

ความคิดเห็นของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กร : กรณีศึกษา
บริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ ไทย จำกัด (มหาชน)

เสาวณี ศรีไพโรจน์*

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วันวรร จะนู **

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นต่อการสื่อสารภายในองค์กรของพนักงานใน บริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ ไทย จำกัด (มหาชน) และ เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการสื่อสารภายในองค์กรของพนักงานใน บริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ ไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ประชากรที่ศึกษาคือพนักงานใน บริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ ไทย (จำกัด) ทั้งหมด 75 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม

ผลการวิจัยพบว่าพนักงานใน บริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ ไทย จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26-30 ปี ซึ่งส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับ ปวส./อนุปริญญา มีอายุการทำงาน 1-5 ปี และส่วนใหญ่ทำงานอยู่ฝ่ายขาย (Sale) พบว่า

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็น โดยค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของพนักงานบริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ ไทย จำกัด (มหาชน) ต่อการสื่อสารในองค์กร โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อจำแนกตามเพศ พบความแตกต่างในด้านทิศทางการสื่อสารในแนวทแยง โดยเพศชายมีการรับรู้มากกว่าเพศหญิง การจำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา อายุการทำงาน ไม่พบความแตกต่าง และการจำแนกตามฝ่ายงานที่สังกัด พบว่า พนักงานที่มีฝ่ายงานที่สังกัดแตกต่างกันในด้านทิศทางการสื่อสารจากบนลงล่าง พบว่าพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการกลาง (OPT) มีความเห็นต่อการสื่อสารในองค์กรด้านทิศทางการสื่อสารจากบนลงล่างโดยรวมแตกต่างจากฝ่ายอื่น ซึ่งในส่วนอื่นไม่พบความแตกต่าง

* นักศึกษาหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

**ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

บทนำ

การสื่อสารเป็นสิ่งที่สำคัญมาก เพราะในปัจจุบันนี้มีการรับส่งข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็ว องค์กรต่าง ๆ จึงต้องปรับตัวเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการทำงาน และเพื่อให้การดำเนินงานในยุคที่มีการแข่งขันสูง เพื่อจะได้ก้าวไปข้างหน้าได้อย่างมั่นคง ปัญหาที่มักเกิดในระดับองค์กร คือ การปฏิบัติที่ไม่เป็นไปตามระเบียบขององค์กร หลายองค์กรพยายามที่จะแก้ไขปัญหานี้โดยอาศัย เทคโนโลยีเข้ามาช่วย เพื่อให้การสื่อสาร การเชื่อมต่อถึงกันได้ง่ายขึ้น แต่สุดท้ายก็ไม่ได้ทำให้การสื่อสารไปถึงกันได้อย่างที่คาดหวังไว้เลย เนื่องจากถ้าคนคนนั้นไม่คิดที่จะสื่อซักอย่าง จะใช้เครื่องมือทันสมัยเพียงใด ก็ไม่มีประโยชน์

ด้วยเหตุที่บริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ ไทย จำกัด (มหาชน) เป็นองค์กรขนาดกลาง มีพนักงานทั้งระดับผู้จัดการ ระดับปฏิบัติงานค่อนข้างไม่เยอะมาก โดยมีการแบ่งเป็นหลายสายงาน ซึ่งความไม่ชัดเจนของการสื่อสาร หรือการที่พนักงานไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ทำให้เกิดความเข้าใจผิดหรือไม่ทราบถึงการสื่อสารภายใน และปัญหาต่าง ๆ เหล่านี้ก็ได้สร้างความวุ่นวาย และสร้างความเสียหายให้กับ บริษัท

จากปัญหาที่กล่าวมาข้างต้นนั้นทำให้ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะทำการศึกษาความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อการสื่อสารในองค์กร บริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ ไทย จำกัด (มหาชน) โดยรวบรวมความคิดเห็นของพนักงาน ที่ได้มีการติดต่อสื่อสารโดยจะศึกษาในเรื่องของทิศทางของการสื่อสาร คือจากผู้บังคับบัญชาถึงพนักงาน จากพนักงานถึงผู้บังคับบัญชา จากพนักงานถึงพนักงานในหน่วยงานเดียวกัน และพนักงานต่างแผนก ซึ่งนอกจากผู้วิจัยจะศึกษาเรื่องทิศทางของการสื่อสารแล้ว ยังมีการศึกษาในเรื่องของคุณภาพของการสื่อสารอีกด้วย เพื่อนำมาวิเคราะห์ถึงสาเหตุของปัญหาในการสื่อสารและเพื่อที่จะนำไปเสนอต่อผู้ที่เกี่ยวข้อง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นต่อการสื่อสารภายในองค์กรของพนักงานใน บริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ ไทย จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการสื่อสารภายในองค์กรของพนักงานใน บริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ ไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากรและพื้นที่

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานใน บริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ ไทย (จำกัด) ทั้งหมด 75 คน แบ่งเป็น

- 1) ฝ่ายสำนักกรรมการผู้จัดการ (MD) 3 คน
- 2) ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ (HR) 8 คน
- 3) ฝ่ายบริการลูกค้า (SC) 10 คน
- 4) ฝ่ายบัญชี (AC) 14 คน
- 5) ฝ่ายการตลาด (MKT) 6 คน
- 6) ฝ่ายพัฒนารูรกิจช่องทางใหม่ (BDC) 5 คน
- 7) ฝ่ายขาย (Sale) 15 คน
- 8) ฝ่ายกิจการต่างประเทศ (IB) 6 คน
- 9) ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) 3 คน
- 10) ฝ่ายปฏิบัติการกลาง (OPT) 5 คน

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา คือต้องการศึกษาในเรื่องเกี่ยวกับความคิดเห็นของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กร บริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ ไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านทิศทางการสื่อสารและด้านคุณภาพของการสื่อสาร

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา เริ่มเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2558 และผู้วิจัยคาดว่างานวิจัยนี้จะเสร็จสิ้นภายในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2558 โดยมีกำหนดระยะเวลา 5 เดือนในการทำวิจัยครั้งนี้

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อหาระดับความพึงพอใจของพนักงานผู้วิจัยเลือก โดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยมีปัจจัยส่วนบุคคล เป็นตัวแปรต้นและมีตัวแปรตามคือ ความคิดเห็นของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กร ด้านทิศทางการสื่อสารและด้านคุณภาพของการสื่อสาร

ประชากรเป้าหมายในการวิจัยครั้งนี้เป็นพนักงานบริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ ไทย จำกัด (มหาชน) ที่ประจำอยู่สำนักงานใหญ่ จำนวน 75 คนโดยแบ่งตามฝ่ายงานที่สังกัด 10 ฝ่าย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้จัดทำเป็นแบบสอบถามเพื่อสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กรกรณีศึกษา : บริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ ไทย จำกัด (มหาชน) โดยผู้วิจัยได้แบ่งคำถามในแบบสอบถามออกเป็น 4 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุการทำงาน ฝ่ายงานที่สังกัด ข้อคำถามเป็นแบบเลือกตอบ ที่ผู้ทำแบบสอบถามจะต้องตอบข้อที่ตรงกับตนเองที่สุด

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลเรื่องทิศทางของการสื่อสารภายในองค์กร บริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ ไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งข้อคำถามเป็นแบบประเมินค่า 5 ระดับ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารภายในองค์กร บริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ ไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งข้อคำถามเป็นแบบประเมินค่า 5 ระดับ

ตอนที่ 4 เป็นข้อเสนอแนะ ที่ผู้ทำแบบสอบถามอยากจะเสนอให้ทางองค์กร บริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ ไทย จำกัด (มหาชน) นำไปปรับปรุงแก้ไขการสื่อสารภายในองค์กร บริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ ไทย จำกัด (มหาชน) ต่อไป

สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 58.7) มีอายุระหว่าง 26-30 ปี (ร้อยละ 30.7) รองลงมาคือช่วงอายุระหว่าง 31-35 ปี (ร้อยละ 29.3) ซึ่งส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับ ปวส./อนุปริญญา (ร้อยละ 48.0) รองลงมาจบการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 37.3) มีอายุการทำงาน 1-5 ปี (ร้อยละ 30.7) และรองลงมาคืออายุการทำงาน 6-10 ปี (ร้อยละ 28.0) ส่วนใหญ่อยู่ฝ่ายขาย (Sale) (ร้อยละ 20.0) รองลงมาเป็นฝ่ายบัญชี (AC) (ร้อยละ 18.7)

2. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็น โดยค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของพนักงานบริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ ไทย จำกัด (มหาชน) ต่อการสื่อสารในองค์กร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=2.30$) และเมื่อพิจารณาตามทิศทางของการสื่อสาร พบว่าค่าเฉลี่ยความคิดเห็นด้านการสื่อสารในแนวทแยง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X}=2.37$) รองลงมาได้แก่ด้านการสื่อสารจากล่างขึ้นบน ($\bar{X}=2.31$) รองลงมาเป็นด้านการสื่อสารในแนวนอน ($\bar{X}=2.26$) และด้านการสื่อสารจากบนลงล่าง น้อยที่สุด ($\bar{X}=2.22$) โดยมีค่าเฉลี่ยด้านคุณภาพของการสื่อสารอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=2.35$)

3. ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย คือ พนักงานใน บริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ ไทย จำกัด (มหาชน) ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารภายในองค์กรแตกต่างกัน พบว่า

3.1 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กร : กรณีศึกษา บริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ ไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามเพศ พบว่า

พนักงานที่มีเพศแตกต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบความแตกต่างในด้านทิศทางการสื่อสารในแนวทแยงเพียงด้านเดียว จึงนำไปทดสอบโดยวิธีการโดยเพศชายมีการรับรู้มากกว่าเพศหญิง

3.2 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กร: กรณีศึกษา บริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ ไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามอายุ พบว่าพนักงานที่มีอายุแตกต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวม และรายด้านไม่แตกต่างกัน

3.3 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กร: กรณีศึกษา บริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ ไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามการศึกษา พบว่าพนักงานที่มีการศึกษาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวม และรายด้านไม่แตกต่างกัน

3.4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กร: กรณีศึกษา บริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ ไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามอายุการทำงาน พบว่า พนักงานที่มีอายุการทำงานแตกต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวม และรายด้านไม่แตกต่างกัน

3.5 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กร: กรณีศึกษา บริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ ไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามฝ่ายงานที่สังกัด พบว่า พนักงานที่มีฝ่ายงานที่สังกัดแตกต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวม และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบความแตกต่างในด้านทิศทางการสื่อสารจากบนลงล่างเพียงด้านเดียว หากค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของพนักงานบริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ ไทย จำกัด (มหาชน) ต่อการสื่อสารในองค์กร ในด้านทิศทางการสื่อสารในแนวทแยง จำแนกตามฝ่ายงานที่สังกัด พบกว่าพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการกลาง (OPT) มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารในองค์กร ด้านทิศทางการสื่อสารจากบนลงล่างโดยรวมแตกต่างจากฝ่ายอื่น ซึ่งในส่วนอื่นไม่พบความแตกต่าง

อภิปรายผล

1. ประเด็นด้านทิศทางการสื่อสาร พบว่าพนักงานบริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ ไทย จำกัด (มหาชน) มีความคิดเห็นต่อทิศทางการสื่อสารทั้ง 4 ทิศทาง คือ ทิศทางการสื่อสารจากบนลงล่าง ทิศทางการสื่อสารจากล่างขึ้นบน ทิศทางการสื่อสารในแนวนอน และทิศทางการสื่อสารในแนวทแยง ซึ่งแสดงให้เห็นความหลากหลายในการสื่อสารภายในองค์กรของ บริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ ไทย จำกัด (มหาชน) เหมาะสำหรับองค์กรขนาดกลาง และใหญ่ ที่มีความจำเป็นต้องเปิดทิศทางให้พนักงานภายในองค์กรได้สื่อสารกันรอบด้านมากขึ้น และเมื่อพิจารณาเป็นแต่ละทิศทางแล้ว มีข้อค้นพบที่น่าสนใจดังต่อไปนี้

1.1 ด้านทิศทางการสื่อสารจากบนลงล่าง พนักงาน บริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ ไทย จำกัด (มหาชน) มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารภายในด้านการสื่อสารจากบนลงล่าง โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าที่ถามว่า ผู้บังคับบัญชาได้ส่งเสริมให้มีการสื่อสารทุกรูปแบบ เป็นข้อที่มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงสุด ($\bar{X}=2.28$) แสดงให้เห็นว่า ผู้บังคับบัญชาส่วนใหญ่ของ บริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ ไทย จำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญกับการสื่อสาร มีการสนับสนุนให้สื่อสารกันผ่านช่องทางที่หลากหลายมากขึ้น และเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้บังคับบัญชาและลูกน้อง

1.2 ด้านทิศทางการสื่อสารจากล่างขึ้นบน พนักงาน บริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ ไทย จำกัด (มหาชน) มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารภายในด้านการสื่อสารจากล่างขึ้นบน โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ถามว่าท่านสามารถรายงานปัญหาในการปฏิบัติงานต่อผู้บังคับบัญชา ได้ตลอดเวลา เป็นข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{X}=2.18$) ถึงแม้จะมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากก็ตาม จึงเป็นข้อค้นพบที่น่าสนใจ และควรนำไปปรับปรุงแก้ไข เพื่อเป็นประโยชน์ต่อองค์กรต่อไป

1.3 ด้านทิศทางการสื่อสารในแนวนอน พนักงาน บริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ ไทย จำกัด (มหาชน) มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารภายในด้านการสื่อสารในแนวนอน โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงการปฏิบัติงาน จะมีการประชุมกับเพื่อนร่วมงาน เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานไปในทางเดียวกัน เป็นข้อที่มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงสุด ($\bar{X}=2.93$) แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ที่ดีของพนักงาน บริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ ไทย จำกัด (มหาชน) ที่มีความร่วมมือ ร่วมใจ หาแนวทางปฏิบัติงานเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงการปฏิบัติงาน เพื่อให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

1.4 ด้านทิศทางการสื่อสารในแนวทแยง พนักงาน บริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ ไทย จำกัด (มหาชน) มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารภายในด้านการสื่อสารในแนวทแยง โดยรวมอยู่ในระดับมาก แต่มีอยู่ 1 ข้อ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.37$) ซึ่งเป็นข้อที่มีค่าเฉลี่ยไม่ได้ต่ำที่สุด คือ ข้อที่ถามว่ามีการสั่งการข้ามสายงานเพื่อประโยชน์ในการปฏิบัติงาน ซึ่งแม้จะเป็นข้อที่ดี แต่พนักงาน บริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ ไทย จำกัด (มหาชน) ยังคงไม่ค่อยเห็นด้วย จึงควรรวนำไปสู่การแก้ไขปรับปรุงเพื่อเป็นประโยชน์ต่อไปในองค์กร

2. ประเด็นด้านคุณภาพของการสื่อสารโดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยข้อที่ถามว่า ทุกครั้งที่ท่านได้รับข่าวสารภายในองค์กร ภาษามีความชัดเจน เข้าใจง่าย เป็นข้อที่มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงสุด ($\bar{X}=2.50$) ซึ่งแสดงให้เห็นว่า

พนักงาน บริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ ไทย จำกัด (มหาชน) มีการสื่อสารที่เข้าใจง่าย ใช้ภาษาที่มีความหมายชัดเจน สามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง นำไปสู่ความสำเร็จขององค์กรในที่สุด

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

ผู้วิจัยได้ให้ข้อเสนอแนะการวิจัย ดังนี้

1.1 ด้วยการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เพิ่มขึ้นมากมาย ทำให้ช่องทางในการสื่อสารก็กว้างมากขึ้น ถึงแม้ว่า E-mail จะเป็นช่องทางหลักของ บริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ ไทย จำกัด (มหาชน) แต่ก็ไม่ค่อยได้รับความสนใจจากพนักงานมาก เพราะคนส่วนใหญ่คิดว่าช่องทางนี้จะทำให้ได้รับข้อมูลช้า จึงมักใช้ Line และ Facebook ในการสื่อสารกันมากกว่า ดังนั้นการที่จะช่วยให้การสื่อสารมีความชัดเจนและตรงตามความต้องการของทุกฝ่าย ผู้บังคับบัญชาก็ควรสนับสนุนให้มียุติต่อไป ซึ่งอาจจะต้องมีการปรับการใช้งานให้เข้ากับทุกฝ่ายมากขึ้น เพื่อความสะดวกและบรรลุผล

1.2 ถึงแม้ว่าระดับความคิดเห็นทุกด้านของการสื่อสาร ของพนักงาน บริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ ไทย จำกัด (มหาชน) จะอยู่ในระดับมาก ซึ่งถือว่าเป็นผลดี แต่ก็ยังจะต้องมีการพัฒนาปรับปรุงแก้ไขในส่วนต่าง ๆ เพิ่มขึ้น เพื่อให้เกิดผลสำเร็จที่ดีมากยิ่งขึ้น

1.3 ควรศึกษาการสื่อสารในองค์กรเปรียบเทียบกับระหว่าง พนักงานบริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ ไทย จำกัด (มหาชน) และหน่วยงานอื่น เพื่อหาผลลัพธ์ที่แตกต่าง และถือว่าการหาแนวทางใหม่ ๆ ใช้ในการสื่อสาร หรือใช้ศึกษาปัญหาเพื่อนำไปสู่การพัฒนา

1.4 ในด้านค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของพนักงาน บริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ ไทย จำกัด (มหาชน) ต่อการสื่อสารในองค์กรจำแนกตามเพศ พบความแตกต่างกัน คือด้านทิศทางการสื่อสารในแนวทแยงเพียงด้านเดียว จึงนำไปทดสอบรายคู่ โดยเพศชายมีการรับรู้มากกว่าเพศหญิง ซึ่งหมายถึงการติดต่อสื่อสารกับฝ่ายงานอื่น ผู้ชายมีการติดต่อสื่อสารได้ดีกว่าเพศหญิง ดังนั้นเมื่อมีการติดต่อสื่อสารกับฝ่ายงานอื่นควรเลือกผู้ชายไปติดต่อ เพื่อความรวดเร็วและง่ายต่อการสื่อสาร เพราะการที่เพศชายมีการรับรู้ด้านการสื่อสารมากกว่าเพศหญิงอาจจะหมายถึงว่าเพศชายมีความสามารถในการสื่อสารดีกว่าเพศหญิง

1.5 จากผลทดสอบค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของพนักงาน บริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ ไทย จำกัด (มหาชน) ต่อการสื่อสารในองค์กร ในด้านทิศทางการสื่อสารในแนวทแยง จำแนกตามฝ่าย

งานที่สังกัด พบว่าพนักงานในฝ่ายปฏิบัติการกลาง (OPT) มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารในองค์กร ด้านทิศทางการสื่อสารจากบนลงล่างโดยรวมแตกต่างจากฝ่ายอื่น ก็คือการแสดงให้เห็นว่าการสอดคล้องกับการวิเคราะห์ผล เพราะทางฝ่ายปฏิบัติการกลาง (OPT) ไม่มีลูกน้องต่อไปจึงไม่มีการสื่อสารจากบนลงล่างต่อ

1.6 จากการสอบถามเพิ่มเติมถึงช่องทางของการสื่อสาร ในทุก ๆ ด้าน ใช้โซเชียลมีเดียเป็นช่องทางหลัก โดย Line Facebook เป็นเครื่องมือที่พนักงานให้ความสำคัญ และใช้มากกว่า E-mail ที่เป็นช่องทางหลักของการสื่อสารในองค์กร เพราะง่ายต่อการใช้งาน รวดเร็ว แม้แต่ผู้บริหารระดับสูงก็ใช้ Line ในการสื่อสาร รับส่งข้อมูลกันเป็นช่องทางหลัก

1.7 จากที่ได้เปรียบเทียบกับ การสื่อสารภายในองค์กรระหว่างของหน่วยงานเอกชน คือ บริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ ไทย จำกัด (มหาชน) และหน่วยงานของรัฐ คือ สำนักงานคณะกรรมการปฏิรูปกฎหมาย ของคุณกวิสรา สุวรรณโณ พบว่าช่องทางการสื่อสารแบบ E-mail มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และบุคลากรมีความคิดเห็นเกี่ยวกับทิศทางการสื่อสารภายในองค์กรโดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าในด้านทิศทางการสื่อสารในแนวนอนมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาความคิดเห็นของพนักงานบริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ ไทย จำกัด (มหาชน) ต่อการสื่อสารในองค์กร ผู้วิจัยขอเสนอแนวทางในการศึกษาครั้งต่อไป ดังนี้

2.1 การศึกษาความคิดเห็นของพนักงานบริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ ไทย จำกัด (มหาชน) ต่อการสื่อสารในองค์กร ควรศึกษาแง่มุมอื่น ของการสื่อสารในองค์กร โดยอาจกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยเพิ่มจากการวิจัยครั้งนี้ เช่น ช่องทางการสื่อสาร วิธีที่ใช้ในการสื่อสาร พฤติกรรมในการสื่อสาร ผลลัพธ์ที่เกิดจากการสื่อสาร เป็นต้น ซึ่งอาจมีผลต่อความคิดเห็นต่อการสื่อสารภายในองค์กร

2.2 การศึกษานี้ มุ่งเน้นเฉพาะในบริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ ไทย จำกัด (มหาชน) เท่านั้น ดังนั้นควรศึกษาวิจัยในเรื่องนี้กับพนักงานในองค์กรอื่น ๆ เพื่อดูผลว่าพนักงานภายในองค์กรมีความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรอย่างไร

บรรณานุกรม

พิริยะ ตระกูลสว่าง. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อความคิดเห็นของคน. สืบค้นจาก
<http://www.seal2thai.org/sara/sara042.htm>

ยาเป็น เรื่องจรรยาศรี. (2552). การติดต่อสื่อสาร. สืบค้นเมื่อ 23 ธันวาคม 2558.
จาก <http://www.kroobannok.com/blog/20402>

เวณิกา ชัยยิ้ม. (2558). การติดต่อสื่อสารในองค์กร สืบค้นเมื่อ 23 ธันวาคม 2558. จาก
<https://sites.google.com/site/darunsitpattanarangsana/sara-na-ru/585>

ศุภโชค ชุนอิว. (2546). การสื่อสารในองค์กร. วารสารข้าราชการ, 48 (4), 53-60

สันติสุข สันติสุข. (2553). การสื่อสารในองค์กร สืบค้นเมื่อ 23 ธันวาคม 2558. จากที่
<https://www.gotoknow.org/posts/320108>

สุภา นานาพุลสิน. (2546). ความพึงพอใจของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กร: กรณีศึกษา
บริษัท ไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ).
กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ