

การพัฒนารูปแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน

Development of Organizational Communication For Community Acceptance

นายบุญญเดช บุญนำ*

ผศ.ดร.วีรวรรณ จงจิตร ศิริจิรกาล**

ผศ.ดร.บำรุง ศรีนวลปาน***

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน 2) เพื่อศึกษาการพัฒนาแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน 3) เพื่อศึกษาประสิทธิภาพของรูปแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน เพื่อการนำไปใช้อย่างมีคุณภาพการวิจัยแบ่งออกเป็น 4 ระยะ กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ประชากร จำนวน 357 คน ใน 10 หมู่บ้านประชากรตำบลไม้เรียง อำเภอดวง จังหวัดนครศรีธรรมราช เครื่องมือวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ แบบสอบถามประชาชนเกี่ยวกับสภาพปัจจุบัน ปัญหา และความต้องการ แบบประเมินคุณภาพ แบบสอบถามความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารที่สร้างการยอมรับของชุมชน สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และทดสอบค่าที (t-test Dependent) ผลการวิจัย พบว่า 1. ด้านสภาพและปัญหาการพัฒนาแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน ประกอบด้วย 4 ด้านหลัก 1) ด้านสภาพปัจจุบันการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน 2) ด้านการใช้สื่อในการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน 3) ประเมินผลรูปแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน 4) ด้านปัญหาในการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน 5) ด้านการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ 2. ผลการพัฒนาแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน ผลการวิจัยพบว่า 2.1 รูปแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน ประกอบด้วย 3 ส่วนหลัก ดังนี้ 1) การสร้างทีมงานของการสื่อสารองค์กร 2) บุคลิกภาพของผู้สื่อสารองค์กร 3) สื่อ สำหรับการสื่อสารองค์กร 3. ผลของประสิทธิภาพการใช้รูปแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน ผลการวิจัยการศึกษาผลการใช้รูปแบบสรุปได้ดังนี้ 1) ผลวิเคราะห์จากผู้เชี่ยวชาญประเมินคุณภาพของรูปแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน ภาพรวมความเหมาะสมของรูปแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน คุณภาพอยู่ในระดับดีมาก 2) ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของประชาชนกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน โดยภาพรวมความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน อยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ : รูปแบบการสื่อสาร. การสื่อสารองค์กร. การสร้างการยอมรับ

*นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาการจัดการนวัตกรรมเพื่อการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

**ประธานกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

***กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

Abstract

This research is the research and development. Aims : 1)To study the issues and corporate communications to build community acceptance. 2)To study the development of communication patterns of organizations to build community acceptance. 3) To study the effectiveness of theorganizationalcommunication patterns of organizations to build community acceptance for applying as quality The research is divided into four Periods sample composed of 357 people in 10 villages of the population in Maireang Sub-ditricit, Chawangditricit, Nakhon Si Thammarat Province Research tools include expert interviews, Query public about current conditions Problems and Needs Questionnaire on Satisfaction of the public towards a form of communication to build community. Acceptance Statistics used were percentage , mean(), standard deviation (S.D.) and test for the (t-test Dependent).

The results showed that the

1 The conditions and problems in developing a corporate communications to build Acceptance of the community consists of four main aspects: 1) the current state of corporate communications to build Acceptance of the community, 2) the use of media for corporate communications to build acceptance of the community, 3) evaluate the communication patterns of organizations to build awareness of the community, 4) the problems. corporate communications to build Acceptance of the community, 5) the communication efficiency

2. Effective form of communication for development organization to build community acceptance. The results showed that

2.1 Organizational Communication patterns for community Acceptance consist of three main sections: 1) Create a team of corporate communication 2) the personality of the corporate communication 3) media for corporate communications

3. Effect of efficient communication patterns of organizations to build community acceptance. Can besummarized as follows: 1) Analysis of expert assessment of the format of corporate communications for community acceptance. Overview of the appropriateformoforganizationalcommunicationorganizationsforcommunityacceptance. of The quality is in very good level.2) Analysis of the peoples satisfaction towards the communication patterns for organizational community acceptance by overall there were at high level.

บทนำ

การสื่อสารมีบทบาทในการพัฒนาระบบสังคมและวัฒนธรรม (Socio – Culture Systems) พัฒนาประเทศและโลก ซึ่งระบบสังคมและวัฒนธรรมของคนในแต่ละชาติ เป็นสิ่งที่มี ส่วนกำหนดพฤติกรรมของประชาชนในประเทศนั้นๆ ซึ่งเกี่ยวข้องไปถึงขนบธรรมเนียม ประเพณีที่ยึดถือปฏิบัติด้วยหลักวิธีการ นำเสนอเนื้อหา จากผู้ส่งไปยังผู้รับ เป็นกลไกทางสังคมที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตมนุษย์มาตั้งแต่ครั้งอดีตจนถึงปัจจุบันคือ นอกจากการพัฒนาทางด้านการเมืองเศรษฐกิจและสังคมแล้ว มนุษย์มีความต้องการพัฒนาในด้านการสื่อสารเพื่อให้เกิดความสะดวกในการสื่อสารไม่แพ้กันโดยมีการพัฒนาควบคู่กันไปเพื่อที่จะเอื้ออำนวยในด้านข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นบนโลกนี้อย่างกว้างขวางและรวดเร็วขึ้น มีความสัมพันธ์กับความต้องการที่ สอดคล้องกันในการพัฒนาการของระบบทางสังคม

ทฤษฎี ของการสื่อสาร ดังกล่าว อาจจำแนกแยกย่อย ออก เป็น ทฤษฎีในการสื่อสาร (Theories In Communication) เมื่อองค์ความรู้ เข้าไปเกี่ยวข้องกับการสื่อสารประเภทใดประเภทหนึ่งโดยเฉพาะเช่น ทฤษฎี ต่าง ๆ ในการสื่อสารระหว่างบุคคล หรือในการสื่อสารมวลชน เป็นต้น การสื่อสารจัดได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญอีกปัจจัยหนึ่งในชีวิตประจำวันของมนุษย์ สื่อสารมิได้มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับความต้องการพื้นฐานทางกายโดยตรง แต่เป็นตัวสื่อกลางที่มีความจำเป็นในกระบวนการของวิถีชีวิตและสังคมที่ขาดไม่ได้ ยิ่งสังคมมีความสลับซับซ้อนมากขึ้นเพียงไร มืองค์ประกอบยิ่งมากเท่าไร การสื่อสารก็ยิ่งมีความสำคัญและต้องการมากขึ้นเท่านั้น

การสื่อสารนับเป็นเครื่องมือสำคัญใน

การดำรงชีวิตประจำวัน ในการสร้างความเข้าใจอันดีต่อกัน การแจ้งผู้อื่นให้รับทราบและเข้าใจถึงเจตนา ความต้องการปัญหา ความคิด ความรู้สึก ความเข้าใจ แนวคิด ท่าทีความเห็นด้วย ไม่เห็นด้วย การอธิบายในด้านภาพรวม รายละเอียด วัตถุประสงค์เหตุผลเป้าหมายและผลงานการนัดหมาย ต่อร่องทางธุรกิจ และเรื่องอื่น ๆ ทุกเรื่อง จึงไม่เป็นที่ต้องสงสัยว่า ผู้บริหารจัดการและผู้นำนั้นจำต้องตระหนักถึงความสำคัญและบทบาทของการสื่อสารในฐานะที่เป็น ดัชนีบ่งชี้ที่สำคัญประการหนึ่งของความสำเร็จขององค์กร ความตระหนัก และความเข้าใจถึงความสำคัญ ของบทบาทและกลไกในการสื่อสารนั้นช่วยให้ ผู้บริหารจัดการสามารถบริหารจัดการ และนำองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงยิ่งขึ้น ความสามารถของการสื่อสาร การสื่อสารคือ การถ่ายทอด ส่งถ่าย ถ่ายโอน (Transference) ความหมาย (Meaning) จากคนหนึ่งซึ่งเป็นผู้ส่งสาร (Sender) ไปสู่อีกคนหนึ่งซึ่งเป็นผู้รับสาร (Receiver) เพื่อสามารถทำให้ข้อมูล (Information) หรือแนวคิดต่าง ๆ (Ideas) นั้นได้รับการส่งต่อไปได้ และความหมายของการสื่อสารมิได้ถูกจำกัดเพียงแค่การส่งถ่ายความหมายเท่านั้น แต่ยังรวมถึงความเข้าใจ (Understanding) นั่นคือสารที่ส่งไปนั้นจะต้องเป็นที่เข้าใจได้ของผู้รับ เพราะหากคนไทยพูดภาษาไทยกับคนอังกฤษซึ่งไม่สามารถเข้าใจภาษาไทยเลย ก็เท่ากับว่าการสื่อสารไม่ได้เกิดขึ้นแต่หากสามารถใช้ภาษาท่าทาง (Body Language) ประกอบ และทำให้เกิดความเข้าใจตรงตามเจตนาสามารถทำให้เป้าหมายบรรลุผลได้ จึงจะนับได้ว่าเป็นการสื่อสาร กล่าวโดยสรุปได้ว่าการสื่อสารคือ กระบวนการ การถ่ายทอด ส่งถ่ายโอนความหมาย และความหมายของสารนั้นผู้รับสารสามารถทำความเข้าใจได้

องค์กรจำเป็นต้องบริหารจัดการด้านการสื่อสารองค์กร เพื่อทำความเข้าใจกับประชาชน และขอความร่วมมือให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมไม่เกิดความคิดเห็นขัดแย้งหรือเกิดความรู้สึกต่อต้านและการประชาสัมพันธ์ยังช่วยในการพัฒนาบุคลากรให้มีความเหมาะสมเรียนรู้การวางกลยุทธ์ ในการสื่อสารให้บรรลุผลในการสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างกันก่อให้เกิดการรับรู้ เข้าใจ สร้างการยอมรับ และปฏิบัติตาม นำเสนอผ่านสื่อต่างๆ

สรุปได้ว่าการสื่อสารองค์กรคือรูปแบบที่องค์กรปฏิบัติดำเนินการเพื่อเสริมสร้างทัศนคติและความเข้าใจถูกต้องต่อกัน ระหว่างองค์กรกับกลุ่มเป้าหมาย เป็นการสื่อสารสองทางนั่นคือหน่วยงานที่ดำเนินการสื่อสารองค์กรจะต้องทำหน้าที่ในการส่งและรับสารจากประชาชนกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง โดยเป็น ทียอมรับกันทั่วไปว่าวัตถุประสงค์ส่วนหนึ่งของการสื่อสารองค์กรเพื่อชักจูงประชาคมติด้วยวิธีสื่อสาร เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้ ความเข้าใจ ความรู้สึกนึกคิดที่ดีต่อองค์กร ดังนั้นการประชาสัมพันธ์จึงไม่ใช่ เพียงเผยแพร่ข่าวสาร แต่งานสื่อสารองค์กรเป็นงานในเชิงสร้างสรรค์ที่ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ แก่ประชาชนหรือกลุ่มเป้าหมาย เป็นงานส่งเสริมสร้างให้ราบรื่น ป้องกันและแก้ไขความผิดพลาด ลดความขัดแย้งต่างๆ ระหว่างชุมชนกับองค์กร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพและ ปัญหาการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน
2. เพื่อพัฒนารูปแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน
3. เพื่อหาประสิทธิภาพของรูปแบบการสื่อสารองค์กรที่สร้างการยอมรับของชุมชน

เพื่อนำไปใช้อย่างมีคุณภาพ

ขอบเขตของการวิจัย

1. ด้านเอกสาร โดยการศึกษาเอกสารแนวคิด ทฤษฎี ที่พิจารณาเห็นว่าเกี่ยวข้องกับรูปแบบการสื่อสารองค์กรเป็นการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี หลักการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทาง พร้อมด้วยการสังเคราะห์ แนวคิด ทฤษฎี และหลักการที่เกี่ยวข้อง แนวคิดการสื่อสาร สื่อสารมวลชน และสื่อมวลชน รวมทั้งการสังเคราะห์งานวิจัยต่างๆแนวคิดการสื่อสาร สื่อสารมวลชน และสื่อมวลชนแนวคิดการมีส่วนร่วมของประชาชนแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารประชาสัมพันธ์ในองค์กรแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินงานสื่อสารประชาสัมพันธ์ของการสื่อสารเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญต่างๆ ด้านการสื่อสารองค์กรและชุมชนสัมพันธ์ เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ นำมาสังเคราะห์เป็นการพัฒนารูปแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน

2. ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการสำรวจแหล่งแร่เอกชน ของบริษัทเขาศูนย์ ทังสแตน ไมนิ่ง จำกัด ประชาชนในพื้นที่โครงการสำรวจ ตำบลไม้เรียง อำเภอดวาง จังหวัด นครศรีธรรมราช ประชากร จำนวน 357 คน ใน 10 หมู่บ้านประชากรตำบลไม้เรียง อำเภอดวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งผู้วิจัยทำการสุ่มตัวอย่างโดยใช้หลักความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดยการสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ (Systematic Random Sampling) ได้ทำการสุ่มตัวอย่าง ซึ่งได้จากการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณจากสูตรของ Yamane

วิธีดำเนินงานวิจัย

ระยะที่ 1 วิเคราะห์เอกสารและรูปแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน

ขั้นที่ 1 วิเคราะห์เอกสารแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ขั้นที่ 2 ศึกษารูปแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชนโดยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญที่ประสบความสำเร็จในการสื่อสารองค์กรกับชุมชน

ขั้นที่ 3 การศึกษาเกี่ยวกับสภาพการปัจจุบัน ปัญหาและความต้องการในรูปแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน

ขั้นที่ 4 สังเคราะห์กรอบแนวคิด ผลการวิเคราะห์เอกสาร การสัมภาษณ์และสอบถามความคิดเห็น

ระยะที่ 2 การพัฒนารูปแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน

ขั้นที่ 1 ร่างรูปแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน

ขั้นที่ 2 ประเมินรูปแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน

ขั้นที่ 3 การหาประสิทธิภาพของรูปแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน

ระยะที่ 3 การทดลองใช้จริงรูปแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน ทดลองใช้รูปแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชนกลุ่มตัวอย่าง

ระยะที่ 4 การประเมินผลรูปแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน

ขั้นที่ 1 ความพึงพอใจของชุมชนที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน

ขั้นที่ 2 ความคิดเห็นของผู้ทรง

คุณวุฒิ จำนวน 5 คน ประเมินรูปแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน

สรุปผลการวิจัย

จากการดำเนินการตามขั้นตอนของการวิจัยที่ได้นำเสนอแล้วนั้น ปรากฏว่าได้ผลบรรลุวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

1. ผลการศึกษา สภาพและปัญหาการพัฒนารูปแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน

1.1 ด้านสภาพและปัญหาการพัฒนารูปแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบหลัก

1) ด้านสภาพปัจจุบันการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน

2) ด้านการใช้สื่อในการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน

3) ประเมินผลรูปแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน

4) ด้านปัญหาในการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน

5) ด้านการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ

2. ผลการพัฒนารูปแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน ผลการวิจัยพบว่า

2.1 รูปแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน ประกอบด้วย 3 ส่วนหลัก ดังนี้

1. การสร้างทีมงานของการสื่อสารองค์กร

2. บุคลิกภาพของผู้สื่อสารองค์กร

3. สื่อ สำหรับการสื่อสารองค์กร

2.2 ประเมินคุณภาพของรูปแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน ตามเกณฑ์ประเมิน โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน คุณภาพอยู่ในระดับดีมาก

2.3 การศึกษาความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ 3 ลำดับ พบว่า รายละเอียดวัตถุประสงค์สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาสภาพปัญหา และความต้องการ มีความเป็นไปได้ ของรูปแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชนคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก กระบวนการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน สะดวกและมีขั้นตอนการใช้ไม่ซับซ้อน สามารถนำไปใช้ได้ดีอยู่ในระดับดีมาก มีการสังเคราะห์ หลักการแนวคิด ทฤษฎีมาประยุกต์ใช้ได้สอดคล้องกับสภาพปัญหา หรือความต้องการในการพัฒนารูปแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน อยู่ในระดับดีมาก

2.4 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของประชาชนกลุ่มทดลองที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน โดยภาพรวมความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับ พบว่าด้านการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้รับรู้เรื่องของข้อมูลการสื่อสารองค์กร อยู่ในระดับมากที่สุด วิธีการสื่อสารมีความเหมาะสม,สื่อประกอบการสื่อสารองค์กรมีความหลากหลาย,ประชาชนมีความรู้ในเรื่องที่องค์กรสื่อสารได้ดีขึ้นจากการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน,รูปแบบการสื่อสารองค์กรช่วยให้พัฒนาการสื่อสารองค์กรประสิทธิภาพสูงขึ้น อยู่ในระดับมากที่สุด การนำเสนอการสื่อสาร

องค์กรทำให้เกิดความเชื่อมั่นในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน อยู่ในระดับมาก

2.5 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของประชาชนกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน โดยภาพรวมความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับ พบว่าขั้นตอนการจัดรูปแบบการสื่อสารองค์กรมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้รับรู้เรื่องของข้อมูลการสื่อสารองค์กร อยู่ในระดับมากที่สุด วิธีการสื่อสารมีความเหมาะสม,สื่อประกอบการสื่อสารองค์กรมีความหลากหลาย,ประชาชนมีความรู้ในเรื่องที่องค์กรสื่อสารได้ดีขึ้นจากการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน,รูปแบบการสื่อสารองค์กรช่วยให้พัฒนาการสื่อสารองค์กรประสิทธิภาพสูงขึ้น อยู่ในระดับมาก

3. ผลของประสิทธิภาพการใช้รูปแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน ผลการวิจัยการศึกษาผลการใช้รูปแบบสรุปได้ดังนี้

3.1 ผลวิเคราะห์จากผู้เชี่ยวชาญ ประเมินคุณภาพของรูปแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน ภาพรวมความเหมาะสมของรูปแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน คุณภาพอยู่ในระดับดีมาก

3.2 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของประชาชนกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน โดยภาพรวมความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน อยู่ในระดับมาก

3.3 ผลวิเคราะห์จากผู้เชี่ยวชาญ ประเมินคุณภาพของรูปแบบการสื่อสารองค์กร เพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน ภาพรวมความเหมาะสมของรูปแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน คุณภาพอยู่ในระดับดีมาก รายละเอียดวัตถุประสงค์สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนา สภาพปัญหา และความต้องการ มีความเป็นไปได้ ของรูปแบบการสื่อสารองค์กร เพื่อสร้างการยอมรับของชุมชนคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก กระบวนการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน สะดวกและมีขั้นตอนการใช้ไม่ซับซ้อน สามารถนำไปใช้ได้ดียิ่งอยู่ในระดับดีมาก มีการสังเคราะห์ หลักการแนวคิด ทฤษฎี มาประยุกต์ใช้ได้สอดคล้องกับสภาพปัญหา หรือ ความต้องการในการพัฒนารูปแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน อยู่ในระดับดีมาก

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยซึ่งเป็นไปตามวัตถุประสงค์ การวิจัยสามารถนำไปสู่การอภิปรายผลได้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาการพัฒนารูปแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชนโดยศึกษาวิเคราะห์แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญที่ประสบความสำเร็จในการสื่อสารองค์กร สรรวจสภาพปัจจุบัน ปัญหาและความต้องการในการสื่อสารองค์กรสอดคล้องกับงานวิจัยของจันทนา ยวงสร้อย (2547) ศึกษาถึงสภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์สถาบันราชภัฏกลุ่มรัตนโกสินทร์และงานวิจัยของ ลัดดาวัลย์ หวังชิงชัย (2546) ศึกษากลยุทธ์การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ มีองค์ประกอบ มี 4 องค์ประกอบ คือ 1) ด้านสภาพปัจจุบันการสื่อสาร

องค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน2) ด้านการใช้สื่อในการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน 3) ประเมินผลรูปแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน 4) ด้านปัญหาในการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน 5) ด้านการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ

2. เพื่อพัฒนารูปแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน ที่พัฒนาขึ้นเป็น รูปแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชนสอดคล้องกับงานวิจัยของ จินตนา มูลสาร(2541)ศึกษาการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์ของสามัญศึกษาเขต 9 มุ่งเน้น ประกอบด้วย 3 ส่วนหลัก ดังนี้ 1.การสร้างทีมงานของการสื่อสารองค์กร 2.บุคลิกภาพของผู้สื่อสารองค์กร 3. สื่อ สำหรับการสื่อสารองค์กร

3. เพื่อศึกษาประสิทธิภาพการใช้รูปแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน

3.1 ผลวิเคราะห์จากผู้เชี่ยวชาญ ประเมินคุณภาพของรูปแบบการสื่อสารองค์กร เพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน ภาพรวมความเหมาะสมของรูปแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน คุณภาพอยู่ในระดับดีมาก

3.2 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของประชาชนกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน โดยภาพรวมความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน อยู่ในระดับมาก

3.3 ผลวิเคราะห์จากผู้เชี่ยวชาญ ประเมินคุณภาพของรูปแบบการสื่อสารองค์กร เพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน ภาพรวมความเหมาะสมของรูปแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้าง

การยอมรับของชุมชน คุณภาพอยู่ในระดับดีมาก รายละเอียดวัตถุประสงค์สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนา สภาพปัญหา และความต้องการ มีความเป็นไปได้ ของรูปแบบการสื่อสารองค์กร เพื่อสร้างการยอมรับของชุมชนคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก กระบวนการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน สะดวกและมีขั้นตอนการใช้ไม่ซับซ้อน สามารถนำไปใช้ได้ดียิ่งอยู่ในระดับดีมาก มีการสังเคราะห์ หลักการแนวคิด ทฤษฎี มาประยุกต์ใช้ได้สอดคล้องกับสภาพปัญหา หรือความต้องการในการพัฒนารูปแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน อยู่ในระดับดีมาก

ข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ผู้ที่จะนำรูปแบบนี้ไปใช้ควรเตรียมความพร้อมศึกษาทำความเข้าใจคู่มือรูปแบบการสื่อสารองค์กรเรื่องการสร้างทีมงานของการสื่อสารองค์กร บุคลิกภาพของผู้สื่อสารองค์กร สื่อสำหรับการสื่อสารองค์กร
2. ศึกษากลุ่มเป้าหมายต้องมีความรู้พื้นฐาน เกี่ยวกับบริบทชุมชน
3. สื่อและกิจกรรมต้องสอดคล้องกัน เป็นอย่างดี และมีความสม่ำเสมอต่อเนื่อง
4. ผู้มีส่วนเกี่ยวกับการสื่อสารองค์กร ควรควบคุมตนเอง ให้มีความซื่อสัตย์ รู้จักแบ่งเวลา และมีความรับผิดชอบในการสื่อสารและศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมด้วยตนเองอยู่ตลอด

บรรณานุกรม

- จิตรภรณ์สุทธีวเรศรัษฎ์. (2539). ยุทธวิธี การประชาสัมพันธ์ (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย .
- ถวิลวดี บุรีกุล. (2528). การมีส่วนร่วม แนวคิด ทฤษฎีและกระบวนการ. กรุงเทพฯ:สถาบันพระปกเกล้า.
- ปรัชญา เวสารัชช์ . (2528).การมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมเพื่อพัฒนาชนบท.รายงานการวิจัย,มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.สถาบันไทยคดีศึกษา.
- ประทุม ฤกษ์กลาง. (2548). การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พรทิพย์ พิมพ์สินธุ์ . (2542). แนวทางการติดตามประเมินผลการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พรทิพย์วรกิจโกศาทร. (2539). สถานภาพหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของรัฐและรัฐวิสาหกิจ. (รายงานการวิจัย) กรุงเทพมหานคร: กรมประชาสัมพันธ์.
- พรพรหม ชมงาม. (2545). หลักการประชาสัมพันธ์ . กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พยอม วงศ์สารศรี. (2534). องค์การ และการจัดการ (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพมหานคร: ม.ป.ท.
- รัตนาวดี ศิริทองถาวร. (2548). การประชาสัมพันธ์ธุรกิจ (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย .
- ลักขณา สตะเวทิน . (2540). หลักการประชาสัมพันธ์ . กรุงเทพมหานคร: เพ็ญฟ้า พรินต์ติ้ง .
- วิจิตร อาวะกุล . (2541). เทคนิคการประชาสัมพันธ์ (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย .
- วิมลพรรณ ตั้งจิตเพิ่มความดี. (2543). การประชาสัมพันธ์ของรัฐและธุรกิจ . กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ฟลิक्सเซ็นเตอร์.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2549). การประชาสัมพันธ์ ฉบับสมบูรณ์(พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย .
- สมควร กวียะ. (2547). การประชาสัมพันธ์ใหม่. กรุงเทพมหานคร: โอ เอสพริ้นต์ติ้ง เฮาส์.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542).สื่อการประชาสัมพันธ์.กรุงเทพฯ:ธนัชการพิมพ์.