่ 99/79 ถนนบรมราชชนนี แขวงศาลาธรรมสพน์ เขตทวีวัฒนา

กรุงเทพมหานคร 10170

ติดต่อผู้เขียนบทความที่ **อนันต์ชัย คงจันทร์** หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิตสาขาวิชาบริหารธุรกิจ วิทยาลัยทองสุข เลขที่ 99/79 ถนนบรมราชชนนี แขวงศาลาธรรมสพน์ เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10170 E-mail: ananchai.k@chula.ac.th

วันที่รับบทความ : 6 ตุลาคม 2568 วันที่แก้ไขบทความ : 29 ตุลาคม 2568 วันที่ตอบรับบทความ : 15 พฤศจิกายน 2568

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของทีมงานของบริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องดื่มชูกำลัง **วิธีการวิจัย** การสำรวจจากตัวอย่าง เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างตามวัตถุประสงค์ (purposive sample) ซึ่งเป็นพนักงานในสายงานต่าง ๆ ของบริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องดื่มชูกำลังจำนวน (quota) 415 คน โดยใช้แบบสอบถามที่พัฒนาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เครื่องมือผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาและค่าความเชื่อมั่น ก่อนนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมทั้งสถิติเชิงอนุมานด้วยวิธีการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างเชิงเส้นบางส่วน **ผลการวิจัย** รูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของทีมงาน ได้แก่ คุณภาพของการสื่อสาร บรรยากาศการสื่อสาร ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร การตอบกลับ การสื่อสารในแนวนอน และการสื่อสารกับหัวหน้างานโดยตรงตามลำดับ ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ คุณภาพการสื่อสารมีอิทธิพลมากที่สุดติดตามด้วยบรรยากาศการสื่อสารและข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร ส่วนการสื่อสารโดยตรงกับผู้บังคับบัญชา มีอิทธิพลน้อยที่สุดแต่ก็ยังมีนัยสำคัญทางสถิติต่อประสิทธิภาพของทีมงาน **นัยทางทฤษฎี/นโยบาย** ผลการวิจัยเน้นให้เห็นว่าคุณภาพและบรรยากาศของการสื่อสารภายในองค์กรเป็นองค์ประกอบสำคัญในการพัฒนาทีมงานที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งช่วยขยายองค์ความรู้ด้านพฤติกรรมองค์กรและการสื่อสารภายในองค์กร อีกทั้งยังสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางเชิงนโยบายในการพัฒนาระบบการสื่อสารขององค์กรธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันสูง เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการดำเนินงานและความยั่งยืนในระยะยาว

คำสำคัญ: การสื่อสารภายในองค์กร ประสิทธิภาพของทีมงาน บริษัทเครื่องดื่ม



Quality of communication and organization climate for enhancing team work efficiency

Krisada Chienwattanasook

Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology 39 Moo 1, Klong 6, Khlung Luang Pathum Thani 12120

Morakot Junkrapor

Faculty of Business Administration, Thongsook College, 99/79 Borommaratchachonnani Road, Sala Thammasop

Subdistrict, Thawi Watthana District, Bangkok 10170

Ananchai Kongchan

Doctor of Philosophy Program in Business Administration, Thongsook College, 99/79 Borommaratchachonnani

Road, Sala Thammasop Subdistrict, Thawi Watthana District, Bangkok 10170

Correspondence concerning this article should be addressed to **Ananchai Kongchan**, Doctor of Philosophy Program in Business Administration, Thongsook College, 99/79 Borommaratchachonnani Road, Sala Thammasop Subdistrict, Thawi Watthana District, Bangkok 10170. E-mail: ananchai.k@chula.ac.th

Received date: October 6, 2025 Revised date: October 29, 2025 Accepted date: November 15, 2025

Abstract

PURPOSES: This study aimed to examine internal communication patterns that influenced team performance in an energy drink manufacturing and distribution company. **METHODS:** A purposive sample survey of a quota of 415 employees in various departments of the company whereby the data was collected using a structured questionnaire developed from related research. The instrument was validated for content validity and reliability before data collection. Descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation, were used, along with inferential statistics through partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). **RESULTS:** Internal communication patterns that influenced team performance included quality of communication, communication atmosphere, information about the organization, feedback, horizontal communication and direct communication with supervisors respectively. Among these, communication quality had the strongest influence, followed by communication climate and organizational information, while direct communication with supervisors had the weakest influence but remained statistically significant for teamwork efficiency. **THEORETICAL/POLICY IMPLICATIONS:** The findings confirm that the quality and climate of internal communication are crucial for developing effective teams. This expands the body of knowledge in organizational behavior and internal communication and offers policy implications for business organizations in highly competitive industries to develop comprehensive communication systems that enhance operational capacity and long-term sustainability.

Keywords: Organization communication, team performance, beverage company

บทนำ

การสื่อสารภายในองค์กรถือเป็นกลไกสำคัญที่เชื่อมโยงบุคลากร กระบวนการ และเป้าหมายขององค์กรให้ดำเนินไปในทิศทางเดียวกัน โดยเฉพาะในบริบทของธุรกิจที่มีการแข่งขันสูง เช่น อุตสาหกรรมการผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องดื่มชูกำลัง การสื่อสารภายในมิได้เป็นเพียงเครื่องมือในการแลกเปลี่ยนข้อมูล แต่ยังทำหน้าที่สร้างความเข้าใจร่วม กระตุ้นแรงจูงใจ และหล่อหลอมความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในทีมให้เกิดการทำงานอย่างมีเอกภาพ (Clampitt, 2017) องค์กรสมัยใหม่จึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาโครงสร้างและรูปแบบการสื่อสารภายในที่มีประสิทธิภาพ เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจ การแก้ไขปัญหา และการสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง

ความสำคัญของการสื่อสารภายในองค์กรสะท้อนให้เห็นในงานวิจัยหลายชิ้นซึ่งชี้ว่า การสื่อสารที่เปิดเผย โปร่งใส และมีประสิทธิผล ส่งผลต่อการสร้างความไว้วางใจและความร่วมมือของพนักงานในทุกระดับ (Men et al., 2020) นอกจากนี้ การสื่อสารที่ดีช่วยลดความขัดแย้งภายในทีมงานและเพิ่มความสามารถในการประสานงานระหว่างฝ่ายงานที่มีความแตกต่างกัน (Mazzei, 2014) หากองค์กรขาดรูปแบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ จะทำให้เกิดความคลาดเคลื่อนในการปฏิบัติงาน การสูญเสียทรัพยากร และต้นทุนขวัญกำลังใจของบุคลากร ซึ่งท้ายที่สุดย่อมส่งผลกระทบต่อความสำเร็จเชิงกลยุทธ์ขององค์กร

ผลกระทบของการสื่อสารภายในต่อประสิทธิภาพของทีมงานสามารถอธิบายได้ผ่านแนวคิดด้านพฤติกรรมองค์กรและทฤษฎีการจัดการทีมงาน โดยทีมงานที่ได้รับการสื่อสารอย่างชัดเจนและสม่ำเสมอมีแนวโน้มที่จะมีประสิทธิภาพในการทำงานสูงขึ้น ทั้งในด้านคุณภาพของผลงาน ความรวดเร็วในการตอบสนอง และการบรรลุเป้าหมายร่วมกัน (Keyton et al., 2013) การสื่อสารยังช่วยเสริมสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทและความรับผิดชอบของแต่ละบุคคลในทีม ทำให้สมาชิกสามารถทำงานได้อย่างประสานสอดคล้องและเกิดความพึงพอใจในการทำงานร่วมกัน ดังนั้น การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจึงถือเป็นตัวแปรสำคัญที่กำหนดระดับความสำเร็จของทีมงาน

การศึกษาที่ผ่านมาแม้จะชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารภายในและประสิทธิภาพของทีมงาน แต่ยังมีข้อจำกัดหลายประการ เช่น ส่วนใหญ่เน้นการศึกษาในองค์กรขนาดใหญ่หรือข้ามชาติ ขณะที่บริบทของธุรกิจเฉพาะด้านอย่างบริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องดื่มชูกำลังยังมีการศึกษาไม่มากนัก อีกทั้งการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคทำให้องค์กรลักษณะนี้ต้องอาศัยทีมงานที่มีความคล่องตัวสูงและสามารถประสานงานกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Tourish, 2020) ดังนั้น จึงจำเป็นต้องศึกษารูปแบบการสื่อสารภายในที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของทีมงานในกรณีศึกษาที่เฉพาะเจาะจง เพื่อเติมเต็ม



ช่องว่างทางวิชาการและสร้างองค์ความรู้ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง

ปัจจุบัน ตลาดเครื่องดื่มชูกำลังของประเทศไทยมีมูลค่าที่น่าสนใจ โดยในปี ค.ศ. 2023 รายได้รวมของตลาดอยู่ที่ประมาณ 1,081.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยคาดว่าจะขยายตัวถึงประมาณ 1,935.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ภายในปี ค.ศ. 2030 อัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสม (CAGR) อยู่ที่ราว 8.7% (Grand View Research, 2024) ส่วนตัวเลขในมูลค่าของเงินบาทนั้น ตลาดเครื่องดื่มชูกำลังถูกประเมินไว้ว่ามีมูลค่าราว 27,000 ล้านบาทสำหรับผู้เล่นหลักในตลาดแข่งขันอย่างเข้มข้น (Thanaseth & Thinkweb, 2022) ประกอบกับส่วนแบ่งตลาดในมือของแบรนด์ท้องถิ่นมีบทบาทสำคัญ โดยแบรนด์ในประเทศไทยควบคุมประมาณ 80% ของตลาดรวม และเซ็กเมนต์ของเครื่องดื่มชูกำลังและกีฬารวมกันคิดเป็นสัดส่วนถึง 60% ของตลาดเครื่องดื่มทั้งหมด (GourmetPro, 2023) โดยจากรายงานของ Euromonitor บ่งชี้ว่าเครื่องดื่มชูกำลังกำลังเปลี่ยนแปลงลักษณะ จากสินค้าประเภททางเลือกไปสู่สินค้าที่ตอบโจทย์เรื่องรสนิยมไลฟ์สไตล์ และการบริโภคในหลายโอกาส (Euromonitor, 2024) ด้วยภาพรวมมูลค่าและการแข่งขันที่มีศักยภาพสูงและซับซ้อน เช่นนี้ องค์กรที่ผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องดื่มชูกำลังจึงมีอาจมองข้ามประเด็นภายใน เช่น การสื่อสารภายใน การประสานงานภายใน ทีมงาน และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพ

การทำงาน เพราะแม้จะอยู่ในอุตสาหกรรมที่เติบโต แต่หากขาดการจัดการภายในที่ดีก็อาจแพ้ในการแข่งขันเชิงกลยุทธ์

จากความสำคัญข้างต้นจึงเป็นเหตุให้งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารภายในที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของทีมงาน โดยใช้กรณีศึกษาบริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องดื่มชูกำลังแห่งหนึ่งเป็นกรณีศึกษา ทั้งนี้เพื่อให้เข้าใจถึงลักษณะรูปแบบ และปัจจัยที่ทำให้การสื่อสารภายในเอื้อต่อการยกระดับประสิทธิภาพทีมงาน ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับการศึกษานี้ ได้แก่ การสร้างองค์ความรู้ที่ช่วยให้องค์กรในอุตสาหกรรมเดียวกันสามารถออกแบบระบบการสื่อสารภายในที่เหมาะสม และนำไปใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ลดข้อขัดแย้งภายใน และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของทีมงานของบริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องดื่มชูกำลังแห่งหนึ่ง

การทบทวนวรรณกรรม

แนวความคิดและทฤษฎีของรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร

การสื่อสารภายในองค์กรเป็นกระบวนการสำคัญที่สะท้อนโครงสร้างวัฒนธรรม และความสัมพันธ์ภายในองค์กร

โดยรูปแบบของการสื่อสารภายในมีหลายลักษณะ อาทิ การสื่อสารในแนวตั้งทั้งจากผู้บริหารสู่พนักงานและจากพนักงานสู่ผู้บริหาร การสื่อสารในแนวนอนระหว่างหน่วยงานหรือเพื่อนร่วมงาน และการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน ซึ่งมีบทบาทในการสร้างความผูกพันและลดช่องว่างของลำดับชั้น (Romero-Rodríguez & Castillo-Abdul, 2024) นอกจากนี้บรรยากาศการสื่อสารที่เปิดกว้างและสนับสนุนการมีส่วนร่วมจะช่วยให้บุคลากรเกิดความมั่นใจในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและข้อเสนอแนะได้มากขึ้น (Gehrau et al., 2024) ขณะเดียวกัน คุณภาพของสื่อที่ใช้ เช่น ความชัดเจน ความรวดเร็ว และความเหมาะสมของช่องทาง มีผลโดยตรงต่อความเข้าใจและความพึงพอใจของบุคลากร ซึ่งยังเป็นปัจจัยที่ช่วยเสริมสร้างความยืดหยุ่นขององค์กรในช่วงวิกฤต (Kim, 2021)

แนวความคิดและทฤษฎีของ

ประสิทธิภาพของทีมงาน

ประสิทธิภาพของทีมงานเป็นตัวสะท้อนสำคัญของความสำเร็จในระดับองค์กร โดยทีมงานที่มีประสิทธิภาพจะสามารถทำงานร่วมกันได้อย่างราบรื่น บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ภายในเวลาที่เหมาะสม และแก้ไขปัญหาได้อย่างสร้างสรรค์ งานวิจัยของ Zajac et al. (2021) ชี้ว่าความไว้วางใจซึ่งกันและกัน ความชัดเจนของบทบาทหน้าที่ และการสื่อสารที่เปิดเผย เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพการทำงานของ

ทีมงาน อีกทั้ง Paredes-Saavedra et al. (2024) เน้นย้ำว่าปัจจัยด้านภาวะผู้นำ บรรยากาศการทำงาน ความฉลาดทางอารมณ์ และการสร้างสรรค์ร่วม เป็นกลไกหลักที่เสริมประสิทธิภาพของทีมงาน โดยเฉพาะในองค์กรที่ต้องพึ่งพาความร่วมมือสูง ขณะที่ McDonald (2022) พบว่า ทีมงานที่มีการกำหนดบทบาทชัดเจนและมีการสื่อสารที่โปร่งใสมักบรรลุผลลัพธ์ที่มีคุณภาพและยั่งยืนมากกว่า

ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสาร

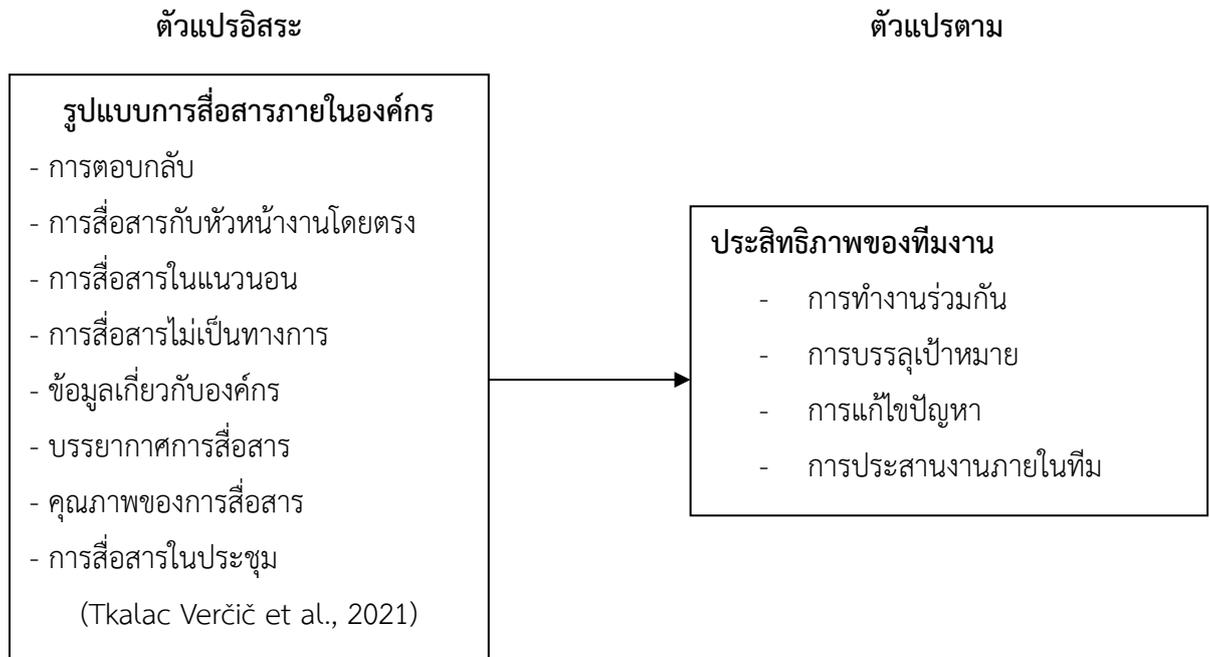
ภายในองค์กรกับประสิทธิภาพของทีมงาน

ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารภายในองค์กรและประสิทธิภาพของทีมงานได้รับการยืนยันในหลายการศึกษา โดย Dhone และ Sarwoko (2022) พบว่าการสื่อสารภายในที่มีคุณภาพส่งผลต่อการทำงานผ่านแรงจูงใจของพนักงานซึ่งเป็นตัวกลางสำคัญ นอกจากนี้ Verčič และ Verčič (2025) ได้กล่าวถึงความท้าทายของการสื่อสารภายในที่ต้องสร้างสมดุลระหว่างช่องทางดิจิทัลและการพบปะโดยตรง หากขาดการจัดการที่เหมาะสมอาจทำให้การสื่อสารมากเกินไปหรือน้อยเกินไป ส่งผลให้ประสิทธิภาพทีมงานลดลง ในทางกลับกัน หากมีความสมดุลย่อมช่วยให้ทีมงานมีความเข้าใจร่วมและเพิ่มความคล่องตัวในการทำงาน ขณะเดียวกัน Okunade (2025) ได้ชี้ว่ากลยุทธ์การสื่อสารที่โปร่งใสและเปิดโอกาสให้บุคลากรมีส่วนร่วมมีผลโดยตรงต่อความผูกพันและประสิทธิภาพการทำงานของทีมงาน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการ



สื่อสารภายในที่มีคุณภาพมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างชัดเจนกับผลสำเร็จของทีมงาน

กรอบแนวความคิดในการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยโดยการสำรวจตัวอย่าง (Sample survey research) ดังนี้

ประชากรในการวิจัย คือ พนักงานของบริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเครื่องดื่มชูกำลังแห่งหนึ่งซึ่งประกอบด้วยพนักงานในสายงานต่าง ๆ ทั้งฝ่ายการผลิต ฝ่ายขาย ฝ่ายการตลาด และฝ่ายสนับสนุนการดำเนินงานทั้งหมด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sample) โดยคำนึงถึงจำนวน (quota) ที่เหมาะสมต่อการวิเคราะห์โมเดลสมการ

โครงสร้างเชิงเส้นบางส่วนหรือ PLS-SEM ซึ่งอ้างอิงตามเกณฑ์ของ Hair, Jr. et al. (2020) ที่แนะนำว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างควรมากกว่าจำนวนตัวแปรสังเกตสูงสุดคูณด้วย 10 เพื่อให้มีความน่าเชื่อถือของผลการวิเคราะห์ โดยกลุ่มตัวอย่างจำนวน 415 คน ที่เลือกมานี้จึงครอบคลุมบุคลากรหลากหลายระดับเพื่อสะท้อนข้อมูลที่แท้จริงและสามารถสรุปอ้างอิงไปยังประชากรได้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามที่สร้างขึ้นจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ส่วนแรกเป็นข้อมูลทั่วไปของ

ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่สองเป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร ได้แก่ การตอบกลับ การสื่อสารกับหัวหน้างาน โดยตรง การสื่อสารในแนวนอน การสื่อสารไม่เป็นทางการ ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร บรรยากาศ การสื่อสาร คุณภาพของการสื่อสาร และการสื่อสารในประชุม โดยใช้เกณฑ์การวัดแบบมาตราประมาณค่าแบบ Rating Scale 5 ระดับ ส่วนที่สามเป็นคำถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพของทีมงานในด้านการทำงานร่วมกัน การบรรลุเป้าหมาย การแก้ไขปัญหา และการประสานงานภายในทีม แบบสอบถามได้ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านเพื่อให้มั่นใจในความครอบคลุมของเนื้อหาและความเหมาะสมของถ้อยคำ รวมทั้งมีการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha) ซึ่งมีค่าเกินกว่า .70 ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่น่าเชื่อถือ

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างและแนวโน้มการตอบในแต่ละประเด็น และใช้สถิติเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยวิธีการวิเคราะห์สมการโครงสร้างเชิงเส้นบางส่วนหรือ PLS-SEM ซึ่งมีความเหมาะสม

กับงานวิจัยที่มีโมเดลซับซ้อนและตัวแปรสังเกตจำนวนมาก อีกทั้งยังสามารถใช้ได้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีขนาดไม่มากนักเมื่อเทียบกับการวิเคราะห์สมการโครงสร้างแบบดั้งเดิม ทั้งนี้ การวิเคราะห์ PLS-SEM จะใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ADANCO เพื่อคำนวณค่าความเชื่อมั่น ความตรง การตรวจสอบโมเดลการวัด และการทดสอบโมเดลเชิงโครงสร้างอย่างครบถ้วน

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 415 คน เป็นพนักงานระดับปฏิบัติการ โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 276 คน (ร้อยละ 66.51) และเพศชาย จำนวน 139 คน (ร้อยละ 33.49) ซึ่งมีอายุอยู่ระหว่าง 26-35 ปี มากที่สุด จำนวน 182 คน (ร้อยละ 43.86) มีสถานภาพโสด จำนวน 278 คน (ร้อยละ 66.99) มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 254 คน (ร้อยละ 61.20) และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท จำนวน 96 คน (ร้อยละ 23.13)

2. ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อรูปแบบการสื่อสารภายในกับประสิทธิภาพของทีมงาน



ตารางที่ 1 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร

รูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
- การตอบกลับ (X1-4)	4.06	.66	มาก
- การสื่อสารกับหัวหน้างานโดยตรง (X5-8)	3.97	.76	มาก
- การสื่อสารในแนวนอน (X9-12)	4.25	.69	มากที่สุด
- การสื่อสารไม่เป็นทางการ (X13-16)	3.89	.70	มาก
- ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร (X17-20)	4.10	.76	มาก
- บรรยากาศการสื่อสาร (X21-24)	4.11	.70	มาก
- คุณภาพของการสื่อสาร (X25-28)	3.99	.78	มาก
- การสื่อสารในประชุม (X29-32)	3.94	.67	มาก
ภาพรวม	4.04	.61	มาก

ตารางที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กร

ประสิทธิภาพของทีมงาน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
- ประสิทธิภาพของทีม (Y1)	4.07	.78	มาก
- การทำงานร่วมกัน (Y2)	4.05	.82	มาก
- การบรรลุเป้าหมาย (Y3)	4.17	.72	มาก
- การแก้ไขปัญหา (Y4)	4.19	.73	มาก
- การประสานงานภายในทีม (Y5)	4.08	.83	มาก
ภาพรวม	4.11	.68	มาก

หมายเหตุ: 1.00-1.80 = น้อยที่สุด, 1.81-2.60 = น้อย, 2.61-3.40 = ปานกลาง, 3.41-4.20 = มาก, และ 4.21-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 1 และ ตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อทั้งรูปแบบการสื่อสารภายใน (\bar{X} = 4.04, SD = .61) และประสิทธิภาพของทีมงาน (\bar{X} = 4.11, SD = .68) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยรายละเอียดในแต่ละด้าน พบว่าใน

รูปแบบการสื่อสารภายใน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การสื่อสารในแนวนอน (\bar{X} = 4.25, SD = .69) ในขณะที่ประสิทธิภาพของทีมงาน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การแก้ไขปัญหา (\bar{X} = 4.19, SD = .73)

3. ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 3 แสดงผลการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (construct validity) ในการวัดของแต่ละตัวแปร

องค์ประกอบ	รูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร (factor loading)	R ²
- การตอบกลับ (X1-4)	.792-.865	.626-.748
- การสื่อสารกับหัวหน้างานโดยตรง (X5-8)	.800-.925	.640-.856
- การสื่อสารในแนวนอน (X9-12)	.883-.931	.780-.866
- การสื่อสารไม่เป็นทางการ (X13-16)	.690-.877	.476-.770
- ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร (X17-20)	.920-.952	.846-.906
- บรรยากาศการสื่อสาร (X21-24)	.894-.951	.799-.905
- คุณภาพของการสื่อสาร (X25-28)	.892-.909	.796-.826
- การสื่อสารในประชุม (X29-32)	.683-.853	.466-.728

องค์ประกอบ	ประสิทธิภาพของทีมงาน (factor loading)	R ²
- ประสิทธิภาพของทีม (Y11)	0.840	0.705
- การทำงานร่วมกัน (Y12)	0.849	0.721
- การบรรลุเป้าหมาย (Y13)	0.904	0.816
- การแก้ไขปัญหา (Y14)	0.904	0.818
- การประสานงานภายในทีม (Y15)	0.907	0.822

หมายเหตุ: Factor Loading \geq .50, R² \geq .50, CR \geq .70, AVE \geq .50

จากตารางที่ 3 พบว่า ตัวแปรทั้งหมด มีความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง เนื่องจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบของทุกตัวแปรชี้วัดมีค่ามากกว่า .50 โดยมีค่าอยู่ระหว่าง .683-.952 ในขณะที่ มีความสามารถอธิบายความ

แปรปรวนได้ร้อยละ 46.6-90.6 (R² = .466-.906) นอกจากนี้ยังมีค่า CR สูงกว่า .70 และ AVE มากกว่า .50 จึงถือว่าตัวแปรแฝงแต่ละตัวแปรมีตัวแปรชี้วัดที่มีความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Hair Jr. et al., 2020)



ตารางที่ 4 แสดงผลการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงจำแนกของแต่ละองค์ประกอบตามเกณฑ์ Fornell-Larcker

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	Y
X1	.831								
X2	.542	.883							
X3	.383	.360	.908						
X4	.427	.453	.285	.817					
X5	.538	.530	.380	.392	.934				
X6	.554	.486	.330	.550	.596	.916			
X7	.556	.537	.378	.376	.669	.584	.902		
X8	.704	.592	.520	.548	.528	.543	.538	.782	
Y	.609	.562	.463	.417	.621	.593	.646	.619	.881

หมายเหตุ: $r > \sqrt{AVE}$ ในตัวเลขหน้าบนเส้นทแยงมุม

จากตารางที่ 4 พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีความเที่ยงตรงเชิงจำแนกตามเกณฑ์ของ Fornell-Larcker เนื่องจากมีค่ารากที่สองของ

AVE สูงกว่าค่า r โดยสังเกตได้จากตัวเลขหน้าในแนวทแยงมุมจะมีค่าสูงกว่าค่าต่าง ๆ เส้นแนวทแยงมุม (Ab Hamid et al., 2017)

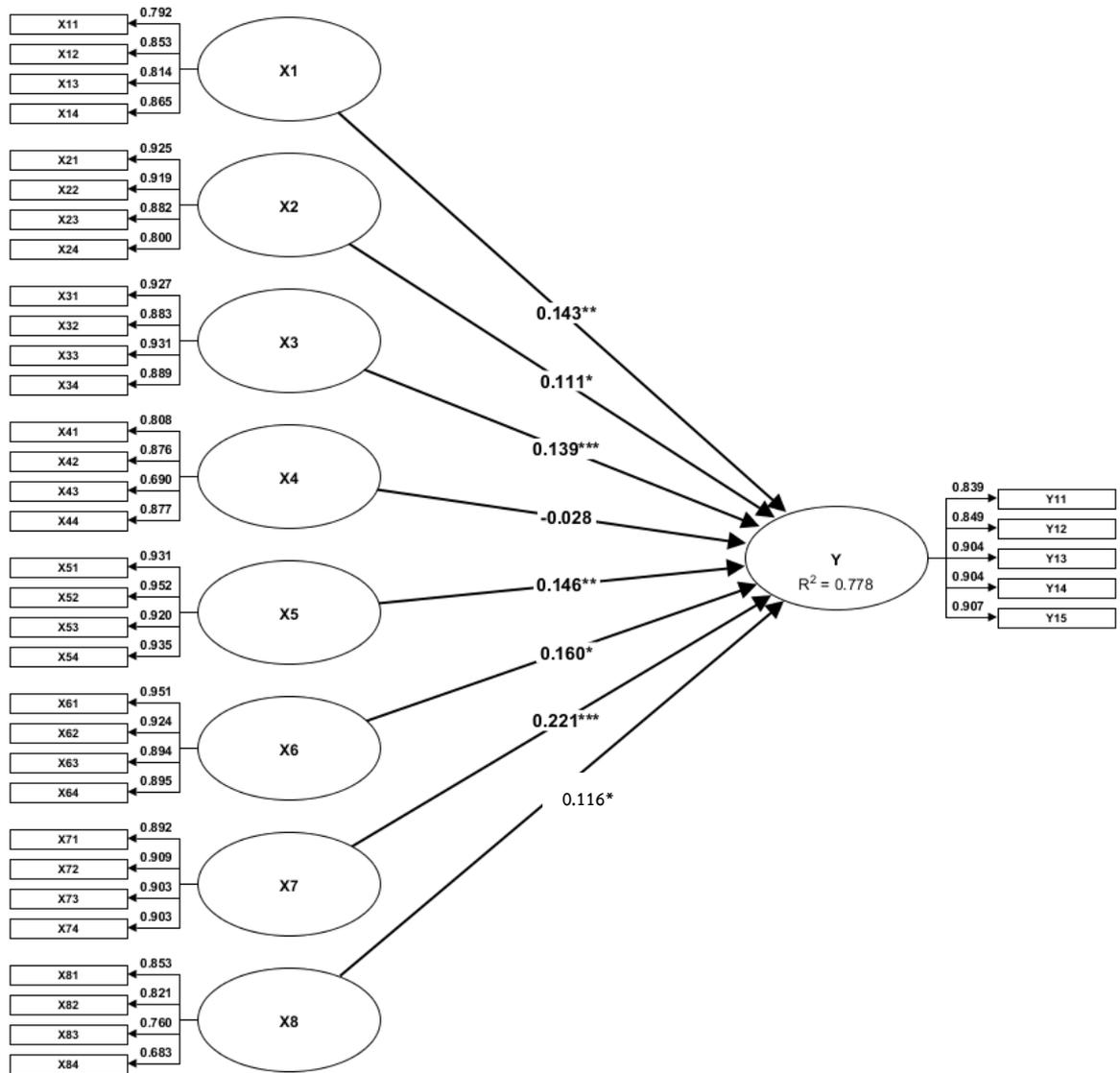
ตารางที่ 5 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ในการวิเคราะห์รูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของทีมงาน

รูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร	β	S.E.	t	p-value	Cohen's f^2
- การตอบกลับ (X1)	.143	.052	2.735**	.003	.022
- การสื่อสารกับหัวหน้างานโดยตรง (X2)	.111	.053	2.092*	.018	.018
- การสื่อสารในแนวนอน (X3)	.139	.041	3.374***	.000	.040
- การสื่อสารไม่เป็นทางการ (X4)	-.028	.061	-0.457	.324	.001
- ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร (X5)	.146	.054	2.695**	.004	.025
- บรรยากาศการสื่อสาร (X6)	.160	.070	2.302*	.011	.030
- คุณภาพของการสื่อสาร (X7)	.221	.057	3.861***	.000	.056
- การสื่อสารในประชุม (X8)	.116	.075	1.556	.060	.011

หมายเหตุ: * p-value < .05, ** p-value < .01, *** p-value < .001, $R^2 = .778$

จากตารางที่ 5 พบว่า รูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของทีมงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ การตอบกลับ การสื่อสารกับหัวหน้างานโดยตรง การสื่อสารในแนวนอน ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร บรรยากาศการสื่อสาร และคุณภาพของการสื่อสาร โดยด้านที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ คุณภาพของการสื่อสาร (x7) ($\beta = .221$) รองลงมา บรรยากาศการ

สื่อสาร (x6) ($\beta = .160$) ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร (x5) ($\beta = .146$) การตอบกลับ (x1) ($\beta = .143$) การสื่อสารในแนวนอน (x3) ($\beta = .139$) การสื่อสารในประชุม (x8) ($\beta = .116$) และน้อยที่สุด การสื่อสารกับหัวหน้างานโดยตรง (x2) ($\beta = .111$) โดยทั้ง 8 ตัวแปรร่วมกันทำนายประสิทธิภาพของทีมงานได้ร้อยละ 77.8 และเมื่อพิจารณาจากค่า Cohen's f^2 มีอิทธิพลรวมระดับ 0.20



หมายเหตุ : *** $p \leq 0.001$, ** $p \leq 0.01$, * $p \leq 0.05$

รูปที่ 2 แสดงผลการทดสอบสมมติฐาน

อภิปรายผล

ผลการวิจัยครั้งนี้สะท้อนให้เห็นว่าคุณภาพของการสื่อสารภายในองค์กรมีบทบาทสำคัญที่สุดต่อประสิทธิภาพของทีมงาน องค์กรที่อยู่ในอุตสาหกรรมเครื่องตีหมู กำลังต้องเผชิญกับการแข่งขันสูงและการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง การที่บุคลากรได้รับข้อมูลที่ชัดเจน รวดเร็ว และมีความถูกต้องช่วยให้เกิดความเข้าใจร่วมและการ

ทำงานที่สอดคล้องกัน เมื่อทีมงานมีความมั่นใจในข้อมูลที่ได้รับก็จะสามารถปรับกลยุทธ์ตัดสินใจ และลงมือปฏิบัติได้ทันเวลาที่ ผลลัพธ์นี้สอดคล้องกับการศึกษาที่พบว่าคุณภาพของสารที่ถ่ายทอดและความสามารถในการตีความตรงกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารมีความสัมพันธ์กับการเพิ่มความเชื่อมั่นและความร่วมมือในทีมงาน (Marlow et al., 2018) สิ่งนี้อธิบายได้ว่าทำไมในบริบทของ

อุตสาหกรรมที่มีความซับซ้อนทางห่วงโซ่อุปทานและการกระจายสินค้า คุณภาพของการสื่อสารจึงเป็นปัจจัยชี้ขาดในการสร้างความได้เปรียบ

นอกจากนี้บรรยากาศการสื่อสารและข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรก็มีอิทธิพลลงมาความเปิดกว้างในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การยอมรับฟัง และการสนับสนุนให้พนักงานสามารถแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระช่วยสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการทำงานเป็นทีม พนักงานที่รู้สึกว่าคุณมีส่วนร่วมและได้รับการยอมรับจะเกิดความผูกพันและความรับผิดชอบต่อเป้าหมายรวม ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาที่ระบุว่าบรรยากาศที่สนับสนุนการสื่อสารช่วยเพิ่มระดับความผูกพันและลดความขัดแย้งภายในทีมงาน ในขณะที่เดียวกันการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับทิศทางและกลยุทธ์ขององค์กรอย่างโปร่งใสทำให้บุคลากรเข้าใจเป้าหมายและสามารถปรับตัวไปในทิศทางเดียวกัน สิ่งนี้มีความสำคัญต่อธุรกิจเครื่องดื่มที่กำลังที่ต้องเผชิญแรงกดดันจากผู้บริโภคและคู่แข่งที่มีการเคลื่อนไหวตลอดเวลา

ในส่วนของการตอบกลับ การสื่อสารในแนวนอน การสื่อสารกับหัวหน้างานโดยตรง และการสื่อสารในที่ประชุมแม้จะมีอิทธิพลในระดับที่น้อยกว่า แต่ยังคงเป็นกลไกที่สนับสนุนการทำงานร่วมกัน การตอบกลับช่วยลดข้อผิดพลาดและทำให้พนักงานรับรู้ความคิดเห็นของตนได้รับการพิจารณา การสื่อสารในแนวนอนทำให้การประสานงานระหว่างหน่วยงานเกิดขึ้นได้อย่างราบรื่น ซึ่งมีความ

จำเป็นอย่างยิ่งสำหรับอุตสาหกรรมที่มีระบบการผลิตและการจัดจำหน่ายขนาดใหญ่ ขณะที่การสื่อสารกับหัวหน้างานโดยตรงยังคงสะท้อนถึงบทบาทของภาวะผู้นำที่คอยกำกับทิศทางและสนับสนุนการตัดสินใจ ถึงแม้จะไม่ใช่ว่าปัจจัยหลักแต่ก็มีความสำคัญในการสร้างสมดุลระหว่างการมีส่วนร่วมของทีมงานและการชี้นำจากผู้บริหาร ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยที่เน้นย้ำว่าช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายและการมีผู้นำที่เปิดรับการสื่อสารสามารถช่วยเพิ่มศักยภาพของทีมงานได้ (Mushtaq et al., 2024)

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าการสร้างทีมงานที่มีประสิทธิภาพในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มที่กำลังจำเป็นต้องพัฒนาระบบการสื่อสารที่ครอบคลุมทุกมิติ ทั้งคุณภาพของสารบรรยากาศการสื่อสาร และความโปร่งใสของข้อมูล รวมถึงการจัดให้มีการตอบกลับ การสื่อสารแนวนอน และช่องทางสื่อสารกับหัวหน้างานที่เหมาะสม แม้ตัวแปรบางประการจะมีอิทธิพลน้อยกว่า แต่เมื่อรวมกันแล้วสามารถสร้างพลวัตการทำงานที่เกื้อหนุนต่อกันและส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยที่ชี้ว่าคุณภาพของการสื่อสารภายในองค์กร บรรยากาศที่เอื้อต่อการแลกเปลี่ยน และการเปิดเผยข้อมูลเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของทีมงาน ได้สะท้อนนัยทางทฤษฎีที่สำคัญต่อการพัฒนา



องค์ความรู้ด้านพฤติกรรมองค์กรและการสื่อสารในองค์กร ประการแรก ผลลัพธ์นี้ตอกย้ำว่าแนวคิดการสื่อสารภายในองค์กรไม่อาจมองเพียงเป็นเครื่องมือถ่ายทอดสาร แต่เป็นกลไกทางสังคมที่สร้างความเข้าใจร่วมและความไว้วางใจ ซึ่งขยายองค์ความรู้จากกรอบทฤษฎีการสื่อสารในองค์กรแบบดั้งเดิมที่เน้นเพียงโครงสร้างการไหลเวียนของข้อมูล มาสู่มุมมองที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพ ความโปร่งใส และบรรยากาศเชิงบวกที่เอื้อต่อการมีส่วนร่วม ผลนี้ยังชี้ให้เห็นว่าการศึกษาระสิทธิภาพของทีมงานควรผนวกตัวแปรด้านการสื่อสารเป็นองค์ประกอบหลักควบคู่กับทักษะ ความสัมพันธ์ และภาวะผู้นำ เพื่อสร้างแบบจำลองที่สะท้อนพลวัตการทำงานในสภาพแวดล้อมที่ซับซ้อนมากขึ้น

ในเชิงนโยบาย ผลการวิจัยนำไปสู่ข้อเสนอแนะสำหรับองค์กร โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มชูกำลังที่เผชิญการแข่งขันและความเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ประการแรก องค์กรควรกำหนดนโยบายด้านการสื่อสารที่เน้นการสร้างคุณภาพของสาร ไม่ว่าจะเป็นความถูกต้อง ความชัดเจน และความทันเวลาของข้อมูล รวมทั้งส่งเสริมบรรยากาศที่เปิดกว้างเพื่อกระตุ้นให้พนักงานทุกระดับ

สามารถแสดงความคิดเห็นได้โดยไม่ถูกจำกัด ประการต่อมา การจัดให้มีระบบการสื่อสารที่โปร่งใสเกี่ยวกับกลยุทธ์และทิศทางธุรกิจจะช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นและทำให้บุคลากรมีความเข้าใจร่วมในการขับเคลื่อนองค์กร ในขณะเดียวกันควรพัฒนาช่องทางการสื่อสารแนวนอนเพื่อเพิ่มความคล่องตัวในการทำงานระหว่างหน่วยงาน และยังคงรักษาบทบาทของผู้นำในการสื่อสารโดยตรงเพื่อกำกับและสร้างความมั่นใจในการตัดสินใจ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาในอุตสาหกรรมอื่นหรือเปรียบเทียบข้ามอุตสาหกรรม เพื่อทำความเข้าใจรูปแบบการสื่อสารและผลลัพธ์ที่แตกต่างกัน
2. งานวิจัยครั้งต่อไปควรใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพหรือผสมวิธี เช่น แบบสอบถามร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อเข้าถึงมิติที่ซ่อนอยู่ของการสื่อสารภายในองค์กร
3. งานวิจัยครั้งต่อไปควรพิจารณาตัวแปรที่ควรศึกษา เช่น ภาวะผู้นำหรือวัฒนธรรมองค์กร ที่อาจมีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารภายในและประสิทธิภาพของทีมงาน

References

- Ab Hamid, M. R., Sami, W., & Sidek, M. M. (2017). Discriminant validity assessment: Use of Fornell & Larcker criterion versus HTMT criterion. *Journal of Physics: Conference Series*, 890(1), 012163. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/890/1/012163>

- Clampitt, P. G. (2017). *Communicating for managerial effectiveness*. Routledge.
- Dhone, S., & Sarwoko, E. (2022). Internal communication and employee performance: The mediating role of motivation. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 9(5), 197–205. <https://doi.org/10.21067/jem.v18i2.6079>
- Euromonitor. (2024). *Energy drinks in Thailand*. Euromonitor International. <https://www.euromonitor.com/energy-drinks-in-thailand/report>
- Gehrau, V., Lührmann, J., Stehle, H., & Röttger, U. (2024). The impact of internal communication on individual empowerment: Findings of a representative employee survey in Germany. *International Journal of Strategic Communication*, 18(3), 208-227. <https://doi.org/10.1080/1553118X.2024.2312859>
- GourmetPro. (2023). *The top 5 trends in the Thailand beverage market*. <https://www.gourmetpro.co/blog/the-top-5-trends-in-the-thailand-beverage-market>
- Grand View Research. (2024). *Thailand energy drinks market size, share & trends analysis report 2030*. <https://www.grandviewresearch.com/horizon/outlook/energy-drinks-market/thailand>
- Hair Jr., J. F., Howard, M. C., & Nitzl, C. (2020). Assessing measurement model quality in PLS-SEM using confirmatory composite analysis. *Journal of business research*, 109, 101-110. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.069>
- Keyton, J., Caputo, J. M., Ford, E. A., Fu, R., Leibowitz, S. A., Liu, T., & Wu, C. (2013). Investigating verbal workplace communication behaviors. *Journal of Business Communication*, 50(2), 152–169.
- Kim, Y. (2021). Building organizational resilience through strategic internal communication and organization–employee relationships. *Journal of Applied Communication Research*, 49(5), 589-608. <https://doi.org/10.1080/00909882.2021.1910856>
- Marlow, S. L., Lacerenza, C. N., Paoletti, J., Burke, C. S., & Salas, E. (2018). Does team communication represent a one-size-fits-all approach? A meta-analysis of



- team communication and performance. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 144, 145–170.
- Mazzei, A. (2014). Internal communication for employee enablement: Strategies in American and Italian companies. *Corporate Communications: An International Journal*, 19(1), 82-95.
- McDonald, N. M. (2022). Learning from highly effective teams: What can we apply to the gastrointestinal endoscopy unit team?. *ACG Case Reports Journal*, 9(2), e00745. <https://doi.org/10.14309/crj.0000000000000745>
- Men, L. R., O’Neil, J., & Ewing, M. (2020). Examining the effects of internal social media usage on employee engagement. *Public Relations Review*, 46(2), 101880. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2020.101880>
- Mushtaq, M., Ahmad, N., & Ahmad, M. (2024). The Impact of Communication on Organizational Performance. *International Journal of Applied Service Marketing Perspectives*, 13(1), 40-61.
- Okunade, J. K. (2025). Exploring the Impact of Effective Internal Communication Strategies on Employee Morale, Productivity, and Organizational Culture. *Lakhomi Journal Scientific Journal of Culture*, 6(1), 1-11. <https://doi.org/10.33258/lakhomi.v6i1.1272>
- Paredes-Saavedra, M., Vallejos, M., Huancahuire-Vega, S., Morales-García, W. C., & Geraldo-Campos, L. A. (2024). Work team effectiveness: Importance of organizational culture, work climate, leadership, creative synergy, and emotional intelligence in university employees. *Administrative Sciences*, 14(11), 280. <https://doi.org/10.3390/admsci14110280>
- Romero-Rodríguez, L. M., & Castillo-Abdul, B. (2024). Internal communication from a happiness management perspective: State-of-the-art and theoretical construction of a guide for its development. *BMC Psychology*, 12(1), 644. <https://doi.org/10.1186/s40359>
- Thanaseth, T., & Thinkweb, N. (2022). *Beverage sector report. Thanachart Securities*. <https://tnsthinkwebcontent.thanachartsec.com/wp-content/uploads/2022/03/Beverage220321E.pdf>

- Tkalac Verčič, A., Sinčić Ćorić, D., & Pološki Vokić, N. (2021). Measuring internal communication satisfaction: Validating the internal communication satisfaction questionnaire. *Corporate Communications: An International Journal*, 26(3), 589-604. <https://doi.org/10.1108/CCIJ-01-2021-0006>
- Tourish, D. (2020). *The dark side of transformational leadership: A critical perspective*. Routledge.
- Verčič, A. T., & Verčič, D. (2025). The internal communication paradox: Balancing digital convenience with face-to-face satisfaction. *Public Relations Review*, 51(3), 102587. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2025.102587>
- Zajac, S., Woods, A., Tannenbaum, S., Salas, E., & Holladay, C. L. (2021). Overcoming challenges to teamwork in healthcare: A team effectiveness framework and evidence-based guidance. *Frontiers in Communication*, 6, 606445. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2021.606445>