

การศึกษาการสื่อสารภายในองค์กรที่มีต่อการรับรู้ค่านิยมองค์กรกรณีศึกษา : บุคลากรคณะ
แพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ ภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์
คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2563
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

The Impact of Internal Communication on Employee Perception towards
Organizational Values: A Case Study of Faculty of Medicine, Chulalongkorn University



An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Public Administration in Public Administration

Department of Public Administration

FACULTY OF POLITICAL SCIENCE

Chulalongkorn University

Academic Year 2020

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อสารนิพนธ์	การศึกษาการสื่อสารภายในองค์กรที่มีต่อการรับรู้ค่านิยม องค์กรกรณีศึกษา : บุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
โดย	นายเสกสรรค์ศุภณัฐ รัชมิทัต
สาขาวิชา	รัฐประศาสนศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธรรมมา นิติเกษตรสุนทร

คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของ
การศึกษาตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบสารนิพนธ์

----- ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ปกรณ์ ศิริประกอบ)

----- อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธรรมมา นิติเกษตรสุนทร)

----- กรรมการ

(อาจารย์ ดร.กุลพฐ ศักดิ์วิทย์)

----- กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ธนพันธ์ ไส้ประกอบทรัพย์)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

เสฐียรุศุภณัฐ รัศมีทัต : การศึกษาการสื่อสารภายในองค์กรที่มีต่อการรับรู้ค่านิยมองค์กรกรณีศึกษา :
 บุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (The Impact of Internal
 Communication on Employee Perception towards Organizational Values: A Case
 Study of Faculty of Medicine, Chulalongkorn University) อ.ที่ปรึกษาหลัก : ผศ. ดร.สุธรรมมา
 นิติเกษตรสุนทร

การศึกษาการสื่อสารภายในองค์กรที่มีต่อการรับรู้ค่านิยมองค์กร กรณีศึกษา : บุคลากร
 คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีวัตถุประสงค์ คือ 1. เพื่อศึกษาการรับรู้ค่านิยม
 องค์กรของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2. เพื่อศึกษาคุณลักษณะปัจจัย
 ส่วนบุคคลของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่มีผลต่อการรับรู้ค่านิยม
 องค์กร 3. เพื่อศึกษาการสื่อสารภายในองค์กรที่มีผลต่อการรับรู้ค่านิยมองค์กร ของบุคลากรคณะ
 แพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 4. ใช้เป็นข้อมูลและแนวทางในการพัฒนาการสื่อสาร
 ภายในองค์กรและ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นศรัทธาให้เกิดขึ้นแก่องค์กร ตามเป้าหมายที่องค์กรตั้งไว้
 เพื่อนำไปสู่การเป็นองค์กรที่มีคุณภาพอย่างยั่งยืน ผลการศึกษา พบว่า ระดับการรับรู้ค่านิยมองค์กร
 ของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยอยู่ในระดับมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
 ที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ และเมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า การรับรู้
 ค่านิยมองค์กรของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ด้านความภาคภูมิใจใน
 องค์กร และด้านองค์กรที่เป็นเลิศ อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านองค์กรแห่งนวัตกรรมการเรียนรู้
 และสร้างองค์ความรู้ ด้านความพร้อมที่จะรับการเปลี่ยนแปลง ด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ด้าน
 ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ด้านการดำรงไว้ซึ่งคุณธรรมจริยธรรม และด้านการ
 ทำงานร่วมกันเป็นทีม อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ ในส่วนของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกันมีการรับรู้ค่านิยมองค์กรที่ แตกต่าง
 กัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐาน และเมื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง
 การสื่อสารภายในองค์กรกับการรับรู้ค่านิยมองค์กร พบว่า การสื่อสารภายในองค์กรมีผลต่อการรับรู้
 ค่านิยมองค์กรของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ
 0.05 เป็นไปตามสมมติฐาน โดยอยู่ในระดับสูงมากและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

สาขาวิชา รัฐประศาสนศาสตร์

ลายมือชื่อนิสิต

ปีการศึกษา 2563

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก

6280133124 : MAJOR PUBLIC ADMINISTRATION

KEYWORD:

Satesuphanat Rasmidatta : The Impact of Internal Communication on Employee Perception towards Organizational Values: A Case Study of Faculty of Medicine, Chulalongkorn University. Advisor: Asst. Prof. SUTHAMMA NITIKASETSOONTORN, Ph.D.

The objectives of this research are 1) to study the employee perception towards organizational values of the Faculty of Medicine, Chulalongkorn University, 2) to study characters of employees which impact their perception towards organizational values, 3) to study internal communication which impacts employee perception towards organizational values and 4) to make a recommendation for developing internal communication and building trust within the organization.

Research found that the employee perception towards organizational values is at a high level with a statistical significance of 0.05, as hypothesized. The employee perception towards organizational values is at the highest level for Dignity (D) and Excellence (E)., whereas Innovation (I), Adaptability to Change (+), Continuous Improvement (C), Social Responsibility (S), Morality (M) and Unity (U) are at high levels. It was also found that in the relation between internal communication and perception towards organizational values, internal communication has an impact on the employee perception towards organizational values with a significance of 0.05, as hypothesized.

Field of Study: Public Administration

Student's Signature

Academic Year: 2020

Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่อง การศึกษาการรื้อสสารภายในองค์กรที่มีต่อการรับรู้ค่านิยมองค์กร กรณีศึกษาบุคลากรคณะ แพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สำเร็จได้ด้วยดีด้วยความกรุณาและเสียสละเวลา ให้คำชี้แนะ คำปรึกษา และ ข้อคิดเห็นในทุกขั้นตอนอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุธรรมมา นิติเกษตรสุนทร อาจารย์ที่ปรึกษา และขอกราบขอบพระคุณ ศาตราจารย์ นายแพทย์สุทธิพงศ์ วัชรสินธุ คณบดี คณะแพทยศาสตร์ จุฬาฯ ศาตราจารย์ แพทย์หญิงบุรณี กาญจนถวัลย์ รองคณบดีฝ่ายบริหาร ศาตราจารย์ ดร.นายแพทย์ประวิตร อัครวานนท์ ศาตราจารย์ นายแพทย์สมชาย ธนวัฒนาเจริญ อาจารย์ประจำ คณะแพทยศาสตร์ จุฬาฯ และผู้อำนวยการฝ่ายบริหาร และ ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ทั้ง 3 ท่าน ของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาฯ ที่ได้ให้มุมมองและข้อคิดเห็นจากการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อเก็บข้อมูลของการวิจัยเชิงคุณภาพให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น และขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ วันชัย มีชาติ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นายแพทย์ชัยชนะ นิมนวล และนายวัชรพล มาลัยวงษ์ ที่กรุณาให้คำแนะนำและตรวจ แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณให้ครอบคลุมและเหมาะสมที่สุด

ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์และวิทยากรทุกท่าน ที่ให้ความรู้ มุมมอง และเปิดโลกทัศน์ใหม่อันมี คุณค่า ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ และขอขอบพระคุณคณะแพทยศาสตร์ จุฬาฯ ที่ ส่งเสริม สนับสนุน และมอบทุนการศึกษาให้แก่ข้าพเจ้า ได้มาศึกษาในหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต คณะ รัฐศาสตร์ จุฬาฯ แห่งนี้ อันเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้ผู้ศึกษาสามารถสำเร็จการศึกษาได้ตั้งตั้งใจ

และขอขอบคุณครอบครัวที่เป็นกำลังใจและเชื่อมั่นในตัวผู้ศึกษา ขอขอบคุณรุ่นพี่ ร.บ.ม. หลายคนที่ทำให้ คำแนะนำเกี่ยวกับการศึกษา และส่งกำลังใจที่ดีมาตลอด โดยเฉพาะป๊อบบี้ วัชรพล ร.บ.ม. 43 เป็นติวเตอร์ที่เก่ง เป็นที่ ปรึกษาที่ดีด้วยความเต็มใจยิ่งเสมอมา ตาลที่อยู่เคียงข้างและเป็นกำลังใจให้แกกัน รวมถึงน้องวุ้น และน้อง ๆ ใน หน่วยงานที่คอยช่วยเหลือในตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา และขอขอบคุณน้องๆ ร่วมรุ่น ร.บ.ม. 51 ทุกคนที่ร่วมเดินบน เส้นทางสายนี้ด้วยกันมาตั้งแต่ต้นจนมาถึงจุดหมายปลายทางในวันนี้ ขอขอบคุณอีกครั้งสำหรับโอกาสและความไว้วางใจที่ ให้พี่คนนี้ได้เป็น “ประธานรุ่น” หวังว่าตลอดเวลาที่ผ่านมานี้ พี่คนนี้จะทำหน้าที่ประธานรุ่นได้ดีและเหมาะสมที่สุดเท่าที่ คนๆ หนึ่งพึงกระทำได้ รวมถึงขอบคุณกรรมการรุ่นทุกคนที่คอยช่วยเหลือ เสนอความคิด ทำหน้าที่ของแต่ละคนได้เป็น อย่างดี เสียสละเพื่อเพื่อนร่วมรุ่นทุกคน และกลุ่ม “เทอเขาเราทะเล” อีฟ ไมค์ กุ้ง อัน ที่ออกทริปด้วยกันบ่อยๆ

สุดท้ายนี้ ขอขอบคุณตัวผู้ศึกษาเอง ขอขอบคุณในความมุ่งมั่น ตั้งใจ ความมานะอดทน ขอขอบคุณโอกาส และ ประสบการณ์ต่างๆ ที่ผ่านเข้ามา ทำให้มองเห็นโลกในมุมที่ต่างออกไป คุณค่าและประโยชน์จากการศึกษาที่ขอมอบแต่ผู้ มีพระคุณทุกท่าน

เสฏฐ์ศุภณัฐ รัชมิทัต

สารบัญ

	หน้า
.....ค	ค
บทคัดย่อภาษาไทย.....ค	ค
.....ง	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....ง	ง
กิตติกรรมประกาศ.....จ	จ
สารบัญ.....ฉ	ฉ
สารบัญตาราง.....ช	ช
สารบัญรูปภาพ.....ฎ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ..... 1	1
1.1 ที่มาและความสำคัญ..... 1	1
1.2 คำถามในการวิจัย..... 6	6
1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย..... 6	6
1.4 ขอบเขตของการศึกษา..... 7	7
1.5 ระเบียบวิธีวิจัย..... 7	7
1.6 สมมติฐานการวิจัย..... 8	8
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ..... 8	8
1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ..... 9	9
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... 10	10
2.1 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวกับการสื่อสาร และการสื่อสารภายในองค์กร..... 10	10
2.2 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้..... 30	30
2.3 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับค่านิยมองค์กร..... 35	35

2.4 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล.....	39
2.5 ข้อมูลของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	41
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	48
2.7 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	51
บทที่ 3 การดำเนินการวิจัย.....	54
3.1 การออกแบบการวิจัย.....	54
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	55
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	56
3.4 การสร้างเครื่องมือในการวิจัย.....	60
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล	62
3.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	63
3.7 สถิติที่ใช้ในการวิจัย	64
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	66
4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	66
4.2 การวิเคราะห์ข้อมูล	67
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ.....	68
4.4 การวิเคราะห์ผลข้อมูลเชิงคุณภาพ	98
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	105
5.1 สรุปผลการศึกษา	105
5.2 อภิปรายผลการศึกษา	108
5.3 ข้อเสนอแนะ	121
บรรณานุกรม	125
ประวัติผู้เขียน	129

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 การปิดเปิดการสื่อสาร	26
ตารางที่ 2 ค่านิยมองค์กร MED IS CU+ ของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	43
ตารางที่ 3 การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย.....	56
ตารางที่ 4 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน และการเปิดรับสื่อ	68
ตารางที่ 5 แสดงคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการสื่อสารภายในองค์กรโดยภาพรวม	71
ตารางที่ 6 แสดงระดับการสื่อสารภายในองค์กร ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของบุคลากรคณะ แพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในด้านความน่าเชื่อถือ (credibility).....	71
ตารางที่ 7 แสดงระดับการสื่อสารภายในองค์กร ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของบุคลากรคณะ แพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในด้านความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม (context).....	72
ตารางที่ 8 แสดงระดับการสื่อสารภายในองค์กร ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของบุคลากรคณะ แพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในด้านเนื้อหาสาระ (content).....	73
ตารางที่ 9 แสดงระดับการสื่อสารภายในองค์กร ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของบุคลากรคณะ แพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในด้านความสม่ำเสมอต่อเนื่องกัน (continuity and consistency).....	74
ตารางที่ 10 แสดงระดับการสื่อสารภายในองค์กร ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในด้านช่องทางการติดต่อสื่อสาร (channel).....	75
ตารางที่ 11 แสดงระดับการสื่อสารภายในองค์กร ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในด้านความสามารถของผู้รับสาร (capability of audience)	76
ตารางที่ 12 แสดงระดับการสื่อสารภายในองค์กร ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในด้านความชัดเจนของสาร (clarity).....	77

ตารางที่ 13 แสดงคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการสื่อสารภายในองค์กรโดยภาพรวม79

ตารางที่ 14 แสดงระดับการรับรู้ค่านิยมองค์กร ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของบุคลากรคณะ แพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในด้านการธำรงไว้ซึ่งคุณธรรมจริยธรรม (M = Morality)..80

ตารางที่ 15 แสดงระดับการรับรู้ค่านิยมองค์กร ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของบุคลากรคณะ แพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในด้านองค์กรที่เป็นเลิศ (E = Excellence)81

ตารางที่ 16 แสดงระดับการรับรู้ค่านิยมองค์กร ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของบุคลากรคณะ แพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในด้านความภาคภูมิใจในองค์กร (D = Dignity).....82

ตารางที่ 17 แสดงระดับการรับรู้ค่านิยมองค์กร ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของบุคลากรคณะ แพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในด้านองค์กรแห่งนวัตกรรมการเรียนรู้และสร้างองค์ความรู้ (I = Innovation)83

ตารางที่ 18 แสดงระดับการรับรู้ค่านิยมองค์กร ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของบุคลากรคณะ แพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (S = Social Responsibility).....84

ตารางที่ 19 แสดงระดับการรับรู้ค่านิยมองค์กร ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของบุคลากรคณะ แพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (C = Continuous Improvement).....85

ตารางที่ 20 แสดงระดับการรับรู้ค่านิยมองค์กร ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของบุคลากรคณะ แพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในด้านการทำงานร่วมกันเป็นทีม (U = Unity).....86

ตารางที่ 21 แสดงระดับการรับรู้ค่านิยมองค์กร ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของบุคลากรคณะ แพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในด้านความพร้อมที่จะรับการเปลี่ยนแปลง (+ = Adaptability to change)87

ตารางที่ 22 แสดงการรับรู้ค่านิยมองค์กรของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำแนกตามรายด้าน.....88

ตารางที่ 23 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล ต่อการรับรู้ค่านิยมองค์กรของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย90

ตารางที่ 24 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของการรับรู้ค่านิยมองค์กรของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำแนกตามเพศ.....	91
ตารางที่ 25 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของการรับรู้ค่านิยมองค์กรของ คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำแนกตามสถานภาพ.....	92
ตารางที่ 26 ผลการวิเคราะห์การทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 1 กลุ่ม (One Sample t-test) ของการรับรู้ค่านิยมองค์กรของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำแนกตามตำแหน่งงาน.....	93
ตารางที่ 27 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของการรับรู้ค่านิยมองค์กรของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำแนกตามการเปิดรับสื่อ	93
ตารางที่ 28 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารภายในองค์กร และการรับรู้ค่านิยมองค์กรของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	94
ตารางที่ 29 ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารภายในองค์กร จำแนกตามรายด้าน กับการรับรู้ค่านิยมองค์กรของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	95
ตารางที่ 30 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ค่านิยมองค์กร จำแนกตามรายด้าน กับการสื่อสารภายในองค์กรของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	97
ตารางที่ 31 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง (n = 330).....	105
ตารางที่ 32 สรุปการเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพของแต่ละตัวแปร	115

สารบัญรูปภาพ

หน้า

ภาพที่ 1 แบบจำลองการสื่อสารตามแนวคิดของเดวิด เค เบอร์โล (แบบจำลองการสื่อสาร S M C R)	11
ภาพที่ 2 ข้อมูลย้อนกลับซึ่งจะช่วยให้ทราบถึงผลของการสื่อสาร.....	24
ภาพที่ 3 ระดับและเป้าหมายขององค์กร.....	25
ภาพที่ 4 รูปแบบภาระในการสื่อสารขององค์กรที่นำไปใช้ได้จริง.....	28
ภาพที่ 5 แบบจำลองการรับรู้ของ Robert L. Katz.....	35
ภาพที่ 6 โมเดลของเครื่องมือวัดการทำงานอย่างมีความสุข.....	37
ภาพที่ 7 แสดงอัตลักษณ์คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.....	46
ภาพที่ 8 แสดงผังโครงสร้างการบริหารงานคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.....	47

บทที่ 1 บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

การรับรู้ค่านิยมองค์กรของบุคลากรภายในองค์กร ผ่านความเข้าใจ และนำไปปฏิบัติให้เกิดประสิทธิภาพ นับว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จขององค์กร เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ เนื่องจาก “ค่านิยมองค์กร” ถือเป็นบรรทัดฐานในการบริหารงานองค์กรที่จะนำไปสู่การพัฒนาอย่างมั่นคง เข้มแข็ง และเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน ค่านิยมองค์กรจึงเปรียบเสมือน “หัวใจ” ขององค์กร เป็นกรอบในการกำหนดทิศทางการดำเนินงานขององค์กร ใช้เป็นหลักยึดให้องค์กรและบุคลากรปฏิบัติตาม รวมถึงเป็นเครื่องมือในการปรับเปลี่ยนทัศนคติ และพฤติกรรมของบุคลากรเพื่อเป็นพลังขับเคลื่อน และเป็นตัวช่วยในการตัดสินใจของบุคลากรด้วยเช่นกัน และที่สำคัญคือ ค่านิยมองค์กร เป็นสิ่งที่บุคลากรทุกคนต้องรับรู้ การสร้างการรับรู้จึงมีความสำคัญเพื่อช่วยให้บุคลากรมีหลักคิด และแนวทางปฏิบัติงานในทิศทางเดียวกันเข้าใจในทิศทางขององค์กรที่จะก้าวเดินไปข้างหน้า ยังก่อให้เกิดการสร้างความสัมพันธ์ และเกิดความร่วมมือร่วมใจภายในองค์กร ทั้งนี้ การรับรู้ค่านิยมองค์กรต้องผ่านกระบวนการสื่อสารภายในองค์กร ดังนั้น การสื่อสารภายในองค์กร จึงถือเป็น “เครื่องจักร” สำคัญในการขับเคลื่อนการรับรู้ของบุคลากร เป็นสื่อกลางและเป็นจุดเชื่อมโยงระหว่างองค์กรกับหน่วยงาน หน่วยงานกับบุคลากร และบุคลากรกับบุคลากร เพื่อถ่ายทอดค่านิยมองค์กรผ่านหลักการสื่อสารและกระบวนการสื่อสารที่ดี ถูกต้อง เหมาะสม ชัดเจน ต่อเนื่อง หลากหลาย เข้าถึงได้ง่าย และทั่วถึง เพื่อให้บุคลากรเข้าใจในวัฒนธรรม และค่านิยมที่องค์กรอยากให้เป็น

ทั้งนี้ คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งเป็นสถาบันด้านการศึกษาทำหน้าที่ผลิตบัณฑิตแพทย์ งานวิจัย ผลงานนวัตกรรม และบุคลากรทางการแพทย์ที่ดีและมีคุณภาพในสาขาต่างๆ ออกสู่สังคมเพื่อมาพัฒนาประเทศเป็นระยะเวลากว่า 70 ปี โดยตลอดการดำเนินงานที่ผ่านมา การเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นมากมายที่ส่งผลกระทบต่อการบริหารงานขององค์กร อันเกิดจากสาเหตุการเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ เช่น การเปลี่ยนแปลงทางสังคมระบบเศรษฐกิจ สถานการณ์ทางการเมือง หรือการเกิดเทคโนโลยี AI ในรูปแบบใหม่ รวมถึงสภาวะแวดล้อมต่างๆ รวมไปถึงสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงภายในองค์กร ในเรื่องของ การเปลี่ยนแปลงผู้บริหารในแต่ละสมัย ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวส่งผลต่อการปรับเปลี่ยนนโยบายการบริหารให้เป็นไปตามคณะผู้บริหารที่เข้ามาบริหารองค์กรในแต่ละยุคด้วยเช่นกัน จากการเปลี่ยนแปลงดังที่กล่าวมา ล้วนแต่ส่งผลกระทบต่อการบริหารงานของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ทำให้องค์กรขาดทิศทาง ขาดหลักการที่แน่นอนและชัดเจน ขาดความต่อเนื่องในการบริหารงาน เพราะเป้าหมายขององค์กรเปลี่ยนไปเปลี่ยนมา รวมถึงองค์กรยังคงติดกับรูปแบบการบริหารองค์กรในระบอบราชการที่มีอยู่เดิมหลายประการ

ที่ไม่เหมาะสมกับสถานะการเปลี่ยนแปลงของยุคสมัยในหลายๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นระบบบริหาร วิธีการทำงาน กฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งทัศนคติและความเชื่อที่มีต่อการปฏิบัติงานของบุคลากร เมื่อสถานการณ์เปลี่ยนทำให้ความคิด ความเชื่อ และพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพแวดล้อมที่มากกระทบ รวมถึงหน้าที่ความรับผิดชอบในการทำงานของบุคลากรก็ต้องเปลี่ยนไปตามสถานะแวดล้อมในขณะนั้น เช่นกัน จึงส่งผลให้องค์กรไม่ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ อย่างที่ควรจะเป็น เป็นสิ่งสะท้อนให้เห็นว่าองค์กรและบุคลากรขาดหลักยึดในค่านิยมองค์กร และแนวทางในการปฏิบัติงานร่วมกัน ดังนั้น ในปี พ.ศ.2552 คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จึงได้มีการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อแจ้งให้บุคลากรรับรู้รับทราบถึงค่านิยมขององค์กร “MED IS CU+” ผ่านหนังสือแผนยุทธศาสตร์ พ.ศ.2551-2555 เดือนมีนาคม พ.ศ. 2552 เพื่อนำมาใช้เป็นค่านิยมหลักขององค์กรที่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ และปรัชญาขององค์กร เพื่อให้บุคลากรทุกคนได้มีค่านิยมที่เป็นแนวทางในการปฏิบัติร่วมกัน เพื่อการบรรลุเป้าประสงค์ขององค์กร ตามวิสัยทัศน์องค์กร ที่ว่า “คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นสถาบันต้นแบบทางการแพทย์ที่มีคุณธรรม ด้วยคุณภาพมาตรฐานระดับนานาชาติ”

โดยค่านิยม “MED IS CU+” มีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างการรับรู้และปลูกฝังให้กับบุคลากรภายใน คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยทุกคน ได้ใช้เป็นหลักในการดำเนินแนวทางการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ขององค์กร ผ่านกระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้ เข้าใจ ถึงวิสัยทัศน์ พันธกิจ ประเด็นยุทธศาสตร์ และแผนกลยุทธ์ที่ช่วยสร้างความเข้าใจในนโยบายของผู้บริหาร และจุดมุ่งหมายขององค์กร โดยให้คำจำกัดความ ค่านิยมองค์กร “MED IS CU+” ดังนี้ M หมายถึง Morality ด้านการดำรงไว้ซึ่งคุณธรรมจริยธรรม, E หมายถึง Excellence ด้านองค์กรที่เป็นเลิศ, D หมายถึง Dignity ด้านความภาคภูมิใจในองค์กร, I หมายถึง Innovation ด้านองค์กรแห่งนวัตกรรมการเรียนรู้และสร้างองค์ความรู้, S หมายถึง Social Responsibility ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม, C หมายถึง Continuous Improvement ด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง, U หมายถึง Unity ด้านการทำงานร่วมกันเป็นทีม และเครื่องหมาย + หมายถึง Adaptability to change ด้านความพร้อมที่จะรับการเปลี่ยนแปลง (หนังสือแผนยุทธศาสตร์ พ.ศ. 2551-2555 มีนาคม 2552) ดังนั้น เพื่อให้การบริหารองค์กรประสบผลสำเร็จเป็นตามนโยบายของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย การสื่อสารภายในองค์กรเพื่อปลูกฝังและเสริมสร้างค่านิยมองค์กรให้กับบุคลากรทุกคนได้รับรู้จึงมีความสำคัญ และเป็นสิ่งที่ผู้บริหารองค์กรมองเห็นและเน้นย้ำเป็นอย่างยิ่ง

ดังนั้น ผู้บริหารองค์กรควรสร้างหลักยึดหรือค่านิยมไว้สำหรับใช้เป็นแนวทางในการบริหารองค์กร โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้บุคลากรในองค์กรได้ยึดถือ และปฏิบัติตนให้สอดคล้องกับค่านิยมดังกล่าว ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของอุทัย เลหาวิเชียร ที่กล่าวไว้ว่า ระบบค่านิยมซึ่งมีที่มาจากผู้บริหาร

องค์กรนั้นจะมีอิทธิพลต่อการกำหนดรูปแบบ หรือแบบแผนพฤติกรรมกรรมการบริหารงานองค์กร โดยรูปแบบการบริหารงานที่ผู้บริหารยึดถือเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานนั้นมีผลกระทบต่อ ประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กรด้วยเช่นกัน จำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารจะต้องกำหนดค่านิยม องค์กรที่สอดคล้อง และเหมาะสมกับวัฒนธรรมองค์กรที่ก่อให้เกิดความเชื่อถือและเกิดการนำไป ปฏิบัติ เพราะค่านิยมเปรียบเสมือนก้อนหินซึ่งเป็นฐานรากของประภาคารที่นำทิศทางเรือ หากฐาน ก้อนหินนั้นมีความมั่นคงแข็งแรงประภาคารก็จะอยู่ได้อย่างยั่งยืน เปรียบเทียบกับค่านิยมเป็นสิ่งที่ จะนำพาองค์กรให้มีความเข้มแข็ง และเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน แต่ถ้าปราศจากค่านิยมองค์กรแล้ว ก็เสมือนกับการสร้างบ้านหากปราศจากฐานรากที่มั่นคง เมื่อโดนพายุพัดโหมกระหน่ำบ้านก็อาจจะ พังทลายลงไปได้เช่นกัน ด้วยเหตุนี้ ผู้บริหารองค์กรจึงจำเป็นต้องอาศัยค่านิยมองค์กรมาใช้เป็นกรอบ แนวทางในการบริหาร แม้ว่าจะทำได้ยาก เพราะเนื่องจากค่านิยมเป็นนามธรรมและเป็นแนวความคิด ที่มองไม่เห็น เป็นการคาดการณ์ ทำให้ยากในการที่จะเห็นความสำเร็จที่เป็นรูปธรรม กล่าวคือ ค่านิยมองค์กรเป็นรากฐานของวิสัยทัศน์ (Vision) วิสัยทัศน์คือภาพในอนาคต เป็นภาพความสำเร็จที่ องค์กรอยากให้เกิดขึ้น ผู้บริหารที่มีวิสัยทัศน์ที่ดี คือผู้มองเห็นภาพความสำเร็จล่วงหน้าขององค์กรใน อนาคต ซึ่งผู้บริหารส่วนน้อยที่จะมีและเป็นที่ทำได้ ทั้งนี้ เมื่อผู้บริหารมีวิสัยทัศน์อันเกิดจากค่านิยม และนำมาใช้ให้เป็นประโยชน์กับองค์กร ทั้งในด้านการบริหารงาน การวางแผนงาน การกำหนด นโยบาย และการจัดกิจกรรมหรือโครงการเพื่อให้ค่านิยมองค์กรนำไปสู่การปฏิบัติ อีกนัยหนึ่ง ค่านิยม องค์กรนำมาสู่วิสัยทัศน์ และวิสัยทัศน์ก็จะนำไปสู่การกำหนดนโยบาย จากนโยบายจะแปลงเป็น หลายๆ แผนงาน และจากแผนงานก็จะแปลงเป็นหลายๆ โครงการ และจากโครงการก็จะนำไปสู่การ บริหารจัดการ (อุทัย เลหาวิเชียร, 2556)

โดยคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย นับว่าเป็นองค์กรหนึ่งที่มีการปรับเปลี่ยน การสื่อสารภายในองค์กรให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย อาศัยการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อ ถ่ายทอดค่านิยมองค์กร “MED IS CU+” จากผู้บริหารไปสู่หน่วยงานและบุคลากร เพื่อใช้เป็นหลักใน การบริหารจัดการ และการปฏิบัติงาน ให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ขององค์กร ผ่านกระบวนการสื่อสารเพื่อ สร้างการรับรู้ และเข้าใจในวิสัยทัศน์ พันธกิจ ประเด็นยุทธศาสตร์ รวมถึงแผนกลยุทธ์ที่จะช่วยสร้าง ความเข้าใจในนโยบายของผู้บริหาร และจุดมุ่งหมายขององค์กร ด้วยเหตุนี้ องค์กรจึงเล็งเห็นถึง ความสำคัญของการสื่อสารภายในองค์กร ที่มีความเชื่อมโยงกันระหว่าง ผู้ส่งสาร สาร สื่อ และผู้รับ สาร เพราะผลของการสื่อสารจะนำไปสู่ประสิทธิผลของการสื่อสารนั่นเอง โดยกระบวนการสื่อสาร ภายในของ คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สามารถแบ่งช่องทางการสื่อสารออกเป็น 5 กลุ่ม ได้ดังนี้ 1. สื่อบุคคล ได้แก่ ผู้บริหาร คณาจารย์ หัวหน้างาน เพื่อนร่วมงาน 2. สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ ป้ายบิลบอร์ด โปสเตอร์ บันทึกรับข้อความ คำสั่งหรือประกาศ 3. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ จอแอลอีดี จอคืออส จอโทรทัศน์ 4. สื่อโซเชียลมีเดีย ได้แก่ เฟสบุ๊ก เว็บไซต์ แพนเพจ ไลน์ อินสตาแกรม

และ 5. สื่อกิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมต่างๆ ที่องค์กรจัดขึ้น เช่น การบรรยายพิเศษ คณบดีพบประชาคม เป็นต้น จะเห็นได้ว่าองค์กรมีการสื่อสารภายในหลากหลายรูปแบบ ทั้งการสื่อสารแบบเป็นทางการ และไม่เป็นทางการ (Formal and informal) ในด้านการสื่อสารที่เป็นทางการ ได้มีการสื่อสารภายในองค์กรด้วยวิธีการที่เป็นระบบ เป็นขั้นตอน ส่วนการสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการที่เกิดขึ้นภายในองค์กร มีหลากหลายรูปแบบ ซึ่งการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ เช่น การสื่อสารผ่านโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ ป้ายคัดเอ้าท์ หรือผ่านจอโทรทัศน์ ซึ่งมีทั้งส่วนที่ดีและส่วนที่ก่อให้เกิดข้อบกพร่องที่อาจจะก่อให้เกิดทัศนคติด้านลบของบุคลากร ที่ส่งผลต่อการสร้างความอคติ เกิดความคับข้องใจ อันจะทำให้ขาดการ สร้างแรงจูงใจในการมีส่วนร่วม และการทำงานร่วมกันเป็นทีมของบุคลากรในองค์กร

ทั้งนี้ เมื่อศึกษาถึงบุคลากรในองค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้องต่อการรับรู้ค่านิยมองค์กร พบว่า คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้มีการจัดโครงสร้างของอัตรากำลังดังนี้ คณบดี, รองคณบดี 10 คน, ผู้ช่วยคณบดี 26 คน, ผู้อำนวยการฝ่าย 2 คน เจ้าหน้าที่ 1,150 คน และเมื่อแบ่งบุคลากรตามวุฒิการศึกษาสามารถแบ่งระดับการศึกษาได้ระดับ ดังนี้ ระดับปริญญาเอก หรือเทียบเท่า, ระดับปริญญาโท หรือเทียบเท่า, ระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า, ระดับปวส. หรือเทียบเท่า, ระดับปวช. หรือเทียบเท่า, ระดับมัธยมปลาย และหากจัดแบ่งหน่วยงานตามหน้าที่รับผิดชอบ แบ่งออกเป็น ระดับภาควิชา 22 ภาควิชา, ระดับฝ่าย 2 ฝ่าย, และระดับหน่วยงาน 51 หน่วยงาน ซึ่งกระจายความรับผิดชอบออกไปตามหน้าที่ แต่ทั้งนี้ ด้วยเหตุของความหลากหลายของบุคลากรในด้านการศึกษาที่ต่างกัน และด้านการปฏิบัติหน้าที่ที่แตกต่างกัน ทั้งในลักษณะของ ปฏิบัติงานประจำตามวันและเวลาราชการ รวมถึงปฏิบัติงานเป็นช่วงเวลา นั่นคือความหลากหลายในมิติของบุคลากรที่ส่งผลต่อการเปิดรับสื่อ และการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่ต่างกัน ซึ่งหากปราศจากการสื่อสารภายในองค์กรแล้วนั้น กระบวนการปฏิบัติงานของหน่วยงานภายในองค์กรในแต่ละขั้นตอน อาทิเช่น การวางแผนงาน การมอบหมายงาน และการประสานงาน ก็จะไม่เกิดขึ้นหรืออาจจะเกิดขึ้น แต่ผลลัพธ์ที่ได้อาจไม่สอดคล้องกับค่านิยมองค์กรและวัตถุประสงค์องค์กรก็เป็นได้ ดังนั้น การสื่อสารภายในองค์กรจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง เพราะเป็นรากฐานสำคัญของการบริหารงานและความสำเร็จขององค์กร แต่หากในทางกลับกันการสื่อสารที่ไม่มีประสิทธิภาพ บุคลากรขาดการรับรู้ค่านิยมองค์กร และสื่อสารไปในทิศทางตรงกันข้ามจึงถือเป็นอุปสรรคสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร เนื่องจากการถ่ายทอดการสื่อสารที่ไม่สามารถทำให้ผู้รับสารรับรู้เข้าใจ และนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง การสื่อสารนั้นก็ย่อมไม่เกิดประโยชน์ หลักการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพผู้รับข่าวสารจะต้องรับรู้ และเข้าใจเป็นอย่างดี เดียวกันกับที่ผู้ส่งสารต้องการสื่อสารย่อมส่งผลดีต่อองค์กร เนื่องจากปัญหาที่เกิดจากการสื่อสารเมื่อเกิดข้อผิดพลาดแล้วองค์กรอาจจะประสบปัญหาที่ไม่สามารถคาดเดาได้ถึงผลกระทบที่จะตามมา องค์กรจึงไม่ควรมองข้ามหรือมองว่าเป็นปัญหาเล็กน้อย ทั้งนี้ องค์กรสามารถขับเคลื่อนไปสู่เป้าหมายได้ด้วยกระบวนการของการสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ

ที่ผ่านมา การสื่อสารเรื่องค่านิยมองค์กรไปยังหน่วยงาน และบุคลากรภายในองค์กรของ คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย นับว่ายังประสบปัญหาและมีข้อจำกัดในเรื่องของการ รับรู้ เนื่องจากมีการรับรู้ในวงแคบเฉพาะกลุ่มผู้บริหาร หัวหน้าวิชา และหัวหน้างาน การสื่อสารเพื่อส่ง ต่อไปยังบุคลากรภายในหน่วยงาน หรือภาควิชาที่ถูกถ่ายทอดไปอาจยังไม่มี ความชัดเจน ไม่ครบถ้วน ไม่ทั่วถึง และขาดความต่อเนื่อง รวมถึงบางหน่วยงานหรือบุคลากรบางประเภท ขาดการรับรู้ ไม่เข้าใจ ถึงค่านิยมองค์กร และเป้าหมายขององค์กรอย่างแท้จริง อันเกิดจากหน่วยงานและบุคลากรในองค์กร มีหลากหลายสาขาวิชาชีพ อาทิเช่น นักวิจัย นักชีวเคมี หรือเจ้าหน้าที่แล็บ ที่มีภาระหน้าที่ความ รับผิดชอบที่แตกต่างกัน และมุ่งปฏิบัติตนตามภาระหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมายเพื่อให้ได้ ผลลัพธ์ ของตนเพียงเท่านั้น รวมไปถึงหน่วยงานหรือบุคลากรบางคนมีการรับรู้แต่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับ ค่านิยมองค์กรมากนัก จึงส่งผลให้องค์กรขาดความร่วมมือร่วมใจจากบุคลากรในบางกรณี เพราะขาด ความเข้าใจในจุดมุ่งหมายขององค์กรที่จะก้าวเดินไป และไม่รู้ว่าจะดำเนินแนวทางไปในทิศทาง ไດ จึงส่งผลให้ผลการปฏิบัติงานขององค์กรไม่ประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ตามที่ควรจะเป็น เพราะเกิดจากปัญหาการสื่อสารภายในองค์กรที่ถ่ายทอดไปสู่บุคลากร

เนื่องด้วย ผู้ศึกษาเป็นบุคลากรผู้ปฏิบัติงานในคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีการรับรู้ถึงการสื่อสารภายในองค์กรของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พบว่าองค์กรมี การสื่อสารในสองรูปแบบ คือ แบบที่เป็นทางการ และแบบที่ไม่เป็นทางการ โดยได้รับฟังความคิดเห็น ในเรื่องของการสื่อสารภายในองค์กรทั้งส่วนที่ดีและส่วนที่มีข้อผิดพลาด ไม่เป็นไปตามกระบวนการ ของการสื่อสารภายในองค์กร ซึ่งปัญหาการสื่อสารที่เกิดขึ้นภายในองค์กรที่เป็นอยู่ในปัจจุบันยังไม่ สามารถชี้ชัดได้ว่า หลักการสื่อสารในลักษณะใด หรือการสื่อสารรูปแบบใด ที่เป็นตัวบ่งชี้ถึงคุณภาพ ของการสื่อสารภายในองค์กรว่าเป็นการสื่อสารที่ดี ถูกต้อง และเหมาะสมกับองค์กรในเรื่องของความ หลากหลายของบุคลากร และมูลเหตุอะไรที่เป็นตัวบ่งชี้ว่าบุคลากรในองค์กรความเข้าใจ และแปล ความหมายของสารที่องค์กรหรือผู้บริหารได้ส่งออกไปได้อย่างถูกต้องตรงตามเป้าหมายขององค์กร ที่ต้องการให้บุคลากรรับรู้ ทั้งนี้ การรับรู้ข่าวสารข้อมูลนั้นจะต้องไม่เกิดจากการคาดเดาหรือแปล ความหมายด้วยตนเองไปในทางที่ผิด และเผยแพร่ออกไปในทางที่ผิด ซึ่งเมื่อเกิดความคลาดเคลื่อนใน การสื่อสารเพราะความเข้าใจผิดแล้ว จะก่อให้เกิดการหยิบประเด็นนี้ขึ้นมาวิพากษ์วิจารณ์ ส่งผลให้ บุคลากรขาดความเชื่อมั่น ศรัทธา ต่อกระบวนการสื่อสารภายในองค์กร เพราะถึงแม้องค์กรจะมีการ สื่อสารภายในองค์กรที่หลากหลาย เพื่อสร้างการรับรู้ของบุคลากรได้อย่างกว้างขวาง แต่องค์กรยังคง ต้องหาข้อสรุปของกระบวนการสื่อสารที่ดีและเหมาะสมกับองค์กร เพื่อใช้เป็นสื่อกลางในการเข้าถึง เพื่อสร้างการรับรู้ รวมถึงตอบสนองต่อบุคลากรที่มีความหลากหลายในองค์กร

จากปัญหาดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาพบว่าที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบันหลังจากที่มีการสื่อสารภายใน องค์กรเพื่อสร้างการรับรู้ให้เกิดขึ้นกับบุคลากรในเรื่องของค่านิยมองค์กรนั้น คณะแพทยศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ยังไม่เคยทำการศึกษาในเรื่องของการรับรู้ค่านิยมองค์กรของบุคลากร และศึกษาถึงกระบวนการสื่อสารภายในองค์กรที่พบว่ามีปัญหาที่ต้องการศึกษาในหลายด้านที่ต้องการคำตอบ อาทิ ด้านเหตุและผล เนื้อหาของการสื่อสาร ด้านวิธีการสื่อสารภายในองค์กร เพื่อให้ได้ข้อมูลที่จะนำมาใช้ในการแก้ปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น โดยมุ่งหวังเพื่อปลูกฝังการรับรู้ค่านิยมองค์กรให้เกิดแก่บุคลากรในองค์กรได้นำไปใช้เป็นหลักยึดในการครองตน ครองคน และครองงาน รวมถึงเพื่อช่วยสร้างปฏิสัมพันธ์ให้เกิดขึ้นแก่บุคลากรในองค์กรที่มีความหลากหลายทางสาขาวิชาชีพ เพื่อสร้างพลังในการขับเคลื่อนการพัฒนาองค์กรร่วมกันต่อไป ซึ่งเมื่อบุคลากรเกิดการรับรู้แล้วนำไปเป็นแนวทางปฏิบัติงาน และประพฤติตนให้สอดคล้องกับค่านิยมองค์กร ประโยชน์ที่ได้จะส่งผลให้คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยประสบความสำเร็จตามเป้าประสงค์ที่ตั้งไว้ เป็นองค์กรที่มีสร้างคน สร้างงานที่มีคุณภาพอย่างมั่นคง และยั่งยืนตลอดไป

1.2 คำถามในการวิจัย

1.2.1 บุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีการรับรู้ค่านิยมองค์กรในระดับใด

1.2.2 คุณลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่แตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้ค่านิยมองค์กรหรือไม่ อย่างไร

1.2.3 การสื่อสารภายในองค์กรมีผลต่อการรับรู้ค่านิยมองค์กรของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยหรือไม่ อย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาการรับรู้ค่านิยมองค์กรของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

1.3.2 เพื่อศึกษาคุณลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่มีผลต่อการรับรู้ค่านิยมองค์กร

1.3.3 เพื่อศึกษาการสื่อสารภายในองค์กรที่มีผลต่อการรับรู้ค่านิยมองค์กร ของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

1.3.4 เพื่อเสนอแนะแนวทางให้องค์กรใช้เป็นข้อมูลและแนวทางในการพัฒนาการสื่อสารภายในองค์กรและ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นศรัทธาให้เกิดขึ้นแก่องค์กร ตามเป้าหมายที่องค์กรตั้งไว้เพื่อนำไปสู่การเป็นองค์กรที่เป็นเลิศในทุกด้าน

1.4 ขอบเขตของการศึกษา

การกำหนดขอบเขตของการวิจัยนี้มุ่งศึกษาถึงระดับการรับรู้ค่านิยมองค์กร ที่มีความสัมพันธ์ต่อการสื่อสารภายในองค์กรของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยจะอธิบายในประเด็นหัวข้อดังนี้

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาเกี่ยวกับหลักการสื่อสารภายในองค์กร ในมิติของกระบวนการ วิธีการ และรูปแบบในการสื่อสารภายในองค์กร เพื่อสร้างการรับรู้และเข้าใจวัตถุประสงค์ขององค์กรและมองเห็นเป้าหมายขององค์กรในทิศทางเดียวกัน

ศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ค่านิยมองค์กร MED IS CU+ ทั้ง 8 ด้าน ของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยผ่านความเข้าใจและการนำไปปฏิบัติให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ขององค์กร

1.4.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ บุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยจะทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างอย่างง่ายจากประชากรจำนวน 1,150 คน ทั้งนี้ เนื่องจากมีกลุ่มประชากรจำนวนมาก ผู้ศึกษาจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตารางการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ระดับ ความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 297 คน ผู้ศึกษาได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างเพิ่มขึ้นเป็น 330 คน เพื่อป้องกันการสูญเสียของข้อมูล

1.4.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา เป็นระยะเวลาทั้งสิ้น 3 เดือน (ตั้งแต่เดือนมีนาคม – เดือนพฤษภาคม)

1.5 ระเบียบวิธีวิจัย

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยแบบผสม (Mixed Method) ประกอบด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษาการรับรู้ค่านิยมองค์กร และการสื่อสารภายในองค์กร ตามทัศนะของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารภายในองค์กร กับการรับรู้ค่านิยมองค์กรของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

1.6 สมมติฐานการวิจัย

1.6.1 ระดับการรับรู้ค่านิยมองค์กรของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อยู่ในระดับมาก

1.6.2 บุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกันจะมีการรับรู้ค่านิยมองค์กรที่แตกต่างกัน

1.6.3 การสื่อสารภายในองค์กร มีผลต่อการรับรู้ค่านิยมองค์กรของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

การสื่อสารภายในองค์กร หมายถึง กระบวนการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารต่างๆ ระหว่างบุคลากรหรือหน่วยงานต่างๆ ภายในองค์กร ผ่านรูปแบบวิธีการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ เพื่อช่วยให้เกิดแรงจูงใจในการรับรู้ ความเข้าใจต่อสิ่งที่องค์กรมุ่งหวังอันนำไปสู่การปฏิบัติตนร่วมกัน ซึ่งจะส่งผลให้องค์กรและบุคลากรในองค์กรได้ผลสัมฤทธิ์ของการทำงานตามวัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่องค์กรได้ตั้งไว้ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน

การรับรู้ หมายถึง กระบวนการที่แต่ละบุคคลคัดสรร รวบรวม และทำความเข้าใจต่อสิ่งแวดล้อมที่มากกระทบและตีความหมายขึ้นมาจากประสบการณ์ ส่งผลต่อการแสดงออกทางพฤติกรรมหรือทัศนคติของแต่ละบุคคล ซึ่งในความเป็นจริงบุคคลทุกคนมองสิ่งเดียวกันแล้วคิดและเข้าใจไปในแนวเดียวกันย่อมเป็นไปไม่ได้ ทั้งนี้พฤติกรรมที่บุคคลจะตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมนั้น แต่ละคนจะตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมอย่างไรนั้นขึ้นอยู่กับว่าการรับรู้ถึงสิ่งแวดล้อมที่มีต่อเขาเป็นอย่างไร การรับรู้จึงเป็นตัวแปรสำคัญในการเข้าใจพฤติกรรมของมนุษย์ที่มีต่อองค์กร

ค่านิยมองค์กร หรือ Core Value หมายถึง หลักการหรือข้อควรปฏิบัติในด้านพฤติกรรมที่แสดงออกถึงความคาดหวังขององค์กร ที่เปรียบเสมือนหัวใจขององค์กรที่ใช้เป็นสิ่งยึดให้องค์กรและบุคลากรปฏิบัติตาม เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมวัฒนธรรมที่พึงประสงค์ขององค์กร เป็นตัวชี้้นำการตัดสินใจของบุคลากรว่าสิ่งไหนที่ควรปฏิบัติและไม่ควรปฏิบัติ ซึ่งจะช่วยให้องค์กรบรรลุวิสัยทัศน์และพันธกิจ ด้วยกระบวนการที่เหมาะสม

บุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย หมายถึง กลุ่มผู้บริหาร คณาจารย์ หัวหน้างาน และเจ้าหน้าที่

ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล หมายถึง เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน และการเปิดรับสื่อ

1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เพื่อให้ทราบถึงระดับการรับรู้ค่านิยมองค์กรที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กร และการรับรู้ค่านิยมองค์กรบุคลากรของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยมุ่งหวังที่จะสร้างประโยชน์ ดังนี้

1.8.1 เพื่อวางแผนพัฒนาและปลูกฝังค่านิยมองค์กรของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาฯ ให้คงอยู่อย่างต่อเนื่อง

1.8.2 เพื่อส่งเสริมให้ค่านิยมองค์กรของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาฯ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานอย่างยั่งยืน

1.8.3 นำข้อมูลที่ได้ใช้แนวทางในการจัดกิจกรรมหรือโครงการเสริมสร้างพฤติกรรมให้สอดคล้องกับค่านิยมองค์กรของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาฯ ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

1.8.4 เพื่อปรับปรุงพัฒนากระบวนการสื่อสารภายในองค์กร ในด้านเทคนิค วิธีการ และช่องทางการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้ค่านิยมองค์กรอย่างสม่ำเสมอ



บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ การศึกษาการสื่อสารภายในองค์กรที่มีต่อการรับรู้ค่านิยมองค์กร ของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยผู้ศึกษาเรียงตามลำดับ ดังนี้

1. แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวกับการสื่อสาร และการสื่อสารภายในองค์กร
2. แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้
3. แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับค่านิยมองค์กร
4. แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล
5. ข้อมูลของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
7. กรอบแนวคิดในการวิจัย

2.1 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวกับการสื่อสาร และการสื่อสารภายในองค์กร

ความหมายการสื่อสาร (communication)

การสื่อสารถือเป็นเครื่องจักรสำคัญของการสร้างความเข้าใจร่วมกันของคนในสังคมและบุคลากรในองค์กรซึ่งต้องอาศัยการสื่อสารเพื่อให้ได้ข้อมูลที่จะช่วยทำความเข้าใจซึ่งกันและกันผ่านการถ่ายทอดข้อมูลความรู้ ความคิดเห็น และผ่านประสบการณ์ของแต่ละบุคคล เพื่อให้สามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างสงบสุข ที่สำคัญการสื่อสารยังช่วยให้คนสามารถพัฒนาสติปัญญา และความคิดสร้างสรรค์ได้อย่างไม่มีที่สิ้นสุด จึงมีการให้คำนิยาม และความหมายของคำว่า “การสื่อสาร (communication)” ไว้อย่างหลากหลาย ดังนี้

(นรินทร์ชัย พัฒนพงศา, 2542) กล่าวถึงความหมายของการสื่อสารไว้ว่า เป็นการแลกเปลี่ยนระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารเรื่องข่าวสาร โดยใช้ช่องทางหรือสื่อต่างๆ เพื่อโน้มน้าวจิตใจให้เกิดผลที่มุ่งหมายให้เกิดการรับรู้ หรือเปลี่ยนทัศนคติ หรือให้แปรเปลี่ยนพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง

(ณรงค์ สมพงษ์, 2543) ให้ความหมายว่าการติดต่อสื่อสาร หรือการสื่อสาร หมายถึง ร่วมกันคล้ายคลึงกัน คือสิ่งที่มุ่งหวังให้เกิด ความร่วมมือระหว่างบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ฉะนั้นการสื่อสารหมายถึง กระบวนการส่งหรือแลกเปลี่ยนข่าวสาร ข้อมูล ความคิด ทัศนคติ จากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง

(สมพร สุทัศน์ีย์, 2544) ให้ความหมายว่า เป็นกระบวนการของการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร ข้อเท็จจริง ตลอดจนความต้องการ อารมณ์ ความรู้สึกจากผู้ส่งไปยังผู้รับเพื่อสร้างความเข้าใจที่ตรงกัน

Judith R. Gordon et al. (1990, อ้างถึงใน (วันชัย มีชาติ, 2548)) สรุปความหมายว่า การสื่อสารคือกระบวนการติดต่อส่งผ่านข้อมูล ความคิด ความเข้าใจ รวมถึงความรู้สึกระหว่างบุคคล ซึ่งประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ คือ ผู้ส่งสาร สาร สื่อ และผู้รับสาร

แบบจำลองการสื่อสารตามแนวคิดของเบอร์โล

เดวิด เค เบอร์โล (David K. Berlo) (อ้างถึงใน (ศุภรัศมี ฐิติกุลเจริญ, 2540)) เสนอแบบจำลองของการสื่อสารไว้เมื่อปี พ.ศ. 2503 โดยอธิบายว่า การสื่อสารจะประกอบด้วยพื้นฐานที่สำคัญ 6 ประการ คือ 1. ต้นแหล่งสาร (communication source) 2. ผู้เข้ารหัส (encoder) 3. สาร (message) 4. ช่องทาง (channel) 5. ผู้ถอดรหัส (decoder) 6. ผู้รับสาร (communication receiver)



ภาพที่ 1 แบบจำลองการสื่อสารตามแนวคิดของเดวิด เค เบอร์โล (แบบจำลองการสื่อสาร S M C R)

ที่มา : เดวิด เค เบอร์โล (David K. Berlo) (อ้างถึงใน (ศุภรัศมี ฐิติกุลเจริญ, 2540))

จากแบบจำลองการสื่อสารตามแนวคิดของเบอร์โลข้างต้นนี้ แสดงให้เห็นว่า ผู้ส่งสาร (Source or S) คือ ผู้เริ่มต้นการสื่อสาร ทำหน้าที่ในการเข้ารหัส ทั้งนี้ผู้ส่งสารจะทำหน้าที่ในการสื่อสารได้ดีเพียงใดขึ้นอยู่กับคุณสมบัติต่างๆ 5 ประการ ดังนี้

1. ทักษะในการสื่อสาร เช่น ความสามารถในการพูด การเขียน และความสามารถในการคิด และการใช้เหตุผล เป็นต้น

2. ทักษะ ทักษะ หมายถึง วิธีการซึ่งบุคคลใช้ประเมินสิ่งต่างๆ ตามความโน้มเอียงของตนเอง เพื่อที่จะเข้าถึงหรือหลีกเลี่ยงสิ่งนั้น เช่น ทักษะติดต่อตนเอง ต่อหัวข้อของการสื่อสาร ต่อผู้รับสาร ต่อสภาวะการณ์ที่แวดล้อมการสื่อสารในขณะนั้น เป็นต้น

3. ความรู้ หมายถึง ความรู้ของผู้ส่งสาร ที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์หรือเรื่องราว ของบุคคล หรือสภาวะแวดล้อมของสถานการณ์การสื่อสารในขณะนั้น มีความแม่นยำหรือถูกต้องเพียงไร

4. ระบบสังคม เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมกรรมการสื่อสารของบุคคล ซึ่งพฤติกรรมบุคคลที่ แสดงออกอาจขึ้นอยู่กับสภาพสังคมที่บุคคลนั้นอยู่ร่วมด้วย

5. ระบบวัฒนธรรม หมายถึง ขนบธรรมเนียม ค่านิยม และความเชื่อ ของมนุษย์ในสังคม ถือเป็นตัวกำหนดที่สำคัญในการสื่อสาร เช่น การสื่อสารระหว่างบุคคลที่วัฒนธรรมต่างกัน อาจประสบความล้มเหลวได้เนื่องจากความคิด และความเชื่อไม่เหมือนกันของผู้ส่งสารและผู้รับสาร

ในแง่ของสาร (Message or M) นั้น เบอร์โล่ หมายถึง ถ้อยคำ เสียง การแสดงออกทาง สีหน้า กิริยาท่าทาง ที่สร้างขึ้นในขณะที่เป็นผู้ส่งสาร ถ้าความหมายเป็นทางการ ก็คือ ผลผลิตทาง กายภาพที่เป็นจริงอันเกิดจากผลการเข้ารหัสของผู้ส่งสาร ตามความคิดของเบอร์โล่นั้น สารมีคุณสมบัติ 3 ประการคือ

1. รหัสของสาร (message code) เช่น ภาษาพูด ภาษาเขียน ภาษาท่าทาง หรือรหัสอื่นๆ
2. เนื้อหา (content)
3. การจัดสาร (treatment) คือ วิธีการที่ผู้ส่งสารคัดสรรและจัดเตรียมเนื้อหาของสาร เช่น การใช้ภาษา ไวยากรณ์ ศัพท์ รวมถึง ความคิดเห็น คำถาม คำอุทาน เป็นต้น สารที่ถูกจัดเตรียมไว้ดี ส่งผลให้เกิดการรับรู้ความหมายต่อผู้รับสารได้

ในส่วนช่องทาง (Channel or C) ซึ่งเป็นพาหนะนำสารส่งไปยังผู้รับสาร ตามทัศนะของ เบอร์โล่ ช่องทางที่จะนำสารส่งไปยังประสาทรับรู้ทั้ง 5 ประการของมนุษย์ ได้แก่ 1. การเห็น 2. การได้ยิน 3. การสัมผัส 4. การได้กลิ่น 5. การลิ้มรส

ประการสุดท้ายในด้านของผู้รับสาร (Receiver or R) ผู้รับสารจำเป็นต้องมีคุณสมบัติด้าน ต่างๆ 5 ประการ เหมือนกับผู้ส่งสาร คือ ทักษะในการสื่อสาร ทักษะ ทักษะ ทักษะ ระบบสังคม และระบบ วัฒนธรรม

ความหมายการสื่อสารภายในองค์กร

(อิติภพ ชยวีรช, 2548) การสื่อสารภายในองค์กร หมายถึง กระบวนการของการแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูลภายในองค์กรเพื่อให้บุคลากรในองค์กรสามารถปฏิบัติงานได้ตามวัตถุประสงค์ขององค์กร ซึ่งบุคลากรทุกคนในองค์กรต้องมีความสัมพันธ์ซึ่งกัน มีการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารในการปฏิบัติงาน มีกิจกรรมในการทำงานร่วมกัน ภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไป รูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรมีการสื่อสารตามเส้นทางการสื่อสารในองค์กร คือ การสื่อสารในองค์กร ปัจจุบันนี้ต้องมีการรับข้อมูลข่าวสารได้รวดเร็วกว่าในอดีต เพื่อใช้แก้ไขปัญหาได้ทันท่วงที และเพื่อใช้ในการตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ เส้นทางการสื่อสารในองค์กรที่มีประสิทธิภาพมีเส้นทางการสื่อสารเกิดขึ้นได้หลายทิศทางสรุป ได้ดังนี้

1. การสื่อสารจากเบื้องบนลงสู่เบื้องล่าง การสื่อสารในลักษณะนี้ เป็นไปตามสายการบังคับบัญชา เช่น จากประธานลงมาที่รองประธาน ผู้อำนวยการ หัวหน้างาน หัวหน้าหน่วย ลงมาถึงผู้ปฏิบัติงาน ลดหลั่นกันตามอำนาจหน้าที่ และความรับผิดชอบ

2. การสื่อสารจากเบื้องล่างขึ้นสู่เบื้องบน การสื่อสารรูปแบบนี้นับว่ามีความสำคัญอย่างมากต่อการบริหารองค์กร เนื่องจากผู้บริหารสามารถตรวจสอบได้ว่าผู้ปฏิบัติงานพร้อมที่จะรับข้อมูลข่าวสาร และยอมรับสิ่งที่ฝ่ายบริหารได้แจ้งมาน้อยเพียงใด อีกทั้งผู้ปฏิบัติงานมีโอกาสดำเนินการรวมถึงให้ข้อเสนอแนะการดำเนินงานขององค์กรเพื่อช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถแก้ปัญหาการทำงานของตนเองได้

3. การสื่อสารตามแนวนอน คือการให้ข้อมูลข่าวสารระหว่างบุคลากรในหน่วยงานเดียวกัน ซึ่งอยู่ในระดับอำนาจหน้าที่เดียวกันภายในองค์กร และมีผู้บังคับบัญชาคนเดียวกัน

4. การสื่อสารข้ามสายงานในองค์กร ผู้ปฏิบัติงานจะต้องส่งข้อมูลข่าวสารให้กับบุคคลที่ไม่ใช่ผู้ใต้บังคับบัญชาหรือผู้บังคับบัญชาในส่วนของตน

การสื่อสาร (Communication) คือกระบวนการของการถ่ายทอดสาร (Message) จากบุคคลหนึ่ง เรียกว่า ผู้ส่งสาร (Source) ไปยังบุคคลหนึ่งเรียกว่า ผู้รับสาร (Receiver) เป็นกระบวนการที่ต้องกระทำอย่างต่อเนื่อง ในการส่งและรับสาร ผ่านสื่อต่าง ๆ (Channels) โดยมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน องค์ประกอบของการสื่อสารตามหลักทฤษฎีการสื่อสาร แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

- 1) ผู้ส่งสาร (Source) คือผู้ที่ทำหน้าที่ส่งข้อมูลไปยังผู้รับสาร ผ่านช่องทางที่เรียกว่าสื่อ ถ้าหากเป็นการสื่อสารทางเดียวผู้ส่งจะทำหน้าที่ส่งสารเท่านั้น แต่ถ้าเป็นการสื่อสาร 2 ทาง ผู้ส่งสาร

จะเป็นผู้รับในบางครั้ง ซึ่งผู้ส่งสารจะต้องมีทักษะในการสื่อสาร มีเจตคติต่อตนเอง และต่อเรื่องที่จะส่ง คือต้องมีความรู้ในเนื้อหาที่จะส่ง และอยู่ในสภาพสังคมเดียวกับผู้รับสารก็จะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ

2) ข่าวสาร (Message) ความสำคัญของข่าวสารที่ดี จะต้องมีการแปลเป็นรหัสเพื่อให้ได้ข่าวสารที่ถูกต้อง มีการตีความเนื้อหาของสาร รวมถึงการจัดเรียงสารที่ดีจะส่งผลให้การสื่อความหมายง่ายขึ้น

3) ช่องทางการสื่อสารหรือสื่อ (Channels) คือ ช่องทางที่ใช้ในการรับรู้ผ่านประสาทสัมผัสทั้งห้า คือตา หู จมูก ลิ้น และกายสัมผัส ตลอดจนสื่อที่มนุษย์สร้างขึ้นมาเช่น สิ่งพิมพ์ กราฟิก สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ที่จะนำข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ตามเกณฑ์ต่างๆ ได้แก่ เกณฑ์สื่อที่เป็นบุคคล เกณฑ์การมีส่วนร่วมในสื่อของผู้รับสาร และเกณฑ์แหล่งกำเนิดสื่อ

4) ผู้รับสาร (Receiver) คือ ผู้ที่เป็นเป้าหมายของผู้ส่งสาร การสื่อสารจะมีประสิทธิภาพ ผู้รับสารจะต้องมีทักษะในการรับรู้ มีเจตคติที่ดีต่อข้อมูลข่าวสารต่อผู้ส่งสาร และต่อตนเองในการที่จะเลือกรับสารอย่างไร เช่น ถ้าผู้รับสารเข้าใจสารที่ผู้ส่งสารส่งให้ การสื่อสารก็ถือว่าประสบความสำเร็จ การสื่อสารจำแนกได้โดยใช้จำนวนของผู้ทำการสื่อสารเป็นเกณฑ์ สามารถจำแนกได้เป็น 5 ลักษณะ คือ

1) การสื่อสารภายในตัวบุคคล (Interpersonal Communication) เป็นการสื่อสารของบุคคลเพียงคนเดียว สามารถทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารในคราวเดียว เช่น การร้องเพลง การพูดกับตัวเอง การฟัง การเขียนจดหมาย เป็นต้น

2) การสื่อสารระหว่างบุคคลและการสื่อสารกลุ่มเล็ก (Interpersonal and Small Group Communication) คือ การสื่อสารที่ประกอบด้วยบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป สื่อสารในรูปแบบตัวต่อตัว กล่าวคือ ทั้งผู้ส่งสาร และผู้รับสารสามารถแลกเปลี่ยนสารกันได้โดยตรง ในขณะที่คนหนึ่งส่งสาร อีกคนหนึ่งรับสาร ดังนั้นการสื่อสารระหว่างบุคคลจึงเกิดได้ทั้ง 2 กรณี เช่น การพูดคุยกันระหว่างคน 2 คน การเขียนจดหมายถึงกัน และการโทรศัพท์ถึงกัน เป็นต้น และกรณีของกลุ่มย่อยที่มีคนมากกว่า 2 คนมารวมกันในรูปแบบการติดต่อแลกเปลี่ยนสารกันโดยตรง เช่น การเรียนหนังสือในชั้นเรียน การประชุมกลุ่ม เป็นต้น

3) การสื่อสารกลุ่มใหญ่ (Large Group Communication) เป็นการสื่อสารในหมู่คนจำนวนมาก ที่อาจอยู่ในสถานที่เดียวกันหรือใกล้เคียงกัน เช่น การอภิปรายในที่ประชุม การหาเสียงในการเลือกตั้ง และการปราศรัยในวาระต่างๆ เป็นต้น

4) การสื่อสารในองค์กร (Organizational Communication) เป็นการสื่อสารระหว่างบุคลากรในองค์กรต่างๆ หรือของหน่วยงาน ประกอบด้วยผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชา การสื่อสารระหว่างบุคลากรที่อยู่ในระดับเดียวกัน ทุกหน่วยงาน โดยมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ภายใต้สภาพแวดล้อมและบรรยากาศขององค์กรที่สามารถเปลี่ยนไปตามกาลเทศะ และตัวบุคคล รวมไปถึงสาระเรื่องราวและวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร

5) การสื่อสารมวลชน (Mass Communication) เป็นการสื่อสารข้อมูลอย่างเดียวกัน จากองค์กรหรือสถาบันสื่อสารมวลชนไปยังสาธารณชนในพื้นที่ที่แตกต่างกัน ซึ่งผู้รับสารจะมีลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน เป็นการส่งข่าวสารให้กับกลุ่มคนจำนวนมากที่มีความแตกต่างกัน อยู่ในพื้นที่ต่างกันได้อย่างทั่วถึงในเวลาอันรวดเร็วมีประสิทธิภาพ ตัวอย่างของสื่อประเภทนี้ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ สื่อออนไลน์ เป็นต้น

(กริช สืบสนธิ์, 2538) ให้ความหมายของการสื่อสารภายในองค์กรว่า การสื่อสารในองค์กร คือ กระบวนการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างบุคลากรทุกระดับ ทุกหน่วยงาน โดยมีความสัมพันธ์กัน ภายใต้สภาพแวดล้อม บรรยากาศขององค์กร ซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเทศะบุคคล ตลอดจนสาระเรื่องราวและวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร

(ศุภมน อนุศาสนนันท์, 2549) สรุปว่า การสื่อสารในองค์กร เป็นการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารต่างๆ ระหว่างบุคลากรหรือหน่วยงานต่างๆ ภายในองค์กร ผ่านรูปแบบวิธีการสื่อสารต่างๆ เพื่อให้เกิดการรับรู้และสร้างความเข้าใจร่วมกันในการปฏิบัติตน ซึ่งส่งผลให้องค์กร และบุคลากรในองค์กร บรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายที่ได้วางไว้ก่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน

จากการให้ความหมายของการสื่อสารที่กล่าวมาข้างต้น พบว่า การสื่อสารนั้นตั้งอยู่บนหลักของความสัมพันธ์ (Relationship) โดยมีผู้เกี่ยวข้อง 2 ฝ่าย โดยฝ่ายหนึ่งทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร อีกฝ่ายหนึ่งทำหน้าที่เป็นผู้รับสาร และทั้งสองฝ่ายมีความเกี่ยวพันกัน สรุปได้ว่า “การสื่อสาร” คือ กระบวนการของการถ่ายทอดสาร (Message) จากบุคคลหนึ่ง เรียกว่า ผู้ส่งสาร (Source) ไปยังอีกบุคคลหนึ่ง เรียกว่า ผู้รับสาร (Receiver) โดยผ่านสื่อ (Channel) เกิดการเรียนรู้รวมถึงแปลความหมายในสิ่งที่ถ่ายทอดร่วมกัน และมีการตอบสนองต่อกันได้ตรงตามเจตนาของทั้งสองฝ่าย ซึ่งอาจมีลักษณะเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลและการสื่อสารขององค์กร ส่วน “การสื่อสารภายในองค์กร” คือ การถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารต่างๆ ระหว่างบุคลากรภายในองค์กร ภายใต้กระบวนการและวิธีการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ เพื่อสร้างการรับรู้และสร้างความเข้าใจร่วมกันในการปฏิบัติของบุคลากรในองค์กร

ช่องทางการติดต่อสื่อสาร

1. การติดต่อสื่อสารทางลายลักษณ์อักษร (Written Communication) หมายถึง การติดต่อสื่อสารในรูปแบบของการเขียน ซึ่งอาจเป็นตัวอักษร หรือตัวเลขก็ได้ เช่น หนังสือเวียน และ บันทึกโต้ตอบ (Circulation - Notes - Letters - Memo) ป้าย ประกาศ บันทึกข้อความ รายงาน ประจำปี แผ่นพับ จดหมายข่าว วารสาร และคู่มือการปฏิบัติงาน เป็นต้น ผู้บริหารส่วนใหญ่มัก ต้องการข่าวสารที่มีการบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร แต่บางครั้งหากขาดการตรวจสอบข้อความของ ข่าวสารที่ส่งมาอย่างรอบคอบก็อาจจะเกิดผลกระทบต่อองค์การได้ (Timm, 1995) โดยมักพบว่าการสื่อสารด้วยการเขียนยากกว่าการพูด เกิดจากการที่บุคคลนั้นมีการใช้ทักษะทางภาษาน้อย เช่น บุคลากรทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร อาจไม่แน่ใจเรื่องการค้าสกะถ หรือ การติดต่อสื่อสารที่เป็นลายลักษณ์อักษรมักจะมีรูปแบบของการติดต่อสื่อสารแบบทางเดียว

2. การติดต่อสื่อสารทางวาจา (Oral Communication) หมายถึง การติดต่อสื่อสารในรูปแบบของการพูด เช่น การประชุมกลุ่ม (Group Meeting) การร้องทุกข์โดยวาจา การปรึกษาหารือ (Counseling) การสัมภาษณ์บุคลากรที่ลาออก (Exit Interview) การอบรม การสัมมนา การพบปะ ตัวต่อตัว การสนทนาเผชิญหน้า การพูดโทรศัพท์ และข่าวลือ ซึ่ง (สร้อยตระกูล อรรถมานะ, 2541) ได้กล่าวว่า การติดต่อสื่อสารด้วยคำพูด เป็นรูปแบบที่ใช้กันมากที่สุดในการส่งข่าวสารจากบุคคลหนึ่ง ส่งต่อไปถึงบุคคลหนึ่ง โดยเฉพาะผู้บริหารองค์กรมักจะประสบปัญหาเกี่ยวกับวิธีการใช้ภาษาพูด หรือ ปัญหาเกี่ยวกับการใช้คำศัพท์เฉพาะวงการหนึ่งๆ หรือใช้เฉพาะในกลุ่มคน หรือคำย่อ รหัส ที่ใช้ใน องค์การใดองค์การหนึ่ง การสื่อสารทางวาจาประกอบด้วย

2.1 การสนทนา แบ่งออกเป็น การสนทนาในเรื่องทั่วไป และการสนทนาในเชิงให้ คำปรึกษาในการปฏิบัติงานร่วมกัน

2.2 การสัมภาษณ์ เป็นการสนทนาที่มีการแบ่งหน้าที่กันอย่างชัดเจน คือ ฝ่ายหนึ่งถาม ฝ่ายหนึ่งตอบ

2.3 การออกคำสั่งด้วยวาจา เป็นเรื่องที่ปฏิบัติกันอยู่เป็นกิจวัตรในทุกหน่วยงาน การใช้ วาจาสั่งงาน ควรสั่งด้วยรูปแบบที่เด็ดขาดแต่นุ่มนวล โดยผู้บริหารควรคำนึงถึงสถานการณ์ ด้วยว่าควรออกคำสั่งแบบใดกับผู้รับคำสั่ง

2.4 การประชุม เป็นกิจกรรมที่บุคลากรในหน่วยงานจะต้องเข้าไปมีส่วนร่วมเสมอ เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานเป็นอย่างมาก

3. การติดต่อสื่อสารที่ต้องใช้เทคโนโลยี (Technologies Communication) เทคโนโลยีการสื่อสาร เป็นเครื่องมือทางเทคนิคที่มีประโยชน์อย่างมากในสังคมปัจจุบัน ซึ่งแต่ละประเภทจะมีคุณสมบัติเฉพาะตัวที่แตกต่างกัน ตามวัตถุประสงค์การใช้งาน แต่ก็มีคุณสมบัติประการหนึ่งที่เหมือนกันคือ การเอาชนะขีดจำกัดความสามารถตามธรรมชาติ และเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสาร เช่น การบันทึกและเผยแพร่ข่าวสาร เป็นต้น

องค์ประกอบของการสื่อสาร

กระบวนการสื่อสาร ประกอบด้วยส่วนสำคัญๆ 4 ส่วน คือ ผู้ส่งสาร (Sender) สาร (Message) ช่องทาง (Channel) และผู้รับสาร (Receiver) มีรายละเอียดต่างๆ ดังนี้

1) ผู้ส่งสาร (Sender) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในกระบวนการสื่อสาร โดยนักวิชาการได้ให้คำนิยาม ผู้ส่งสาร ไว้ว่า ผู้ส่งสาร หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีความคิดมีความต้องการและมีความตั้งใจที่จะส่งข้อมูลข่าวสาร อารมณ์ ความรู้สึก ความคิดเห็น ทศนคติ ความเชื่อ และอื่นๆ ส่งต่อไปยังผู้รับสาร เพื่อก่อให้เกิดผลอย่างใดอย่างหนึ่งต่อผู้รับสาร ดังนั้น ผู้ส่งสารจึงเป็นองค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์ต่อองค์ประกอบอื่นๆ ในแง่ของการเป็นผู้เลือกข้อมูลข่าวสารที่จะถ่ายทอดเลือกวิธีการ และช่องทางที่จะส่งสารไปยังผู้รับสาร รวมไปถึงการเลือก และการกำหนดตัวผู้รับสาร มีเป้าหมายเพื่อต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับใดระดับหนึ่ง หรือด้านใดด้านหนึ่งกับผู้รับสาร เช่น ต้องการให้มีการเปลี่ยนแปลงการรับรู้หรือความรู้ เปลี่ยนแปลงความเชื่อ ทศนคติ และพฤติกรรมของบุคคล ของกลุ่มคน หรือของสังคม เป็นต้น

2) สาร (Message) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งในกระบวนการสื่อสาร สาร หมายถึง ข้อมูลที่มีความหมาย และถูกแสดงออกมาโดยอาศัยภาษาหรือสัญลักษณ์ต่างๆ ที่สามารถทำให้เกิดการรับรู้ต่อความหมาย และแสดงปฏิกิริยาตอบสนองต่อความหมายที่ได้รับ ทั้งนี้ สาร ประกอบด้วย 3 ส่วนที่สำคัญ คือ รหัสสาร (Message Code) คือ ภาษา (Language) หรือสัญลักษณ์ (Symbol) หรือสัญญาณ (Signal) ที่มนุษย์คิดค้นขึ้นเพื่อแสดงออกทางความคิด ความรู้สึก ความเชื่อ ค่านิยม และวัตถุประสงค์ต่างๆ ของผู้ส่งสาร ซึ่งรหัสสารจะถูกแสดงออกมาเป็นสารที่เป็นทั้งภาษาพูด และภาษาเขียน (Verbal Message Codes) รวมถึงสารที่ไม่ใช่ ทั้งภาษาพูดหรือภาษาเขียน (Nonverbal Message Codes) เช่น กริยาท่าทาง ภาพถ่าย ฯลฯ โดยผู้ส่งสารสามารถเลือกใช้รหัสสารแบบหนึ่งแบบใดขึ้นอยู่กับระบบ สังคม วัฒนธรรมสภาพแวดล้อม ทั้งของผู้ส่งสาร และผู้รับสารว่าสามารถเข้าใจความหมายจากรหัสสารร่วมกันได้มากน้อยเพียงใด

2.1 เนื้อหาของสาร (Message Content) หมายถึง ข้อมูลต่างๆ ที่ผู้ส่งสารถ่ายทอดหรือส่งไปถึงผู้รับสาร โดยเนื้อหาของสารนั้น แบ่งออกได้เป็นหลายประเภท ตามเนื้อหาของสารในรูปแบบต่างๆ เช่น เนื้อหาโดยทั่วไป และเนื้อหาโดยเฉพาะ เนื้อหาเชิงวิชาการต่างๆ และเนื้อหาที่ไม่ใช่เนื้อหาเชิงวิชาการ หรืออาจแบ่งเป็น เนื้อหาประเภทบอกเล่า กับเนื้อหาประเภทความคิดเห็น เนื้อหาประเภทข่าว เนื้อหาประเภทบันเทิง รวมทั้งเนื้อหาเกี่ยวกับการชักจูงใจ เป็นต้น

2.2 การจัดเรียงลำดับสาร (Message Treatment) หมายถึง วิธีการในการนำรหัสสารมาร้อยเรียงเพื่อให้ได้ใจความตามเนื้อหาที่ต้องการ ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับรูปแบบโครงสร้างของภาษา และบุคลิกลักษณะของแต่ละบุคคล ซึ่งส่วนใหญ่การจัดเรียงลำดับสารจะออกมาในรูปแบบเฉพาะตน (Styles) หรือบุคลิกลักษณะ (Personalities) ของผู้ส่งเอง

3) ช่องทางการสื่อสารหรือสื่อ (Channel or Media) หมายถึง พาหนะที่นำหรือพาข้อมูลจากผู้ส่งสารส่งไปถึงผู้รับสาร ดังนั้น ช่องทางการสื่อสาร จึงอาจหมายถึงประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของมนุษย์ที่รับรู้ความหมายจากสิ่งต่างๆ ได้แก่ การมองเห็น การได้ยิน การดมกลิ่น การสัมผัส และการลิ้มรส เป็นต้น หรือนอกจากนี้ช่องทางการสื่อสารหรือสื่อยังอาจหมายถึง คลื่นแสง คลื่นเสียง และอากาศที่อยู่รอบๆ ตัวด้วย

4) ผู้รับสาร (Receiver) หรือ ผู้รับ (Receiver) ผู้ถอดรหัส (Decoder) ผู้ฟัง (Listener) ผู้ฟังผู้ชม (Audience) ก็ได้ ซึ่งการสื่อสารจะประสบความสำเร็จหรือไม่ ขึ้นอยู่กับผู้รับสารว่าจะเลือกรับสาร หรือตีความ และทำความเข้าใจต่อสารที่ได้รับนั้นอย่างไร ดังนั้น ถึงแม้ว่าการสื่อสารจะเริ่มต้นจากผู้ส่งสาร แต่การสื่อสารจะประสบความสำเร็จหรือไม่นั้น ขึ้นอยู่กับผู้รับสาร เช่น ถ้าผู้รับสารต้องการรับสารตามที่คุณส่งสารส่งในขณะนั้น หรือผู้รับสาร มีความรู้ในการที่จะทำความเข้าใจต่อสารนั้น ก็จะทำให้การสื่อสารสำเร็จได้โดยง่าย แต่ในทางตรงกันข้ามหากผู้รับสารขาดความสนใจ หรือปิดกั้นการรับรู้ หรือไม่เข้าใจในสารที่คุณส่งสารต้องการสื่อให้ได้ ก็ส่งผลให้การสื่อสารนั้นล้มเหลว ดังนั้น ในการสื่อสารทุกครั้งสิ่งที่ผู้ส่งสารควรพิจารณาอย่างมากคือ ผู้รับสาร (กิติมา สุรสนธิ, 2541)

ลักษณะของการสื่อสาร

การติดต่อสื่อสารนั้นมีหลากหลายรูปแบบ ซึ่งในทุกรูปแบบจะมีลักษณะเหมือนกัน ดังที่ (เสนาะ ตีเขาว์, 2530) ได้กล่าวไว้ คือ

1. การสื่อสารเกิดขึ้นตลอดเวลา
2. การสื่อสารมักเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

3. การสื่อสารย่อมมีเป้าหมาย
 4. การสื่อสารคือสังคมอย่างหนึ่ง
 5. การสื่อสารแสดงออกได้สองลักษณะ คือ เนื้อหาสาระของการสื่อสารกับความสัมพันธ์ของผู้สื่อสารด้วยกัน
 6. การสื่อสารเป็นเรื่องสลับซับซ้อน
- ดังนั้น การสื่อสารที่ตีรูปแบบของการสื่อสารควรมีการเปลี่ยนแปลงให้เข้ากับสถานการณ์และสภาวะแวดล้อมนั้นๆ

ประเภทการสื่อสารภายในองค์การ

การสื่อสารภายในองค์การ แบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ ทิศทางการสื่อสาร ลักษณะของการใช้ สัญลักษณ์ที่ใช้ในการสื่อสาร และช่องทางเดินของข่าวสาร (เรวัตร์ สมบัติทิพย์, 2543)

1. ทิศทางการสื่อสาร สามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

1.1 การสื่อสารทางเดียว (One – Way Communication) หมายถึง การสื่อสารที่ผู้ส่งสารหรือผู้บังคับบัญชา ถ่ายทอดข่าวสารหรือคำสั่ง ไปยังผู้รับสารหรือผู้ใต้บังคับบัญชา โดยมีรูปแบบเป็นเส้นตรง ไม่มีการย้อนกลับหรือดูปฏิกิริยาของผู้รับสาร การสื่อสารแบบนี้มักจะเป็นนโยบายหรือคำสั่งของผู้บริหารระดับสูงสู่ผู้ใต้บังคับบัญชาที่สื่อสารผ่านรูปแบบของประกาศต่างๆ หรือสื่อมวลชน นำเสนอข่าวสารสู่สาธารณชน เป็นต้น ผู้ส่งสารจึงมีบทบาทเป็นผู้กระทำ (active) เพื่อส่งสารและความคิดไปยังผู้รับสาร โดยมีความมุ่งหวังที่จะให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรม หรือความคิดของผู้รับสารให้เป็นไปตามความต้องการของผู้ส่งสาร ผู้รับสารจึงอยู่ในสถานะของผู้ถูกบังคับให้รับสาร

1.2 การสื่อสารสองทาง (Two – Way Communication) หมายถึง การสื่อสารที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารส่งข้อมูลข่าวสาร หรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน โดยผู้ส่งสารจะให้ความสำคัญกับปฏิกิริยาโต้ตอบของผู้รับสาร (Feedback) ซึ่งถือว่าเป็นเรื่องจำเป็น เปรียบเหมือนการที่ผู้บังคับบัญชา ทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารจากผู้ใต้บังคับบัญชาในคราวเดียวกัน และการเปิดโอกาสให้ผู้ใต้บังคับบัญชาได้แสดงความคิดเห็นโดยอิสระ เพื่อสร้างความเข้าใจระหว่างและเป็นการลดช่องว่างของการสื่อสารระหว่างกัน ซึ่งอาจเกิดการแปลความหมายไปคนละแนวทาง สิ่งสำคัญในการสื่อสารสองทาง คือ ช่วยสร้างขวัญกำลังใจ และสร้างการมีส่วนร่วมในงาน ความรู้สึกร่วมกันในการเป็นผู้ตัดสินใจในงานของตนเอง ซึ่งการสื่อสารสองทางระหว่างผู้บังคับบัญชากับ

ผู้ได้บังคับบัญชาหรือเพื่อนร่วมงาน จะอยู่ในรูปแบบของการประชุม การปรึกษาหารือ ในขณะที่สื่อสารกันทั้งสองฝ่ายจะแสดงออกทางกิริยาท่าทาง (transaction) ของแต่ละคนด้วยเช่นกัน

ลินวิท ((ดาริกา จารุวัฒนกิจ, 2539):25 ; อ้างอิงจาก Leavitt. 1964. Managerial Psychology.) กล่าวถึงการทดลองเพื่อเปรียบเทียบระหว่างการสื่อสารในแบบทางเดียวกับแบบสองทาง ผลการทดลองสรุปได้ว่า การสื่อสารทางเดียวรวดเร็วกว่าการสื่อสารสองทาง แต่การสื่อสารสองทางมีความถูกต้องชัดเจนมากกว่าการสื่อสารทางเดียว ซึ่งการสื่อสารสองทางช่วยสร้างความมั่นใจแก่ผู้รับข่าวสารมากกว่าการสื่อสารทางเดียว แต่การสื่อสารทางจะมีความเป็นระเบียบมากกว่าการสื่อสารแบบสองทางที่มีสิ่งมารบกวนมากกว่า องค์กรหรือหน่วยงานที่ต้องการความรวดเร็วของการสื่อสาร ควรเลือกการสื่อสารทางเดียวจะเหมาะสมในการนำมาใช้มากกว่า

2. จำแนกตามประเภทของการใช้ แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

2.1 การสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Communication) หมายถึง การสื่อสารที่มีแบบแผน มีข้อกำหนดชัดเจน ส่วนใหญ่มักนำบทบาทหน้าที่และตำแหน่งงานระหว่างผู้รับสาร และผู้ส่งสารเป็นตัวบ่งชี้ มีระเบียบแบบแผนชัดเจน มีลายลักษณ์อักษรกำกับ เช่น คำสั่ง ใบประกาศ หรือบันทึกต่างๆ หรือเป็นแบบที่ไม่มีลายลักษณ์อักษรก็ได้ เช่น การสั่งงานโดยตรง หรือสั่งงานทางโทรศัพท์ ตัวอย่างเช่น การติดต่อสื่อสารทางราชการที่ต้องมีลายลักษณ์อักษรแสดง หรือระเบียบแบบแผนทางราชการ เป็นต้น

2.2 การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication) หมายถึง การติดต่อสื่อสารที่ไม่ได้คำนึงถึงตำแหน่งในองค์กร เป็นการสื่อสารจากเบื้องบนลงสู่เบื้องล่าง เบื้องล่างสู่เบื้องบน หรือสื่อสารตามแนวนอน และสื่อสารข้ามสายงานก็ได้ แต่ไม่ได้พิจารณาถึงตำแหน่งงาน อาจเป็นการแจ้งข่าวสารที่ไม่เป็นทางการ หรือเป็นข่าวสารส่วนตัวแต่เกี่ยวพันกันระหว่างบุคคล ทิศทางของข่าวสารจึงไม่อาจคาดเดาได้ (สมยศ นาวิการ, 2537)

3. จำแนกตามสัญลักษณ์ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารแบ่งออก 2 ลักษณะ ดังนี้

3.1 การสื่อสารแบบวจนะ (Verbal Communication) หมายถึงการสื่อสารต่างๆ ไปที่ใช้คำ (Word) หรือตัวเลข (Number) หรือการเน้นย้ำ (Punctuation) เป็นสัญลักษณ์ของข่าวสาร ซึ่งสัญลักษณ์นี้อาจเป็นในรูปแบบภาษาพูด ภาษาเขียน หรือตัวเลขก็ได้ เป็นการสื่อสารเพื่อให้ผู้อื่นเข้าใจ และสามารถสื่อความหมายได้อย่างชัดเจน ผู้รับสารได้รับข้อมูลข่าวสารตรงตามที่ต้องการ ทั้งนี้ การสื่อสารแบบวจนะ จึงเป็นการใช้ถ้อยคำหรือลายลักษณ์อักษรที่สามารถตีความได้โดยตรงหรือโดยอ้อม

3.2 การสื่อสารเชิงอวัจนะ (Nonverbal Communication) เป็นการสื่อสารนำสัญลักษณ์ซึ่งไม่ใช่ภาษาพูดหรือภาษาเขียนมาใช้ในการสื่อสาร แต่สามารถรับรู้และเข้าใจกันในแต่ละสังคมได้ การสื่อสารลักษณะนี้แบ่งเป็น 2 ประเภท (วิลโล๊กซ์ สุวจิตตานนท์, 2539) คือ การสื่อสารเชิงอวัจนะที่มนุษย์เป็นผู้กำหนดความหมาย หมายถึง การใช้สัญลักษณ์ที่เป็นรับรู้หรือเข้าใจตรงกัน โดยมนุษย์เป็นผู้ให้ความหมายต่อสัญลักษณ์นั้นๆ ได้แก่ ภาษาท่าทาง (Action Language) เป็นการถ่ายทอดสารโดยใช้กิริยาท่าทางเป็นเครื่องหมายที่เข้าใจตรงกัน เช่น ดวงตาที่สามารถสื่อความหมายให้รับรู้ถึงความสัมพันธ์ได้ เป็นต้น นอกจากนี้ ภาษาท่าทางอาจรวมถึงระยะทางหรือระยะห่างของการสื่อสาร เช่น ผู้ที่เป็นลูกน้องจะนั่งทำงานร่วมกัน ส่วนผู้ที่เป็นหัวหน้าจะนั่งทำงานในห้องทำงานที่มีขนาดใหญ่หรือมีห้องทำงานที่แยกออกเป็นส่วนตัว เพื่อแสดงให้เห็นความเคารพโดยไม่จำเป็นต้องถาม และภาษาเครื่องหมาย (Sign Language) คือ การใช้เครื่องหมายที่การตกลงร่วมกัน หรือยอมรับกันโดยทั่วไปมาใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสาร เช่น เครื่องหมายจราจร สัญญาณไฟจราจร หรือรูปภาพที่แสดงสัญลักษณ์ เช่น ห้องน้ำชาย ห้องน้ำหญิง เป็นต้น ดังนั้น เครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ ที่ใช้ในการสื่อสารจะต้องเป็นสากล เป็นการกำหนดความหมายให้กับสิ่งต่างๆ ให้คนบางกลุ่มและบางสังคม เช่น ธงชาติ พระพุทธรูป ความดี ความชั่ว สัญญาณควันไฟ สัญญาณเสียงกลอง เป็นต้น เมื่อผู้รับสารได้รับสารอาจมีปฏิกิริยาโต้ตอบในลักษณะเดียวกัน

4. จำแนกตามช่องทางเดินของสาร แบ่งเป็น 3 ประเภท คือ

4.1 การสื่อสารตามแนวตั้งหรือการสื่อสารจากบนลงล่าง (Vertical Dimension or Hierarchical Effects, Downward Communication) แบ่งออกได้ดังนี้ คือ การส่งข่าวสารจากผู้มีตำแหน่งงานที่สูงกว่ามายังผู้มีตำแหน่งงานที่ต่ำกว่า (สมัยศ นาวิกการ, 2527) เป็นรูปแบบของการเคลื่อนที่ของข่าวสารเป็นไปตามสายการบังคับบัญชา จากหัวหน้าลงสู่ลูกน้อง การสื่อสารในลักษณะนี้มักเป็นการแจ้งระเบียบนโยบาย ข้อบังคับ คำเตือน คำสั่ง หรือการแจ้งข้อมูลเพื่อการปฏิบัติงาน โดยจะใช้ช่องทางการสื่อสารดังนี้ คือ การสั่งงานตามลำดับชั้น โปสเตอร์ วารสารขององค์การ บันทึกถึงบุคลากรโดยตรง คู่มือการปฏิบัติงาน รายงานประจำปี ระบบเสียงตามสาย และการประชุมกลุ่ม

4.2 การติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน (Upward Communication) หมายถึง การส่งข่าวสารจากผู้ที่มีระดับต่ำกว่าไปยังผู้ที่มีระดับสูงกว่า (สมัยศ นาวิกการ, 2527) เป็นลักษณะตรงกันข้ามกับแบบแรก คือ ลูกน้องเป็นผู้ส่งข่าวสารข้อมูลย้อนกลับไปที่หัวหน้า โดยการสื่อสารในลักษณะนี้จะเป็นเหมือนการรายงานผลการปฏิบัติงาน ปัญหาข้อขัดข้องในการปฏิบัติงาน ข้อเสนอแนะ หรือการร้องทุกข์ เป็นต้น ช่องทางที่ใช้สื่อสารจะมีลักษณะดังนี้ คือ การประชุมกลุ่ม การร้องทุกข์

การปรึกษาหารือ สมิต สัชฌุกร ((ดาริกา จารุวัฒนกิจ, 2539): 29 ; อ้างอิงจาก สมิต. 2526. การสื่อสารสำหรับผู้บริหาร.)

4.3 การติดต่อสื่อสารในแนวนอน หรือแนวทะแยง (Horizontal Communication or Lateral Communication) หมายถึง การสื่อสารระหว่างผู้มีตำแหน่งงานระดับเดียวกัน หรือใกล้เคียงกัน ทั้งนี้ อาจเป็นในสายงานเดียวกัน และข้ามสายงานก็ได้ โดยอาศัยมิตรภาพส่วนตัว ส่วนใหญ่เป็นการขอคำแนะนำหรือข้อมูล เป็นการประสานงานอย่างไม่เป็นทางการ และไม่ขึ้นอยู่กับสายการบังคับบัญชา มีการแลกเปลี่ยนข่าวสารหรือความคิดเห็นระหว่างกัน หรือระหว่างหน่วยงานที่อยู่ในองค์กรเดียวกัน เช่น การหารือระหว่างผู้บริหารระดับเดียวกัน เช่น การประชุมกลุ่มหาข้อตกลงร่วมกัน การประสานงานกันเพื่อสร้างความร่วมมือ เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป การแบ่งประเภทของการสื่อสารในองค์กร สามารถแบ่งได้ 2 ประเภท คือ การสื่อสารทางเดียวกับการสื่อสารสองทาง กล่าวคือการสื่อสารทางเดียว คือ การสื่อสารจากบนลงล่าง ส่วนการสื่อสารสองทาง คือการสื่อสารทั้งจากบนลงล่างและล่างขึ้นบน โดยการสื่อสารจากบนลงล่าง และการสื่อสารจากล่างขึ้นบน จะรูปแบบการสื่อสารอย่างเป็นทางการหรือไม่เป็นทางการก็ได้ ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ในขณะเดียวกัน แต่ระหว่างการสื่อสารอาจใช้วิธีการสื่อสารในแบบวิจนะหรืออวิจนะควบคู่กันไปด้วยก็ได้ แต่ในทางปฏิบัติบุคลากรในองค์กรจะใช้การสื่อสารแบบผสมผสานทุกประเภท เพื่อสร้างความเข้าใจที่ตรงกัน ซึ่งส่งผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปสู่จุดหมายเดียวกัน นั่นคือ ประสิทธิภาพของการปฏิบัติงาน และความพึงพอใจของบุคลากรในองค์กร (เรวัตร์ สมบัติทิพย์, 2543)

ความสำคัญของการสื่อสารภายในองค์กร

การสื่อสารภายในองค์กรมีความสำคัญต่อการบริหารงานขององค์กรอย่างมาก เพราะการบริหารงานจะประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใด เกิดจากการสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ การสื่อสารภายในองค์กรที่ดีและเหมาะสมจะช่วยนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับนำมาไปประกอบการตัดสินใจหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ในการบริหารงานและการปฏิบัติงาน โดยความสำคัญของการสื่อสารภายในองค์กร มีผู้กล่าวถึงไว้ดังนี้

(กริช สืบสนธิ์, 2537) กล่าวว่า ความสำคัญการสื่อสารภายในองค์กร มีดังนี้

1. เป็นเครื่องมือสำคัญของงานบริหาร เพราะการสื่อสารจะช่วยให้การปฏิบัติงานสำเร็จได้โดยตลอด เป็นเครื่องตรวจสอบความเข้าใจผลงาน ฯลฯ การสื่อสารภายในองค์กรเป็นสิ่งจำเป็น

และมีความสำคัญสำหรับผู้บริหาร ทักษะด้านการสื่อสารถือเป็นคุณสมบัติของผู้บริหารที่ดี ที่ควรปฏิบัติในตนเองควบคู่กับทักษะด้านการบริหารงาน

2. เป็นเครื่องมือสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นในองค์กร ช่วยให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน และเชื่อใจไว้วางใจกัน ระหว่างผู้บริหารในระดับต่างๆ และกับบุคลากรอันนำไปสู่สัมพันธภาพที่ดี

3. เป็นเครื่องมือสร้างความเข้าใจระหว่างกัน นำมาซึ่งความไว้วางใจและความเชื่อใจ ตั้งอยู่บนความเหมาะสมจะช่วยให้บุคลากรเกิดความกล้าที่จะสื่อสาร กล้าถาม กล้าแสดงออกทางความคิด ท่วงตั้ง เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกัน

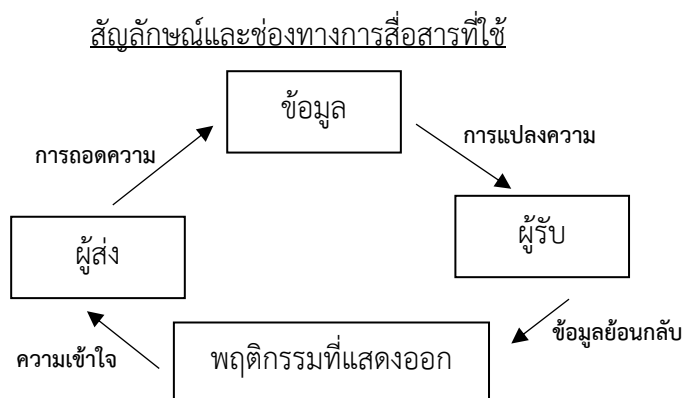
4. เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้เกิดการดำเนินงานของทุกหน่วยงาน ให้เป็นไปตามภารกิจของหน่วยงานและภาระหน้าที่ของบุคลากร และสอดคล้องกับการดำเนินงานของหน่วยงานอื่นๆ ช่วยให้ผู้บริหารทราบถึงการเคลื่อนไหว และความต้องการของหน่วยงาน ส่งผลต่อการบริหารงานให้บรรลุเป้าหมายตามวัตถุประสงค์ที่องค์กรกำหนดไว้

5. เป็นเครื่องมือส่งเสริมด้านการพัฒนา และการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ หากบุคลากรในองค์กรทุกระดับสามารถสื่อสารได้อย่างอิสระ ตั้งอยู่บนความไว้วางใจซึ่งกันและกัน กล้าที่จะสื่อสาร ย่อมนำไปสู่การแสดงออกทางความคิด มีความสร้างสรรค์ที่ผลงานที่ดีเพื่อนำองค์กรไปสู่ความเจริญ ซึ่งการยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่นย่อมทำให้ผู้นั้นเกิดความภาคภูมิใจ

กระบวนการสื่อสารในองค์กร

การสื่อสารในองค์กร มีรูปแบบเป็นกระบวนการ (process) อย่างหนึ่ง เป็นการส่งผ่านข้อมูลข่าวสารเพื่อสร้างความเข้าใจแก่ผู้ได้บังคับบัญชา หรือบุคคลอื่นเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมตามที่ต้องการ องค์ประกอบสำคัญของกระบวนการสื่อสาร ประกอบด้วย (ระวีวรรณ ประกอบผล, 2540)

1. ผู้ส่งข้อมูลข่าวสาร (sender)
2. ผู้รับข้อมูลข่าวสาร (receiver)
3. ช่องทางการสื่อสาร (communication channel)
4. สัญลักษณ์ต่างๆ (symbols)



ภาพที่ 2 ข้อมูลย้อนกลับซึ่งจะช่วยให้ทราบถึงผลของการสื่อสาร
ที่มา : (ทรงธรรม ชีระกุล, 2548)

กระบวนการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ย่อมขึ้นอยู่กับการทำหน้าที่ขององค์ประกอบที่สำคัญอันได้แก่ ผู้ส่งข้อมูลข่าวสาร ผู้รับข้อมูลข่าวสาร ช่องทางการสื่อสาร และสัญลักษณ์ต่างๆ

ความจำเป็นของการสื่อสารขององค์กร

การสื่อสารขององค์กร (organizational communication) คือ การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารในองค์กรเพื่อให้บรรลุประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กร การสื่อสารภายในองค์กรมีหลายระดับ ตั้งแต่ ระดับปัจเจกบุคคล ระดับกลุ่ม และระดับองค์กร ดังนั้น องค์กรจึงจำเป็นต้องอาศัยการสื่อสารภายในองค์กรด้วยเหตุผลหลายประการ ดังนี้ (ทองใบ สุดชาติ, 2542)

1. ลักษณะขององค์กร องค์กรไม่ว่าจะเป็นลักษณะใดก็ตาม ต้องประสบกับการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขัน ส่งผลให้องค์กรต้องมีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา ซึ่งองค์กรต้องมีเครือข่ายของการสื่อสาร (communication network) หากองค์กรต้องการความได้เปรียบคู่แข่ง องค์กรต้องมีกลยุทธ์และขั้นตอนของการสื่อสาร ดังนี้

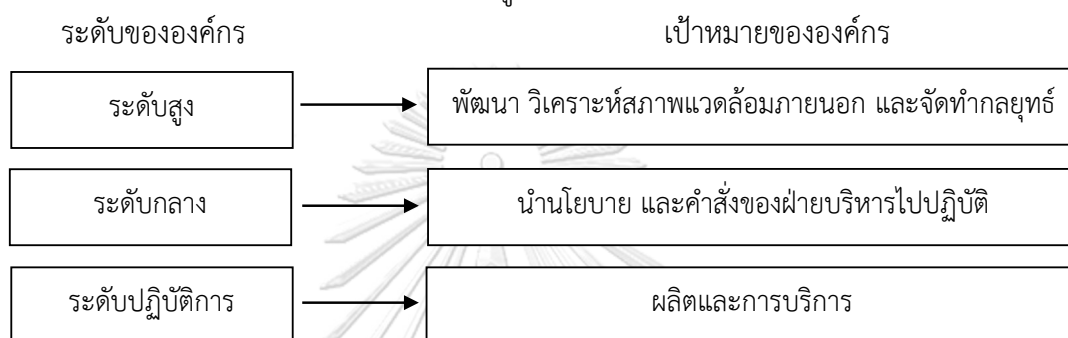
1.1 ขั้นการได้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ โดยการศึกษาสภาวะแวดล้อมภายนอก ศึกษาเงื่อนไขต่างๆ วิเคราะห์กลยุทธ์ของคู่แข่ง พิจารณาข้อมูลข่าวสารทั้งหมดอย่างถูกต้องครบถ้วนพร้อมที่จะถูกถ่ายทอดออกไป

1.2 ขั้นการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร องค์กรต้องมีการส่งข้อมูลข่าวสารไปยังบุคลากรที่เกี่ยวข้อง

2. วัฒนธรรมขององค์กร ทุกองค์กรจะควรมีวัฒนธรรมเป็นของตนเอง อันประกอบด้วย บรรทัดฐาน ทักษะ ค่านิยม ความเชื่อ และปรัชญาขององค์กร โดยองค์กรที่มีวัฒนธรรมที่แตกต่าง

กันและมีบุคลากรหลากหลายสาขาอาชีพ การสื่อสารภายในย่อมแตกต่างกันไปด้วย ดังนั้น องค์กรควรเลือกใช้การสื่อสารภายในที่เหมาะสมกับวัฒนธรรมองค์กรจึงจะส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร

3. ระดับและเป้าหมายขององค์กร ระดับของการบริหารแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ ระดับสูงเน้นการพัฒนาองค์กร วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกภายใน และจัดทำกลยุทธ์ขององค์กร ระดับกลางเน้นการนำนโยบายไปปฏิบัติ และระดับล่างเน้นการปฏิบัติงานของหน่วยงานในหน้าที่ความรับผิดชอบของตนเองให้เกิดผลสำเร็จ ดังนั้น การที่องค์กรมีระดับที่แตกต่างกัน การสื่อสารภายในองค์กรควรแบ่งแยกตามความจำเป็น ดังรูป



ภาพที่ 3 ระดับและเป้าหมายขององค์กร

ที่มา : (ทองใบ สุตขารี, 2542)

4. ขนาดขององค์กร การสื่อสารภายในองค์กรระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร องค์กรสามารถจำแนกการใช้ช่องทางการสื่อสารอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ เช่น องค์กรที่มีขนาดใหญ่และความเจริญเติบโตสูงผู้บริหารจำเป็นต้องใช้ช่องทางการสื่อสารอย่างเป็นทางการ เนื่องจากผู้บริหารมีภาระหน้าที่และมีความรับผิดชอบมากจึงต้องสร้างกฎเกณฑ์ นโยบาย และระเบียบปฏิบัติมาเครื่องมือในการสื่อสาร เป็นต้น

5. ผู้บริหารและบุคลากรในองค์กรต่างต้องการเป็นอิสระ มีความต้องการส่วนบุคคลที่สามารถสื่อสารกับบุคลากรอื่นๆ ในองค์กร เพื่อตอบสนองความต้องการส่วนบุคคล เช่น อิสระในการคิดวิเคราะห์ การติดต่อประสานงาน เพื่อความเจริญก้าวหน้าในหน้าที่และเพื่อสร้างผลงานให้เกิดขึ้นแก่องค์กร เป็นต้น

6. บุคลากรในองค์กรต่างมีความต้องการที่จะมีคุณภาพของชีวิตในงาน (quality of work life) มีแนวทางที่นำมาใช้เพื่อปรับปรุงคุณภาพของชีวิตในการปฏิบัติงาน เช่น โอกาสในความก้าวหน้าจากของผลการปฏิบัติงาน การปฏิบัติงานที่ตัดสินใจหรือติดต่อสื่อสารกับผู้อื่น และการมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคลากรด้วยกัน เป็นต้น

อุปสรรคของการสื่อสารที่เกิดขึ้นในองค์กร

อุปสรรคของการสื่อสารที่เกิดขึ้นในองค์กรนั้นมีหลายประการ สามารถพิจารณาได้ 2 ประเด็น ดังนี้ (นิตยา เงินประเสริฐศรี, 2544)

1. การบิดเบือนข่าวสารข้อมูล การบิดเบือนที่เกิดจากการสื่อสารนั้นอาจเกิดขึ้นโดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจ ทั้งนี้ การบิดเบือนสามารถเกิดขึ้นกับการสื่อสารภายในองค์กรทุกระดับ สรุปได้ดังนี้ ตารางที่ 1 การบิดเบือนการสื่อสาร

ระดับของการติดต่อสื่อสาร	การบิดเบือนโดยตั้งใจ	การบิดเบือนโดยไม่ตั้งใจ
1. ระดับบนลงสู่ระดับล่าง	<ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้บังคับบัญชาไม่ให้ข้อมูลย้อนกลับแก่ผู้ใต้บังคับบัญชา 2. ผู้บังคับบัญชาลังไม่แน่ใจที่จะแจ้งข้อมูลด้านลบให้ทราบ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ความทุกข์ใจของผู้บังคับบัญชาต่อเรื่องความขัดแย้งภายใน 2. การถ่ายทอดข้อความหลายๆ ครั้งจนเนื้อหาข้อมูลเดิมผิดเพี้ยน
2. ระดับล่างขึ้นสู่ระดับบน	<ol style="list-style-type: none"> 1. สร้างภาพเพื่อให้ผลงานออกมาดูดี 2. ปิดความรับผิดชอบเกี่ยวในด้านความล้มเหลว 3 กลัวที่จะแจ้งข้อมูลด้านลบแก่ผู้บังคับบัญชา 4. ระดับต่างๆ ที่เป็นทางผ่านของการติดต่อสื่อสารขึ้นอยู่กับระดับบน 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ความไว้วางใจในตัวผู้บังคับบัญชา 2. ความอยากได้อะไรของผู้ใต้บังคับบัญชา 3. ความต้องการในเรื่องความปลอดภัยของผู้ปฏิบัติงาน 4. ระยะห่างของการสื่อสาร 5. โครงสร้างองค์กรที่เป็นทางการ
3. แนวนอน	<ol style="list-style-type: none"> 1. ข่าวลือต่างๆ 2. ความชำนาญเฉพาะด้านในงานทำให้สนใจเฉพาะเรื่องบางเรื่อง 	<ol style="list-style-type: none"> 1. การสื่อสารในแนวนอนมีหลากหลายเกินไปทำให้ไม่มีข้อมูลย้อนกลับ 2. การสื่อสารในแนวนอนถูกนำมาใช้ทดแทนการสื่อสารจากระดับบนลงสู่ระดับล่างและจากระดับล่างขึ้นสู่ระดับบน
4. แนวทแยงมุม (แนวขวาง)	<ol style="list-style-type: none"> 1. ระดับชั้นที่เป็นทางผ่านของการสื่อสาร 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ช่องว่างของการสื่อสาร
5. ทุกระดับ	<ol style="list-style-type: none"> 1. แต่ละระดับชั้นมีข้อมูลข่าวสารเป็นของตนเองเพื่อใช้ในการแข่งขันกับหน่วยงานย่อยอื่นๆ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. การกังวลในเรื่องความไม่แน่นอน

2. ภาระหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการสื่อสาร คือปริมาณและความซับซ้อนของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ กล่าวคือ บุคลากรได้รับข้อมูลข่าวสารมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับช่องทางของการสื่อสารภายในองค์กร ส่งผลต่อบุคลากรในการจัดการกับข้อมูลข่าวสาร ข้อความที่สลับซับซ้อนบุคลากรอาจไม่สามารถแปลความหมาย หรือแปลสารไปในทางที่ผิดเพราะไม่อาจคาดเดาสารที่รับมาได้ ย่อมก่อให้เกิดอุปสรรคในการสื่อสาร แบ่งเป็น 3 ประเภท ดังนี้

2.1 การสื่อสารที่น้อยเกินไป โดยผู้ปฏิบัติงานถูกตัดขาดในด้านการรับรู้ข่าวสารขององค์กร ก่อให้เกิดผลเสียต่อการสื่อสารขององค์กร คือ

2.1.1 องค์กรขาดบุคลากร ที่มีความรู้ความสามารถเพราะไม่สามารถตอบสนองเป้าหมายขององค์กรได้ และองค์กรไม่ได้รับรู้ถึงปัญหา อุปสรรค หรือรับรู้ความก้าวหน้าในการดำเนินงานของบุคลากรและหน่วยงานเพราะการสื่อสารในองค์กรน้อยเกินไป

2.1.2 บุคลากรที่ถูกกละเลยจะเกิดอคติด้านลบต่อองค์กร และตอบสนองต่อเรื่องของการสื่อสาร ด้วยการพูดซุบซิบนินทา หรือผลจากการความไม่เท่าเทียมกันในด้านการรับรู้สื่อภายในองค์กร การสื่อสารที่น้อยเกินไปทำให้บุคลากรรู้สึกตนไม่ใช่ส่วนหนึ่งขององค์กร ถูกปิดกั้นทางการสื่อสารส่งผลให้ขาดแรงจูงใจ และเกิดความเฉื่อยชาต่อการปฏิบัติงาน

2.2 ภาระในการสื่อสารที่มากเกินไป เมื่อองค์กร หน่วยงาน ระบบหรือบุคลากรไม่สามารถจัดการกับข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมามากจนเกินไปได้ ปัญหาเรื่องการสื่อสารของผู้บริหารระดับสูงที่ส่งลงมาสู่บุคลากรระดับล่างมีมากเกินไป และข่าวสารมีความสลับซับซ้อนในเรื่องของข้อมูล ทำให้ไม่สามารถแปลความหมายของข้อมูลข่าวสารได้ถูกต้อง จึงมีผลต่อการตัดสินใจทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกสับสน ได้รับแรงกดดันส่งผลให้การทำงานเกิดข้อผิดพลาด

2.3 ภาระในการสื่อสารที่เหมาะสม จะเป็นประโยชน์ต่อการบริหารงานขององค์กร เนื่องจากการสื่อสารที่เหมาะสมบุคลากรในองค์กร จะส่งผลต่อการสร้างแรงจูงใจ และการเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานได้



ภาพที่ 4 รูปแบบภาระในการสื่อสารขององค์กรที่นำไปใช้ได้จริง

ที่มา : (นิตยา เงินประเสริฐศรี, 2544)

ปัญหาภาระในการสื่อสาร นอกจากจะส่งผลเสียในระดับบุคคลแล้ว ยังก่อให้เกิดผลกระทบในระดับองค์กรด้วย อันเกิดขึ้นในกรณีที่มีการสื่อสารด้วยข้อมูลข่าวสารที่มากเกินไป อาจส่งผลเสียต่อองค์กรได้เพราะบุคลากรจะเกิดความคิดด้านลบต่อการบริหารงานขององค์กร และมองเห็นว่าการสื่อสารไม่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ทำให้คุณภาพของการตัดสินใจของบุคลากรลดลง รวมถึงลดความพึงพอใจในงานของผู้ปฏิบัติงาน ทำให้เกิดการขาดงานเพิ่มขึ้น หรืออัตราการเข้าออกในงานจะเพิ่มสูงขึ้น และความสำเร็จขององค์กรโดยรวมจะลดลง

ประสิทธิภาพการสื่อสารในองค์กร

Barnard C.I. (1986) กล่าวถึงความหมายของประสิทธิภาพ คือ รูปแบบทางเศรษฐศาสตร์ โดยใช้เป็นอัตราส่วนของปัจจัยการผลิต (Input) กับผลผลิต (Output) วิธีการที่องค์กรจะประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย ซึ่งพิจารณาจากปัจจัยการผลิตที่คุ้มค่าและประหยัดเพื่อให้ได้ผลผลิตที่ต้องการ แปลว่าองค์กรบรรลุเป้าประสงค์ ถึงแม้ว่าจะมีทรัพยากรในจำนวนจำกัด ส่วนด้านประสิทธิผลจะวัดเกี่ยวกับการเงิน

การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพวัดได้จากเวลา ต้นทุน และทรัพยากรที่ใช้ในการสื่อสาร หากการสื่อสารรูปแบบใดใช้เวลาน้อย ประหยัดทรัพยากรได้มากจึงถือว่า วิธีการสื่อสารแบบนั้นมีประสิทธิภาพ

(นิสากร เศรษฐวรานุกร, 2549) ปัจจัยส่งเสริมการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลขึ้นอยู่กับหลักสำคัญ 7 ประการของการสื่อสาร ดังนี้

1. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) เป็นสิ่งที่จำเป็นและควรตั้งอยู่บนพื้นฐานของการสื่อสารโดยไม่มี การบิดเบือน และตัวผู้ส่งสารจะต้องได้รับการเชื่อถือจากผู้รับสารด้วย

2. ความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม (Context) ภาษาคำพูด และท่าทางที่เหมาะสมเป็นสิ่งที่สำคัญ ไม่ต่างจากวัฒนธรรม สังคม และสิ่งแวดล้อม ดังนั้น ผู้รับสารควรมีส่วนร่วมในการสื่อสาร

3. เนื้อหาสาระ (Context) เรื่องราวหรือข้อมูลที่เป็นความจริง มีความเกี่ยวข้องกับผู้รับสาร ซึ่งอาจเป็นเรื่องราวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจก็ได้ แต่ควรมีการชี้แจงหรือมีคำแนะนำ เพื่อให้ผู้รับสารมีส่วนในการตัดสินใจ

4. ความต่อเนื่องและอยู่กับร่องกับรอย (Continuity and Consistency) การสื่อสารจะต้องมีการกระทำอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

5. ช่องทางการสื่อสาร (Channel) ควรพิจารณาช่องทางการส่งสารที่สร้างการรับรู้ได้รวดเร็วที่สุด

6. ความสามารถของผู้รับสาร (Capability of Audience) พิจารณาถึงทักษะความรู้ในการตีความของผู้รับสาร เช่น พื้นฐานความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาของสารที่ได้รับ สภาพแวดล้อมหรือโอกาสในการเปิดรับสาร เป็นต้น

7. ความแจ่มชัดของการสื่อสาร (Clarity) การสื่อสารที่ชัดเจนและเข้าใจง่าย คือปัจจัยที่ทำให้เกิดประสิทธิภาพในการสื่อสาร ที่ประกอบด้วย ผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการสื่อสาร และผู้รับสาร เป็นสิ่งบ่งชี้ถึงการเพิ่มหรือการลดประสิทธิภาพของการสื่อสาร เนื่องจากมีความเกี่ยวข้องและส่งผลกระทบซึ่งและกัน กล่าวคือ เมื่อผู้ส่งสารเป็นผู้ที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสาร แต่ช่องทางการสื่อสารกลับด้อยคุณภาพ หรือผู้รับสารขาดประสิทธิภาพในการสื่อสาร การสื่อสารขาดประสิทธิภาพ ดังนั้น องค์ประกอบของการสื่อสารที่กล่าวมาต่างมีความสำคัญ

(เกษภาณี เอี่ยมศุภสวัสดิ์, 2548) กล่าวถึงปัจจัยที่ทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลขึ้นอยู่กับหลักสำคัญ 7 ประการ คือ

1. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ผู้รับสารต้องเชื่อถือในตัวผู้ส่งสารที่จะไม่บิดเบือนความเป็นจริงของสาร

2. ความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม (Context) คำพูด ภาษา ท่าทาง เป็นสิ่งสำคัญ นอกเหนือไปจากสังคม วัฒนธรรม หรือสิ่งแวดล้อมอื่นๆ การสื่อสารที่ดีควรให้ผู้รับสารมีส่วนร่วมในการสื่อสารจะช่วยให้เข้าใจสารมากยิ่งขึ้น

3. เนื้อหาของสาร (Context) ต้องสื่อความหมาย เป็นข้อเท็จจริง และน่าสนใจ ที่สำคัญควรมีการชี้แจงและคำแนะนำในการตัดสินใจด้วย

4. ความต่อเนื่อง (Continuity) การสื่อสารต้องมีความต่อเนื่องและสม่ำเสมอ (Continuity)

5. ช่องทางการสื่อสาร (Channels) สารที่ส่งออกไปต้องเลือกให้ตรงกับช่องทางการสื่อสาร และเป็นช่องทางที่รวดเร็วและได้ผล

6. ความสามารถของผู้รับสาร (Capability of Audience) ผู้รับสารต้องมีความสามารถในการทำความเข้าใจต่อข้อมูลข่าวสาร และต้องอาศัยปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น โอกาสในการเปิดรับความรู้พื้นฐาน และสถานที่

7. ความแจ่มชัดของการสื่อสาร (Clarity) ควรใช้ภาษาและถ้อยคำที่เข้าใจง่าย ปัจจัยที่ส่งเสริมทำให้เกิดประสิทธิภาพของการสื่อสารได้แก่ผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการสื่อสาร และผู้รับสาร ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับการเพิ่มหรือลดประสิทธิภาพของการสื่อสาร และทุกองค์ประกอบถือว่ามี ความสำคัญต่อการสื่อสาร ที่จะทำให้การสื่อสารเกิดประสิทธิภาพมากที่สุด

จากแนวคิดและทฤษฎีของนักวิชาการ ที่กล่าวมาข้างต้น ผู้ศึกษาได้นำแนวคิด และหลักการ สื่อสารมาใช้ในการศึกษา โดยการสร้างกรอบแนวคิด และกำหนดตัวแปรหรือปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการสื่อสารภายในองค์กร จากทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารภายในองค์กร พบว่า การสื่อสารภายในองค์กร คือกระบวนการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารต่างๆ ระหว่างบุคลากรหรือหน่วยงานต่างๆ ภายในองค์กร ผ่านรูปแบบวิธีการสื่อสารรูปแบบต่างๆ เพื่อให้เกิดการรับรู้ และสร้าง เข้าใจร่วมกัน ซึ่งจะส่งผลให้องค์กร หน่วยงาน และบุคลากรในองค์กรได้ผลสัมฤทธิ์ของการปฏิบัติงาน ตามวัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่องค์กรได้ตั้งไว้ จึงถือว่าการสื่อสารภายในองค์กร มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้นำหลักการสื่อสาร 7 ด้าน ตามแนวคิดของคัตลิปและเซ็นเตอร์ (Cutlip & Center, 1978, pp. 209-210) ประกอบด้วย ด้านความน่าเชื่อถือ (credibility) ด้านความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม (context) ด้านเนื้อหาสาระ (content) ด้านความสม่ำเสมอต่อเนื่องกัน (continuity and consistency) ด้านช่องทางการติดต่อสื่อสาร (channel) ด้านความสามารถของผู้รับสาร (capability) ด้านความชัดเจนของสาร (clarity) มาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาการสื่อสารภายในองค์กร รวมไปถึงการศึกษาการสื่อสารภายในองค์กรที่มีผลต่อการรับรู้ค่านิยมองค์กร ของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2.2 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้

ความหมายของการรับรู้

(อัญฐะรัชต์ สนวนมาลี, 2554) กล่าวว่า การรับรู้ไม่ใช่เป็นเพียงการรับรู้ผ่านประสาทสัมผัสต่างๆ แต่การรับรู้ทางสัมผัสต่างๆ เป็นจุดเริ่มต้นของการรับรู้ และนำเข้าสู่ระบบประสาทส่วนกลาง นำมาเก็บเป็นข้อมูลสำหรับเชื่อมโยงกับสิ่งที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้และประสบการณ์ที่ผ่านมา

แล้วประมวลผลมาเชื่อมสู่ศูนย์กลางการควบคุมระบบประสาทต่างๆ ก่อให้เกิดกฏกิริยาตอบสนองต่อสิ่งนั้นๆ

ศุภร เสรีรัตน์, 2544, น. 143 อ้างถึงใน (อัญฐะรัชต์ สนวนมาลี, 2554), น.12 กล่าวว่า การรับรู้ หมายถึง การที่บุคคลแต่ละคนมีการเลือก การจัดการ และการตีความเกี่ยวกับสิ่งเร้าให้มีความหมาย ดังนั้น การรับรู้ของคือ วิธีการที่แต่ละคนมองโลกที่อยู่รอบๆ ตัว แตกต่างกันไปในแต่ละบุคคลผ่านการจัดการ และการตีความ เกี่ยวกับสิ่งเร้าดังกล่าวต่างกัน ตามพื้นฐานกระบวนการรับรู้ในด้านความต้องการ ค่านิยม ความคาดหวัง และปัจจัยอื่นๆ

แกร์ริสัน และ มากูน, 1972 อ้างถึงใน (อัญฐะรัชต์ สนวนมาลี, 2554), น.11 กล่าวไว้ว่า การรับรู้ หมายถึง กระบวนการที่สมองตีความหรือแปลข้อความจากการสัมผัสผ่านประสาทสัมผัสต่างๆ กับสิ่งเร้า แล้วแปลความหมายของสิ่งเร้านั้นเป็นอะไร มีความหมายอย่างไร มีลักษณะอย่างไร ดังนั้น การรับรู้สิ่งเร้าที่มาสัมผัสจึงต้องอาศัยประสบการณ์ในการตีความหมายหรือแปลความ

(ศิริวรรณ เสรีรัตน์ et al., 2552) กล่าวว่า การรับรู้เป็นกระบวนการจัดระเบียบและตีความความรู้สึกของตนเองเพื่อให้ความหมายเกี่ยวกับสภาวะแวดล้อมตามการรับรู้ของแต่ละบุคคล ตีความได้แตกต่างจากความเป็นจริงได้ เช่น ทุกคนในองค์กรอาจรับรู้ว่าองค์กรของตนเป็นองค์กรที่ดีรับผิดชอบต่อสังคม แต่ความเป็นจริงอาจไม่เป็นเหมือนที่รับรู้ก็ได้

(วันชัย มีชาติ, 2548) การรับรู้ว่า คือ ธรรมชาติของการแสดงออกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ จะกระทำโดยผ่านกระบวนการของการรับรู้เสมอ ทั้งนี้ การตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมของแต่ละคนนั้น จะตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมอย่างไร ขึ้นอยู่กับว่าเขารับรู้ถึงสิ่งแวดล้อมที่มีต่อเขาอย่างไร การรับรู้จึงเป็นตัวแปรที่สำคัญในการเข้าใจพฤติกรรมของบุคคล และพฤติกรรมองค์การ

กระบวนการรับรู้

ทฤษฎีที่เกี่ยวกับกระบวนการในการเลือกรับสาร (Selective Processes) ซึ่งการรับรู้ของบุคคลเกิดขึ้นอย่างเป็นระบบ มีการจัดสรรต่อสิ่งเร้า และจัดระเบียบโดยอาศัยจิตสำนึกตามหลักจิตวิทยา และแปลความหมายต่อสิ่งเร้าโดยโยงเข้ากับความคิดเห็นส่วนตัวให้สอดคล้องกับความต้องการ การคาดหวังและประสบการณ์ ซึ่งบุคคลรับรู้ถึงสิ่งเร้าต่างๆ ผ่านประสาทสัมผัสทั้งห้า ซึ่ง โจเซฟ ทีแคลปเปอร์ (1960 อ้างถึงใน (ดารา ทีปะปาล, 2542), น. 63-64) กล่าวไว้ว่า กระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารเพื่อสร้างการรับรู้ของมนุษย์ ผ่านการกลั่นกรอง 4 ขั้นตอน คือ

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) หมายถึง บุคคลจะเลือกรับข้อมูลข่าวสารที่ส่งมาหรือไม่ ทั้งนี้บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารต่างๆ ตามความสนใจและความต้องการ แต่ไม่รับข่าวสารที่ขัดแย้งต่อความรู้สึกของตนเอง ดังนั้น บุคคลจะเลือกรับรู้ผ่านหนังสือพิมพ์ และการเลือกรับรู้ผ่านวิทยุ นั้น การเลือกเปิดรับข่าวสารข้อมูลดังกล่าวนี้ ถือเป็นขั้นแรกของการรับรู้

2. การเลือกสนใจ (Selective Attention) เกิดขึ้นเมื่อบุคคลมุ่งเน้นไปที่สิ่งเร้า หรือข่าวสารอย่างใดอย่างหนึ่ง และไม่สนใจสิ่งเร้าอื่นๆ

3. การเลือกตีความเข้าใจ (Selective Comprehension) หมายถึง เมื่อบุคคลเลือกที่จะรับรู้ข่าวสารอย่างใดอย่างหนึ่ง ก็จะแปลความหมายข่าวสารที่ได้รับตามทัศนคติ ความเชื่อ และประสบการณ์เป็นสำคัญ ทั้งนี้ อาจจะไม่ตรงตามเจตนาของผู้ส่งสารก็เป็นได้

4. การเลือกจดจำ (Selective retention) หมายถึง สิ่งเร้าหรือข่าวสารที่ได้ยิน ได้อ่าน และผ่านกระบวนการรับรู้และตีความหมายทำความเข้าใจแล้ว ไม่ได้หมายความว่า บุคคลจะจดจำข่าวสารทั้งหมด แต่อาจเลือกจดจำเฉพาะบางอย่าง หรือบางส่วนที่มีลักษณะเด่นและตรงกับความต้องการของตนเองเท่านั้น เพื่อที่จะนำไปใช้ในโอกาสต่อไป

พีชนิ เชนจรรยา, เมตา กฤตวิทย์ และ ถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์ (2534, อ้างถึงใน (อัญญะรัชต์ สอนมาลี, 2554), น.12) กล่าวถึง กระบวนการรับรู้ หมายถึง กระบวนการที่เกิดขึ้นโดยไม่ตั้งใจ และเกิดจากประสบการณ์ทางสังคม และจะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนของความสนใจ ซึ่งเกิดจากอิทธิพลบางอย่าง ได้แก่

1. แรงผลักดันหรือแรงจูงใจ (Motives) บุคคลอยากเห็นและอยากได้ยิน ในสิ่งที่เราต้องการเพื่อตอบสนองตัวเอง

2. ประสบการณ์เดิม (Past Experience) บุคคลเติบโตในสภาพแวดล้อมต่างกัน และมีสังคมต่างกัน เช่น ถ้าบุคคลใช้บริการธนาคารแห่งนี้มาตั้งแต่เล็กและได้รับการบริการที่ดี จะรับรู้ว่าการธนาคารแห่งนี้ดีมากกว่าผู้ที่ไม่เคยใช้บริการเลย

3. กรอบอ้างอิง (Frame of Reference) เกิดจากการอบรมสั่งสอนจากครอบครัวและสังคม บุคคลมาจากต่างครอบครัว สภาพทางสังคมต่างกัน นับถือศาสนาไม่เหมือนกัน จะมีการรับรู้ในเรื่องราวต่างๆ แตกต่างกัน

4. สภาพแวดล้อม (Environment) คนที่อยู่ในสภาวะแวดล้อมต่างกัน เช่น อุณหภูมิ อากาศ สถานที่ วัฒนธรรม จะเปิดรับข่าวสาร รวมถึงตีความข่าวสารแตกต่างกัน เลือกสนใจที่จะรับรู้ต่างกัน และใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารแตกต่างกัน

5. สภาวะจิตใจและอารมณ์ (Mood) คือ อารมณ์ ความรู้สึก เมื่อบุคคลอารมณ์ไม่ดี หงุดหงิด มักจะมองความผิดเล็กน้อยเป็นเรื่องใหญ่โต แต่เห็นอุปสรรคใหญ่หลวงเป็นเรื่องเล็กน้อย เมื่อบุคคลมีความตั้งใจในการกระทำบางสิ่ง เป็นต้น

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้

เดอเฟลอร์ (1966, อ้างถึงใน (สุรวดี สุระประเสริฐ, 2552), น.8-9) กล่าวว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้รับสารแต่ละคน เช่น ปัจจัยทางจิตวิทยาและสังคม ที่มีอิทธิพลต่อการรับข่าวสาร ทำให้ผลของการรับสารไม่เหมือนกันหรือไม่เป็นไปตามเจตคติของผู้ส่งสาร ตามทฤษฎีของเดอเฟลอร์นั้น มีอยู่ 3 ทฤษฎี คือ

(1) ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual difference theory) โดยผู้รับสารแต่ละคนนั้นมีความแตกต่างกันในทางจิตวิทยา เช่น ทักษะคิด ค่านิยม และความเชื่อ ทำให้ความสนใจการเปิดรับข่าวสาร หรือตีความหมายของสารแตกต่างกัน หลักการเกี่ยวกับทฤษฎีความแตกต่างของบุคคล มีดังนี้

1. บุคคลมีความแตกต่างกันตามองค์ประกอบทางจิตวิทยา
2. ความแตกต่างนี้มาจากลักษณะทางร่างกายของแต่ละบุคคล แต่ส่วนใหญ่จะมาจากความแตกต่างที่เกิดจากการเรียนรู้
3. บุคคลถูกเลี้ยงดูมาภายใต้สภาวะแวดล้อมต่างกัน การเปิดรับจึงแตกต่างกันไป
4. บุคคลเรียนรู้จากสิ่งแวดล้อม ส่งผลต่อทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อทางจิตวิทยาส่วนบุคคลแตกต่างกัน

(2) ทฤษฎีกลุ่มสังคม (Social categories theory) หมายถึง บุคคลที่แสดงพฤติกรรม การสื่อสารคล้ายคลึงกันเพราะมีลักษณะทางสังคมคล้ายกัน เช่น การเปิดรับ ความพอใจคล้ายคลึงกัน และมีการใช้สื่อร่วมกัน เป็นต้น ส่วนลักษณะทางสังคมนั้น ได้แก่ การศึกษา อาชีพ ศาสนา อายุ เพศ เป็นต้น

(3) ทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม (Social relation, Theory) หมายถึง ความสัมพันธ์ทางสังคม ระหว่างผู้รับสารกับบุคคลอื่น แบ่งเป็นกลุ่มปฐมภูมิ และกลุ่มทุติยภูมิ โดยกลุ่มปฐมภูมินั้นจะเน้นความสัมพันธ์ใกล้ชิดระหว่างเพื่อนสนิท เพื่อร่วมงาน และวงศ์ญาติ ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ต่างจากกลุ่มทุติยภูมิ ซึ่งให้ความใกล้ชิดน้อยกว่า มักรับรู้หรือตีความโดยมีอิทธิพลของกลุ่มหรือบุคคลในกลุ่ม ที่เข้ามาเกี่ยวข้อง ผ่านการปรึกษาหารือหรือการรับรู้ข่าวสารในลักษณะนี้เราเรียกว่า “อิทธิพลของบุคคล”

(สิทธิโชค วรรณสันติกุล, 2546) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ทางสังคม มีปัจจัยดังต่อไปนี้

1. ความต้องการ (Need) ของผู้รับรู้ มีส่วนทำให้ผู้รับรู้ตีความสิ่งกระตุ้นที่รับมานั้นเพื่อสนองความต้องการของตัวเอง ความต้องการจึงเป็นเหตุจูงใจให้เรารับรู้สิ่งที่ต้องการได้รวดเร็ว เช่น เมื่อกำลังหิว บุคคลจะรับรู้สิ่งที่เกี่ยวกับอาหารได้เร็วกว่าสิ่งอื่น
2. ประสบการณ์ (Experiences) บุคคลจะตีความสิ่งที่ตัวเองสัมผัสตามความทรงจำของแต่ละคน
3. การเตรียมตัวไว้ก่อน (Preparatory Set) บุคคลเมื่อมีประสบการณ์จากเรียนรู้สิ่งใดมาก่อน บุคคลจะสามารถตอบสนองต่อสิ่งที่มากระทบเหมือนกับประสบการณ์ที่ได้รับรู้มา
4. บุคลิกภาพ (Personality) บุคลิกภาพสัมพันธ์กับการเรียนรู้ คือ บุคคลที่มีบุคลิกภาพแข็งกร้าว มีการรับรู้ต่อความเปลี่ยนแปลงของสิ่งกระตุ้นช้ากว่าบุคคลที่มีบุคลิกภาพยืดหยุ่น
5. ทักษะ (Attitude) ทักษะมีอิทธิพลต่อการรับรู้ บุคคลถ้ามีทัศนคติที่ดีต่อใครคนหนึ่ง พฤติกรรมของบุคคลนั้นจะถูกรับรู้ในทางที่ดีเสมอ
6. ตำแหน่งทางสังคม (Social Position) ส่งผลให้บุคคลรับรู้สิ่งต่างๆ แตกต่างกันไป
7. วัฒนธรรม (Culture) เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้บุคคลรับรู้สิ่งต่างๆ ไม่เหมือนกัน
8. สภาพอารมณ์ (Emotion) ของผู้รับรู้ ถ้าอารมณ์ดีจะส่งผลต่อเรื่องที่รับรู้ในทางบวก แต่ในทางกลับกันหากอารมณ์ไม่ดี การรับรู้เรื่องราวต่างๆ ก็อาจจะรู้สึกไม่ดีต่อเรื่องที่ต้องการรับรู้

การวัดการรับรู้

การรับรู้ คือ กระบวนการที่สมองแปลความหมายของการสัมผัสที่บุคคลได้รับ มาเป็นความเข้าใจ ผ่านการใช้ความรู้เดิมหรือประสบการณ์เดิมเป็นตัวช่วย ดังนั้น การวัดการรับรู้อาจวัดความรู้และความเข้าใจจากผลที่มาจากกระบวนการแปลความหมาย เมื่อสิ่งเร้าไปกระตุ้นประสาทสัมผัส

ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Robert L. Katz (1990, อ้างถึงใน (อัญชรัชต์ สวนมาลี, 2554), น.14-15) ที่กล่าวว่า การรับรู้ของบุคคลเกิดจากการกลั่นกรอง และตีความจากการได้รับได้ยิน ได้สัมผัส โดยจะแตกต่างกันไปตามประสบการณ์และแนวคิดของแต่ละบุคคล และตามความรู้สึกต่างๆ และอุดมการณ์ของแต่ละบุคคล

ประสบการณ์ที่ผ่านมาในอดีต Your past experience		อุดมการณ์ Ideals	
แนวคิดเกี่ยวกับตนเอง Self-concept	ในสถานการณ์จริง การรับรู้ขึ้นอยู่กับ		ความรู้สึกต่างๆ Sentiments
ภาระหน้าที่ต่างๆ Obligations		วัตถุประสงค์ Objectives	

↓

นำไปสู่การตีความหมาย
Your interpretation of this situation

ภาพที่ 5 แบบจำลองการรับรู้ของ Robert L. Katz

จาก การรับรู้ของผู้ใช้บริการธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ภายหลังจากปรับปรุงภาพลักษณ์,
โดย (อัญชรัชต์ สวนมาลี, 2554)

จากแนวคิด และทฤษฎีของนักวิชาการหลายท่านข้างต้น ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดเบื้องต้นมาใช้ในการศึกษาพบว่า นักทฤษฎีต่างๆ มีมุมมองเกี่ยวกับการรับรู้ คือ กระบวนการที่แต่ละบุคคลคัดสรรรวบรวม และทำความเข้าใจต่อสภาพแวดล้อมที่มากระทบ และแปลความหมายจากประสบการณ์ และแสดงออกทางพฤติกรรมหรือทัศนคติของแต่ละบุคคล ซึ่งในความเป็นจริงบุคคลเมื่อมองสิ่งเดียวกันและเข้าใจไปในแนวทางเดียวกันย่อมเป็นไปได้ยาก ทั้งนี้ เพราะพฤติกรรมที่บุคคลจะแสดงออกเพื่อตอบสนองต่อสิ่งที่มากระทบนั้น แต่ละคนจะตอบสนองอย่างไรขึ้นอยู่กับรับรู้ถึงสิ่งที่มากระทบนั้นมีต่อเขาเป็นอย่างไร การรับรู้จึงเป็นตัวแปรสำคัญในการเข้าใจพฤติกรรมของบุคลากรที่มีต่อองค์กร

2.3 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับค่านิยมองค์กร

ความหมายของค่านิยม และค่านิยมองค์กร

ค่านิยมกับการบริหารงานองค์กรนั้นมีความเกี่ยวพันกันและมีความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะเป็นเครื่องมือของผู้บริหารเพื่อช่วยในการตัดสินใจและเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมกรรมการบริหารงาน และกำหนดพฤติกรรมของบุคลากรด้วย โดยมีผู้ให้ความหมายของค่านิยมไว้หลากหลายแต่มีความคล้ายคลึงกัน ดังนี้

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 (ราชบัณฑิตยสถาน, 2546) ให้นิยามคำว่า ค่านิยมว่าเป็น “สิ่งที่สังคมหรือบุคคลใช้เป็นหลักยึดซึ่งถือเป็นเครื่องช่วยตัดสินใจ และเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมตนเอง

(วันชัย มีชาติ, 2548) กล่าวถึง ค่านิยม ไว้ว่า เป็นสิ่งที่บุคคลเห็นพ้องต้องกันว่าถูกต้องดีงาม และควรจะเป็น เมื่อบุคคลที่มีค่านิยมแบบใดพฤติกรรมหรือการแสดงออกจะเป็นแบบนั้น ดังนั้น การที่บุคคลเห็นว่าสิ่งใดถูกสิ่งใดผิด จึงจะเป็นการแสดงออกถึงค่านิยมของบุคคลนั้น ค่านิยมจึงส่งผลต่อพฤติกรรม และบุคลิกภาพของบุคคล ค่านิยมมีรูปแบบสำคัญ ดังนี้

- เป็นอุดมคติและเป็นนามธรรม แสดงออกถึงความเชื่อของบุคคลในเรื่องราวต่างๆ
- เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมและมีการแสดงออกที่สอดคล้องกับค่านิยม
- เป็นสิ่งที่บุคคลในสังคมเห็นว่าควรจะเป็น และเป็นสิ่งที่ถูกต้องดีงาม
- เป็นแนวทางในการดำเนินชีวิต และเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของบุคลิกภาพ
- เป็นสิ่งสัมพันธ์กับความรู้ ความคิด อารมณ์ และพฤติกรรมของบุคคล
- เป็นสิ่งวัดในเชิงปริมาณได้
- เป็นเรื่องของแต่ละบุคคลไม่อาจสรุปชัดเจนได้ว่าสิ่งใดถูกหรือสิ่งใดผิด

(ณรงควิทย์ แสนทอง, 2556) กล่าวว่า ค่านิยมองค์กร คือ หลักที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลมองว่าอะไรควรและไม่ควรทำ โดยมีข้อสรุปร่วมกัน และเป็นตัวกำหนดพฤติกรรม เป็นบรรทัดฐาน (Basic) ของการสร้างวัฒนธรรมองค์กร กล่าวคือ ทำให้รู้ว่าองค์กรมีเป้าหมายอะไร มีทิศทางและวิธีการดำเนินงานอย่างไร เป็นสิ่งที่สนับสนุนให้เกิดรักใคร่ในการองค์กร

(ภาณุวัฒน์ จาโรทก, 2551) กล่าวว่า ค่านิยมองค์กร คือ หลักยึดขององค์กร ที่ทุกคนต้องรับรู้ และเข้าใจตรงกัน รวมถึงต้องนำไปปฏิบัติเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย โดยค่านิยมองค์กรจะต้องสอดคล้องกับพันธกิจขององค์กรด้วย

(พงศ์ศรัณย์ พลศรีเลิศ, 2554) กล่าวถึง ค่านิยมองค์กร ว่าเป็นเสมือนเสาหลักที่ใช้ยึดโยงให้บุคลากรประพฤติและปฏิบัติตนให้สอดคล้องกับพันธกิจขององค์กร ปฏิบัติสืบทอดกันมาจนฝังลึกกลายเป็นความศรัทธาและพัฒนาจนกลายเป็นคุณค่าในจิตใจของบุคลากรและองค์กร

จากการให้ความหมายของค่านิยมและค่านิยมองค์กรของหลายๆ ท่านที่กล่าวมาข้างต้น ผู้ศึกษาสรุป ความหมายของ ค่านิยม ได้ว่าเป็นสิ่งที่องค์กรควรยึดมั่นถือไว้ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานและเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของบุคลากรเพื่อให้ประพฤตินสอดคล้องกับวิสัยทัศน์องค์กร และเป็นสิ่งที่บุคลากรต้องรับรู้และใช้เป็นหลักยึดโยงไปจนถึงอนาคต ก่อเกิดเป็นวัฒนธรรมองค์กร

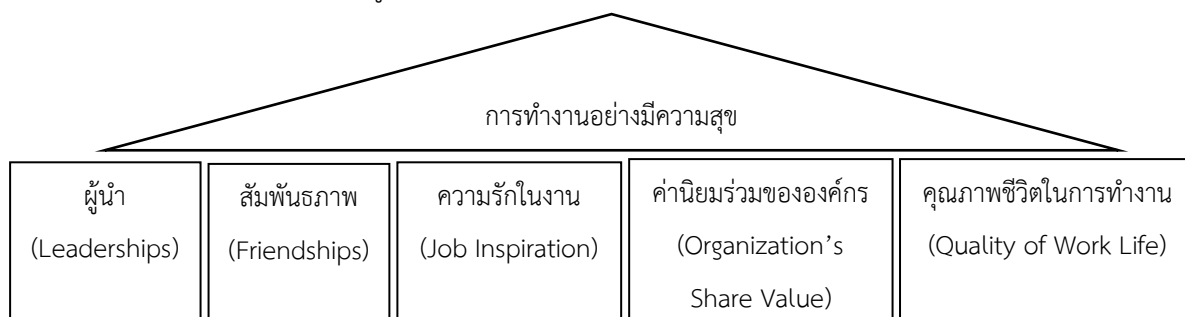
ลักษณะของค่านิยมองค์กร

นอร์ดและคณะ (อ้างถึงใน Nord et al., 1998) ได้แบ่งค่านิยมในการทำงานออกเป็น 2 ประเภท คือ ค่านิยมภายในตัวงาน (Intrinsic Work Values) และค่านิยมภายนอกตัวงาน (Extrinsic Work Values) โดยค่านิยมภายในตัวงาน (Intrinsic Work Values) เป็นค่านิยมที่ทำให้คุณค่าในตัวงาน พนักงานที่มีความปรารถนาในการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ และเห็นความสำคัญของการร่วมสร้างผลงาน เป็นกลุ่มพนักงานที่มีค่านิยมภายในตัวงาน ซึ่งพนักงานเหล่านี้จะชอบงานที่มีความท้าทาย ต้องใช้ทักษะความสามารถในการทำงาน ชอบงานที่ตัดสินใจได้ด้วยตัวเอง งานที่มีการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ และงานที่เปิดโอกาสให้มีความก้าวหน้าในตนเอง ในขณะที่ค่านิยมภายนอกตัวงาน (Extrinsic Work Values) นั้น จะเน้นการให้คุณค่าแก่สิ่งแวดล้อมอื่นนอกจากตัวงาน ซึ่งจะเน้นเหตุผลในแง่ของผลตอบแทนทางเศรษฐกิจและความมั่นคง โดยบุคคลจะทำงานด้วยเหตุผลของค่าจ้าง สวัสดิการ และความมั่นคงของงาน

Meglino et al (อ้างถึงใน Shermerhorn, 1997) ได้กล่าวว่าบุคคลในที่ทำงานควรมีค่านิยม 4 อย่าง คือ

1. ความสำเร็จ (Achievement) การทำสิ่งต่างๆ ให้เสร็จ และทำงานหนัก เพื่อพิชิตความยากลำบากในชีวิต
2. การให้ความช่วยเหลือและสนใจผู้อื่น (Helping and Concern for Others) การให้ความสนใจและช่วยเหลือผู้อื่น
3. ความซื่อสัตย์ (Honesty) การบอกความจริงและการกระทำในสิ่งที่คิดว่าถูกต้อง
4. ความเที่ยงธรรม (Fairness) ยุติธรรมและไม่เอาเปรียบกัน

ความผูกพันในองค์กร (Organizational Engagement)



ภาพที่ 6 โมเดลของเครื่องมือวัดการทำงานอย่างมีความสุข

((รวมศิริ เมนะโพธิ, 2550), อ้างถึงใน Robert K. Greenleaf, George Manning & Kent Curts: 133) (Max DePree, Leadership is an art citing George Manning and Kent Curts: 135)

การเชื่อมโยง “ค่านิยมองค์กร” สู่ “วัฒนธรรมองค์กร”

เพื่อให้องค์กรสามารถนำค่านิยมองค์กร (Core Value) ไปใช้เป็นบรรทัดฐานของวัฒนธรรมองค์กรอย่างเป็นรูปธรรม เพราะ “ค่านิยมองค์กร” สามารถช่วยสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นแก่องค์กรผ่านรูปแบบของการ “เปลี่ยนความเชื่อและทัศนคติ” “ปรับความคิด” และ “ปรับปรุงพฤติกรรม” ในการทำงานร่วมกันของคนในองค์กร โดยมีขั้นตอนของการเชื่อมโยงมาสู่วัฒนธรรมองค์กรจากค่านิยมองค์กร ดังต่อไปนี้

1. กำหนดกรอบวัฒนธรรมองค์กรที่อยากเห็นในอนาคต ผ่านพฤติกรรมของบุคลากรในองค์กรอย่างชัดเจน และเฉพาะเจาะจงในแต่ละมิติว่าสอดคล้องกับ ค่านิยมองค์กร แต่ละด้านเป็นอย่างไร คือจุดเริ่มต้นที่สำคัญมาก และจะต้องกำหนดให้ชัดเจน และครอบคลุม สามารถนำไปปฏิบัติจริงได้

2. กำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จของวัฒนธรรมองค์กรได้ จากภาพที่องค์กรวาดหวังไว้ และขั้นตอนต่อไปคือ กำหนดประเด็นและทิศทางของความก้าวหน้า หรือความสำเร็จที่องค์กรสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง

3. กำหนดแผนงานหรือนโยบายเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงของบุคลากรสู่วัฒนธรรมองค์กรที่ต้องการเมื่อองค์กรมองภาพวัฒนธรรมองค์กรชัดเจนแล้วว่าจะวัดความสำเร็จจากอะไร ลำดับต่อไปคือ กำหนดแนวทางการสร้างวัฒนธรรมองค์กร ในรายละเอียดในแต่ละแผนงานว่าจะเริ่มเมื่อไหร่ หน่วยงานไหนเป็นผู้รับผิดชอบ งบประมาณที่ใช้เท่าไร หลังจากนำมาจัดทำเป็นแผนหลัก (Master Plan) เพื่อสร้างวัฒนธรรมองค์กร จึงจะเห็นว่าแต่ละช่วงเวลาองค์กรจะดำเนินการอย่างไรบ้าง ใช้ระยะเวลาอย่างน้อยแค่ไหน เป็นไปตามแผนหรือไม่ และเห็นถึงความสำเร็จของการสร้างวัฒนธรรมองค์กรได้เมื่อใด เป็นต้น

การเสริมสร้างและปลูกฝังค่านิยมองค์กร

การสร้างค่านิยมองค์กรให้เกิดขึ้นกับบุคลากรอย่างสม่ำเสมอเนื่อง มีองค์ประกอบ 3 ประการ ดังนี้

1. Value คือ ระดับของการรับรู้ของบุคลากรในองค์กร หมายถึง การแสดงออกทางพฤติกรรมหรือการกระทำที่ถูกต้อง และเป็นที่พึงกระทำ

2. Skills คือ ระดับของทักษะ ความรู้ ความสามารถของบุคลากรที่มีต่อการแสดงออกพฤติกรรมที่พึงประสงค์ซึ่งจะปฏิบัติได้มากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับปัจจัยในหลายๆ ด้าน รวมถึงการดำเนินงานขององค์กรในการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคต่างๆ

3. Motives คือ แรงผลักดันหรือแรงกระตุ้น ที่ทำให้บุคลากรแสดงออกด้านพฤติกรรมต่างๆ ตามธรรมชาติตามลักษณะของความเป็นมนุษย์

จากแนวคิดและทฤษฎีข้างต้น ผู้ศึกษาสรุปได้ว่า ค่านิยมองค์กร หมายถึง หลักการหรือข้อควรปฏิบัติในด้านพฤติกรรมที่แสดงออกถึงความคาดหวังขององค์กร ที่เปรียบเสมือนหัวใจขององค์กร ที่ใช้ป็นสิ่งยึดให้องค์กรและบุคลากรปฏิบัติตาม เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมวัฒนธรรมที่พึงประสงค์ขององค์กร เป็นตัวชี้้นำการตัดสินใจของบุคลากรว่าสิ่งไหนที่ควรปฏิบัติและไม่ควรปฏิบัติ ซึ่งจะช่วยให้องค์กรบรรลุวิสัยทัศน์และพันธกิจ ด้วยกระบวนการที่เหมาะสม ผู้ศึกษาได้นำค่านิยมองค์กรของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ทั้ง 8 ด้าน ได้แก่ ด้านการธำรงไว้ซึ่งคุณธรรมจริยธรรม ด้านองค์กรที่เป็นเลิศ ด้านความภาคภูมิใจในองค์กร ด้านองค์กรแห่งนวัตกรรมการเรียนรู้และสร้างองค์ความรู้ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ด้านการทำงานร่วมกันเป็นทีม ด้านความพร้อมที่จะรับการเปลี่ยนแปลง มาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา

2.4 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้ศึกษาได้นำข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์มาศึกษาและทำความเข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับการรับรู้ค่านิยมองค์กร โดยมุ่งศึกษาบุคลากร ของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งมีความหลากหลายทางวิชาชีพ และลักษณะทางประชากรศาสตร์เพื่อดูความสัมพันธ์ต่างๆ โดยคุณลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรม และความสนใจในการรับรู้ค่านิยมองค์กรแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ (กาญจนา แก้วเทพ, 2541) ที่มองว่าสภาวะแวดล้อมทางสังคมมักจะเป็นตัวกำหนดให้บุคคลที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน มีรายละเอียดดังนี้

1. อายุ ทำให้บุคคลมีความต่างกันในเรื่องมุมมองความคิดและการกระทำ พิจารณาจากบุคคลที่มีอายุน้อยกว่าจะเลือกรับข่าวสารเพื่อความบันเทิง ส่งผลทำให้ทัศนคติ มุมมองความคิด และการแสดงออกแตกต่างกับบุคคลที่อายุมากกว่า หรือบุคคลที่มีอายุมากส่วนใหญ่ชอบใช้สื่อเพื่อแสวงหาข่าวสารที่มีสาระมากกว่าความบันเทิง ส่งผลให้รูปแบบการใช้สื่อแตกต่างกันไปด้วย

2. เพศ ความแตกต่างระหว่างเพศชาย และเพศหญิง หรือเพศที่สาม โดย (ปรมะ สตะเวทิน, 2546) กล่าวว่า เพศชายกับเพศหญิง หรือเพศที่สามจะมีความต่างกันในด้านความคิด ค่านิยม และทัศนคติ รวมถึงการกระทำที่แสดงออก รวมไปถึงการตัดสินใจหรือการยอมรับต่อสิ่งต่างๆ

3. การศึกษา ทำให้บุคคลมีมุมมองความคิด ค่านิยม ทัศนคติ และการแสดงออกที่ต่างกััน บุคคลที่มีการศึกษาสูงส่วนใหญ่จะเป็นผู้รับสารที่ดี เพราะเป็นผู้มีความรู้มากู้กว้าง สามารถทำ

ความเข้าใจต่อสารได้ดี บุคคลที่มีการศึกษาสูงมักจะเปิดรับสื่อมากกว่าและส่วนใหญ่เลือกใช้สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ ส่วนบุคคลที่มีการศึกษาน้อยส่วนใหญ่เลือกใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ เป็นต้น

4. สถานทางสังคม หมายถึง อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ เป็นมูลเหตุที่ทำให้บุคคลต่างกันในด้านประสบการณ์ และมีผลต่อทัศนคติ ค่านิยม จุดมุ่งหมายและการแสดงออกต่างกัน บุคคลที่มีฐานะสูงมักจะเปิดรับสื่อมากเพื่อแสวงหาข่าวสารที่มีเนื้อหาสาระ ที่มีประโยชน์กว่า เช่น เรื่องการเมือง ปัญหาสังคม และเศรษฐกิจ เป็นต้น

5. อาชีพ เป็นคุณลักษณะเฉพาะของบุคคลหรือกลุ่มบุคคล สามารถเป็นตัวบอกช่วงเวลาของการเปิดรับข่าวสาร และเรื่องที่สนใจ เช่น กลุ่มชาวนาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการเกษตร ราคาข้าวสาร ข้าวเปลือก ปุ๋ย เป็นต้น แต่บุคคลที่มีอาชีพต่างกัน อาจมีความสนใจในเนื้อหาข่าวสารของอีกอาชีพหนึ่งก็ได้ ทำให้เห็นว่าการรับสารไม่ได้จำกัดอาชีพ

6. สถานภาพสมรส แบ่งออกได้เป็น โสด สมรส หม้าย หย่า หรือแยกกันอยู่ มักจะมีอิทธิพลโดยตรงต่อการรับรู้ข่าวสาร สถานภาพสมรสของบุคคลสามารถบ่งชี้ได้ถึงความมีอิสระในการตัดสินใจที่ส่งผลต่อการคิดวิเคราะห์หรือตีความข้อมูลข่าวสาร ผู้หญิงที่แต่งงานแล้วกับผู้หญิงที่โสดย่อมกระบวนกรรับรู้ข่าวสารและการตีความหมายย่อมแตกต่างกัน เนื่องจากสภาพครอบครัวมักจะเข้ามาที่มีอิทธิพลต่อบุคคลในครอบครัว

กล่าวโดยสรุป บุคคลจะแสวงหาข่าวสารหรือเลือกเปิดรับข่าวสารอย่างใดนั้น หากศึกษาตามแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ จะพบว่ามีหลากหลายในมิติต่างๆ โดยที่บุคคลไม่จำเป็นต้องรู้จักกัน หรืออยู่ในสภาพแวดล้อมเดียวกัน หรือมีประสบการณ์ในเรื่องต่างๆ ร่วมกัน การเปิดรับสารจะมีรูปแบบที่แตกต่างกันใน โดยเฉพาะลักษณะทางประชากร (Demographic Characteristics) ซึ่งได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา สถานทางสังคม อาชีพ ศาสนา และสถานภาพสมรส ทั้งนี้ ผู้รับสารที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน พฤติกรรม ความสนใจของการรับสื่อก็แตกต่างกันไปด้วย และขึ้นอยู่กับทัศนคติค่านิยม ความเชื่อ และประสบการณ์เดิมของแต่ละบุคคลมาประกอบกัน มีปัจจัยอื่นที่มากเกี่ยวข้องด้วย เช่น ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ และจิตวิทยาของแต่ละบุคคล ปัจจัยทางด้านสังคมและสภาวะแวดล้อม รวมถึงคุณลักษณะของสื่อ หรือแหล่งที่มาของสารในแต่ละช่องทาง จะเป็นบ่งชี้สำคัญของการศึกษาที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารด้านอายุ เพศ การศึกษา สถานทางสังคม อาชีพ ศาสนา และสถานภาพสมรส ที่มีกระบวนการรับรู้ข่าวสารที่แตกต่างกัน

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ใช้แนวคิดหลักประชากรศาสตร์ ในการศึกษาตัวแปรเรื่องเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพทางสังคม อาชีพ และรายได้ ผู้ศึกษาจึงได้นำคุณลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลนี้ มาเป็นกรอบแนวคิดในการสื่อสารภายในองค์กรที่มีต่อการรับรู้ค่านิยมองค์กร ของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยดัดแปลงจากแนวคิดของ (กาญจนา แก้วเทพ, 2541)

2.5 ข้อมูลของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

(คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2552) คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นหน่วยงานระดับคณะของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งรับนโยบายการบริหาร ยุทธศาสตร์ แผนงาน โครงการ ตัวชี้วัด และค่าเป้าหมายมาจากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยมี คณบดีคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นผู้บังคับบัญชาสูงสุดของหน่วยงานทำหน้าที่ บริหารจัดการคณะเพื่อให้เป็นไปตามยุทธศาสตร์ นโยบาย แนวทาง และทิศทางของมหาวิทยาลัย ที่ กำหนดโดยอธิการบดีและผู้บริหารมหาวิทยาลัย โดยคณะได้กำหนดปรัชญา วิสัยทัศน์ พันธกิจ ยุทธศาสตร์ ค่านิยม และอัตลักษณ์ ที่จะช่วยขับเคลื่อนองค์การให้บรรลุเป้าหมายและนโยบายของ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 – 2564) และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ดังนี้

ปรัชญาในการบริหาร คือ “วิชาการก้าวหน้า แพทย์จุฬาก้าวหน้า คุณธรรมคือหัวใจ คู่กาชาดไทย สู่สากล”

วิสัยทัศน์ (Vision) คือ “คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นสถาบันต้นแบบทาง การแพทย์ที่มีคุณธรรม ด้วยคุณภาพมาตรฐานระดับนานาชาติ” หมายถึง การเป็นสถาบันแพทย์ ที่กรอบด้วยคุณธรรม มีความเชี่ยวชาญด้านวิชาการ องค์กรความรู้และนวัตกรรมทางการแพทย์ เป็น แหล่งเรียนรู้ และเป็นแหล่งพัฒนาบุคลากรทางการแพทย์ที่มีศักยภาพในระดับสากล ยกระดับสถาบัน แพทย์สู่ความเลิศในระดับนานาชาติ

พันธกิจ (Mission) คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีพันธกิจที่ต้องดำเนินการให้บรรลุ ตามวิสัยทัศน์ คือ ผลิตบัณฑิตและแพทย์เฉพาะทางที่มีคุณภาพ ก่อปรด้วยคุณธรรม สร้างงานวิจัยที่มี คุณค่า ให้บริการทางการแพทย์และวิชาการเพื่อขึ้นนำสังคม เป็นแหล่งอ้างอิงทางวิชาการของชาติ และนานาชาติ ประชาคมมีคุณภาพชีวิตที่ดี มีความภูมิใจในสถาบัน ประกอบด้วยการดำเนินงานใน 4 ประเด็นยุทธศาสตร์หลักที่สำคัญ ได้แก่

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาเพื่อนำไปสู่การเป็นสถาบันทางการแพทย์ที่เป็นผู้นำในระดับชาติ และนานาชาติ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาการเรียนการสอนในทุกระดับให้มีมาตรฐาน มีการบูรณาการกับการดูแลผู้ป่วยอย่างมีคุณภาพ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาเพื่อประสิทธิภาพในการดำเนินงานขององค์กร เพื่อความยั่งยืนขององค์กร

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 เพื่อการสร้างความสุขให้แก่คนในองค์กร รวมถึงสร้างการมีส่วนร่วมความผูกพัน

เพื่อให้เป็นไปตามนโยบายของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และส่งผลให้เกิดการปลูกฝังและเสริมสร้างค่านิยมองค์กรให้กับบุคลากรภายในองค์กรทุกคน ดังนั้น ในปี พ.ศ.2552 คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้มีการกำหนดค่านิยมขององค์กรขึ้น จากการประชุมสัมมนาแผนยุทธศาสตร์ของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และโรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย เมื่อวันที่ 11 – 13 กรกฎาคม 2551 ณ โรงแรมซีแซนด์ชั้น รีสอร์ทแอนด์สปา อ.สัตหีบ จ.ชลบุรี ผู้เข้าร่วมประชุม ประกอบด้วย ผู้บริหารคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และ ผู้บริหารโรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย คณะกรรมการบริหารคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย หัวหน้าภาควิชา ผู้อำนวยการฝ่ายบริหาร และฝ่ายวิชาการ คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พร้อมด้วยเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง รวมจำนวนทั้งสิ้น 306 คน กิจกรรมการประชุมประกอบด้วย การบรรยายสร้างความรู้ ความเข้าใจ การนำเสนอทิศทางการทำงานของ คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในอนาคต และการระดมความคิดด้วยวิธีการที่หลากหลาย และสรุปสาระที่ได้จากการระดมความคิด มาจัดทำค่านิยมองค์กรของ คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยในที่ประชุมมีมติให้ใช้คำว่า **MED IS CU+** เป็นค่านิยมหลักขององค์กรที่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ และปรัชญาขององค์กร เพื่อให้บุคลากรทุกคนได้มีค่านิยมที่เป็นแนวทางในการปฏิบัติร่วมกัน เพื่อการบรรลุเป้าประสงค์ขององค์กรตามวิสัยทัศน์องค์กร คือ “คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นสถาบันต้นแบบทางการแพทย์ที่มีคุณธรรม ด้วยคุณภาพมาตรฐานระดับนานาชาติ”

ตารางที่ 2 ค่านิยมองค์กร MED IS CU+ ของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ค่านิยมองค์กร “MED IS CU+”	
M = Morality	ด้านธำรงไว้ซึ่งคุณธรรมจริยธรรม
E = Excellence	ด้านองค์กรที่เป็นเลิศ
D = Dignity	ด้านความภาคภูมิใจในองค์กร
I = Innovation	ด้านองค์กรแห่งนวัตกรรมการเรียนรู้และสร้างองค์ความรู้
S = Social Responsibility	ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
C = Continuous Improvement	ด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
U = Unity	ด้านการทำงานร่วมกันเป็นทีม
+ = Adaptability to change	ด้านความพร้อมที่จะรับการเปลี่ยนแปลง

ค่านิยมองค์กร “ MED IS CU+ ” ได้ถูกกำหนดขึ้นอย่างเหมาะสมกับวัฒนธรรมองค์กรที่มีมาอย่างยาวนาน ค่านิยมที่กำหนดขึ้นนี้ เพื่อให้บุคลากรทุกระดับได้รับรู้รับทราบ และเพื่อให้บุคลากรหรือหน่วยงานภายในองค์กร ใช้เป็นแนวทางปฏิบัติในการกำหนดแผนงาน ตามพันธกิจ และช่วยในการตัดสินใจ อันเปรียบเสมือนเป็นสิ่งที่กำหนดกรอบพฤติกรรมของคนในองค์กร รวมทั้งค่านิยม MED IS CU+ นี้ได้ถูกนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนาองค์กรสู่ความเป็นเลิศ ใช้เป็นดัชนีชี้วัด (KPI) ความสำเร็จของแต่ละหน่วยงานและความสำเร็จขององค์กรได้อย่างเหมาะสม

M = Morality ด้านธำรงไว้ซึ่งคุณธรรมจริยธรรม เพื่อให้สอดคล้องกับการเป็นโรงเรียนแพทย์คุณธรรม

- กำหนดให้แต่ละหน่วยงานจัดทำแผนงานหรือกิจกรรมที่สอดคล้อง บูรณาการศาสนา ศิลปะ วัฒนธรรมพัฒนาด้านคุณธรรมและจริยธรรมแก่บุคลากรให้ประพฤติตนอยู่ในหลักคุณธรรมและศีลธรรมอันดี
- มีการกำหนดอัตลักษณ์ของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อันได้แก่ “ซื่อสัตย์ รับผิดชอบต่อ เอื้ออาทร” เพื่อให้บุคลากรทุกคน ตระหนักถึงความเป็นโรงเรียนแพทย์คุณธรรม

E = Excellence ด้านองค์กรที่เป็นเลิศ หมายถึง การพัฒนาศักยภาพขององค์กรและหน่วยงาน ด้วยพลังความร่วมมือของหน่วยงานจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง มุ่งมั่นและรับผิดชอบต่อ มุ่งสู่เป้าหมายเดียวกัน

- จัดทำแผนนโยบายและข้อเสนอในการสนับสนุน ส่งเสริมงานวิจัย งานบริการและงานวิชาการ อย่างมีเป้าหมายชัดเจน เพื่อสร้างผลงานที่โดดเด่นตรงตามวัตถุประสงค์ขององค์กร และมาตรฐานที่กำหนด
- บูรณาการองค์กร และหน่วยงานให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ สนับสนุนด้านเทคโนโลยีและอุปกรณ์ต่างๆ เพื่อพัฒนาขีดความสามารถขององค์กรให้ดียิ่งขึ้น

D = Dignity ด้านความภาคภูมิใจในองค์กร หมายถึง บุคลากรทุกคนมีความสำคัญ มีความสุขและสนุกกับการปฏิบัติงาน มีความมุ่งมั่น ตั้งใจและรับผิดชอบในการทำงานเพื่อมุ่งสู่เป้าหมายเดียวกัน ด้วยความรู้สึกรักและความภาคภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของสถาบัน

- ส่งเสริมและสนับสนุนผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานและบุคลากรในองค์กรที่ตั้งใจทำงานอย่างเต็มที่เพื่อให้องค์กร ให้เป็นที่ยอมรับในวงกว้าง
- ส่งเสริมให้บุคลากรมีความภาคภูมิใจในการเป็นสมาชิกองค์กร และพร้อมจะแสดงตนเพื่อปกป้ององค์กร และรู้สึกว่าเป็นสมาชิกขององค์กรนี้
- ยกย่องเชิดชูผลการปฏิบัติงานแก่หน่วยงาน หรือบุคลากรที่สร้างชื่อเสียงให้แก่องค์กรให้เป็นที่ประจักษ์

I = Innovation ด้านองค์กรแห่งนวัตกรรมการเรียนรู้และสร้างองค์ความรู้ หมายถึง การส่งเสริม สนับสนุนการวิจัยและพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอน พัฒนาด้านการบริการและงานวิชาการ งานนวัตกรรม และกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

- สนับสนุนและส่งเสริมให้หน่วยงาน และบุคลากร ได้มีส่วนร่วมคิดวิเคราะห์หาเทคนิคหรือองค์ความรู้ใหม่และสร้างสรรค์ผลงานเพื่อนำไปพัฒนากระบวนการทำงานให้ดียิ่งขึ้น
- พัฒนาองค์ความรู้ในด้านต่างๆ เพื่อมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ทั้งต่อตนเอง หน่วยงาน องค์กรและสังคม

S = Social Responsibility ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยเห็นประโยชน์สุขของส่วนรวมมากกว่าส่วนตน

- จัดทำแผนนโยบาย กิจกรรม หรือโครงการต่างๆ เพื่อสร้างประโยชน์โดยรวมให้เกิดขึ้นแก่สังคม และพื้นที่โดยรอบของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

- ส่งเสริมสนับสนุนให้บุคลากรมีจิตอาสาที่ดี สามารถถ่ายทอดและแบ่งปันความรู้สู่ประชาชน และสังคม เพื่อฝึกตนให้เป็นผู้ให้มากกว่าผู้รับ เห็นความสำคัญของการช่วยเหลือแบ่งปัน

C = Continuous Improvement ด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง หมายถึง ความมุ่งมั่นทุ่มเท พัฒนาดตนเองอย่างต่อเนื่องของบุคลากร และพัฒนาหน่วยงาน เพื่อเพิ่มศักยภาพสู่ความเป็นมืออาชีพและผู้เชี่ยวชาญในหน้าที่ความรับผิดชอบ

- จัดทำแผนนโยบาย กิจกรรมหรือโครงการที่มีเป้าหมายของความสำเร็จที่ชัดเจน โดยมุ่งเน้นการพัฒนาเพื่อลดขั้นตอนและกำหนดมาตรฐานในการทำงานเพื่อคงไว้ซึ่งคุณภาพขององค์กรอย่างยั่งยืน
- สนับสนุนให้หน่วยงานและบุคลากร มีการแสวงหาความรู้และนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาประยุกต์ใช้ เพื่อพัฒนากระบวนการทำงานของหน่วยงาน และตนเอง

U = Unity ด้านการทำงานร่วมกันเป็นทีม หมายถึง การประสานพลังความร่วมมือของบุคลากรในการปฏิบัติงาน โดยมุ่งเน้นความร่วมมือจากทุกหน่วยงานภายในองค์กรที่เกี่ยวข้อง

- บุคลากรปฏิบัติงานด้วยความมุ่งมั่น ทำให้งานประสบผลสำเร็จ เรียนรู้การทำงานเป็นทีม และเข้ามามีส่วนร่วมด้วยความจริงใจ พร้อมทั้งจะช่วยเหลือเพื่อนร่วมงาน
- บุคลากรของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และโรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย ถือเป็นสมาชิกของ “ONE Chula” เพื่อการร่วมแรงร่วมใจกันปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับได้มอบหมายอย่างมีเป้าหมาย ตามวัตถุประสงค์ขององค์กร

+ = Adaptability to change ด้านความพร้อมที่จะรับการเปลี่ยนแปลง หมายถึง การเรียนรู้และรักษาไว้ซึ่งคุณประโยชน์ที่องค์กรสร้างสรรค์ และจากประสบการณ์การดำเนินงานที่ผ่านมา รวมถึงการเตรียมพร้อมในการปรับตัวอันเกิดจากการปัญหาการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมในด้านต่างๆ เพื่อก้าวให้ทันกับสภาวะสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป

- จัดทำแผนนโยบายเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงจากปัญหาสภาพแวดล้อมต่างๆ ที่มากระทบ จัดเตรียมแผนการรองรับในรูปแบบของแผนงาน หรือขั้นตอนการปฏิบัติงาน เพื่อรองรับกับสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น
- สนับสนุนให้หน่วยงาน และบุคลากรภายในองค์กรได้เรียนรู้นวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัย รวมถึงองค์ความรู้ต่างๆ ที่ช่วยเพิ่มพูนทักษะในการปฏิบัติงาน

ที่กล่าวมาข้างต้นเป็นค่านิยมองค์กร (Core values) ของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ถูกกำหนดขึ้นเพื่อเป็นแนวทาง ในการถ่ายทอดไปสู่บุคลากรทุกคนทุกระดับ ได้ยึดถือ และปฏิบัติตาม โดยมีเป้าหมายของการปฏิบัติงานไปในทิศทางเดียวกันตามวัตถุประสงค์ขององค์กร ก่อให้เกิดให้เกิดการรับรู้ที่ถูกส่งจากรุ่นสู่รุ่นเกิดเป็นวัฒนธรรมที่ดีขององค์กรอย่างยั่งยืนตลอดไป

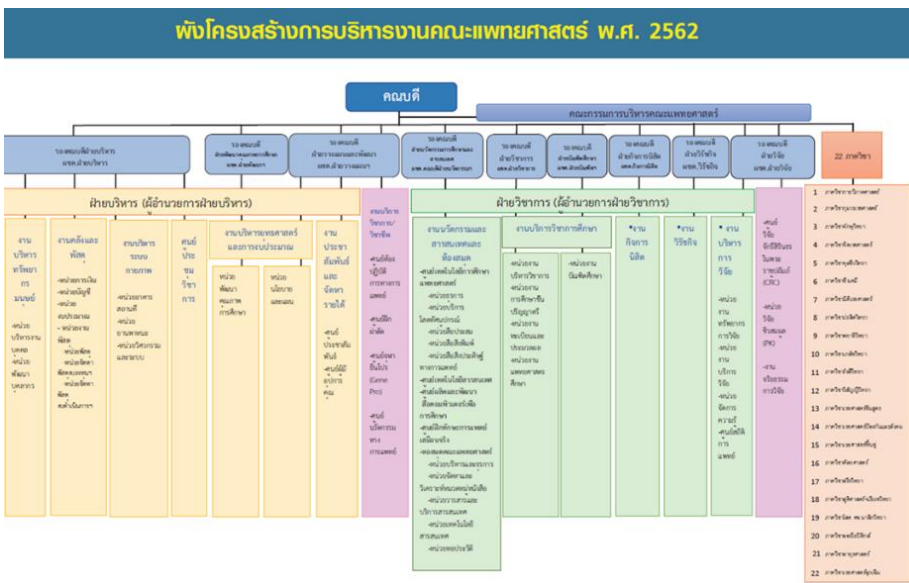
ทั้งนี้ คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยยังได้กำหนดอัตลักษณ์ของบุคลากร (Identity) ที่องค์กรคาดหวัง โดยมุ่งหวังให้บุคลากรเป็นผู้ที่มีคุณธรรมพื้นฐานที่สำคัญ 3 ประการ ได้แก่ ความซื่อสัตย์ ความรับผิดชอบ และความเอื้ออาทรต่อกัน ในลักษณะที่เชื่อมโยงเข้าหากันอย่าง ไม่สิ้นสุด ด้วยความสามัคคีกลมเกลียว ความรักและความภาคภูมิใจในหน่วยงานและองค์กรในอันที่ จะทำให้ร่วมกันพัฒนางานของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ให้ก้าวหน้าต่อไปอย่างไม่ หยุดยั้ง ตามสัญลักษณ์ที่มีความหมายอย่างยิ่ง ดังแสดงในภาพที่ 7



ภาพที่ 7 แสดงอัตลักษณ์คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

โครงสร้างการบริหารงานของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เพื่อให้การบริหารจัดการคณะมุ่งสู่การบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวิสัยทัศน์ พันธกิจ และวิสัยทัศน์ ข้างต้น คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้มีการจัดแบ่งโครงสร้างการบริหารจัดการ ภายในออกเป็น 2 ฝ่าย ได้แก่ ฝ่ายวิชาการและฝ่ายบริหาร แบ่งเป็น 51 หน่วยงาน 22 ภาควิชา โดยมีจำนวนบุคลากรรวมทั้งสิ้น 1,150 คน ประกอบด้วยบุคลากรสายวิชาการ จำนวน 478 คน และบุคลากรสายสนับสนุนทั่วไป จำนวน 672 คน (งานบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2563)



ภาพที่ 8 แสดงผังโครงสร้างการบริหารงานคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภารกิจหลัก คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ดำเนินงานตามนโยบายบริหาร เพื่อให้สอดคล้องกับภารกิจหลักของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ว่า ให้มหาวิทยาลัยเป็นสถานศึกษาทางวิชาการและวิชาชีพชั้นสูงซึ่งพระบาทสมเด็จพระปรเมนทรมหาอานันทมหิดล พระอัฐมรามาธิบดินทร ประดิษฐานขึ้น เพื่อเป็นอนุสาวรีย์สมพระเกียรติแห่งพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาจุฬาลงกรณ์ พระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวมีวัตถุประสงค์ที่จะบุกเบิก แสวงหาและเป็นคลังความรู้ ให้การศึกษา ส่งเสริม ประยุกต์และพัฒนาวิชาการและวิชาชีพชั้นสูง สร้างบัณฑิต วิจัย เป็นแหล่งรวมสติ ปัญญา และบริการทางวิชาการแก่สังคม รวมทั้งสืบสานทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมุ่งหวังให้บัณฑิตของมหาวิทยาลัยมีคุณธรรมกำกับความรู้ เพียบพร้อมด้วยสติปัญญา และจริยธรรม ใฝ่รู้ ก่อปรด้วยวิจรรณญาณ จิตใจเสียสละ และความสำนึกรับผิดชอบต่อส่วนรวม (ที่มา พระราชบัญญัติ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พ.ศ. 2551)

โดยคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้ดำเนินการภายใต้จุดมุ่งหมายและหลักการสากลของการจัดการศึกษาที่มุ่งเน้นด้านการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานของการศึกษา เพื่อใช้เป็นกลไกในการดำรงไว้ซึ่งคุณภาพและมาตรฐานของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยในฐานะมหาวิทยาลัยชั้นนำของประเทศ ซึ่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยได้มีการพัฒนาระบบการประกันคุณภาพและฐานข้อมูลเพื่อก้าวสู่ความเป็นเลิศตามนโยบายทางวิชาการโดยได้กำหนดกรอบการประกันคุณภาพครอบคลุมภารกิจหลักของมหาวิทยาลัย 4 ภารกิจ ได้แก่ ภารกิจด้านการเรียนการสอน ด้านการวิจัย ด้านการบริการวิชาการ และด้านการทะนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ภายใต้การบริหาร

จัดการของคณะแพทยศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ได้ดำเนินการตามระบบและกลไกการประกันคุณภาพการศึกษาตามนโยบายของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 เป็นต้นมา โดยมุ่งเน้นระบบการประกันคุณภาพการศึกษาและการจัดการฐานข้อมูลเพื่อพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการศึกษาตามการพัฒนาตัวบ่งชี้การประกันคุณภาพการศึกษาภายในตามที่คณะกรรมการอุดมศึกษาภายในสถานศึกษาได้กำหนดขึ้นภายใต้หลักการและมีความครอบคลุมทุกองค์ประกอบคุณภาพตามกฎกระทรวง

ทั้งนี้ คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จะเป็นองค์กรที่ประสบความสำเร็จเป็นสถาบันแพทย์ต้นแบบให้เป็นเลิศในระดับสากลได้ จำเป็นต้องมีกระบวนการในการพัฒนาบุคลากรเพื่อให้องค์กรเจริญก้าวหน้า และบุคลากรคงอยู่กับองค์กรอย่างยั่งยืน ซึ่งกระบวนการหนึ่งคือต้องมีพฤติกรรมค่านิยมที่ยึดถือร่วมกัน ซึ่งต้องเป็นการแสดงออกถึงพฤติกรรมที่ดี และเหมาะสมสำหรับองค์กร การเสริมสร้างค่านิยมองค์กรมีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของบุคลากร หากองค์กรใดมีบุคลากรที่มีค่านิยมที่ดีงาม สอดคล้องกับวิสัยทัศน์และเป้าหมายขององค์กรอย่างเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันแล้วองค์กรนั้นก็จะมีบุคลากรที่มีคุณธรรม มีพลังขับเคลื่อนองค์กรได้อย่างรวดเร็ว เกิดความสามัคคี และมีความผูกพันต่อองค์กรซึ่งจะส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรนั้น ๆ ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่สูงขึ้น

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

(กชกร เอี่ยมวิม้งสา, 2558) ศึกษาเรื่องการสื่อสารภายในองค์กรของศูนย์นาโนเทคโนโลยีแห่งชาติ พบว่า การสื่อสารภายในองค์กรควรใช้รูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรที่หลากหลายเพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ ดังนั้น เพื่อให้การสื่อสารภายในองค์กรประสบผลสำเร็จและเกิดประสิทธิภาพมากที่สุด ควรมีการวางแผนการสื่อสารที่ดี หมายถึงต้องศึกษารูปแบบพฤติกรรมของบุคลากรในองค์กร และคาดเดาผลลัพธ์ก่อนที่จะทำการสื่อสาร และวิธีการสื่อสารนั้นครอบคลุมบุคลากรที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหรือไม่ ทั้งนี้ ปัญหาและอุปสรรคของการสื่อสารภายในองค์กรที่เกิดขึ้น พบว่า สิ่งที่ทำให้เกิดอุปสรรคของการสื่อสารมีผลทำให้การสื่อสารไม่ประสบผลสำเร็จ โดยปัญหาที่พบมากที่สุดคือ ด้านความน่าเชื่อถือของสารที่เกิดจากการบิดเบือนสาร ซึ่งมักเกิดจากความไม่ตั้งใจ ไล่เรียงตามลำดับได้ดังนี้ ความเงียบงันในองค์กร ความสัมพันธ์ทางสถานภาพระหว่างผู้สื่อสาร ระยะห่างทางกายภาพ การสื่อสารข้ามลำดับชั้น ภาระในการติดต่อสื่อสาร และการใช้ช่องทางการสื่อสารที่ไม่เหมาะสม ซึ่งส่งผลต่อการดำเนินงานขององค์กรในระดับที่เท่าๆ กัน หรือระดับที่สามารถยอมรับได้ ดังนั้น เพื่อให้การสื่อสารภายในองค์กรถูกพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น ผู้บริหารต้องให้ความสำคัญกับการ

สื่อสารต้องมีการสื่อสารอย่างต่อเนื่องในสภาวะการณ์ที่เหมาะสม จึงเป็นแนวทางที่จะช่วยลดปัญหาที่เกิดขึ้น รวมถึงช่วยส่งเสริมประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์กรให้ดียิ่งขึ้น อันจะนำไปสู่ความสำเร็จและยั่งยืนขององค์กรต่อไป

(วรวงษ์ เอี่ยมสำอาง, 2557) การศึกษารูปแบบการติดต่อสื่อสาร ภายในและภายนอกองค์กร ที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิผลในการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร ที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิผลในการทำงานนั้น ในภาพรวมนั้นมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การติดต่อสื่อสารภายในองค์กร ที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิผลในการทำงาน อยู่ในระดับเห็นด้วยมากสำหรับ ผลการพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การติดต่อสื่อสารภายนอกองค์กร ที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิผลในการทำงาน อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ได้แก่ ด้านช่องทาง กับด้านผู้รับสาร มีค่าเฉลี่ยในสัดส่วนเท่ากัน ด้านสาร และด้านผู้ส่งสารตามลำดับ

(สิทธิชัย วงศ์นิล, 2559) ศึกษาเรื่องการใช้สื่อแบบบูรณาการเพื่อการสื่อสารภายในองค์กร ของพนักงานการทางพิเศษแห่งประเทศไทย พบว่า การสื่อสารภายในการทางพิเศษแห่งประเทศไทย มีแผนกลยุทธ์และเป้าหมายที่พร้อมจะดำเนินการด้านสื่อสารให้ครบถ้วน รอบด้าน รวมถึงผลิตสื่อแบบบูรณาการ และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้เกิดความคุ้มค่ามากที่สุด ทั้งนี้ ในด้านการเปิดรับการใช้สื่อในภาพรวมมีการเปิดรับอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีเปิดรับสื่อผ่าน อินเทอร์เน็ตเป็นอันหนึ่ง และในด้านลักษณะประชากรด้าน เพศ อายุ การศึกษา หน่วยงานสังกัด ช่วงเวลาการปฏิบัติงาน ระยะเวลาการทำงานที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับการใช้สื่อภายในองค์กรที่ต่างกัน รวมถึงในด้านความพึงพอใจการสื่อสารภายในองค์กร ในภาพรวมความพึงพอใจ อยู่ในระดับปานกลาง และมีความพึงพอใจต่อรูปแบบการสื่อสารด้านข้อมูลข่าวสารมากที่สุด ในด้านลักษณะประชากร ได้แก่ อายุ หน่วยงานสังกัด ช่วงเวลาการปฏิบัติงาน ระยะเวลาในการทำงาน สถานที่ปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน พบว่า มีความพึงพอใจการสื่อสารภายในองค์กรที่แตกต่างกัน

(วีระชัย วุฒิพงศ์ชัยกิจ, 2558) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้นโยบายองค์กร ของบริษัทเอสซีจี แพคเกจจิ้ง จำกัด (มหาชน) พบว่า ระดับการรับรู้นโยบายองค์กรโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยในส่วนของปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วยอายุงาน และระดับชั้นอาชีพส่งผลต่อการรับรู้ นโยบายแตกต่างกัน แต่เพศ และระดับการศึกษาส่งผลต่อการรับรู้นโยบายองค์กรไม่แตกต่างกัน แต่ในส่วนของปัจจัยการสื่อสาร ด้านจำนวนครั้งในการรับสารมีผลต่อการรับรู้นโยบายที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ การสื่อสารทั้ง 4 รูปแบบ ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อบุคคล สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และการจัดกิจกรรม

ส่งผลต่อการรับรู้นโยบายไม่แตกต่างกัน ดังนั้น ประสิทธิภาพในการสื่อสารนโยบายองค์กรที่มีผลต่อการรับรู้ควรมีการเพิ่มความถี่ในการสื่อสาร และใช้ช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสม รวมถึงองค์กรควรมีการแยกการสื่อสารอย่างชัดเจนตามกลุ่มระดับชั้นอาชีพ โดยมุ่งเน้นการสื่อสารในประเด็นที่มีการรับรู้ในระดับต่ำ เพื่อให้ง่ายต่อการสื่อสารและตรงเป้าหมายที่องค์กรวางไว้

(รชชา มานนท์, 2557) ศึกษาเรื่องระดับการรับรู้ค่านิยมองค์กรของพนักงานบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด(มหาชน) พบว่า ปัจจัยส่วนตัวที่มีผลต่อการรับรู้ค่านิยมองค์กรทั้ง 5 ด้านที่แตกต่างกัน ได้แก่ การมีใจบริการ ความปลอดภัย การทำงานเป็นทีม การพัฒนาตนเอง และความซื่อตรง ที่นำมาศึกษาปัจจัยด้านวิชาการขององค์กรที่มีผลต่อการรับรู้ค่านิยมที่แตกต่าง พบว่า ระดับการรับรู้ด้านการทำงานเป็นทีมมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความปลอดภัย การมีใจบริการ การพัฒนาตนเองและความซื่อตรง โดยปัจจัยด้านเพศไม่ส่งผลต่อระดับการรับรู้ทั้ง 5 ด้านที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ ปัจจัยด้านอายุ การศึกษาสูงสุด สถานภาพครอบครัว ตำแหน่งงาน สถานที่ปฏิบัติงาน และสายงานที่สังกัด ส่งผลต่อระดับการรับรู้ทั้ง 5 ด้าน คือ การมีใจบริการ ความปลอดภัยการทำงานเป็นทีมการพัฒนาตนเอง และความซื่อตรงแตกต่างกัน

(สุนันท์ แจ่มศรี, 2559) ศึกษาเรื่องค่านิยมทางการบริหารของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชัยนาท พบว่า ระดับค่านิยมทางการบริหารของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชัยนาทในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเมื่อศึกษาในรายด้าน พบว่า ด้านการยึดมั่นและยืนหยัดในสิ่งที่ถูกต้องมีระดับค่านิยมทางการบริหารอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านความซื่อสัตย์สุจริตและรับผิดชอบด้านการปฏิบัติหน้าที่ด้วยความโปร่งใสและตรวจสอบได้ และด้านการปฏิบัติหน้าที่โดยไม่เลือกปฏิบัติอย่างไม่เป็นธรรม อยู่ในระดับมากเท่ากัน แต่ในด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ของงานอยู่ในระดับมาก นั้นมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด โดยเมื่อเปรียบเทียบระดับค่านิยมทางการบริหารของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชัยนาท ผลการศึกษา พบว่า ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชัยนาทที่มี อายุ ระดับ การศึกษา มีระดับค่านิยมทางการบริหารแตกต่างกันตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ส่วนผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชัยนาทที่มีตำแหน่งต่างกันมีระดับค่านิยมทางการบริหารไม่แตกต่างกันปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

(พรทิพย์ เพ็งกลัด, 2560) ศึกษาเรื่องการสื่อสารของผู้บริหารกับมาตรฐานการปฏิบัติงานของครูโรงเรียนมัธยมศึกษา ในจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า การสื่อสารของผู้บริหารโรงเรียนมัธยมศึกษาในจังหวัดกาญจนบุรีโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และรายด้านอยู่ในระดับมากและมากที่สุด โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านช่องทางข่าวสาร ด้านความต่อเนื่องและความสม่ำเสมอ

ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านเนื้อหา ด้านความชัดเจน ด้านบริบทสถานการณ์หรือสิ่งแวดล้อม และด้านศักยภาพในการรับและส่งสาร ทั้งนี้ ในส่วนของมาตรฐานการปฏิบัติงานของครูโรงเรียนมัธยมศึกษาในจังหวัดกาญจนบุรีโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และรายด้านอยู่ในระดับมากและมากที่สุด และในด้านการสื่อสารของผู้บริหารกับมาตรฐานการปฏิบัติงานของครูโรงเรียนมัธยมศึกษาในจังหวัดกาญจนบุรีมีความสัมพันธ์กันในลักษณะคล้ายตามกัน

ผู้ศึกษาได้นำทฤษฎี เอกสาร ข่าวสาร แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารภายในองค์กร และการรับรู้ รวมถึงงานวิจัยด้านประชากรศาสตร์ และค่านิยมองค์กร ของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มาใช้เป็นแนวทางในการศึกษา โดยผู้ศึกษาเห็นว่าองค์ประกอบต่างๆ ที่กล่าวมานี้ มีความเกี่ยวข้องและมีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน คือ เมื่อองค์กรได้กำหนดค่านิยมองค์กรเพื่อใช้เป็นหลักยึดให้บุคลากรในองค์กรได้นำไปเป็นแนวทางในการประพฤติและปฏิบัติตนให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์และวัตถุประสงค์ขององค์กร ผ่านกระบวนการสื่อสารภายในองค์กรที่เหมาะสมถ่ายทอดไปยังหน่วยงาน และบุคลากรภายในองค์กร ดังนั้น เมื่อบุคลากรมีการรับรู้เข้าใจถึงค่านิยมองค์กร และรับรู้ว่าคุณค่าเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรก็พร้อมที่จะปฏิบัติตนตามค่านิยมองค์กรอย่างเต็มที่เต็มความสามารถเป็นไปตามแนวทางที่องค์กรวางไว้ เพื่อร่วมกันสร้างความสำเร็จให้เกิดขึ้นแก่องค์กร

2.7 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การสื่อสารภายในองค์กร นับเป็นการประสานความเข้าใจร่วมกันในการรับรู้ค่านิยมองค์กร ผ่านกระบวนการสื่อสาร ผ่านทัศนคติ ผ่านความรู้สึก และพฤติกรรมที่แสดงออก การสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ จะส่งผลต่อในด้านการเชื่อมโยงระหว่างบุคลากร หน่วยงานและองค์กร และการบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่องค์กรวางไว้ การสื่อสารภายในองค์กรจะต้องประกอบด้วยผู้ส่งสาร ซึ่งเป็นบุคคลที่ใช้ข้อมูลข่าวสาร ผ่านกระบวนการแปลความข้อมูลข่าวสารนั้นๆ ในรูปแบบต่างๆ และสื่อสารหรือถ่ายทอดต่อไปยังผู้รับสาร โดยผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ จากนั้น ผู้รับสารเมื่อได้รับรู้แล้วจะต้องทำความเข้าใจต่อข่าวสารข้อมูลที่ได้รับนั้น และถ่ายทอดออกมาโดยการแสดงออกทางพฤติกรรม เช่น เห็นด้วยหรือไม่เห็นรู้ เป็นต้น ทั้งนี้ ผู้ส่งสารจะสามารถรับทราบได้ว่าผู้รับสารมีความเข้าใจมากน้อยเพียงใด โดยพิจารณาจากพฤติกรรมที่ผู้รับสารแสดงออกมา ผ่านทางคำพูดหรือกิริยาท่าทาง อันก่อให้เกิดการสื่อสารแบบย้อนกลับขึ้น ดังนั้น การสื่อสารภายในองค์กรจึงเป็นพื้นฐานสำคัญที่ช่วยสร้างการรับรู้ร่วมกัน ถึงแนวทางและทิศทางในการประพฤติตนและการปฏิบัติงานตามค่านิยมขององค์กรที่ได้ตั้งไว้ โดยองค์กรจะสัมฤทธิ์ผลได้ตรงตามเป้าหมายหรือไม่หรือเป้าหมายเกิดความเบี่ยงเบนไป เพราะเกิดจากความไม่เข้าใจในทิศทางขององค์กร

กล่าวได้ว่า การสื่อสารภายในองค์กรจึงมีความเกี่ยวข้องกับการรับรู้ค่านิยมในองค์กร ซึ่งทั้งสองสิ่งจะต้องดำเนินการควบคู่กันไป การสื่อสารภายในองค์กรจะประสบผลสำเร็จหรือไม่นั้น ขึ้นอยู่กับบุคคลากรในองค์กรมีการรับรู้ค่านิยมและมีการนำค่านิยมไปปฏิบัติมากน้อยเพียงไร และองค์กรประสบความสำเร็จตรงตามเป้าหมายที่ตั้งไว้หรือไม่ จากปัญหาดังกล่าวผู้ศึกษามีความต้องการศึกษาการสื่อสารภายในองค์กรที่มีต่อการรับรู้ค่านิยมองค์กร ของบุคคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยในส่วนของ การสื่อสารภายในองค์กร ของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผู้ศึกษาใช้แนวคิดของคัตลิปและเซ็นเตอร์ (Cutlip S.M. & Center A.H., 1978) เกี่ยวกับหลักการสื่อสารภายในองค์กรทั้ง 7 ด้าน คือ ด้านความน่าเชื่อถือ (credibility) ด้านความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม (context) ด้านเนื้อหาสาระ (content) ด้านความสม่ำเสมอต่อเนื่องกัน (continuity and consistency) ด้านช่องทางการติดต่อสื่อสาร (channel) ด้านความสามารถของผู้รับสาร (capability of audience) และด้านความชัดเจนของข่าวสาร (clarity) และในส่วนของ การรับรู้ค่านิยมองค์กร ผู้ศึกษาได้นำ ค่านิยมองค์กรของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ทั้ง 8 ด้าน ดังต่อไปนี้ คือ ด้านการธำรงไว้ซึ่งคุณธรรมจริยธรรม ด้านองค์กรที่เป็นเลิศ ด้านความภาคภูมิใจในองค์กร ด้านองค์กรแห่งนวัตกรรมการเรียนรู้และสร้างองค์ความรู้ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ด้านการทำงานร่วมกันเป็นทีม ด้านความพร้อมที่จะรับการเปลี่ยนแปลงมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย

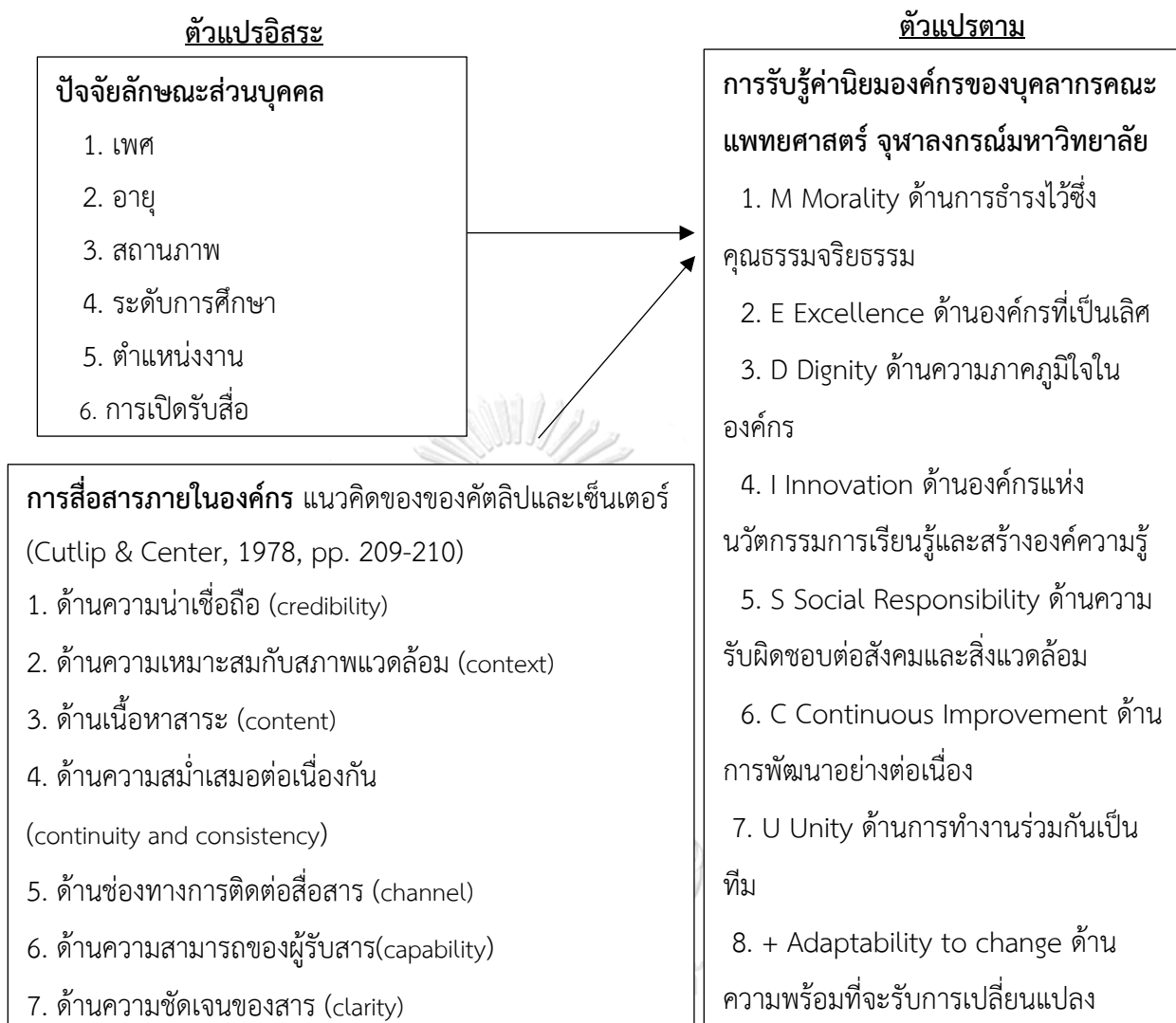
ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

- ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ ตำแหน่งงาน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
- การสื่อสารภายในองค์กร ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ (credibility) ด้านความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม (context) ด้านเนื้อหาสาระ (content) ด้านความสม่ำเสมอต่อเนื่องกัน (continuity and consistency) ด้านช่องทางการติดต่อสื่อสาร (channel) ด้านความสามารถของผู้รับสาร (capability) ด้านความชัดเจนของสาร (clarity)

ตัวแปรตาม (Dependent Variables)

- การรับรู้ค่านิยมองค์กร ของบุคคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้แก่ ด้านการธำรงไว้ซึ่งคุณธรรมจริยธรรม ด้านองค์กรที่เป็นเลิศ ด้านความภาคภูมิใจในองค์กร ด้านองค์กรแห่งนวัตกรรมการเรียนรู้และสร้างองค์ความรู้ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ด้านการทำงานร่วมกันเป็นทีม ด้านความพร้อมที่จะรับการเปลี่ยนแปลง

7.1 ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามในการวิจัย



บทที่ 3 การดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพหรือแบบผสมผสาน (Mixed Method) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสื่อสารภายในองค์กรที่มีต่อการรับรู้ค่านิยมองค์กรของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยรายละเอียดเกี่ยวกับวิธีดำเนินการวิจัยมีดังนี้

1. การออกแบบการวิจัย
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การสร้างเครื่องมือในการวิจัย
5. การเก็บรวบรวมข้อมูล
6. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล
7. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

3.1 การออกแบบการวิจัย

การศึกษานี้ใช้วิธีการวิจัยแบบผสม (Mixed Method) ประกอบด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณเพื่อศึกษาระดับการรับรู้การสื่อสารภายในองค์กรที่มีต่อการรับรู้ค่านิยมองค์กร โดยรวมและรายด้านของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ตามที่เสนอของบุคลากร และใช้การวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาพิจารณาพร้อมกับข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ มีสาระโดยสรุปในการศึกษา ดังนี้

3.1.1 การวิจัยเชิงปริมาณ

3.1.1.1 ศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับ แนวคิด ทฤษฎี เนื้อหา จากเอกสารทางวิชาการ ตำรา วารสาร บทความทางวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารภายในองค์กร และการรับรู้ค่านิยมองค์กร

3.1.1.2 ดำเนินการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม โดยสร้างแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ เพื่อสอบถามระดับการรับรู้ค่านิยมองค์กรโดยรวมและรายด้านของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3.1.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ

3.1.2.1 ศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับ แนวคิด ทฤษฎี เนื้อหา จากเอกสารทางวิชาการ ตำรา วารสาร บทความทางวิชาการที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการทำวิจัยเชิงคุณภาพ

3.1.2.2 ดำเนินการสัมภาษณ์ โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Selection Interview) และสัมภาษณ์ เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบตัวต่อตัว (Face- to-Face) ใช้เวลาในสัมภาษณ์คนละ 60 นาที ประกอบด้วย ผู้บริหาร คณาจารย์ เจ้าหน้าที่ระดับผู้อำนวยการ หัวหน้างาน และเจ้าหน้าที่สำนักงาน รวมทั้งสิ้น 8 คน โดยทำการสัมภาษณ์หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลการทำวิจัยเชิงปริมาณ

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร โดยประชากรและกลุ่มตัวอย่างของการศึกษาในแต่ละแบบ ประกอบด้วย

3.2.1 การวิจัยเชิงปริมาณ

3.2.1.1 ประชากร ได้แก่ บุคลากรของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 1,150 คน

3.2.1.2 กลุ่มตัวอย่าง โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ บุคลากรของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ใช้การคำนวณจากสูตรทราบประชากรของ Taro Yamane (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550: 34-35) โดยหาขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ค่าความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อน 5%

$$\text{สูตร } n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

e = สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ = 5% (0.05)

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า} \quad n &= \frac{1,150}{1 + 1,150(0.05)^2} \\ &= 297 \end{aligned}$$

จากการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากสูตรข้างต้น ได้จำแนกกลุ่มตัวอย่าง 297 คน ผู้ศึกษาได้กำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างเพิ่มขึ้นเป็น 330 คน เพื่อป้องกันการสูญเสียของข้อมูล

3.2.1.3 การกำหนดกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลเชิงปริมาณที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ อาศัยกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันของ บุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือกลุ่มคณาจารย์ และกลุ่มเจ้าหน้าที่ ในจำนวนกลุ่มละ 165 คนเท่ากัน เนื่องจากผู้ศึกษาเห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ค่านิยมองค์กรเท่ากัน และเพื่อไม่ให้ซ้ำกับกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยเชิงคุณภาพ การสุ่มกลุ่มตัวอย่างจึงได้ตัดรายชื่อผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัยเชิงคุณภาพออก และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ได้กลุ่มตัวอย่าง ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3 การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (คน)
ผู้บริหาร / คณาจารย์	165
หัวหน้างาน / เจ้าหน้าที่	165
รวม	330

3.2.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ

ข้อมูลสำคัญที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview Protocol) ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาพิจารณาร่วมกับข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ โดยเป็นการสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว ใช้เวลาในสัมภาษณ์คนละ 60 นาที ประกอบด้วย ผู้บริหาร 2 คน คณาจารย์ 2 คน ผู้อำนวยการ 1 คน หัวหน้างาน 1 คน และเจ้าหน้าที่สำนักงาน 2 คน รวมทั้งสิ้น 8 คน จากนั้นนำข้อมูลที่ได้อภิปรายผล และสรุปผลจากการศึกษา

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยแบบผสม (Mixed Method) ซึ่งใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีรายละเอียดของเครื่องมือทั้งสองประเภท ดังนี้

3.3.1 การวิจัยเชิงปริมาณใช้เครื่องมือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยทำการศึกษาจากเอกสาร ตำราเรียน แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อศึกษาระดับการสื่อสารภายในองค์กรและการรับรู้ค่านิยมองค์กร ของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล จำนวน 6 ข้อ เป็นคำถามปลายปิด (Closed-Ended Questions) ซึ่งสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยคำถาม ได้แก่

1. เพศ ใช้ระดับการวัดข้อมูลกลุ่ม (Nominal scale)
2. อายุ ใช้ระดับการวัดข้อมูลเรียงอันดับ (Ordinal scale)
3. สถานภาพ ใช้ระดับการวัดข้อมูลกลุ่ม (Nominal Scale)
4. ระดับการศึกษา ใช้ระดับการวัดข้อมูลเรียงอันดับ (Ordinal scale)
5. ระดับตำแหน่งงาน ใช้ระดับการวัดข้อมูลเรียงอันดับ (Nominal scale)
6. การเปิดรับสื่อ ใช้ระดับการวัดข้อมูลเรียงอันดับ (Nominal scale)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการสื่อสารภายในองค์กร ของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย แบ่งเป็น 7 ด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ (credibility) ด้านความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม (context) ด้านเนื้อหาสาระ (content) ด้านความสม่ำเสมอต่อเนื่องกัน (continuity and consistency) ด้านช่องทางการติดต่อสื่อสาร (channel) ด้านความสามารถของผู้รับสาร (capability of audience) และด้านความชัดเจนของข่าวสาร (clarity) ประเมินค่า 5 ระดับ (Rating Scale) โดยแบ่งเป็นคำถาม 7 ด้าน ด้านละ 3 ข้อ รวม 21 ข้อ เป็นคำถามปลายปิด (Closed-Ended Questions) ที่สร้างขึ้นโดยใช้การวัดความสำคัญ (Importance Scales)

- | | | |
|----------------------------------|-------------|--------------------|
| 1. ด้านความน่าเชื่อถือ | จำนวน 3 ข้อ | ตั้งแต่ข้อ 1 - 3 |
| 2. ด้านความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม | จำนวน 3 ข้อ | ตั้งแต่ข้อ 4 - 6 |
| 3. ด้านเนื้อหาสาระ | จำนวน 3 ข้อ | ตั้งแต่ข้อ 7 - 9 |
| 4. ด้านความสม่ำเสมอต่อเนื่องกัน | จำนวน 3 ข้อ | ตั้งแต่ข้อ 10 - 12 |
| 5. ด้านช่องทางการติดต่อสื่อสาร | จำนวน 3 ข้อ | ตั้งแต่ข้อ 13 - 15 |
| 6. ด้านความสามารถของผู้รับสาร | จำนวน 3 ข้อ | ตั้งแต่ข้อ 16 - 18 |
| 7. ด้านความชัดเจนของข่าวสาร | จำนวน 3 ข้อ | ตั้งแต่ข้อ 19 - 21 |

โดยผู้ตอบสามารถเลือกตามความเป็นจริงที่ปรากฏ โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

5	หมายถึง	มากที่สุด
4	หมายถึง	มาก
3	หมายถึง	ปานกลาง
2	หมายถึง	น้อย

1 หมายถึง น้อยที่สุด

การอภิปรายผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ในระดับการวัดข้อมูลประเภทการวัดระดับช่วง (Interval Scale) เป็นการวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผล โดยอาศัยสูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้ (กัลยา วานิชย์ บัญชา, 2550: 34-35)

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} = 0.80 \end{aligned}$$

แสดงเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยในแบบสอบถามดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.21 – 5.00	หมายถึง	ระดับการสื่อสารมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41 – 4.20	หมายถึง	ระดับการสื่อสารมาก
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.61 – 3.40	หมายถึง	ระดับการสื่อสารปานกลาง
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.81 – 2.60	หมายถึง	ระดับการสื่อสารน้อย
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.80	หมายถึง	ระดับการสื่อสารน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ค่านิยมองค์กร ของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย แบ่งเป็น 8 ด้าน ได้แก่ ด้านการดำรงไว้ซึ่งคุณธรรมจริยธรรม ด้านองค์กรที่เป็นเลิศ ด้านความภาคภูมิใจในองค์กร ด้านองค์กรแห่งนวัตกรรมการเรียนรู้และสร้างองค์ความรู้ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ด้านการทำงานร่วมกันเป็นทีม ด้านความพร้อมที่จะรับการเปลี่ยนแปลง ประเมินค่า 5 ระดับ (Rating Scale) โดยแบ่งเป็นคำถาม 8 ด้าน ด้านละ 3 ข้อ รวม 24 ข้อ เป็นคำถามปลายปิด (Closed-Ended Questions) ที่สร้างขึ้นโดยใช้ การวัดความสำคัญ (Importance Scales)

1. ด้านการดำรงไว้ซึ่งคุณธรรมจริยธรรม	จำนวน 3 ข้อ	ตั้งแต่ข้อ 1 - 3
2. ด้านองค์กรที่เป็นเลิศ	จำนวน 3 ข้อ	ตั้งแต่ข้อ 4 - 6
3. ด้านความภาคภูมิใจในองค์กร	จำนวน 3 ข้อ	ตั้งแต่ข้อ 7 - 9
4. ด้านองค์กรแห่งนวัตกรรมการเรียนรู้และสร้างองค์ความรู้	จำนวน 3 ข้อ	ตั้งแต่ข้อ 10 - 12
5. ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	จำนวน 3 ข้อ	ตั้งแต่ข้อ 13 - 15
6. ด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง	จำนวน 3 ข้อ	ตั้งแต่ข้อ 16- 18

7. ด้านการทำงานร่วมกันเป็นทีม	จำนวน 3 ข้อ	ตั้งแต่ข้อ 19 - 21
8. ด้านความพร้อมที่จะรับการเปลี่ยนแปลง	จำนวน 3 ข้อ	ตั้งแต่ข้อ 22 - 24

โดยผู้ตอบสามารถเลือกตามความเป็นจริงที่ปรากฏ โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

5	หมายถึง	มากที่สุด
4	หมายถึง	มาก
3	หมายถึง	ปานกลาง
2	หมายถึง	น้อย
1	หมายถึง	น้อยที่สุด

การอภิปรายผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ในระดับการวัดข้อมูลประเภทการวัดระดับช่วง (Interval Scale) เป็นการวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผล โดยอาศัยสูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้ (กัลยา วานิชย์ บัญชา, 2550: 34-35)

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.80 \end{aligned}$$

แสดงเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยในแบบสอบถามดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.21 - 5.00	หมายถึง	ระดับการรับรู้ค่านิยมองค์กรมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41 - 4.20	หมายถึง	ระดับการรับรู้ค่านิยมองค์กรมาก
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.61 - 3.40	หมายถึง	ระดับการรับรู้ค่านิยมองค์กรปานกลาง
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.81 - 2.60	หมายถึง	ระดับการรับรู้ค่านิยมองค์กรน้อย
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.80	หมายถึง	ระดับการรับรู้ค่านิยมองค์กรน้อยที่สุด

3.3.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview Protocol) เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาพิจารณาร่วมกับข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 สถานภาพทั่วไปโดยถามในประเด็นต่อไปนี้คือ ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ ระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำงานหรือการศึกษาในองค์กรแห่งนี้

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสัมภาษณ์ปลายเปิดมีวัตถุประสงค์เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาพิจารณาร่วมกับข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ โดยเป็นประเด็นคำถามเกี่ยวกับการสื่อสารภายในองค์กรใน

7 มิติ คือ ด้านความน่าเชื่อถือ (credibility) ด้านความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม (context) ด้านเนื้อหาสาระ (content) ด้านความสม่ำเสมอต่อเนื่องกัน (continuity and consistency) ด้านช่องทางการติดต่อสื่อสาร (channel) ด้านความสามารถของผู้รับสาร (capability of audience) และด้านความชัดเจนของข่าวสาร (clarity) ส่วนคำถามในข้อที่เหลือเป็นคำถามปลายเปิดที่ถามเกี่ยวกับการรับรู้ค่านิยมองค์กรในมิติที่เกี่ยวข้องกับการระดับการรับรู้ค่านิยมองค์กร 8 ด้าน ได้แก่ ด้านการธำรงไว้ซึ่งคุณธรรมจริยธรรม ด้านองค์กรที่เป็นเลิศ ด้านความภาคภูมิใจในองค์กร ด้านองค์กรแห่งนวัตกรรมการเรียนรู้และสร้างองค์ความรู้ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ด้านการทำงานร่วมกันเป็นทีม ด้านความพร้อมที่จะรับการเปลี่ยนแปลง การรับรู้ด้านใดมากที่สุดและน้อยที่สุด รวมถึงสาเหตุที่องค์กรประสบความสำเร็จหรือไม่ ประสบความสำเร็จในการสร้างการรับรู้ค่านิยมองค์กรว่าเป็นอย่างไร

3.4 การสร้างเครื่องมือในการวิจัย

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีขั้นตอนการดำเนินการสร้างเครื่องมือในการวิจัย ดังนี้

3.4.1 เครื่องมือเชิงปริมาณ เป็นแบบสอบถามที่ผู้ศึกษาได้ดำเนินการสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับการสื่อสารภายในองค์กรที่มีต่อการรับรู้ค่านิยมองค์กร มีขั้นตอนในการดำเนินการ ดังนี้

3.4.1.1 ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถาม ภายใต้ขอบข่ายของการวิจัยคือการสื่อสารภายในองค์กรที่มีต่อการรับรู้ค่านิยมองค์กรของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3.4.1.2 กำหนดขอบเขตของข้อความคำถามจากตัวแปรที่จะศึกษาการสื่อสารภายในองค์กร 7 มิติ คือ ด้านความน่าเชื่อถือ (credibility) ด้านความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม (context) ด้านเนื้อหาสาระ (content) ด้านความสม่ำเสมอต่อเนื่องกัน (continuity and consistency) ด้านช่องทางการติดต่อสื่อสาร (channel) ด้านความสามารถของผู้รับสาร (capability of audience) และด้านความชัดเจนของข่าวสาร (clarity) และกำหนดขอบเขตของข้อความคำถามจากตัวแปรการรับรู้ค่านิยมองค์กร MED IS CU+ 8 มิติ คือ ด้านการธำรงไว้ซึ่งคุณธรรมจริยธรรม (M Morality) ด้านองค์กรที่เป็นเลิศ (E Excellence) ด้านความภาคภูมิใจในองค์กร (D Dignity) ด้านองค์กรแห่งนวัตกรรมการเรียนรู้และสร้างองค์ความรู้ (I Innovation) ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (S Social Responsibility)

ด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (C Continuous Improvement) ด้านการทำงานร่วมกันเป็นทีม (U Unity) ด้านความพร้อมที่จะรับการเปลี่ยนแปลง (+ Adaptability to change)

3.4.1.3 นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จเรียบร้อยแล้วเสนออาจารย์ที่ปรึกษาการวิจัย เพื่อพิจารณาตรวจสอบ โครงสร้าง คำถาม การใช้ภาษา และความครอบคลุมในเนื้อหาสาระ แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

3.4.1.4 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อพิจารณา ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ความถูกต้องเหมาะสม ความครอบคลุมและให้คำแนะนำสิ่งที่ควรปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องสมบูรณ์ยิ่งขึ้น โดยใช้ดัชนี ความสอดคล้องระหว่างข้อถามนั้นกับประเด็นหลักของเนื้อหา ตามวิธีการของ Rovinelli and Hambleton (1978 อ้างถึงใน ผ่องศรี วาณิชยศุภวงศ์, 2546) โดยกำหนดคะแนนไว้ ดังนี้

+ 1 เมื่อเห็นว่าตรงกับข้อบ่งชี้เนื้อหาตามที่ระบุไว้

0 เมื่อไม่แน่ใจว่าตรงกับข้อบ่งชี้เนื้อหาตามที่ระบุไว้

- 1 เมื่อแน่ใจว่าไม่ตรงกับข้อบ่งชี้เนื้อหาตามที่ระบุไว้

3.4.1.5 การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) นำแบบสอบถามไปทำการทดสอบเก็บข้อมูล (Try-out) จากบุคลากรในองค์กรที่มีความคล้ายคลึงกับประชากรที่ต้องการศึกษา จำนวน 30 คน เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาทดสอบความเชื่อมั่นกลุ่มคำถามของตัวแปรที่เป็นแบบประเภทการวัดระดับช่วง (Interval Scale) โดยการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach) ได้เท่ากับ 0.856 (กัลยา วาณิชยบัญชา, 2550: 34-35)

3.4.1.6 นำแบบสอบถามที่ผ่านการทดลองใช้และปรับปรุงแก้ไขแล้วไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยต่อไป

3.4.2 เครื่องมือเชิงคุณภาพ เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบสัมภาษณ์ เกี่ยวกับการสื่อสารภายในองค์กรที่มีต่อการรับรู้ค่านิยมองค์กรของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีขั้นตอนในการดำเนินการ ดังนี้

3.4.2.1 ศึกษาเอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแบบสัมภาษณ์

3.4.2.2 กำหนดข้อบ่งชี้ของข้อมูลที่ต้องการให้ครอบคลุมกรอบการศึกษาค้นคว้า

3.4.2.3 นำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างเสร็จแล้วนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาความถูกต้องและให้คำแนะนำเพื่อแก้ไขปรับปรุงแบบสัมภาษณ์ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

3.4.2.4 นำแบบสัมภาษณ์ที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อพิจารณาประเด็นที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยรวมถึงความถูกต้องเหมาะสม และปรับปรุงแก้ไขทางด้านภาษาตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

3.4.2.5 นำแบบสัมภาษณ์ที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องและแก้ไขปรับปรุง เรียบร้อยแล้วไปเก็บข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัยต่อไป

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ดังนี้

3.5.1 การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บข้อมูลตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

3.5.1.1 ขอนหนังสือแนะนำตัวผู้วิจัยและขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย จากภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ถึงผู้บริหาร คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเพื่อขอความร่วมมือในการวิจัย

3.5.1.2 ผู้วิจัยส่งแบบสอบถาม จำนวน 330 ชุด ถึงบุคลากรของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่เป็นกลุ่มตัวอย่างผ่านหน่วยงาน และในกรณีที่ไม่สามารถนำแบบสอบถามไปให้ด้วยตนเองได้นั้นให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามผ่าน Google form พร้อมขอความร่วมมือส่งแบบสอบถามคืนผู้วิจัย ภายใน 15 วัน นับตั้งแต่ได้รับแบบสอบถาม หรือลิ้งค์ Google form

3.5.1.3 นำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

3.5.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ศึกษาได้ดำเนินการ เก็บข้อมูล ตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

3.5.2.1 ขอนหนังสือแนะนำตัวผู้ศึกษา และขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย จากภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ถึงผู้บริหารคณะ แพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์เพื่อขอความร่วมมือในการวิจัย โดยแนบกำหนดการนัดหมายที่จะ ไปสัมภาษณ์

3.5.2.2 ผู้ศึกษาส่งแบบสัมภาษณ์ให้กับผู้บริหาร คณาจารย์ หัวหน้างาน และ เจ้าหน้าที่ กลุ่มละ 2 คน รวมทั้งสิ้น 8 คน ที่เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ล่วงหน้า 3 วันก่อนวันที่นัด สัมภาษณ์ ด้วยตนเอง

3.5.2.3 ผู้ศึกษาดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant Interview) จำนวน 8 คน โดยทำการสัมภาษณ์เป็นเวลา 1 – 2 ชั่วโมง ต่อ 1 คน ด้วยตนเอง

3.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาคั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. นำแบบสอบถามมาตรวจสอบความใช้ได้ของข้อมูล
2. การลงรหัส (Coding) และนำข้อมูลมาประมวลผล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป
3. การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

3.1 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ระดับตำแหน่งงาน และการเปิดรับสื่อ โดยนำมาวิเคราะห์ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และฐานนิยม (Mode)

ส่วนที่ 2 การสื่อสารภายในองค์กร นำมาวิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ส่วนที่ 3 การรับรู้ค่านิยมองค์กร นำมาวิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.2 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ผู้ศึกษาได้กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยใช้ทดสอบสมมติฐาน 3 ข้อ ดังนี้

3.2.1 สมมติฐานข้อที่ 1 ระดับการรับรู้ค่านิยมองค์กรของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อยู่ในระดับมาก ใช้สถิติ One-Sample t-test

3.2.2 สมมติฐานข้อที่ 2 บุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกันจะมีการรับรู้ค่านิยมองค์กรที่แตกต่างกัน ใช้สถิติ Independent-Sample t-test, f- test และ One-Way ANOVA

3.2.3 สมมติฐานข้อที่ 3 ระดับการสื่อสารภายในองค์กร มีผลต่อการรับรู้ค่านิยมองค์กรของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ใช้สถิติ Pearson's Correlation

3.7 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

3.7.1 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ตัวแปร	มาตราวัด	สถิติเชิงพรรณนา
ตัวแปรอิสระ		
1. ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล		ความถี่
- เพศ	Nominal scale	ร้อยละ
- อายุ	Ordinal scale	ฐานนิยม
- สถานภาพสมรส	Nominal scale	
- ระดับการศึกษา	Ordinal scale	
- ตำแหน่งงาน	Nominal scale	
- การเปิดรับสื่อ	Nominal scale	
2. การสื่อสารภายในองค์กร	Interval scale	ค่าเฉลี่ย
- ด้านความน่าเชื่อถือ		ส่วนเบี่ยงเบน-
- ด้านความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม		มาตรฐาน
- ด้านเนื้อหาสาระ		
- ด้านความสม่ำเสมอต่อเนื่องกัน		
- ด้านช่องทางการติดต่อสื่อสาร		
- ด้านความสามารถของผู้รับสาร		
- ด้านความชัดเจนของข่าวสาร		
ตัวแปรตาม		
1. การรับรู้ค่านิยมองค์กร	Interval scale	ค่าเฉลี่ย
- ด้านการอ้างไว้ซึ่งคุณธรรมจริยธรรม		ส่วนเบี่ยงเบน-
- ด้านองค์กรที่เป็นเลิศ		มาตรฐาน
- ด้านความภาคภูมิใจในองค์กร		
- ด้านองค์กรแห่งนวัตกรรมการเรียนรู้และสร้างองค์ความรู้		

- ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
- ด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
- ด้านการทำงานร่วมกันเป็นทีม
- ด้านความพร้อมที่จะรับการเปลี่ยนแปลง

3.7.2 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงคุณภาพ

ผู้ศึกษาอาศัยการวิเคราะห์รวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก จากกลุ่มประชากรของ คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวนทั้งสิ้น 8 ท่าน ประกอบด้วย คณบดี, รองคณบดี ฝ่ายบริหาร, อาจารย์ประจำภาควิชาสูติศาสตร์-นรีเวชวิทยา, อาจารย์ประจำภาควิชาอายุรศาสตร์, ผู้อำนวยการฝ่ายบริหาร, หัวหน้างานทรัพยากรมนุษย์, เจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ และเจ้าหน้าที่ฝ่ายพัฒนาคุณภาพการศึกษา ในประเด็นเกี่ยวกับมุมมองทัศนคติของการสื่อสารภายในองค์กรใน 7 ด้าน คือ ด้านความน่าเชื่อถือ (credibility) ด้านความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม (context) ด้านเนื้อหาสาระ (content) ด้านความสม่ำเสมอต่อเนื่องกัน (continuity and consistency) ด้านช่องทางการติดต่อสื่อสาร (channel) ด้านความสามารถของผู้รับสาร (capability of audience) และด้านความชัดเจนของข่าวสาร (clarity) และคำถามเกี่ยวกับการรับรู้ค่านิยมองค์กรใน มิติที่เกี่ยวข้องกับการระดับการรับรู้ค่านิยมองค์กร MED IS CU+ 8 ด้าน ได้แก่ ด้านการธำรงไว้ซึ่ง คุณธรรมจริยธรรม (Morality) ด้านองค์กรที่เป็นเลิศ (Excellence ด้าน) ความภาคภูมิใจในองค์กร (Dignity) ด้านองค์กรแห่งนวัตกรรมการเรียนรู้และสร้างองค์ความรู้ (Innovation) ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Social Responsibility) ด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (Continuous Improvement) ด้านการทำงานร่วมกันเป็นทีม (Unity) ด้านความพร้อมที่จะรับการเปลี่ยนแปลง (Adaptability to change) เพื่อให้ได้ข้อมูลสำคัญที่ได้จากการสัมภาษณ์ ผู้ศึกษานำมา วิเคราะห์ผล และสรุปผล

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัยเรื่อง การศึกษาการสื่อสารภายในองค์กรที่มีต่อการรับรู้ค่านิยมองค์กรของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผู้ศึกษาขอเสนอผลการศึกษาโดยเรียงลำดับดังนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
2. การวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาต้องการให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน ผู้ศึกษาจึงได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

n	แทน	จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง (Sample)
\bar{x}	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (Mean)
S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณา (t-distribution)
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณา (F-distribution)
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
Sig	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
LSD	แทน	วิธีการทดสอบรายคู่ (Least Significant Difference)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Square)
Df	แทน	ชั้นความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Square)
H_0	แทน	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H_1	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)
*	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
X	แทน	การสื่อสารภายในองค์กร
X1	แทน	ด้านความน่าเชื่อถือ (credibility)
X2	แทน	ด้านความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม (context)

X3	แทน	ด้านเนื้อหาสาระ (content)
X4	แทน	ด้านความสม่ำเสมอต่อเนื่องกัน (continuity and consistency)
X5	แทน	ด้านช่องทางการติดต่อสื่อสาร (channel)
X6	แทน	ด้านความสามารถของผู้รับสาร (capability of audience)
X7	แทน	ด้านความชัดเจนของข่าวสาร (clarity)
Y	แทน	การรับรู้ค่านิยมองค์กรของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์ จุฬาฯ
Y1	แทน	ด้านการดำรงไว้ซึ่งคุณธรรมจริยธรรม (Morality)
Y2	แทน	ด้านองค์กรที่เป็นเลิศ (Excellence ด้าน)
Y3	แทน	ความภาคภูมิใจในองค์กร (Dignity)
Y4	แทน	ด้านองค์กรแห่งนวัตกรรมการเรียนรู้และสร้างองค์ความรู้ (Innovation)
Y5	แทน	ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Social Responsibility)
Y6	แทน	ด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (Continuous Improvement)
Y7	แทน	ด้านการทำงานร่วมกันเป็นทีม (Unity)
Y8	แทน	ด้านความพร้อมที่จะรับการเปลี่ยนแปลง (Adaptability to change)

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษานำเสนอผลตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 4 ส่วน ตามลำดับ ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลของของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย วิเคราะห์เป็นร้อยละ และหาค่าความถี่

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการสื่อสารภายในองค์กรของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย วิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ค่านิยมองค์กร ของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย วิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน ระหว่างการสื่อสารภายในองค์กรของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ค่านิยมองค์กรของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

4.3.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่ตอบแบบสอบถาม เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน และการเปิดรับสื่อแตกต่างกัน จำนวน 350 คน โดยแจกแจงจำนวน (ความถี่) และร้อยละ ดังตารางที่ 4 ตารางที่ 4 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน และการเปิดรับสื่อ

ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	115	34.8
หญิง	207	62.7
เพศทางเลือก	8	2.4
รวม	330	100.00
2. อายุ		
22 - 30 ปี	40	12.1
31 - 40 ปี	67	20.3
41 - 50 ปี	124	37.6
51 ปีขึ้นไป	99	30.0
รวม	330	100.00
3. สถานภาพสมรส		
โสด	166	50.3
สมรส/อยู่ด้วยกัน	128	38.8
หย่าร้าง/แยกกันอยู่	36	10.9
รวม	330	100.00

ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	18	5.5
ปริญญาตรี	116	35.2
ปริญญาโท	51	15.5
ปริญญาเอก	145	43.9
รวม	330	100.00
5. ระดับตำแหน่งงาน		
คณาจารย์	165	50.0
เจ้าหน้าที่	165	50.0
รวม	330	100.00
6. การเปิดรับสื่อ		
สื่อสิ่งพิมพ์	62	18.8
สื่อบุคคล	83	25.2
สื่ออิเล็กทรอนิกส์	13	3.9
สื่อโซเชียลมีเดีย	165	50.0
สื่อกิจกรรมต่างๆ	7	2.1
รวม	330	100.00

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 330 คน จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

เพศ บุคลากรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 62.7 รองลงมาคือ เพศชาย จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 และเพศทางเล็อก จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.4 ตามลำดับ

อายุ บุคลากรส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี มีจำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 37.6 รองลงมาเป็นบุคลากรที่อายุ 51 ปีขึ้นไป มีจำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 30 รองลงมาเป็นบุคลากรที่อายุระหว่าง 31-40 ปี มีจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 และบุคลากรที่มีอายุ 22-30 ปี มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 12.1 ตามลำดับ

สถานภาพสมรส บุคลากรส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 50.3 รองลงมาเป็นบุคลากรที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 และเป็นบุคลากรที่มีสถานภาพหย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 10.9 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา บุคลากรส่วนใหญ่มีวุฒิการศึกษาปริญญาเอก หรือเทียบเท่า จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 43.9 รองลงมาเป็นบุคลากรที่มีวุฒิการศึกษาปริญญาตรี หรือเทียบเท่า จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 35.2 เป็นบุคลากรที่มีวุฒิการศึกษาปริญญาโท หรือเทียบเท่า จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 และเป็นบุคลากรที่มีวุฒิการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 ตามลำดับ

ตำแหน่งงาน บุคลากรส่วนใหญ่เป็นคณาจารย์ มีจำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 50 และเป็นเจ้าหน้าที่ มีจำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 50

การเปิดรับสื่อ บุคลากรส่วนใหญ่มีการเปิดรับสื่อผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาเป็นบุคลากรที่มีการเปิดรับสื่อผ่านสื่อบุคคล มีจำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 25.2 เป็นบุคลากรที่มีการเปิดรับสื่อผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ มีจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8 เป็นบุคลากรที่มีการเปิดรับสื่อผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.9 และเป็นบุคลากรที่มีการเปิดรับสื่อผ่านสื่อกิจกรรมต่างๆ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการสื่อสารภายในองค์กรของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย วิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการสื่อสารภายในองค์กรของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มี 7 ด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ (credibility) ด้านความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม (context) ด้านเนื้อหาสาระ (content) ด้านความสม่ำเสมอต่อเนื่องกัน (continuity and consistency) ด้านช่องทางการติดต่อสื่อสาร (channel) ด้านความสามารถของผู้รับสาร (capability of audience) และด้านความชัดเจนของข่าวสาร (clarity) โดยการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ ผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบาย ปรากฏตามตาราง

ตารางที่ 5 แสดงคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการสื่อสารภายในองค์กรโดยภาพรวม

การสื่อสารภายในองค์กรของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านความน่าเชื่อถือ (credibility)	4.50	0.57	มากที่สุด
ด้านความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม (context)	4.25	0.76	มากที่สุด
ด้านเนื้อหาสาระ (content)	4.16	0.74	มาก
ด้านความสม่ำเสมอต่อเนื่องกัน (continuity and consistency)	3.95	0.87	มาก
ด้านช่องทางการติดต่อสื่อสาร (channel)	3.97	0.81	มาก
ด้านความสามารถของผู้รับสาร (capability of audience)	4.20	0.70	มาก
ด้านความชัดเจนของข่าวสาร (clarity)	4.06	0.84	มาก
ผลรวมของการสื่อสารภายในองค์กร	4.15	0.65	มาก

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงให้เห็นว่าการสื่อสารภายในองค์กรของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($X = 4.15$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมากที่สุดและมาก โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย ($X = 4.50$) รองลงมาคือ ด้านความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม มีค่าเฉลี่ย ($X = 4.25$) ด้านความสามารถของผู้รับสาร มีค่าเฉลี่ย ($X = 4.20$) ด้านเนื้อหาสาระ มีค่าเฉลี่ย ($X = 4.16$) ด้านความชัดเจนของข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย ($X = 4.06$) ด้านช่องทางการติดต่อสื่อสาร มีค่าเฉลี่ย ($X = 3.97$) และด้านความสม่ำเสมอต่อเนื่องกัน มีค่าเฉลี่ย ($X = 3.95$)

เมื่อพิจารณาระดับการสื่อสารภายในองค์กร โดยเฉลี่ยในแต่ละด้าน สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 6 - ตารางที่ 12 ตามลำดับ ดังนี้

ตารางที่ 6 แสดงระดับการสื่อสารภายในองค์กร ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในด้านความน่าเชื่อถือ (credibility)

ด้านความน่าเชื่อถือ (credibility)	\bar{x}	S.D.	ระดับการสื่อสารภายในองค์กร
1. คำสั่ง ประกาศ หรือข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่สื่อสารภายในองค์กรมีความน่าเชื่อถือ และสามารถตรวจสอบได้	4.49	0.73	มากที่สุด

2. คำสั่ง ประกาศ หรือข้อมูลข่าวสารที่เป็นลายลักษณ์อักษรออกมาจากตัวผู้บริหารเอง หรือผู้ที่ได้รับมอบหมาย อย่างเป็นทางการจากผู้บริหารเท่านั้น	4.56	0.63	มากที่สุด
3. ผู้บริหารออกคำสั่ง ประกาศ หรือให้ข้อมูลข่าวสารที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความถูกต้อง ความจริงใจ เพื่อให้สมาชิกได้รับรู้ มีส่วนร่วม และนำไปปฏิบัติเพื่อพัฒนางาน	4.46	0.67	มากที่สุด
ผลรวมด้านความน่าเชื่อถือ	4.50	0.57	มากที่สุด

จากตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการสื่อสารภายในองค์กร ในด้านความน่าเชื่อถือ (credibility) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ โดยเรียงตามลำดับจากมากไปน้อยคือ ในหัวข้อคำสั่ง ประกาศ หรือข้อมูลข่าวสารที่เป็นลายลักษณ์อักษรออกมาจากตัวผู้บริหาร หรือผู้ที่ได้รับมอบหมายอย่างเป็นทางการจากผู้บริหารเท่านั้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือหัวข้อคำสั่ง ประกาศ หรือข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่สื่อสารภายในองค์กรมีความน่าเชื่อถือ และสามารถตรวจสอบได้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 อยู่ในระดับมากที่สุด และอันดับสุดท้ายในหัวข้อผู้บริหารออกคำสั่ง ประกาศ หรือให้ข้อมูลข่าวสารที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความถูกต้อง ความจริงใจ เพื่อให้สมาชิกได้รับรู้ มีส่วนร่วม และนำไปปฏิบัติเพื่อพัฒนางาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงระดับการสื่อสารภายในองค์กร ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในด้านความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม (context)

ด้านความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม (context)	\bar{x}	S.D.	ระดับการสื่อสารภายในองค์กร
4. การสื่อสารภายในองค์กรของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย คำนิยามถึงสถานการณ์ ความเหมาะสม และสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงทางสังคมของบุคลากรในองค์กร	4.29	0.82	มากที่สุด
5. ข้อมูล ข่าวสาร โครงการ หรือกิจกรรมต่างๆ ได้รับการพิจารณาอย่างระมัดระวัง ถึงวิธีการสื่อสารข้อมูล ข่าวสาร หรือการจัดกิจกรรม โครงการต่างๆ นั้น ด้วยวิธีการใด เพื่อให้ได้ผลดีที่สุด	4.32	0.80	มากที่สุด

6. ผู้บริหารคำนึงถึงสถานที่ เครื่องมือ และอุปกรณ์เทคโนโลยีที่มีความทันสมัย เพื่อนำมาใช้ในการติดต่อสื่อสาร โดยตระหนักถึงความเหมาะสมกับจำนวนของบุคลากรที่ต้องการสื่อสาร	4.14	0.92	มาก
ผลรวมด้านความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม	4.25	0.76	มากที่สุด

จากตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการสื่อสารภายในองค์กร ในด้านความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม (context) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุดและมาก โดยเรียงตามลำดับจากมากไปน้อยคือ ในหัวข้อ ข้อมูล ข่าวสาร โครงการ หรือกิจกรรมต่างๆ ได้รับการพิจารณาอย่างระมัดระวัง ถึงวิธีการสื่อสารข้อมูล ข่าวสารหรือการจัดกิจกรรม โครงการต่างๆ นั้น ด้วยวิธีการใดเพื่อให้ได้ผลดีที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือหัวข้อ การสื่อสารภายในองค์กรของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาฯ คำนึงถึงสถานการณ์ความเหมาะสม และสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงทางสังคมของบุคลากรในองค์กร โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 อยู่ในระดับมากที่สุด และอันดับสุดท้ายในหัวข้อ ผู้บริหารคำนึงถึงสถานที่ เครื่องมือ และอุปกรณ์เทคโนโลยีที่มีความทันสมัย เพื่อนำมาใช้ในการติดต่อสื่อสาร โดยตระหนักถึงความเหมาะสมกับจำนวนของบุคลากรที่ต้องการสื่อสาร โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงระดับการสื่อสารภายในองค์กร ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในด้านเนื้อหาสาระ (content)

ด้านเนื้อหาสาระ (content)	\bar{x}	S.D.	ระดับการสื่อสารภายในองค์กร
7. เนื้อหาสาระของข่าวสารข้อมูลที่สื่อสารในองค์กร ผ่านการกลั่นกรองข้อมูลที่ถูกต้อง เหมาะสม น่าสนใจ และเป็นประโยชน์ต่อบุคลากรและองค์กรที่จะต้องปฏิบัติตาม	4.31	0.79	มากที่สุด
8. เนื้อหาสาระข่าวสารข้อมูลขององค์กร ที่มีรายละเอียดมีความสำคัญหรือซับซ้อน จะมีการเน้นหรือใช้วิธีการที่เหมาะสม เพื่อให้สมาชิกในองค์กรมีความเข้าใจได้ง่ายขึ้น	4.12	0.89	มาก

9. คณะแพทยศาสตร์ จุฬาฯ มีการคัดแยกข่าวสารข้อมูลชัดเจน ไม่คลุมเครือ และส่งสารให้ตรงกับบุคลากรที่เป็นกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการสื่อสาร เพื่อสร้างการรับรู้เฉพาะกลุ่ม	4.04	0.89	มาก
ผลรวมด้านเนื้อหาสาระ	4.16	0.74	มาก

จากตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการสื่อสารภายในองค์กร ในด้านเนื้อหาสาระ (content) โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก และมากที่สุด โดยเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย คือ หัวข้อเนื้อหาสาระของข่าวสารข้อมูล que สือสารในองค์กร ผ่านการกลั่นกรองข้อมูล que ถูกต้อง เหมาะสม น่าสนใจ และเป็นประโยชน์ต่อบุคลากรและองค์กร que จะต้องปฏิบัติตาม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ หัวข้อเนื้อหาสาระข่าวสารข้อมูลขององค์กร que มีรายละเอียดมีความสำคัญหรือซับซ้อน จะมีการเน้นหรือใช้วิธีการ que เหมาะสม เพื่อให้สมาชิกในองค์กรมีความเข้าใจได้ง่ายขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 อยู่ในระดับมาก และอันดับสุดท้าย หัวข้อคณะแพทยศาสตร์ จุฬาฯ มีการคัดแยกข่าวสารข้อมูล ชัดเจน ไม่คลุมเครือ และส่งสารให้ตรงกับบุคลากร que เป็นกลุ่มเป้าหมาย que ต้องการสื่อสาร เพื่อสร้างการรับรู้เฉพาะกลุ่ม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงระดับการสื่อสารภายในองค์กร ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในด้านความสม่ำเสมอต่อเนื่องกัน (continuity and consistency)

ด้านความสม่ำเสมอต่อเนื่องกัน (continuity and consistency)	\bar{x}	S.D.	ระดับการสื่อสาร ภายในองค์กร
10. ผู้บริหารกำหนดให้หน่วยงาน และหัวหน้างาน รายงานความก้าวหน้า และความเคลื่อนไหวของการปฏิบัติงานในแต่ละหน่วย เดือนละ 1 ครั้ง เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ให้เกิดขึ้น	3.997	0.898	มาก
11. คณะแพทยศาสตร์ จุฬาฯ มีการสื่อสาร ข่าวสาร ข้อมูลกิจกรรม หรือโครงการเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของบุคลากรโดยแจ้งผ่านสื่อประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องอย่างน้อยวันละ 1 ครั้ง	3.92	1.07	มาก

12. คณะแพทยศาสตร์ จุฬาฯ มีวิธีการกระตุ้นเตือนความจำของบุคลากร ด้วยการเพิ่มจำนวนความถี่ของการสื่อสารเพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสาร กิจกรรม หรือโครงการที่ต้องการความร่วมมือจากบุคลากรอย่างน้อยสัปดาห์ละ 2 ครั้ง และครั้งสุดท้ายก่อนเริ่มกิจกรรม เช่น การลงคะแนนเสียงเลือกคณบดี เป็นต้น	3.93	0.94	มาก
ผลรวมด้านความสม่ำเสมอต่อเนื่องกัน	3.95	0.87	มาก

จากตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการสื่อสารภายในองค์กร ในด้านความสม่ำเสมอต่อเนื่องกัน (continuity and consistency) โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย คือ หัวข้อผู้บริหารกำหนดให้หน่วยงาน และหัวหน้างาน รายงานความก้าวหน้า และความเคลื่อนไหวของการปฏิบัติงานในแต่ละหน่วย เดือนละ 1 ครั้ง เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ให้เกิดขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.997 อยู่ในระดับมาก รองลงมาในหัวข้อคณะแพทยศาสตร์ จุฬาฯ มีวิธีการกระตุ้นเตือนความจำของบุคลากร ด้วยการเพิ่มจำนวนความถี่ของการสื่อสารเพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสาร กิจกรรม หรือโครงการที่ต้องการความร่วมมือจากบุคลากรอย่างน้อยสัปดาห์ละ 2 ครั้ง และครั้งสุดท้ายก่อนเริ่มกิจกรรม เช่น การลงคะแนนเสียงเลือกคณบดี เป็นต้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 อยู่ในระดับมาก และอันดับสุดท้ายใน หัวข้อคณะแพทยศาสตร์ จุฬาฯ มีการสื่อสาร ข่าวสาร ข้อมูลกิจกรรม หรือโครงการเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของบุคลากรโดยแจ้งผ่านสื่อประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง อย่างน้อยวันละ 1 ครั้ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงระดับการสื่อสารภายในองค์กร ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในด้านช่องทางการติดต่อสื่อสาร (channel)

ด้านช่องทางการติดต่อสื่อสาร (channel)	\bar{x}	S.D.	ระดับการสื่อสารภายในองค์กร
13. คณะแพทยศาสตร์ จุฬาฯ เปิดโอกาสให้บุคลากร แสดงความคิดเห็น วิพากษ์ และเสนอแนะแนวทางการดำเนินงานเพื่อนำไปพัฒนาองค์กรต่อไป	3.75	0.99	มาก
14. ในสถานะที่จำเป็น ผู้บริหารสามารถเลือกช่องทางการสื่อสารเพื่อส่งข่าวสาร ข้อมูล ถึงบุคลากรที่เป็นเป้าหมาย	4.15	0.85	มาก

ได้เหมาะสม เพื่อให้ข่าวสารส่งถึงบุคลากรในองค์กรได้

อย่างรวดเร็วและถูกต้อง

15. เมื่อมีการเปลี่ยนแปลง แก๊ไขข่าวสารข้อมูล กิจกรรม หรือโครงการต่างๆ ของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาฯ องค์กร ได้มีการสื่อสารแจ้งกลับทางช่องทางสื่อต่างๆ ที่เหมาะสม กับกลุ่มบุคลากร

ผลรวมด้านช่องทางการติดต่อสื่อสาร 3.97 0.81 มาก

จากตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการสื่อสารภายในองค์กร ในด้านช่องทางการติดต่อสื่อสาร (channel) โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย คือ หัวข้อในสถานะที่จำเป็น ผู้บริหารสามารถเลือกช่องทางการสื่อสารเพื่อส่งข่าวสาร ข้อมูลถึงบุคลากรที่เป็นเป้าหมายได้เหมาะสม เพื่อให้ข่าวสารส่งถึงบุคลากรในองค์กรได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ หัวข้อเมื่อมีการเปลี่ยนแปลง แก๊ไขข่าวสารข้อมูล กิจกรรมหรือโครงการต่างๆ ของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาฯ องค์กรได้มีการสื่อสารแจ้งกลับทางช่องทางสื่อต่างๆ ที่เหมาะสมกับกลุ่มบุคลากร โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 อยู่ในระดับมาก และอันดับสุดท้ายในหัวข้อคณะแพทยศาสตร์ จุฬาฯ เปิดโอกาสให้บุคลากรแสดงความคิดเห็น วิพากษ์ และเสนอแนะแนวทางการดำเนินงานเพื่อนำไปพัฒนาองค์กรต่อไป โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงระดับการสื่อสารภายในองค์กร ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในด้านความสามารถของผู้รับสาร (capability of audience)

ด้านความสามารถของผู้รับสาร (capability of audience)	\bar{x}	S.D.	ระดับการสื่อสาร ภายในองค์กร
16. บุคลากรสามารถรับรู้ ข่าวสารข้อมูล โครงการหรือกิจกรรมต่างๆ ผ่านช่องทางการสื่อสารภายในองค์กรที่หลากหลาย เช่น สื่อบุคคล สื่อโซเชียลมีเดีย สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อกิจกรรมต่างๆ	4.38	0.77	มากที่สุด
17. บุคลากรสามารถรับรู้ และเข้าใจเนื้อหาสาระ ข่าวสารข้อมูล โครงการหรือกิจกรรมต่างๆ ได้ตรงกับวัตถุประสงค์	4.29	0.78	มากที่สุด

ขององค์กร และพร้อมที่จะปฏิบัติตาม			
18. คณะแพทยศาสตร์ จุฬาฯ ใช้วิธีการสื่อสารตัวต่อตัว หรือวิธีการอื่น เพื่อสื่อสารกับกลุ่มบุคลากรที่มีข้อจำกัด ในด้านการเปิดรับสื่อ เช่น รับเฉพาะสื่อที่ตนเองสนใจ / ใช้สื่อโซเชียลมีเดียไม่เป็น ให้มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของ องค์กรได้อย่างครบถ้วน	3.94	0.92	มาก
ผลรวมด้านความสามารถของผู้รับสาร	4.20	0.70	มาก

จากตารางที่ 11 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการสื่อสารภายในองค์กร ในด้าน ความสามารถของผู้รับสาร (capability of audience) โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุดและมาก โดยเรียง ตามลำดับจากมากไปน้อย คือ หัวข้อบุคลากรสามารถรับรู้ ข่าวสารข้อมูล โครงการหรือ กิจกรรมต่างๆ ผ่านช่องทางการสื่อสารภายในองค์กรที่หลากหลาย เช่น สื่อบุคคล สื่อโซเชียล มีเดีย สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อกิจกรรมต่างๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 อยู่ใน ระดับมากที่สุด รองลงมาคือ หัวข้อบุคลากรสามารถรับรู้ และเข้าใจเนื้อหาสาระ ข่าวสาร ข้อมูล โครงการหรือกิจกรรมต่างๆ ได้ตรงกับวัตถุประสงค์ขององค์กร และพร้อมที่จะปฏิบัติ ตาม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 อยู่ในระดับมากที่สุด และอันดับสุดท้ายคือ หัวข้อคณะ แพทยศาสตร์ จุฬาฯ ใช้วิธีการสื่อสารตัวต่อตัวหรือวิธีการอื่น เพื่อสื่อสารกับกลุ่มบุคลากรที่มี ข้อจำกัด ในด้านการเปิดรับสื่อ เช่น รับเฉพาะสื่อที่ตนเองสนใจ / ใช้สื่อโซเชียลมีเดียไม่เป็น ให้มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารขององค์กรได้อย่างครบถ้วน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 อยู่ใน ระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงระดับการสื่อสารภายในองค์กร ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในด้านความชัดเจนของสาร (clarity)

ด้านความชัดเจนของสาร (clarity)	\bar{x}	S.D.	ระดับการสื่อสาร ภายในองค์กร
19. ภาษาและข้อความในการสื่อสารมีความชัดเจน เข้าใจ ง่าย ครอบคลุม และตรงความหมายตามจุดประสงค์ ของ เรื่องที่ต้องการสื่อสารไปยังบุคลากรในองค์กร	4.09	0.88	มาก
20. ข้อมูลข่าวสาร กิจกรรมหรือโครงการต่างๆ ที่ยากต่อ การเข้าใจ องค์กรจะมีการสื่อความหมายโดยใช้รูปภาพ	4.02	0.90	มาก

ตัวเลข แผนภูมิ และตัวอธิบายประกอบเพื่อให้บุคลากรใน
องค์กรเข้าใจ

21. ข้อมูลข่าวสาร กิจกรรมหรือโครงการต่างๆ ที่สื่อสาร ในองค์กรเพื่อให้บุคลากรในองค์กรได้รับรู้ เป็นข้อมูลที่ เปิดเผย	4.06	0.93	มาก
ผลรวมด้านความชัดเจนของสาร	4.06	0.84	มาก

จากตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการสื่อสารภายในองค์กร ในด้านความ
ชัดเจนของสาร (clarity) โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 เมื่อพิจารณา
เป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย คือ หัวข้อภาษา
และข้อความในการสื่อสารมีความชัดเจน เข้าใจง่าย ครบคลุม และตรงความหมายตาม
จุดประสงค์ ของเรื่องที่ต้องการสื่อสารไปยังบุคลากรในองค์กร โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09
อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ หัวข้อข้อมูลข่าวสาร กิจกรรมหรือโครงการต่างๆ ที่สื่อสารใน
องค์กรเพื่อให้บุคลากรในองค์กรได้รับรู้ เป็นข้อมูลที่เปิดเผย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 อยู่ใน
ระดับมาก และอันดับสุดท้ายคือ หัวข้อข้อมูลข่าวสาร กิจกรรมหรือโครงการต่างๆ ที่ยากต่อ
การเข้าใจ องค์กรจะมีการสื่อความหมายโดยใช้รูปภาพ ตัวเลข แผนภูมิ และตัวอธิบาย
ประกอบเพื่อให้บุคลากรในองค์กรเข้าใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 อยู่ในระดับมาก
ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ค่านิยมองค์กร ของบุคลากรคณะ แพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย วิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ค่านิยมองค์กรของบุคลากรคณะ
แพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มี 8 ด้าน ได้แก่ ด้านการธำรงไว้ซึ่งคุณธรรม
จริยธรรม (M = Morality) ด้านองค์กรที่เป็นเลิศ (E = Excellence) ด้านความภาคภูมิใจใน
องค์กร (D = Dignity) ด้านองค์กรแห่งนวัตกรรมการเรียนรู้และสร้างองค์ความรู้
(I = Innovation) ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (S = Social
Responsibility) ด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (C = Continuous Improvement)
ด้านการทำงานร่วมกันเป็นทีม (U = Unity) ด้านความพร้อมที่จะรับการเปลี่ยนแปลง
(+ = Adaptability to change) โดยการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ ผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์
และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบาย ปรากฏตามตาราง

ตารางที่ 13 แสดงคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการสื่อสารภายในองค์กรโดยภาพรวม

การรับรู้ค่านิยมองค์กรของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านการชำระไว้ซึ่งคุณธรรมจริยธรรม (M = Morality)	4.04	0.93	มาก
ด้านองค์กรที่เป็นเลิศ (E = Excellence)	4.24	0.78	มากที่สุด
ด้านความภาคภูมิใจในองค์กร (D = Dignity)	4.25	0.77	มากที่สุด
ด้านองค์กรแห่งนวัตกรรมการเรียนรู้และสร้างองค์ความรู้ (I = Innovation)	4.20	0.83	มาก
ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (S = Social Responsibility)	4.04	0.86	มาก
ด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (C = Continuous Improvement)	4.13	0.79	มาก
ด้านการทำงานร่วมกันเป็นทีม (U = Unity)	3.94	1.01	มาก
ด้านความพร้อมที่จะรับการเปลี่ยนแปลง (+ = Adaptability to change)	4.18	0.77	มาก
ผลรวมของการรับรู้ค่านิยมองค์กร	4.13	0.77	มาก

จากตารางที่ 13 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงให้เห็นว่าการรับรู้ค่านิยมองค์กรของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($X = 4.13$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมากและมากที่สุด โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านความภาคภูมิใจในองค์กร (D = Dignity) มีค่าเฉลี่ย ($X = 4.25$) รองลงมาคือ ด้านองค์กรที่เป็นเลิศ (E = Excellence) มีค่าเฉลี่ย ($X = 4.24$) ด้านองค์กรแห่งนวัตกรรมการเรียนรู้และสร้างองค์ความรู้ (I = Innovation) มีค่าเฉลี่ย ($X = 4.20$) ด้านความพร้อมที่จะรับการเปลี่ยนแปลง (+ = Adaptability to change) มีค่าเฉลี่ย ($X = 4.18$) ด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (C = Continuous Improvement) มีค่าเฉลี่ย ($X = 4.13$) ด้านการชำระไว้ซึ่งคุณธรรมจริยธรรม (M = Morality) มีค่าเฉลี่ย ($X = 4.04$) เท่ากับด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (S = Social Responsibility) และสุดท้ายด้านการทำงานร่วมกันเป็นทีม (U = Unity)

มีค่าเฉลี่ย ($X = 3.94$) เมื่อพิจารณาระดับการรับรู้ค่านิยมองค์กรโดยเฉลี่ยในแต่ละด้าน สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 14 - ตารางที่ 21 ตามลำดับ ดังนี้

ตารางที่ 14 แสดงระดับการรับรู้ค่านิยมองค์กร ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของบุคลากรคณะ แพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในด้านการธำรงไว้ซึ่งคุณธรรมจริยธรรม ($M = Morality$)

ด้านการธำรงไว้ซึ่งคุณธรรมจริยธรรม ($M = Morality$)	\bar{x}	S.D.	ระดับการสื่อสาร ภายในองค์กร
1. ผู้บริหารองค์กร มีการสื่อสารอัตลักษณ์ของคณะ แพทยศาสตร์ จุฬาฯ ที่ว่า “โรงพยาบาล โรงเรียนแพทย์ คุณธรรม” ชื่อสัตย์ รับผิดชอบ เอื้ออาทร ไปยังหน่วยงาน และตัวท่านเพื่อสร้างการรับรู้ในหลักคุณธรรมจริยธรรม	4.09	0.96	มาก
2. ท่านรับรู้ เข้าใจ และประพุดิตนสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาฯ ที่ว่า “โรงพยาบาล โรงเรียน แพทย์คุณธรรม” ชื่อสัตย์ รับผิดชอบ เอื้ออาทร ในด้านการ ทำงานและพฤติกรรมส่วนตัว	4.11	0.91	มาก
3. ท่านรับรู้ได้ว่า คณะแพทยศาสตร์ จุฬาฯ มุ่งเน้นในด้าน คุณธรรมและจริยธรรมให้เกิดขึ้นในองค์กร และส่งเสริมให้ แต่ละหน่วยงานมีแผนงานหรือกิจกรรม เพื่อเพิ่มศีลธรรมอัน ดี และเมื่อบุคลากรทำความผิดจะมีการว่ากล่าวตักเตือน หรือมีบทลงโทษตามขั้นตอน	3.92	1.06	มาก
ผลรวมด้านการธำรงไว้ซึ่งคุณธรรมจริยธรรม	4.04	0.93	มาก

จากตารางที่ 14 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้ค่านิยมองค์กร ในด้านการธำรงไว้ซึ่ง คุณธรรมจริยธรรม ($M = Morality$) โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย คือ หัวข้อท่านรับรู้ เข้าใจ และประพุดิตนสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาฯ ที่ว่า “โรงพยาบาล โรงเรียนแพทย์คุณธรรม” ชื่อสัตย์ รับผิดชอบ เอื้ออาทร ในด้านการ ทำงานและพฤติกรรมส่วนตัว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 อยู่ในระดับมาก รองลงมาในหัวข้อ ผู้บริหารองค์กร มีการสื่อสารอัตลักษณ์ของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาฯ ที่ว่า “โรงพยาบาล โรงเรียนแพทย์คุณธรรม” ชื่อสัตย์ รับผิดชอบ เอื้ออาทร ไปยังหน่วยงานและตัวท่านเพื่อสร้าง การรับรู้ในหลักคุณธรรมจริยธรรม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 อยู่ในระดับมาก และอันดับ

สุดท้ายในหัวข้อท่านรับรู้ได้ว่า คณะแพทยศาสตร์ จุฬาฯ มุ่งเน้นในด้านคุณธรรมและจริยธรรมให้เกิดขึ้นในองค์กร และส่งเสริมให้แต่ละหน่วยงานมีแผนงานหรือกิจกรรม เพื่อเพิ่มศีลธรรมอันดี และเมื่อบุคลากรทำความผิดจะมีการว่ากล่าวตักเตือน หรือมีบทลงโทษตามขั้นตอน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงระดับการรับรู้ค่านิยมองค์กร ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในด้านองค์กรที่เป็นเลิศ (E = Excellence)

ด้านองค์กรที่เป็นเลิศ (E = Excellence)	\bar{x}	S.D.	ระดับการสื่อสารภายในองค์กร
4. คณะแพทยศาสตร์ จุฬาฯ ตระหนักถึงความสำคัญและผลักดัน ผลงานการบริการทางวิชาการ หลักสูตรการเรียนการสอน การสร้างงานวิจัย และสร้างผลงานนวัตกรรมที่มีคุณภาพ เพื่อให้องค์กรเป็นสถาบันต้นแบบทางการแพทย์ในระดับสากล	4.27	0.89	มากที่สุด
5. ท่านเชื่อมั่นและยอมรับ ในการบริหารงานของผู้บริหารที่จะนำองค์กรไปสู่การเป็นองค์กรที่มีคุณภาพอย่างมั่นคงและยั่งยืน	4.267	0.77	มากที่สุด
6. คณะแพทยศาสตร์ จุฬาฯ มีการสนับสนุนและส่งเสริมให้หน่วยงานและบุคลากรได้นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาปรับใช้ในด้านกระบวนการทำงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน และเพื่อขับเคลื่อนองค์กรก้าวสู่ความเป็นเลิศ	4.197	0.90	มาก
ผลรวมด้านองค์กรที่เป็นเลิศ	4.24	0.776	มากที่สุด

จากตารางที่ 15 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้ค่านิยมองค์กร ในด้านองค์กรที่เป็นเลิศ (E = Excellence) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุดและมาก โดยเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย คือ หัวข้อคณะแพทยศาสตร์ จุฬาฯ ตระหนักถึงความสำคัญและผลักดัน ผลงานการบริการทางวิชาการ หลักสูตรการเรียนการสอน การสร้างงานวิจัย และสร้างผลงานนวัตกรรมที่มีคุณภาพ เพื่อให้องค์กรเป็นสถาบันต้นแบบทางการแพทย์ในระดับสากล โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาในหัวข้อท่านเชื่อมั่นและยอมรับ ในการ

บริหารงานของผู้บริหาร ที่จะนำพาองค์กรไปสู่การเป็นองค์กรที่มีคุณภาพอย่างมั่นคงและยั่งยืน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.267 อยู่ในระดับมากที่สุด และอันดับสุดท้ายในหัวข้อคณะแพทยศาสตร์ จุฬาฯ มีการสนับสนุนและส่งเสริมให้หน่วยงานและบุคลากรได้นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาปรับใช้ในด้านกระบวนการทำงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน และเพื่อขับเคลื่อนองค์กรก้าวสู่ความเป็นเลิศ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.197 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงระดับการรับรู้ค่านิยมองค์กร ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในด้านความภาคภูมิใจในองค์กร (D = Dignity)

ด้านความภาคภูมิใจในองค์กร (D = Dignity)	\bar{x}	S.D.	ระดับการสื่อสารภายในองค์กร
7. ท่านมีความภาคภูมิใจที่ได้เข้ามาเป็นบุคลากรขององค์กรแห่งนี้ และปลาบปลื้มใจทุกครั้งที่เห็นความสำเร็จของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาฯ ในการสร้างผลงานที่ดีและมีคุณค่าต่อสังคม และประเทศชาติ	4.44	0.75	มากที่สุด
8. คณะแพทยศาสตร์ จุฬาฯ มีการสร้างความภาคภูมิใจด้วยการยกย่องเชิดชูเกียรติเมื่อหน่วยงานหรือบุคลากรสร้างผลงานและชื่อเสียงให้แก่องค์กรเป็นที่ประจักษ์	4.28	0.83	มากที่สุด
9. ท่านได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมและเสมอภาค เมื่อเข้ามาปฏิบัติงานในองค์กรแห่งนี้ มีการดูแลและเอาใจใส่โดยไม่มีการเลือกปฏิบัติกับบุคลากรหรือหน่วยงานใดเป็นกรณีพิเศษ	4.02	1.01	มาก
ผลรวมด้านความภาคภูมิใจในองค์กร	4.25	0.77	มากที่สุด

จากตารางที่ 16 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้ค่านิยมองค์กร ในด้านความภาคภูมิใจในองค์กร (D = Dignity) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุดและมาก โดยเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย คือ หัวข้อท่านมีความภาคภูมิใจที่ได้เข้ามาเป็นบุคลากรขององค์กรแห่งนี้ และปลาบปลื้มใจทุกครั้งที่เห็นความสำเร็จของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาฯ ในการสร้างผลงานที่ดีและมีคุณค่าต่อสังคม และประเทศชาติ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 อยู่ในระดับมากที่สุดรองลงมาคือ หัวข้อคณะแพทยศาสตร์ จุฬาฯ มีการสร้างความภาคภูมิใจด้วยการยกย่องเชิดชูเกียรติ

เมื่อหน่วยงานหรือบุคลากรสร้างผลงานและชื่อเสียงให้แก่องค์กรเป็นที่ประจักษ์ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 อยู่ในระดับมากที่สุด และอันดับสุดท้ายใน หัวข้อท่านได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมและเสมอภาค เมื่อเข้ามาปฏิบัติงานในองค์กรแห่งนี้ มีการดูแลและเอาใจใส่โดยไม่มีทางเลือกปฏิบัติกับบุคลากรหรือหน่วยงานใดเป็นกรณีพิเศษ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงระดับการรับรู้ค่านิยมองค์กร ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในด้านองค์กรแห่งนวัตกรรมการเรียนรู้และสร้างองค์ความรู้ (I = Innovation)

ด้านองค์กรแห่งนวัตกรรมการเรียนรู้และสร้างองค์ความรู้ (I = Innovation)	\bar{x}	S.D.	ระดับการสื่อสาร ภายในองค์กร
10. คณะแพทยศาสตร์ จุฬาฯ ให้ความสำคัญและส่งเสริมด้านการสรรสร้างองค์ความรู้ การเรียนการสอน งานวิจัย และนวัตกรรม และสร้างบัณฑิตแพทย์ที่ดีและเก่ง เพื่อออกสู่สังคมอย่างต่อเนื่อง	4.26	0.87	มากที่สุด
11. คณะแพทยศาสตร์ จุฬาฯ เปิดโอกาสให้ท่านเข้าฝึกรอบรมหรือคิดวิเคราะห์พัฒนาผลงานนวัตกรรม ด้านงานวิจัย การเรียนการสอน และกระบวนการปฏิบัติงานเพื่อนำมาปรับใช้หรือถ่ายทอดองค์ความรู้	4.14	0.92	มาก
12. ท่านรับรู้ถึงความมุ่งมั่นของผู้บริหารองค์กร ในการสร้างนวัตกรรมและองค์ความรู้ด้านต่างๆ และมีผลงานเป็นที่ประจักษ์ เพื่อมุ่งสู่การเป็นสถาบันต้นแบบทางการแพทย์ในระดับสากล	4.21	0.89	มากที่สุด
ผลรวมด้านองค์กรแห่งนวัตกรรมการเรียนรู้ และสร้างองค์ความรู้	4.20	0.83	มาก

จากตารางที่ 17 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้ค่านิยมองค์กร ในด้านองค์กรแห่งนวัตกรรมการเรียนรู้และสร้างองค์ความรู้ (I = Innovation) โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุดและมาก โดยเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย คือ หัวข้อคณะแพทยศาสตร์ จุฬาฯ ให้ความสำคัญและส่งเสริมด้านการสรรสร้างองค์ความรู้ การเรียนการสอน งานวิจัย และนวัตกรรม และสร้างบัณฑิต

แพทย์ที่ดีและเก่ง เพื่อออกสู่สังคมอย่างต่อเนื่อง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ หัวข้อท่านรับรู้ถึงความมุ่งมั่นของผู้บริหารองค์กร ในการสร้างนวัตกรรม และองค์ความรู้ด้านต่างๆ และมีผลงานเป็นที่ประจักษ์ เพื่อมุ่งสู่การเป็นสถาบันต้นแบบทางการแพทย์ในระดับสากล โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 อยู่ในระดับมากที่สุด และอันดับสุดท้ายใน หัวข้อคณะแพทยศาสตร์ จุฬาฯ เปิดโอกาสให้ท่านเข้าฝึกอบรมหรือคิดวิเคราะห์พัฒนาผลงานนวัตกรรม ด้านงานวิจัย การเรียนการสอน และกระบวนการปฏิบัติงานเพื่อนำมาปรับใช้หรือถ่ายทอดองค์ความรู้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงระดับการรับรู้ค่านิยมองค์กร ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (S = Social Responsibility)

ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (S = Social Responsibility)	\bar{x}	S.D.	ระดับการสื่อสาร ภายในองค์กร
13. คณะแพทยศาสตร์ จุฬาฯ มีกิจกรรมหรือโครงการที่ตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เช่น การให้ข้อมูล ข่าวสารความรู้เกี่ยวกับโรคภัยต่างๆ	4.22	0.87	มากที่สุด
14. คณะแพทยศาสตร์ จุฬาฯ มีกิจกรรมหรือโครงการในรูปแบบต่างๆ เพื่อช่วยรณรงค์หรือลดผลกระทบต่อชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม เช่น กิจกรรมคัดแยกขยะ การลดใช้พลาสติก	4.12	0.96	มาก
15. ท่านมีส่วนร่วมในโครงการหรือกิจกรรมเพื่อช่วยรณรงค์และเชิญชวนผู้อื่นให้มาร่วมรณรงค์ด้วยจิตอาสา เพื่อลดผลกระทบต่อสังคมและสาธารณะ และนำไปปฏิบัติจริงในชีวิต	3.77	1.05	มาก
ผลรวมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	4.04	0.86	มาก

จากตารางที่ 18 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้ค่านิยมองค์กร ในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (S = Social Responsibility) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุดและมาก โดยเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย คือ หัวข้อคณะแพทยศาสตร์ จุฬาฯ มีกิจกรรมหรือ

โครงการที่ตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อที่มีผลกระทบต่อประชาชนและสังคม เช่น การให้ข้อมูล ข่าวสารความรู้เกี่ยวกับโรคร้ายต่างๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ หัวข้อคณะแพทยศาสตร์ จุฬาฯ มีกิจกรรมหรือโครงการในรูปแบบต่างๆ เพื่อช่วยรณรงค์หรือลดผลกระทบต่อชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม เช่น กิจกรรมคัดแยกขยะ การลดใช้พลาสติก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 อยู่ในระดับมาก และอันดับสุดท้ายในหัวข้อท่านมีส่วนร่วมในโครงการหรือกิจกรรมเพื่อช่วยรณรงค์ และเชิญชวนผู้อื่นให้มาร่วมรณรงค์ด้วยจิตอาสา เพื่อลดผลกระทบต่อสังคมและสาธารณะ และนำไปปฏิบัติจริงในชีวิต โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงระดับการรับรู้ค่านิยมองค์กร ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (C = Continuous Improvement)

ด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (C = Continuous Improvement)	\bar{x}	S.D.	ระดับการสื่อสาร ภายในองค์กร
16. ผู้บริหารคณะแพทยศาสตร์ จุฬาฯ มีการวางแผนและดำเนินงานเพื่อขับเคลื่อนนโยบายด้านการบริหารผลการปฏิบัติงานขององค์กรให้มีการพัฒนาทุกๆ ด้านอย่างต่อเนื่อง	4.14	0.797	มาก
17. คณะแพทยศาสตร์ จุฬาฯ สนับสนุนและส่งเสริมให้หน่วยงาน และบุคลากรในองค์กร พัฒนาศักยภาพในด้านการระดมการทำงาน ด้านการเรียนการสอน เพื่อมุ่งสู่องค์กรคุณภาพอย่างยั่งยืน	4.15	0.80	มาก
18. ท่านมีส่วนร่วมหรือสนับสนุน และส่งเสริมให้องค์กรเป็นสถาบันต้นแบบทางการแพทย์ ด้านใดด้านหนึ่งดังต่อไปนี้ ด้านการเรียนการสอน ผลงานนวัตกรรมทางการศึกษา งานวิจัย งานวิชาการ หรือการพัฒนากระบวนการปฏิบัติงาน	4.10	1.01	มาก
ผลรวมด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง	4.13	0.79	มาก

จากตารางที่ 19 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้ค่านิยมองค์กร ในด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (C = Continuous Improvement) โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย

เท่ากับ 4.13 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย คือ หัวข้อคณะแพทยศาสตร์ จุฬาฯ สนับสนุนและส่งเสริมให้หน่วยงาน และบุคลากรในองค์กร พัฒนาศักยภาพ ในด้านกระบวนการทำงาน ด้านการเรียนการสอน เพื่อมุ่งสู่องค์กรคุณภาพอย่างยั่งยืน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ หัวข้อผู้บริหารคณะแพทยศาสตร์ จุฬาฯ มีการวางแผนและดำเนินงานเพื่อขับเคลื่อนนโยบาย ด้านการบริหารผลการปฏิบัติงานขององค์กรให้มีการพัฒนาทุกๆ ด้านอย่างต่อเนื่อง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 อยู่ในระดับมาก และอันดับสุดท้าย หัวข้อท่านมีส่วนร่วมหรือสนับสนุน และส่งเสริมให้องค์กรเป็นสถาบันต้นแบบทางการแพทย์ ด้านใดด้านหนึ่ง ดังต่อไปนี้ ด้านการเรียนการสอน ผลงานนวัตกรรมทางการศึกษา งานวิจัย งานวิชาการ หรือการพัฒนากระบวนการปฏิบัติงาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงระดับการรับรู้ค่านิยมองค์กร ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในด้านการทำงานร่วมกันเป็นทีม (U = Unity)

ด้านการทำงานร่วมกันเป็นทีม (U = Unity)	\bar{x}	S.D.	ระดับการสื่อสารภายในองค์กร
19. คณะแพทยศาสตร์ จุฬาฯ มีการส่งเสริมสนับสนุนให้บุคลากร ของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาฯ และโรงพยาบาล จุฬาลงกรณ์ ตระหนักถึงคำว่า One Chula เพื่อสร้างความร่วมแรงร่วมใจในการทำงานร่วมกันเพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จ	3.881	1.09	มาก
20. คณะแพทยศาสตร์ จุฬาฯ มีกิจกรรมหรือโครงการ ในรูปแบบต่างๆ ที่ส่งเสริมและสนับสนุนการมีส่วนร่วม เพื่อก่อให้เกิดความสามัคคี ความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันแก่บุคลากรในองค์กร	3.884	1.08	มาก
21. ท่านรับรู้ถึงความสำคัญ ของการมีส่วนร่วมในกิจกรรม เพื่อสร้างร่วมมือในด้านการทำงานเป็นทีม มีทัศนคติที่ดี พร้อมรับฟังความคิดเห็นของเพื่อนร่วมงาน และเต็มใจช่วยเหลือเพื่อนร่วมงาน ทั้งในหน่วยงานเดียวกันหรือต่างหน่วยงาน เพื่อความสำเร็จของหน่วยงานและขององค์กร	4.05	1.03	มาก
ผลรวมด้านการทำงานร่วมกันเป็นทีม	3.94	1.01	มาก

จากตารางที่ 20 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้ค่านิยมองค์กร ในด้านการทำงานร่วมกันเป็นทีม (U = Unity) โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย คือ หัวข้อท่านรับรู้ถึงความสำคัญ ของการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสร้างร่วมมือในด้านการทำงานเป็นทีม มีทัศนคติที่ดีพร้อมรับฟังความคิดเห็นของเพื่อนร่วมงาน และเต็มใจช่วยเหลือเพื่อนร่วมงาน ทั้งในหน่วยงานเดียวกันหรือต่างหน่วยงาน เพื่อความสำเร็จของหน่วยงานและขององค์กร โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ หัวข้อคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย หรือโครงการ ในรูปแบบต่างๆ ที่ส่งเสริมและสนับสนุนการมีส่วนร่วม เพื่อก่อให้เกิดความสามัคคี ความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันแก่บุคลากรในองค์กร โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.884 อยู่ในระดับมาก และอันดับสุดท้ายในหัวข้อคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ส่งเสริมสนับสนุนให้บุคลากร ของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และโรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ ตระหนักถึงคำว่า One Chula เพื่อสร้างความร่วมแรงร่วมใจในการทำงานร่วมกันเพื่อให้ องค์กรประสบความสำเร็จ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.881 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 21 แสดงระดับการรับรู้ค่านิยมองค์กร ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของบุคลากรคณะ แพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในด้านความพร้อมที่จะรับการเปลี่ยนแปลง (+ = Adaptability to change)

ด้านความพร้อมที่จะรับการเปลี่ยนแปลง (+ = Adaptability to change)	\bar{x}	S.D.	ระดับการสื่อสาร ภายในองค์กร
22. คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีการวางแผนการดำเนินงาน และเตรียมพร้อมเพื่อสนับสนุนให้หน่วยงานและบุคลากร ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพเมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลง ต่อปัจจัยด้านต่างๆ ที่มากระทบองค์กร	3.97	0.96	มาก
23. ท่านรับรู้ และพร้อมปฏิบัติตาม หากองค์กรมีการ เปลี่ยนแปลงผู้บริหาร และกระบวนการทำงาน เนื่องจาก นโยบายการบริหารขององค์กรเปลี่ยนไปตามผู้บริหาร องค์กร	4.16	0.84	มาก
24. ท่านรับรู้ เข้าใจ พร้อมเรียนรู้และปฏิบัติตาม ข้อกำหนดขององค์กรในเรื่องของการปรับเปลี่ยนรูปแบบ การปฏิบัติงานในช่วงที่มีสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงต่อ	4.43	0.77	มากที่สุด

องค์กร เช่น Work from home หรือปฏิบัติตามกฎหมายเพื่อ
ลดความเสี่ยงของการติดเชื้อไวรัสโควิด-19 เป็นต้น

ผลรวมด้านความพร้อมที่จะรับการเปลี่ยนแปลง	4.18	0.77	มาก
--	------	------	-----

จากตารางที่ 21 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้ค่านิยมองค์กร ในด้านความพร้อมที่จะรับการเปลี่ยนแปลง (+ = Adaptability to change) โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากและมากที่สุด โดยเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย คือ หัวข้อท่านรับรู้ เข้าใจ พร้อมเรียนรู้ และปฏิบัติตามข้อกำหนดขององค์กรในเรื่องของการปรับเปลี่ยนรูปแบบการปฏิบัติงาน ในช่วงที่มีสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงต่อองค์กร เช่น Work from home หรือปฏิบัติตามกฎหมายเพื่อลดความเสี่ยงของการติดเชื้อไวรัสโควิด-19 เป็นต้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ หัวข้อท่านรับรู้ และพร้อมปฏิบัติตาม หากองค์กรมีการเปลี่ยนแปลงผู้บริหาร และกระบวนการทำงาน เนื่องจากนโยบายการบริหารขององค์กรเปลี่ยนไปตามผู้บริหารองค์กร โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 อยู่ในระดับมาก และอันดับสุดท้ายใน หัวข้อคณะแพทยศาสตร์ จุฬาฯ มีการวางแผนการดำเนินงาน และเตรียมพร้อมเพื่อสนับสนุนให้หน่วยงานและบุคลากร ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงต่อปัจจัยด้านต่างๆ ที่มากระทบองค์กร โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

4.3.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน จากการศึกษาครั้งนี้ มีสมมติฐานการทดสอบ 3 ข้อ ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ระดับการรับรู้ค่านิยมองค์กรของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อยู่ในระดับมาก สามารถทำการทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

ตารางที่ 22 แสดงการรับรู้ค่านิยมองค์กรของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำแนกตามรายด้าน

การรับรู้ค่านิยมองค์กรของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	Test Value = 4			
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean
ด้านการชำระไว้ซึ่งคุณธรรมจริยธรรม (M = Morality)	.713	329	.476	4.036
ด้านองค์กรที่เป็นเลิศ (E = Excellence)	5.723	329	.000	4.244
ด้านความภาคภูมิใจในองค์กร (D = Dignity)	5.873	329	.000	4.248
ด้านองค์กรแห่งนวัตกรรมการเรียนรู้และ สร้างองค์ความรู้ (I = Innovation)	4.438	329	.000	4.203
ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (S = Social Responsibility)	.812	329	.418	4.038
ด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (C = Continuous Improvement)	2.942	329	.003	4.128
ด้านการทำงานร่วมกันเป็นทีม (U = Unity)	-1.076	329	.283	3.940
ด้านความพร้อมที่จะรับการเปลี่ยนแปลง (+ = Adaptability to change)	4.313	329	.000	4.184
การรับรู้ค่านิยมองค์กรของบุคลากรโดยรวม	3.027	329	0.003	4.128

* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 22 แสดงการรับรู้ค่านิยมองค์กรของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำแนกตามรายด้าน โดยที่

H_0 : การรับรู้ค่านิยมองค์กรของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย อยู่ในระดับน้อย

H_1 : การรับรู้ค่านิยมองค์กรของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย อยู่ในระดับมากขึ้นไป

ผลจากการทดสอบสมมติฐาน จึงปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 หมายความว่า การรับรู้
ค่านิยมองค์กรของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยโดยรวม มีค่าอยู่ใน
ระดับมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ และ
หากพิจารณาในรายด้าน จะพบว่า การรับรู้ค่านิยมองค์กรของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ด้านความภาคภูมิใจในองค์กร (D = Dignity) และ ด้านองค์กรที่เป็นเลิศ (E = Excellence) อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้าน ด้านองค์กรแห่งนวัตกรรม การเรียนรู้และสร้างองค์ความรู้ (I = Innovation) ด้านความพร้อมที่จะรับการเปลี่ยนแปลง (+ = Adaptability to change) ด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (C = Continuous Improvement) ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (S = Social Responsibility) ด้านการดำรงไว้ซึ่งคุณธรรมจริยธรรม (M = Morality) และด้านการทำงานร่วมกันเป็นทีม (U = Unity) อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ ทั้งนี้เนื่องจาก ผู้บริหารองค์กรมีการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อให้บุคลากรทุกระดับชั้นรับรู้และเข้าใจถึงค่านิยมองค์กรในด้านต่างๆ ผ่านการสื่อสารภายในองค์กรในทุกมิติ

สมมติฐานข้อที่ 2 บุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกันจะมีการรับรู้ค่านิยมองค์กรที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 23 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคลต่อการรับรู้ค่านิยมองค์กรของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล	t	F	Sig.	แปลผล
เพศ		23.857	.000	สัมพันธ์
อายุ		.924	.429	ไม่สัมพันธ์
สถานภาพการสมรส		37.922	.000	สัมพันธ์
ระดับการศึกษา		1.010	.388	ไม่สัมพันธ์
ระดับตำแหน่งงาน	2.154		.032	สัมพันธ์
การเปิดรับสื่อ		10.867	.000	สัมพันธ์

* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 23 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคลต่อการรับรู้ค่านิยมองค์กรของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยที่

H_0 : บุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกันจะมีการรับรู้ค่านิยมองค์กรของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ไม่แตกต่างกัน

H_1 : บุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกันจะมีการรับรู้ค่านิยมองค์กรของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย แตกต่างกัน

ผลจากการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคลต่อการรับรู้ค่านิยมองค์กรของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยใช้สถิติ One-Way ANOVA เพื่อทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศ มีค่า $F = 23.857$ และค่า $Sig. = .000$ อายุ มีค่า $F = .924$ และค่า $Sig. = .429$ สถานภาพสมรส มีค่า $F = 37.922$ และค่า $Sig. = .000$ ระดับการศึกษา มีค่า $F = 1.010$ และค่า $Sig. = .388$ ตำแหน่งงาน มีค่า $t = 2.154$ และค่า $Sig. = .083$ การเปิดรับสื่อ มีค่า $F = 10.867$ และค่า $Sig. = .000$

ผลจากการทดสอบสมมติฐาน จึงปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 หมายความว่า ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล ด้านเพศ สถานภาพสมรส ตำแหน่งงาน และการเปิดรับสื่อ ที่แตกต่างกันจะมีการรับรู้ค่านิยมองค์กรของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย แตกต่างกัน โดยด้านอายุ และระดับการศึกษา ของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ค่านิยมองค์กรของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้นเมื่อพบว่าปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล ในด้านเพศ สถานภาพสมรส ตำแหน่งงาน และการเปิดรับสื่อมีการรับรู้ค่านิยมองค์กรแตกต่างกัน ผู้ศึกษาจึงทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีของ LSD (Post Hoc) และการทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 1 กลุ่ม (One Sample t-test) ต่อไป ได้ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 24 - ตารางที่ 27 ตามลำดับ ดังนี้

ตารางที่ 24 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของการรับรู้ค่านิยมองค์กรของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำแนกตามเพศ

เพศ		Mean Difference	Std.Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
ชาย	หญิง	-.11119	.08356	.184	-.2756	.0532
	เพศทางเลือก	1.67147*	.26269	.000	1.1547	2.1882
หญิง	ชาย	.11119	.08356	.184	-.0532	.2756
	เพศทางเลือก	1.78266*	.25887	.000	1.2734	2.2919

เพศทางเลือก	ชาย	-1.67147*	.26269	.000	-2.1882	-1.1547
	หญิง	-1.78266*	.25887	.000	-2.2919	-1.2734

* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 24 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของการรับรู้ค่านิยมองค์กรของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำแนกตามเพศ พบว่าเมื่อเปรียบเทียบเพศชายและเพศหญิง มีค่า Sig. = .184 หมายความว่า เพศชายและเพศหญิงมีการรับรู้ค่านิยมองค์กรไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่เมื่อเปรียบเทียบเพศชาย กับเพศทางเลือก มีค่า Sig. = .000 และเมื่อเปรียบเทียบเพศหญิงกับเพศทางเลือก มีค่า Sig. = .000 หมายความว่า ทั้งเพศชาย และเพศหญิงมีการรับรู้ค่านิยมองค์กรแตกต่างกับเพศทางเลือก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 25 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของการรับรู้ค่านิยมองค์กรของ คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ		Mean Difference	Std.Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
โสด	สมรส/ อยู่ด้วยกัน	-.16250*	.08151	.047	-.3228	-0.022
	หย่าร้าง/ แยกกันอยู่	.96648*	.12739	.000	.7159	1.2171
สมรส/ อยู่ด้วยกัน	โสด	.16250*	.08151	.047	.0022	.3228
	หย่าร้าง/ แยกกันอยู่	1.12898*	.13072	.000	.8718	1.3861
หย่าร้าง/ แยกกันอยู่	โสด	-.96648*	.12739	.000	-1.2171	-.7159
	สมรส/ อยู่ด้วยกัน	-1.12898	.13072	.000	-1.3861	-.8718

* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 25 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของการรับรู้ค่านิยมองค์กรของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำแนกตามสถานภาพ พบว่าเมื่อเปรียบเทียบสถานภาพโสดกับสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน มีค่า Sig. = .047 หมายความว่า สถานภาพโสดและสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน มีการรับรู้ค่านิยมองค์กรไม่

แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่ เมื่อเปรียบเทียบสถานภาพหย่าร้าง/แยกกันอยู่ กับสถานภาพโสด มีค่า Sig. = .000 และเมื่อเปรียบเทียบสถานภาพหย่าร้าง/แยกกันอยู่ กับสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน มีค่า Sig. = .000 หมายความว่า ทั้งคนที่มีสถานภาพโสด และสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน มีการรับรู้ค่านิยมองค์กรแตกต่างกับคนที่มีสถานภาพหย่าร้าง/แยกกันอยู่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 26 ผลการวิเคราะห์การทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 1 กลุ่ม (One Sample t-test) ของการรับรู้ค่านิยมองค์กรของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำแนกตามตำแหน่งงาน

ตำแหน่งงาน	Mean	S.D.	t	Sig.
คณาจารย์	4.2182	.68022	2.154	.032
เจ้าหน้าที่	4.0374	.83678		

* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 26 ผลการวิเคราะห์การทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 1 กลุ่ม (One Sample t-test) ของการรับรู้ค่านิยมองค์กรของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำแนกตามตำแหน่งงาน พบว่ามีค่า Sig. = .032 หมายความว่า ตำแหน่งงานที่แตกต่างกันทำให้บุคลากรมีการรับรู้ค่านิยมองค์กรแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 27 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของการรับรู้ค่านิยมองค์กรของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำแนกตามการเปิดรับสื่อ

การเปิดรับสื่อ		Mean Difference	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
สื่อสิ่งพิมพ์	สื่อบุคคล	.00268	.12162	.982	-.2366	.2419
	สื่ออิเล็กทรอนิกส์	-.35830	.22101	.106	-.7931	.0765
	สื่อโซเชียลมีเดีย	-.05034	.10792	.641	-.2627	.1620
	สื่อกิจกรรมต่างๆ	1.72091*	.28888	.000	1.1526	2.2892
สื่อบุคคล	สื่อสิ่งพิมพ์	-.00268	.12162	.982	-.2419	.2366
	สื่ออิเล็กทรอนิกส์	-.36098	.21610	.096	-.7861	.0642
	สื่อโซเชียลมีเดีย	-.05302	.09750	.587	-.2448	.1388
	สื่อกิจกรรมต่างๆ	1.71823*	.28515	.000	1.1573	2.2792

สื่ออิเล็กทรอนิกส์	สื่อสิ่งพิมพ์	.35830	.22101	.106	-.0765	.7931
	สื่อบุคคล	.36098	.21610	.096	-.0642	.7861
	สื่อโซเซียลมีเดีย	.30796	.20871	.141	-.1026	.7186
	สื่อกิจกรรมต่างๆ	2.07921*	.33965	.000	1.4110	2.7474
สื่อโซเซียลมีเดีย	สื่อสิ่งพิมพ์	.05034	.10792	.641	-.1620	.2627
	สื่อบุคคล	.05302	.09750	.587	-.1388	.2448
	สื่ออิเล็กทรอนิกส์	-.30796	.20871	.141	-.7186	.1026
	สื่อกิจกรรมต่างๆ	1.77125*	.27958	.000	1.2212	2.3213
สื่อกิจกรรมต่างๆ	สื่อสิ่งพิมพ์	-1.72091*	.28888	.000	-2.2892	-1.1526
	สื่อบุคคล	-1.71823*	.28515	.000	-2.2792	-1.1573
	สื่ออิเล็กทรอนิกส์	-2.07921*	.33965	.000	-2.7474	-1.4110
	สื่อโซเซียลมีเดีย	-1.77125*	.27958	.000	-2.3213	-1.2212

* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 27 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของการรับรู้ค่านิยมองค์กรของ คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำแนกตามการเปิดรับสื่อพบว่าเมื่อเปรียบเทียบการเปิดรับสื่อกิจกรรมต่างๆ กับสื่อสิ่งพิมพ์, สื่อบุคคล, สื่ออิเล็กทรอนิกส์, สื่อโซเซียลมีเดีย มีค่า Sig. = .000 หมายความว่า บุคลากรที่เปิดรับสื่อกิจกรรมต่างๆ มีการรับรู้ค่านิยมองค์กรแตกต่างกับบุคลากรที่เปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์, สื่อบุคคล, สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อโซเซียลมีเดีย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 3 การสื่อสารภายในองค์กรมีผลต่อการรับรู้ค่านิยมองค์กรของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สามารถทำการทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

ตารางที่ 28 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารภายในองค์กร และการรับรู้ค่านิยมองค์กรของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

		การรับรู้ค่านิยมองค์กร
การสื่อสารภายในองค์กร	Pearson Correlation	.849**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	390

* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 28 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารภายในองค์กร และการรับรู้ค่านิยมองค์กรของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยที่

H_0 : การสื่อสารภายในองค์กร ไม่มีผลต่อการรับรู้ค่านิยมองค์กรของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

H_1 : การสื่อสารภายในองค์กร มีผลต่อการรับรู้ค่านิยมองค์กรของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผลจากการทดสอบสมมติฐาน จึงปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 หมายความว่า การสื่อสารภายในองค์กร มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ค่านิยมองค์กรของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson ที่มีค่าเท่ากับ .849 แสดงให้เห็นว่าการสื่อสารภายในองค์กร มีผลต่อการรับรู้ค่านิยมองค์กรของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในระดับสูงมากและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน หมายความว่า เมื่อการสื่อสารภายในองค์กรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเพิ่มสูงขึ้น จะทำให้การรับรู้ค่านิยมองค์กรของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยสูงขึ้นด้วย

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารภายในองค์กรกับการรับรู้ค่านิยมองค์กรของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ใช้การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ผลปรากฏดังตารางที่ 29-30
ตารางที่ 29 ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารภายในองค์กร จำแนกตามรายด้าน กับการรับรู้ค่านิยมองค์กรของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การสื่อสารภายในองค์กร		การรับรู้ค่านิยมองค์กรโดยรวม
ด้านความน่าเชื่อถือ	Pearson Correlation	.699**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	330
ด้านความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม	Pearson Correlation	.792**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	330
ด้านเนื้อหาสาระ	Pearson Correlation	.729**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	330

ด้านความสม่ำเสมอต่อเนืองกัน	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.656** .000 330
ด้านช่องทางการติดต่อสื่อสาร	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.776** .000 330
ด้านความสามารถของผู้รับสาร	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.749** .000 330
ด้านความชัดเจนของสาร	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.748** .000 330

* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 29 ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารภายในองค์กร จำแนกตามรายด้าน กับการรับรู้ค่านิยมองค์กรของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์ในระดับสูงมากและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การสื่อสารภายในองค์กรทุกด้านมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ค่านิยมองค์กรของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson (r) ของการสื่อสารภายในองค์กรในแต่ละด้าน พบว่า การสื่อสารภายในองค์กรด้านความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม มีค่า $r = .792$ รองลงมาคือ ด้านช่องทางการติดต่อสื่อสาร ($r = .776$) ด้านความสามารถของผู้รับสาร ($r = .749$) ด้านความชัดเจนของสาร ($r = .748$) ด้านเนื้อหาสาระ ($r = .729$) ด้านความน่าเชื่อถือ ($r = .699$) และด้านความสม่ำเสมอต่อเนืองกัน ($r = .656$) ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าทุกด้านของการสื่อสารภายในองค์กร มีผลต่อการรับรู้ค่านิยมองค์กรของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในระดับสูงมากและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน หมายความว่า ไม่ว่าจะเพิ่มการสื่อสารภายในองค์กรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยในด้านใดก็ตาม จะทำให้การรับรู้ค่านิยมองค์กรของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเพิ่มสูงขึ้นด้วย

ตารางที่ 30 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ค่านิยมองค์กร จำแนกตามรายด้าน กับการสื่อสารภายในองค์กรของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การรับรู้ค่านิยมองค์กร		การสื่อสารภายในองค์กรโดยรวม
ด้านการชำระไว้ซึ่งคุณธรรมจริยธรรม (M = Morality)	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.794** .000 330
ด้านองค์กรที่เป็นเลิศ (E = Excellence)	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.809** .000 330
ด้านความภาคภูมิใจในองค์กร (D = Dignity)	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.752** .000 330
ด้านองค์กรแห่งนวัตกรรมการเรียนรู้และ สร้างองค์ความรู้ (I = Innovation)	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.755** .000 330
ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (S = Social Responsibility)	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.815** .000 330
ด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (C = Continuous Improvement)	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.771** .000 330
ด้านการทำงานร่วมกันเป็นทีม (U = Unity)	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.741** .000 330
ด้านความพร้อมที่จะรับการเปลี่ยนแปลง (+ = Adaptability to change)	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.753** .000 330

* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 30 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ค่านิยมองค์กร จำแนกตามรายด้าน กับการสื่อสารภายในองค์กรของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยภาพรวมมีค่าความสัมพันธ์ในระดับสูงมากและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การรับรู้ค่านิยมองค์กรทุกด้านมีความสัมพันธ์กับการสื่อสารภายในองค์กรของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อย่างมีนัยสำคัญทาง

สถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson (r) ของการรับรู้ค่านิยมองค์กรในแต่ละด้าน พบว่า การรับรู้ค่านิยมองค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (S = Social Responsibility) มีค่า $r = .815$ รองลงมาคือ ด้านองค์กรที่เป็นเลิศ (E = Excellence) มีค่า $r = .809$ ด้านการดำรงไว้ซึ่งคุณธรรมจริยธรรม (M = Morality) มีค่า $r = .794$ ด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (C = Continuous Improvement) มีค่า $r = .771$ ด้านองค์กรแห่งนวัตกรรมการเรียนรู้และสร้างองค์ความรู้ (I = Innovation) มีค่า $r = .755$ ด้านความพร้อมที่จะรับการเปลี่ยนแปลง (+ = Adaptability to change) มีค่า $r = .753$ ด้านความภาคภูมิใจในองค์กร (D = Dignity) มีค่า $r = .752$ ด้านการทำงานร่วมกันเป็นทีม (U = Unity) มีค่า $r = .741$ ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าทุกด้านของการรับรู้ค่านิยมองค์กร มีผลต่อการสื่อสารภายในองค์กรของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในระดับสูงมากและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน หมายความว่า ไม่ว่าจะเพิ่มการรับรู้ค่านิยมองค์กรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยในด้านใดก็ตาม จะทำให้การสื่อสารภายในองค์กรของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเพิ่มสูงขึ้นด้วย

4.4 การวิเคราะห์ผลข้อมูลเชิงคุณภาพ

ข้อค้นพบการสื่อสารภายในองค์กรที่มีต่อการรับรู้ค่านิยมองค์กรจากสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 8 คน ผู้ศึกษาได้แบ่งเป็น 2 กลุ่มประกอบด้วย กลุ่มผู้บริหารและคณาจารย์ และกลุ่มเจ้าหน้าที่ระดับหัวหน้างาน และเจ้าหน้าที่สำนักงาน เพื่อให้ได้ข้อมูลทัศนคติและมุมมองของบุคลากร คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารภายในองค์กรและการรับรู้ค่านิยมองค์กร ในหลากหลายมุมมองที่ลึกและกว้างยิ่งขึ้น

1) กลุ่มผู้บริหารและคณาจารย์ จำนวน 4 คน ประกอบด้วย คณบดี รองคณบดีฝ่ายบริหาร อาจารย์ประจำสาขาวิชาตจวิทยา ภาควิชาอายุรศาสตร์ และอาจารย์ประจำสาขาวิชาเวชศาสตร์มารดาและทารกในครรภ์ ภาควิชาสูติศาสตร์-นรีเวชวิทยา คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กลุ่มเจ้าหน้าที่ระดับหัวหน้างาน และเจ้าหน้าที่สำนักงาน จำนวน 4 คน ประกอบด้วย ผู้อำนวยการฝ่ายบริหาร หัวหน้างานบริหารทรัพยากรมนุษย์ เจ้าหน้าที่สำนักงาน ฝ่ายพัฒนาคุณภาพการศึกษา และเจ้าหน้าที่สำนักงาน งานประชาสัมพันธ์และจัดหารายได้ คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผู้ศึกษาได้สรุปข้อค้นพบการสื่อสารภายในองค์กรของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยและข้อเสนอแนะ ของผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากการสัมภาษณ์ ดังนี้

(1) การสื่อสารภายในองค์กร ด้านความน่าเชื่อถือ ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เห็นว่า องค์กรมีการสื่อสารที่มีความน่าเชื่อถือเพราะสารที่สื่อออกไปออกมาจากผู้บริหาร ซึ่งสถานะของผู้ส่งสารมีความสำคัญอย่างยิ่งในการการสร้างความน่าเชื่อถือ และสารที่ถูกสื่อสารออกไปมีการตรวจสอบและกลั่นกรอง ผ่านการสื่อสารที่เป็นทางการจึงถือได้ว่าสารนั้นผ่านกระบวนการมาอย่างดีแล้ว

ข้อเสนอแนะ องค์กรควรมีการจัดลำดับเรื่องที่สำคัญก่อน และควรมีการใช้ช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสมในการเผยแพร่ข้อมูล และคัดกรองข้อมูล ที่สำคัญต้องมีทีมงานที่เชี่ยวชาญในการตรวจสอบข้อมูล

(2) การสื่อสารภายในองค์กร ด้านความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เห็นว่า องค์กรมีการสื่อสารที่เหมาะสม โดยมีการแยกเนื้อหาข้อมูลของข่าวสารที่จะสื่อออกไปยังผู้รับสาร โดยพิจารณาว่าจะสื่อสารกับใครและสื่อสารอย่างไรเพื่อสร้างความเข้าใจ และองค์กรคำนึงถึงระยะเวลาในการสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญ และเลือกที่จะสื่อสารข่าวสารบางเรื่องในบางช่วงเวลา เพราะเวลามีส่วนสำคัญในการเปิดรับสารของบุคลากร และทำให้มีการเตรียมพร้อม

ข้อเสนอแนะ องค์กรควรลดขั้นตอนของการสื่อสารเพราะกระบวนการหลายขั้นตอน โดยเฉพาะการสื่อสารผ่านบันทึก ประกาศ หรือคำสั่ง ทำให้ข้อมูลข่าวสารบางเรื่องที่ต้องการสื่อสารอย่างเร่งด่วน ไปถึงผู้รับสารช้าและเลยกำหนดระยะเวลา และควรเพิ่มความถี่ของการสื่อสารให้รับรู้ อย่างสม่ำเสมอดีกว่า

(3) การสื่อสารภายในองค์กร ด้านเนื้อหาสาระ ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เห็นว่า องค์กรมีการสื่อสารแผนนโยบาย และแผนยุทธศาสตร์องค์กรเพื่อให้บุคลากรทุกคนรับรู้ รวมถึงเนื้อหาข้อมูลของสารที่จะสื่อมีการตรวจสอบ กลั่นกรองและแยกแยะอย่างถูกต้อง ถูกกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้ได้ผลดีที่สุด

ข้อเสนอแนะ องค์กรควรเน้นเนื้อหาหรือข้อความที่ต้องการสื่อสาร อย่างชัดเจนเจาะจงถึงจุดสำคัญๆ หากสารนั้นมีเนื้อหามากเกินไป ควรปรับให้กระชับมากขึ้น และควรมุ่งเน้นการสื่อสารที่เกี่ยวกับผลการดำเนินงานขององค์กรในเรื่องต่างๆ รวมถึงผลงานวิจัย และผลงานวิชาการที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ และสื่อสารให้บุคลากรมีการรับรู้มากยิ่งขึ้น

(4) การสื่อสารภายในองค์กร ด้านความสม่ำเสมอต่อเนื่องกัน ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เห็นว่า การสื่อสารภายใน องค์กรมีความสม่ำเสมอในการแจ้งข่าวสารข้อมูล เพื่อสร้างการรับรู้ในข่าวสารกิจกรรมขององค์กรอย่างต่อเนื่อง รวมถึงองค์กรหรือหน่วยงานมีการสื่อสารระหว่างผู้บังคับบัญชากับลูกน้องในหน่วยงานมีการสื่อสารกันเป็นระยะๆ เพื่อสร้างการรับรู้ที่ตรงกัน

ข้อเสนอแนะ องค์กรควรจัดทำแบบประเมินผลการสื่อสารภายในองค์กรเป็นระยะ ควรคำนึงถึงการสื่อสารในบางเรื่องบางกรณีก็ไม่ควรมากเกินไป แต่บางเรื่องเป็นเรื่องที่ต้องสื่อสารอย่างต่อเนื่องก็ควรต่อเนื่อง ที่สำคัญองค์กรควรคำนึงถึงความถี่ของการสื่อสาร เพราะการสื่อสารบางครั้งมากเกินไปบุคลากรไม่เปิดรับ ทั้งนี้ หน่วยงานหรือหัวหน้าหน่วยงาน มีหน้าที่จัดการการสื่อสารภายในหน่วย หากสื่อสารแล้วบุคลากรในหน่วยงานไม่เปิดรับ เป็นเรื่องการแก้ไขที่ต้องจัดการกันในหน่วยงาน

(5) การสื่อสารภายในองค์กร ด้านช่องทางการติดต่อสื่อสาร ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เห็นว่า องค์กรมีการสื่อสารที่หลากหลายรูปแบบ และมีการสื่อสารครบทุกมิติ โดยเฉพาะการสื่อสารผ่านโซเชียลมีเดียถือว่าเป็นประโยชน์มากและเข้าถึงกลุ่มบุคลากรทุกระดับชั้นได้อย่างทั่วถึง ทำให้บุคลากรรับรู้และเข้าใจสารที่องค์กรต้องการสื่อออกไปมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ องค์กรควรมีการสื่อสารภายในองค์กรแบบ 2 ทาง แต่ต้องเป็นการสื่อสารข้อมูลข่าวสารในเชิงสร้างสรรค์และมีประโยชน์เป็นการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น แสร้ความรู้ซึ่งกันและกัน ทั้งนี้ หัวหน้างานถือเป็นส่วนสำคัญในการสร้างการรับรู้ในหน่วยงาน และต้องสื่อสารหากเรื่องราวหรือข้อมูลเป็นเรื่องสำคัญ และต้องมีวิธีการสื่อให้ถูกต้องเหมาะสมกับความหลากหลายของบุคลากรในองค์กร และควรลดการสื่อสารผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ไปสแตเตอร์หรือป้ายคัดเอาท์ เพราะองค์กรมีการณรงค์เรื่องลดการใช้กระดาษ

(6) การสื่อสารภายในองค์กร ด้านความสามารถของผู้รับสาร ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เห็นว่า บุคลากรในองค์กรมีการเปิดรับสื่อต่างๆ มากขึ้น และองค์กรมีการแยกแยะสารที่จะสื่อตามเรื่องราวที่ผู้รับสารควรต้องรู้ เพราะบางเรื่องไม่ใช่ทุกคนจะต้องรับรู้ บุคลากรที่มีขีดความสามารถในการรับรู้และใช้เทคโนโลยีเป็น องค์กรมีการแนะนำรวมถึงสื่อสารในทุกช่องทางเพื่อให้บุคลากรทุกระดับชั้นสามารถรับสารได้อย่างทั่วถึง

ข้อเสนอแนะ บุคลากรทุกระดับชั้นต้องปรับ mindset และเปิดรับสื่อโซเชียลมีเดียให้มากยิ่งขึ้น และผู้บังคับบัญชาหรือหัวหน้างาน ต้องเฝ้าสังเกตพฤติกรรมกรับสารของบุคลากรในหน่วยงาน และดำเนินการหากบุคลากรในหน่วยงานปิดกั้นการรับสื่อ หรือเข้าไม่ถึงสื่อบางประเภท ควรมีการเลือกใช้การสื่อสารภายในหน่วยงานที่เหมาะสมเพื่อสร้างการรับรู้ให้ครอบคลุมและมากที่สุด และหากบุคลากรไม่มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการรับรู้ข่าวสารข้อมูลขององค์กร ควรใช้ผลการประเมินการปฏิบัติงานของบุคลากรเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจ เพราะถือเป็นความรับผิดชอบและความไม่พร้อมที่จะเปลี่ยนแปลง และเมื่อองค์กรมีการเปลี่ยนแปลงการปฏิบัติงาน และการใช้ชีวิตแบบ

new normal บุคลากรต้องปรับเปลี่ยน ดังนั้นกระบวนการสื่อสารที่ดีควรจะสร้าง new normal ในกระบวนการสื่อสารเพื่อปรับวิถีชีวิตให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง

(7) การสื่อสารภายในองค์กร ด้านความชัดเจนของสาร ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เห็นว่า ข้อความเนื้อหาของสาร ที่สื่อสารออกไปมีความชัดเจน เข้าใจง่าย ครบถ้วน และไม่กำกวมสามารถตรวจสอบได้ สารที่ออกจากองค์กรหรือผู้บริหารที่สื่อสารออกไป มีการแจ้งวันเวลาสถานที่หรือหน่วยงานเพื่อให้ติดต่อกลับกรณีมีข้อสงสัย

ข้อเสนอแนะ เนื่องจากเป็นองค์กรที่ใหญ่ บุคลากรหลากหลายสาขาวิชาชีพ องค์กรควรเฝ้าสังเกตและศึกษาพฤติกรรมของบุคลากร ซึ่งอาจจะมีปัจจัยหลายอย่างที่ทำให้สารไปไม่ถึงบุคลากรบางกลุ่ม องค์กรควรสร้างความชัดเจนของสารที่ต้องการสื่อ เพราะภาษาหรือศัพท์เทคนิคใช้ได้เฉพาะบุคลากรบางกลุ่ม ดังนั้นภาษาหรือศัพท์ที่เข้าใจยากควรมีการปรับเพื่อสร้างความเข้าใจที่ชัดเจนและตรงกัน

ผู้ศึกษาได้สรุปข้อค้นพบการรับรู้ค่านิยมองค์กรของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยและข้อเสนอแนะ ของผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากการสัมภาษณ์ ดังนี้

(1) การรับรู้ค่านิยมองค์กร ด้านการธำรงไว้ซึ่งคุณธรรมจริยธรรม (M = Morality) ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เห็นว่า องค์กรมีการส่งเสริมและผลักดันให้เกิดคุณธรรมจริยธรรมในการปฏิบัติงานและประพฤติตน เพื่อสืบสานต่อยอดเป็นวัฒนธรรมองค์กร โดยกำหนดอัตลักษณ์ โรงพยาบาล โรงเรียนแพทย์คุณธรรม “ซื่อสัตย์ รับผิดชอบ เอื้ออาทร” และจัดให้มีกิจกรรมเพื่อส่งเสริมด้านคุณธรรมจริยธรรมตามหลักธรรมาภิบาล เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานของบุคลากรด้วยความโปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้

ข้อเสนอแนะ องค์กรควรมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมในเรื่องนี้ซ้ำๆ อยู่ในชีวิตประจำวัน เป็นกิจวัตร และต้องมีช่องทางสื่อสารที่ชัดเจน อาจสื่อสารผ่านคลิปวิดีโอที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์องค์กร โรงเรียนแพทย์คุณธรรม ซื่อสัตย์ รับผิดชอบ เอื้ออาทร เป็นคลิปสั้นๆ เพื่อกระตุ้นความประพฤติของบุคลากรให้เหมาะสมถูกต้อง

(2) การรับรู้ค่านิยมองค์กร ด้านองค์กรที่เป็นเลิศ (E = Excellence) ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เห็นว่า องค์กรมี KPI เป็นตัวชี้วัดในเรื่องนี้อย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม สามารถจับต้องและวัดได้ เพราะมีตัวเลขชัดเจน ผลงานวิจัยขององค์กรสามารถเทียบได้ในระดับสากล องค์กรยังสร้างคุณค่าให้กับบุคลากรด้วยการส่งเสริมและสนับสนุนผลงานที่เป็นประโยชน์ และสร้างความก้าวหน้าให้กับองค์กร โดยองค์กรไม่เคยหยุดการพัฒนาเพื่อก้าวไปสู่องค์กรที่เป็นเลิศในทุกด้าน

ข้อเสนอแนะ องค์กรควรสละภาพความเป็นระบบราชการออก เพราะระบบระเบียบขั้นตอนที่มากเกินไปทำให้การก้าวไปข้างหน้ายังเป็นอุปสรรค และองค์กรควรแยกการบริการกับความคุ้มค่าในมุมมองเศรษฐศาสตร์ออกจากกัน เพราะหากองค์กรคิดถึงแต่ผลประโยชน์ องค์กรก็ไม่มีวันเป็นองค์กรที่เป็นเลิศได้

(3) การรับรู้ค่านิยมองค์กร ด้านความภาคภูมิใจในองค์กร (D = Dignity) ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เห็นว่า ชื่อเสียงขององค์กรที่มีมายาวนานส่งผลให้เกิดความภาคภูมิใจที่จะรักและอยู่ที่นี่ และด้วยความที่เป็นแพทย์ อาจารย์ เป็นสิ่งที่คณาจารย์ภาคภูมิใจ และองค์กรปฏิบัติต่อบุคลากรด้วยความเสมอภาคกัน มีการยกย่องและเชิดชูเกียรติบุคลากรที่ทำความดี และสร้างชื่อเสียงให้กับองค์กร อันจะช่วยสร้างความภาคภูมิใจให้เกิดขึ้นแก่บุคลากร เพื่อสร้างความผูกพันและรักในสถาบันแห่งนี้

ข้อเสนอแนะ องค์กรควรเน้นย้ำในเรื่องความเสมอภาค และความเท่าเทียมกันทางเพศของบุคลากรในองค์กร เนื่องจากองค์กรได้รับนโยบายจากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ถือว่าเป็นการสร้าง ความเท่าเทียมกันในด้านมนุษยชนให้เกียรติเพื่อนร่วมงาน ทำองค์กรให้เป็นสังคมของพี่กับน้อง จะช่วยสร้างความภูมิใจในองค์กรให้เกิดขึ้นได้ องค์กรควรดึงดูดเด่นหรือด้านอื่นๆ ของบุคลากรในองค์กรมาเชิดชู เพราะยังมีบุคลากรบางคนทำความดีด้านอื่นๆ เพื่อสังคมมากมาย เช่น ช่วยเหลือสุนัขจรจัด บางคนเป็นจิตอาสาผู้ภัย เรื่องราวเหล่านี้ องค์กรควรเลือกมาสื่อสารและเผยแพร่ออกไป จะช่วยสร้างความภาคภูมิใจในบุคคลคนนั้น ยังช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร เพราะองค์กรใส่ใจบุคลากรทุกระดับชั้น

(4) การรับรู้ค่านิยมองค์กร ด้านองค์กรแห่งนวัตกรรมการเรียนรู้และสร้างองค์ความรู้ (I = Innovation) ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เห็นว่า วัฒนธรรมองค์กรของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นองค์กรที่เน้นการสร้างงานวิจัยทางวิชาการเพื่อสร้างองค์ความรู้ องค์กรมีการสนับสนุนหน่วยงานและบุคลากรในการพัฒนาผลงานอย่างต่อเนื่อง เพราะประโยชน์ที่ได้ทั้งต่อตัวเองและองค์กร การมุ่งมั่นพัฒนานวัตกรรมคือสิ่งที่องค์กรมุ่งหวังผลักดัน และเปิดกว้างให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการนำเสนอผลงาน องค์กรมองว่าแนวความคิดเป็นของใหม่ที่ก่อให้เกิดผลงานนวัตกรรม

ข้อเสนอแนะ การสร้างผลงานนวัตกรรมนั้น องค์กรต้องกล้าที่จะก้าวพลาดบ้าง เพราะการสร้างนวัตกรรมใดๆ ต้องล้มก่อนถึงจะเกิด และสิ่งสำคัญจะต้องมี sandbox ที่เมื่อล้มและไม่เจ็บทั้งนี้องค์กรต้องไม่ขัดขวาง และพร้อมสนับสนุนโดยไม่มีอคติ และพร้อมส่งเสริมให้บุคลากรพัฒนาผลงานไปถึงในจุดที่ควรจะไปได้ เพราะไม่มีใครเก่งเหมือนใคร องค์กรต้องความเก่งของแต่ละคนออกมา

(5) การรับรู้ค่านิยมองค์กร ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (S = Social Responsibility) ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เห็นว่า องค์กรสร้างผลงานที่สร้างประโยชน์เพื่อสังคมและประเทศเป็นทุนอยู่แล้ว ในด้านการให้ความรู้เกี่ยวกับโรคมะเร็งใช้เจ็บถือเป็น การช่วยเหลือประชาชน และสังคมในวงกว้าง รวมถึงองค์กรมีการผลักดันและรณรงค์เพื่อลดปัญหาสังคมในด้านอื่นๆ เช่น ลดการใช้กระดาษ การแยกขยะ ลดการใช้พลาสติก ลดการใช้ไฟฟ้าและน้ำประปา ไปจนถึงเน้นสื่อสารผ่านสื่อโซเชียลมีเดียแทนการปรีนกระดาษ โดยการปลูกฝังด้านพฤติกรรมให้แก่บุคลากรในการสร้างความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งถือว่าเป็นส่วนหนึ่งในอัตลักษณ์ขององค์กร

ข้อเสนอแนะ องค์กรควรสื่อสารด้านนี้ให้มีการรับรู้ในสังคมให้มากยิ่งขึ้น ว่าอะไรที่องค์กรทำไปบ้าง ถึงแม้จะทำอยู่แล้วก็ตาม ควรเน้นย้ำให้สังคมรับรู้เป็นภาพจำ

(6) การรับรู้ค่านิยมองค์กร ด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (C= Continuous Improvement) ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เห็นว่า องค์กรมีการพัฒนาในทุกระดับอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการด้านการเรียนการสอน การปฏิบัติงาน รวมถึงส่งเสริมให้บุคลากรในทุกกลุ่ม ทุกระดับชั้นมุ่งพัฒนา UP SKILL และ Re-SKILL ในการเรียนรู้เทคโนโลยีสมัยใหม่ และภาษาต่างประเทศ เพราะองค์กรมุ่งมั่นสู่ความเป็นสถาบันแพทย์ระดับนานาชาติ รวมไปถึงการสนับสนุนให้บุคลากรทำงานข้ามสายงานหรือข้ามศาสตร์ เพื่อให้เกิดมุมมองใหม่

ข้อเสนอแนะ องค์กรควรมีการเพิ่มผลตอบแทนให้กับบุคลากรที่มีการพัฒนาที่เก่งขึ้น หรือบุคลากรที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อเป็นแบบอย่าง และองค์กรควรชี้ชัดเป็นรายบุคคล ส่งไปอบรม พัฒนาทักษะ เพื่อเรียนรู้ และเพื่อเปลี่ยนวิธีคิด เมื่อเปลี่ยนวิธีคิดแล้วการทำงานจะเปลี่ยนไปอัตโนมัติ

(7) การรับรู้ค่านิยมองค์กร ด้านการทำงานร่วมกันเป็นทีม (U = Unity) ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เห็นว่า องค์กรมีการส่งเสริมความเป็น ONE CHULA ในการปฏิบัติงานร่วมกันของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กับโรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ แม้ว่าวัฒนธรรมองค์กรยังแยกกันอย่างชัดเจน รวมถึงองค์กรเป็นองค์กรขนาดใหญ่ และมีบุคลากรที่หลากหลาย

ข้อเสนอแนะ องค์กรควรจัดให้กิจกรรมเพื่อเสริมสร้างความผูกพันและกิจกรรมจะต้องเป็นกิจกรรมที่มีหัวหน้าและลูกน้องในทีมมีส่วนร่วมกัน เพื่อให้ได้เรียนรู้นิสัยกัน สร้างความเห็นอกเห็นใจซึ่งกันและกัน และควรสร้างทัศนคติที่ดีในการทำงานร่วมกัน แก่บุคลากรในองค์กรเพิ่มสูงขึ้นและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของบุคลากรด้วยการเชื่อมโยงข้อมูลเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีผ่านการติดต่อข้อมูลที่เชื่อมโยงกัน ซึ่งจะช่วยการสร้างความสามัคคีให้เกิดขึ้นในองค์กร

(8) การรับรู้ค่านิยมองค์กร ด้านความพร้อมที่จะรับการเปลี่ยนแปลง (+ = Adaptability to change) ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เห็นว่า องค์กรมีการตั้งรับและเตรียมความพร้อมต่อสถานการณ์วิกฤติ และการเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ อย่างต่อเนื่อง มีการประเมินความเสี่ยงเพื่อป้องกันความเสียหาย อย่างสม่ำเสมอ อีกทั้งองค์กรยังสร้างความต่อเนื่องในการบริหารงานหากมีการเปลี่ยนผู้บริหาร ด้วยการเตรียมความพร้อมของคณาจารย์หรือเจ้าหน้าที่ที่จะก้าวขึ้นมาเป็นผู้บริหารหรือหัวหน้างาน ใ้ผ่านการอบรมทักษะความเป็นผู้นำ

ข้อเสนอแนะ ในอนาคตองค์กรควรมีการเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลง ด้าน AI ที่เข้ามาเกี่ยวข้องในกระบวนการด้านการแพทย์ เพราะ AI อาจไม่ได้มีดีอย่างเดียว องค์กรควรมีการติดตามเฝ้าสังเกตเมื่อนำ AI มาใช้ในกระบวนการทำงาน รวมถึงคำนึงถึงช่วงเปลี่ยนผ่านผู้บริหาร เนื่องจากจะมีจังหวะรอยต่อของการดำเนินงาน หากผู้บริหารชุดต่อไปสานต่อกิจกรรมหรือโครงการ ต่างๆ องค์กรก็จะก้าวหน้าต่อไปได้ ทั้งนี้ ค่านิยมองค์กรทั้ง 8 ด้านมีการใช้มานาน และองค์กรไม่ได้มีการเปลี่ยนแปลงค่านิยมดังกล่าวเป็นระยะเวลานาน ดังนั้น องค์กรควรมีการปรับเปลี่ยนค่านิยมให้สั้นลง มีความทันสมัย เป็นไปตามสถานการณ์แวดล้อม และมีการสื่อสารกับบุคลากรอย่างต่อเนื่องเพื่อ สร้างการรับรู้

บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา “การศึกษาการสื่อสารภายในองค์กรที่มีต่อการรับรู้ค่านิยมองค์กรของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย” โดยมีวัตถุประสงค์ คือ 1. เพื่อศึกษาการรับรู้ค่านิยมองค์กรของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2. เพื่อศึกษาคุณลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่มีผลต่อการรับรู้ค่านิยมองค์กร 3. เพื่อศึกษาการสื่อสารภายในองค์กรที่มีผลต่อการรับรู้ค่านิยมองค์กรของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 4. เพื่อเสนอแนะแนวทางให้องค์กรใช้เป็นข้อมูล และแนวทางในการพัฒนาการสื่อสารภายในองค์กร เพื่อสร้างความเชื่อมั่นศรัทธาให้เกิดขึ้นแก่บุคลากรในองค์กร ตามเป้าหมายที่องค์กรตั้งไว้เพื่อนำไปสู่การเป็นองค์กรที่เป็นเลิศในทุกด้าน การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed Method) คือ การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และ การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ บุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวนทั้งสิ้น 330 คน แบ่งเป็นกลุ่มคณาจารย์ 165 คน และเจ้าหน้าที่ 165 คน โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ใช้สถิติความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation: S.D.) ใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ได้แก่ สถิติ t-test, (One-Way ANOVA) และ สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) และใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (Dept interview) เป็นเครื่องมือในการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยกลุ่มผู้ให้ข้อมูลเชิงคุณภาพ แบ่งออกเป็นกลุ่ม 2 กลุ่ม ประกอบด้วยกลุ่มผู้บริหาร และคณาจารย์ และกลุ่มหัวหน้างานและเจ้าหน้าที่กลุ่มละ 4 คน รวมทั้งสิ้น 8 คน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนมีนาคม – เดือนพฤษภาคม

5.1 สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม การสื่อสารภายในองค์กรที่มีต่อการรับรู้ค่านิยมองค์กร ของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สามารถสรุปผลได้ดังนี้

5.1.1 สรุปผลการศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณ

ตารางที่ 31 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง (n = 330)

ที่	ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง	ผลลัพธ์ที่พบมากที่สุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	เพศ	เพศหญิง	207	62.7
2	อายุ	41 – 50 ปี	124	37.6
3	สถานภาพ	สถานภาพโสด	166	50.3
4	การศึกษา	ปริญญาเอก	145	43.9
5	ตำแหน่งงาน	คณาจารย์ / เจ้าหน้าที่	165/165	100
6	การเปิดรับสื่อ	ผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย	165	50

การสื่อสารภายในองค์กรของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($X = 4.15$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมากที่สุดและมาก โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย ($X = 4.50$) รองลงมาคือ ด้านความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม มีค่าเฉลี่ย ($X = 4.25$) ด้านความสามารถของผู้รับสาร มีค่าเฉลี่ย ($X = 4.20$) ด้านเนื้อหาสาระ มีค่าเฉลี่ย ($X = 4.16$) ด้านความชัดเจนของข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย ($X = 4.06$) ด้านช่องทางการติดต่อสื่อสาร มีค่าเฉลี่ย ($X = 3.97$) และด้านความสม่ำเสมอต่อเนื่องกัน มีค่าเฉลี่ย ($X = 3.95$)

การรับรู้ค่านิยมองค์กรของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($X = 4.13$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมากที่สุดและมาก โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านความภาคภูมิใจในองค์กร ($D = Dignity$) มีค่าเฉลี่ย ($X = 4.25$) รองลงมาคือ ด้านองค์กรที่เป็นเลิศ ($E = Excellence$) มีค่าเฉลี่ย ($X = 4.24$) ด้านองค์กรแห่งนวัตกรรมการเรียนรู้และสร้างองค์ความรู้ ($I = Innovation$) มีค่าเฉลี่ย ($X = 4.20$) ด้านความพร้อมที่จะรับการเปลี่ยนแปลง ($+ = Adaptability to change$) มีค่าเฉลี่ย ($X = 4.18$) ด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ($C = Continuous Improvement$) มีค่าเฉลี่ย ($X = 4.13$) ด้านการธำรงไว้ซึ่งคุณธรรมจริยธรรม ($M = Morality$) มีค่าเฉลี่ย ($X = 4.04$) เท่ากับด้าน ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ($S = Social Responsibility$) และสุดท้ายด้านการทำงาน ร่วมกันเป็นทีม ($U = Unity$) มีค่าเฉลี่ย ($X = 3.94$)

5.1.2 สรุปผลข้อมูลเชิงคุณภาพ

1) การสื่อสารภายในองค์กร ของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พบว่า ในภาพรวมการสื่อสารภายในองค์กร องค์กรมีการสื่อสารที่มีความน่าเชื่อถือ เพราะสารที่สื่อออกไปออกมาจากผู้บริหาร ซึ่งสถานะผู้บริหารหรือผู้ส่งสารถือว่ามีสำคัญอย่างยิ่งในการการ

สร้างความน่าเชื่อถือและการยอมรับ และเนื้อหาของสารที่ถูกสื่อออกไป มีความชัดเจน เข้าใจง่าย ครอบคลุม และไม่กำกวมสามารถตรวจสอบได้ โดยองค์กรมีการแยกแยะเนื้อหาข้อมูลข่าวสารที่สื่อออกไปยังกลุ่มบุคลากรภายในองค์กรที่มีความหลากหลาย ผ่านกระบวนการในการสื่อสารที่เหมาะสมว่าจะสื่อสารกับใคร สื่อสารอย่างไร และใช้ช่องทางการสื่อสารรูปแบบใด เพื่อสร้างความเข้าใจที่ตรงกัน รวมถึงองค์กรมีการแจ้งข่าวสารข้อมูลเพื่อสร้างการรับรู้ข้อมูลข่าวสารกิจกรรมขององค์กรอย่างต่อเนื่อง โดยใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายรูปแบบครบทุกมิติ โดยเฉพาะการสื่อสารผ่านโซเชียลมีเดีย ซึ่งองค์กรถือว่ามีความเหมาะสม เพราะมีความรวดเร็ว สามารถเข้าถึงกลุ่มบุคลากรทุกระดับชั้นได้อย่างทั่วถึง อันเนื่องมาจาก บุคลากรในองค์กรมีการเปิดรับสารผ่านสื่อต่างๆ มากขึ้น และใช้เทคโนโลยีเป็น สื่อเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในด้านการรับรู้

2) การรับรู้ค่านิยมองค์กร ของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในภาพรวมพบว่า องค์กรและผู้บริหารมีการส่งเสริมและผลักดัน ค่านิยมองค์กร MED IS CU+ ทั้ง 8 ด้าน ให้เกิดการรับรู้มากที่สุด โดยสื่อสารผ่านช่องทางการสื่อสารในทุกมิติ ผ่านข่าวสาร โครงการ และกิจกรรมที่องค์กรจัดขึ้น เพื่อปลูกฝังให้เป็นกิจวัตรในการปฏิบัติงาน และประพฤติตนให้มีคุณธรรมจริยธรรม โดยยึดอัตลักษณ์ โรงเรียนแพทย์คุณธรรม ซื่อสัตย์ รับผิดชอบ เอื้ออาทร และสื่อสารกับบุคลากรอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดเป็นวัฒนธรรมองค์กร ในการสร้างผลงานมีคุณค่ามีประโยชน์ต่อประชาชนและสังคม ที่จะนำไปสู่การเป็นองค์กรที่เป็นเลิศในทุกด้าน ทั้งนี้ องค์กรมี KPI เป็นตัวชี้วัดในเรื่องนี้อย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม สามารถวัดได้ รวมถึงผลงานวิจัยขององค์กรสามารถเทียบได้ในระดับสากล ทั้งนี้ องค์กรมีการส่งเสริมและสนับสนุนบุคลากรที่สร้างผลงานอันมีประโยชน์ และเอื้อต่อความก้าวหน้าให้กับองค์กร ถึงแม้ว่าองค์กรเป็นสถาบันที่เน้นการสร้างผลงานจากงานวิจัยทางวิชาการในการสร้างองค์ความรู้ แต่องค์กรยังมีการสนับสนุนหน่วยงาน และบุคลากร ในการพัฒนาผลงานที่ประโยชน์ต่อทั้งตัวเองและองค์กร ด้วยการยกย่องเชิดชูเกียรติบุคลากรที่ทำ ความดี และสร้างชื่อเสียงให้กับองค์กร อันจะช่วยสร้างความภาคภูมิใจให้เกิดขึ้นแก่บุคลากร และสร้างผลงานที่ดี เป็นสถาบันแพทย์ต้นแบบที่มีความเป็นเลิศในทุกด้าน

นอกจากนี้ องค์กรมีการผลักดันและระดมทรัพยากรเพื่อลดปัญหาสังคมในด้านต่างๆ และปลูกฝังให้บุคลากรมีความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งถือว่าเป็นส่วนหนึ่งในอัตลักษณ์ขององค์กร ในการด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และสร้างความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติงาน รวมทั้งมีจิตใจเอื้ออาทรต่อกันในการทำงานเป็นทีม เพื่อส่งเสริมความเป็น ONE CHULA ของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กับโรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ ถึงแม้ว่าวัฒนธรรมองค์กรยังแยกกันอย่างชัดเจน เพราะบุคลากรที่

หลากหลายสาขาวิชาชีพทำให้เกิดความคิดต่างภายในหน่วยงาน และนอกหน่วยงาน ทั้งนี้องค์กรมีการเตรียมความพร้อมในการตั้งรับ และมีการประเมินความเสี่ยงเพื่อป้องกันความเสียหายอย่างสม่ำเสมอ มีการวางแผนในการดำเนินงานเมื่อมีเกิดสถานการณ์วิกฤติ รวมไปถึงองค์กรมีการเตรียมความพร้อมของคณาจารย์หรือเจ้าหน้าที่ โดยส่งเข้าอบรมทักษะการเป็นผู้นำที่จะก้าวขึ้นมาเป็นผู้นำองค์กรต่อไป

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการวิจัยเกี่ยวกับ การศึกษาการสื่อสารภายในองค์กรที่มีต่อการรับรู้ค่านิยมองค์กรของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สามารถอภิปรายผลการศึกษาได้ดังนี้

1. ระดับการรับรู้ค่านิยมองค์กร ของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อยู่ในระดับมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ และเมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า การรับรู้ค่านิยมองค์กรของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ด้านความภาคภูมิใจในองค์กร (D = Dignity) และด้านองค์กรที่เป็นเลิศ (E = Excellence) อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านองค์กรแห่งนวัตกรรมการเรียนรู้และสร้างองค์ความรู้ (I = Innovation) ด้านความพร้อมที่จะรับการเปลี่ยนแปลง (+ = Adaptability to change) ด้านการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (C = Continuous Improvement) ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (S = Social Responsibility) ด้านการธำรงไว้ซึ่งคุณธรรมจริยธรรม (M = Morality) และด้านการทำงานร่วมกันเป็นทีม (U = Unity) อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ ทั้งนี้เนื่องจาก ผู้บริหารองค์กร เห็นว่า ค่านิยมองค์กรมีความสำคัญมาก เพราะเป็นตัวกำหนดทิศทางขององค์กร และผลการปฏิบัติงานขององค์กร หน่วยงาน และบุคลากร โดยองค์กรมีการสื่อสารค่านิยมองค์กรสอดแทรกผ่านข้อมูลข่าวสาร โครงการและกิจกรรมต่างๆที่องค์กรจัดขึ้น รวมถึงองค์กรมีการสนับสนุนและพัฒนาการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อให้บุคลากรทุกกลุ่มทุกระดับชั้นได้มีการรับรู้ข้อมูล แผนนโยบาย แผนปฏิบัติการ และข่าวสารขององค์กรต่างๆ อย่างทั่วถึง เช่น การสื่อสารผลการดำเนินงานที่องค์กรประสบความสำเร็จเป็นไปตามเป้าประสงค์ขององค์กร ผลงานนวัตกรรมที่สร้างคุณค่าต่อสังคม และประเทศชาติ อันเป็นจุดมุ่งหมายขององค์กร ต้องการมุ่งสู่การเป็นสถาบันแพทย์ต้นแบบ และเป็นองค์กรที่เป็นเลิศด้านการสร้างงานวิจัยและองค์ความรู้ นอกจากนี้องค์กรยังมีการยกย่องเชิดชูหน่วยงานหรือบุคลากรที่สร้างผลงานและชื่อเสียงให้แก่องค์กร อันจะนำมาซึ่งเกียรติและความภาคภูมิใจทั้งต่อ

ตนเองและองค์กรด้วยเช่นกัน ทั้งนี้การรับรู้ค่านิยมองค์กร ในด้านความภาคภูมิใจในองค์กร (D = Dignity) พบว่า บุคลากรมีการรับรู้มากที่สุด เนื่องด้วยชื่อเสียงขององค์กรที่มีมายาวนาน สร้างผลงานที่มีคุณค่าและคุณประโยชน์ต่อสังคมในวงกว้าง โดยไม่มีการแสวงหาผลกำไร ส่งผลให้บุคลากรเกิดความภาคภูมิใจที่จะรักและคงอยู่ในสถาบันแห่งนี้ เพราะองค์กรมีการปฏิบัติต่อบุคลากรในทุกระดับชั้นด้วยความเสมอภาคและเท่าเทียมกัน ซึ่งองค์กรได้มีการสื่อสารในด้านนี้สม่ำเสมอจึงส่งผลให้บุคลากรเกิดความภาคภูมิใจในองค์กรมากที่สุด

ทั้งนี้ ในด้านการทำงานร่วมกันเป็นทีม (U = Unity) พบว่า บุคลากรมีการรับรู้ที่น้อยที่สุด ทั้งนี้ ด้วยบุคลากรในองค์กรมีความหลากหลาย และมีความเป็นวิชาชีพสูงในด้านสายการปฏิบัติงาน ถึงแม้ว่าบุคลากรจะรับรู้ได้ว่าองค์กรส่งเสริมให้บุคลากรมีน้ำหนึ่งใจเดียวกันทั้งภายในหน่วยงานและภายนอกหน่วยงาน เพื่อสร้างความสำเร็จขององค์กรร่วมกัน รวมไปถึงองค์กรได้มีการทำงานร่วมกันของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กับโรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ แต่ด้วยวัฒนธรรมองค์กรและหน่วยงานที่ยังแยกกันอย่างชัดเจน ทำให้เกิดช่องว่างทางความคิดและการปฏิบัติงาน ทั้งจากตัวบุคลากรภายในหน่วยงานและนอกหน่วยงาน และระเบียบขั้นตอนของแต่ละหน่วยงาน ดังนั้น องค์กรควรส่งเสริมและสื่อสารค่านิยมองค์กรในด้านนี้ให้มากยิ่งขึ้น สื่อให้บุคลากรเห็นความสำคัญและข้อดีของการทำงานร่วมกันเป็นทีมให้มากกว่าที่เป็นอยู่ เมื่อบุคลากรมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร และทราบถึงวัตถุประสงค์ขององค์กรเป็นอย่างไร มีความเข้าใจถึงทิศทางที่องค์กรจะก้าวเดินไป ดังนั้น ผลการปฏิบัติงานของบุคลากรจะเป็นตัวตอบโจทยความสำเร็จขององค์กรได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ผู้บริหารมองว่า ค่านิยมองค์กรเป็นสิ่งที่ต้องปลูกฝังให้เป็นบรรทัดฐานขององค์กรเพื่อใช้เป็นหลักยึดในการประพฤติและปฏิบัติตนของบุคลากรในองค์กร ถ้าองค์กรไม่มีค่านิยมไว้เป็นหลักยึดในการดำเนินงาน องค์กรก็อาจจะก้าวเดินไปแบบไร้จุดหมาย และไม่เป็นที่ทิศทางที่กำหนดไว้ องค์กรจะต้องเน้นย้ำในเรื่องนี้เป็นหลัก และต้องสร้างการรับรู้ให้แก่บุคลากรทุกระดับทั่วทั้งองค์กร เพราะเมื่อเรามองค่านิยมองค์กรเป็นเรื่องเดียวกัน บุคลากรที่อยู่ในองค์กรก็จะเป็นแบบเดียวกัน ซึ่งเมื่อองค์กรมีการสื่อสารมากยิ่งขึ้น จึงส่งผลให้บุคลากรในองค์กรมีการรับรู้ค่านิยมองค์กรอยู่ในระดับมากขึ้นและมีความเข้าใจไปในแนวทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การศึกษาระดับการรับรู้และความเข้าใจของบุคลากรในสำนักงานอธิการบดีต่อค่านิยมมหาวิทยาลัยมหิดล เพื่อวางแผนการพัฒนาและปลูกฝังค่านิยมให้คงอยู่อย่างยั่งยืน ของ (เกศินี ชาวนา et al., 2556)

โดยผลการศึกษา พบว่าบุคลากรในสำนักงานอธิการบดี มีระดับการรับรู้ค่านิยมมหาวิทยาลัยมติดลอยู่ในระดับปานกลาง

2. บุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกันจะมีการรับรู้ค่านิยมองค์กรที่ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานจากการศึกษา คุณลักษณะส่วนบุคคล ของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ในด้านเพศ ของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พบว่า เพศแตกต่างกัน มีการรับรู้ค่านิยมองค์กรแตกต่างกัน โดยเพศชายและเพศหญิงมีการรับรู้ค่านิยมองค์กรแตกต่างจากเพศทางเลือก และเพศหญิง มีการรับรู้ค่านิยมองค์กรมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.21 เพศชาย มีการรับรู้ค่านิยมองค์กรรองลงมา มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.10 และเพศทางเลือก มีการรับรู้ค่านิยมองค์กรน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.43 ทั้งนี้ การที่เพศทางเลือกมีการรับรู้ต่ำกว่า เนื่องจากรูปแบบของสารหรือเนื้อหาของสารที่สื่อสารและเผยแพร่ออกไปนั้นเป็นการสื่อสารในภาพรวม องค์กรไม่ได้มีการเน้นย้ำหรือเฉพาะเจาะจงไปในด้านเพศใดเพศหนึ่ง เพราะมองว่าทุกเพศถือเป็นบุคลากรภายใต้องค์กรเดียวกัน แต่การที่เพศทางเลือกมีการรับรู้ค่านิยมองค์กรความแตกต่างจากเพศหญิงและเพศชาย อาจแสดงให้เห็นว่าองค์กรมีการเลือกปฏิบัติ จึงอาจเป็นสาเหตุให้การรับรู้ค่านิยมองค์กรของเพศทางเลือกน้อยกว่าเพศชายและเพศหญิง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ (ปรมะ สตะเวทิน, 2546) ที่กล่าวว่า เพศชายกับเพศหญิง หรือเพศที่สามจะมีความต่างกันในด้านความคิด ค่านิยม และทัศนคติ รวมถึงการกระทำที่แสดงออก รวมไปถึงการตัดสินใจหรือการยอมรับต่อสิ่งต่างๆ

ด้านอายุ ของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พบว่า อายุแตกต่างกันมีการรับรู้ค่านิยมองค์กรไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้ เกิดจากบุคลากรทุกระดับชั้นที่มีอายุแตกต่างกันมีความตระหนักในการรับรู้ค่านิยมองค์กรเหมือนกัน

ด้านสถานภาพ ของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พบว่า สถานภาพแตกต่างกันมีการรับรู้ค่านิยมแตกต่างกัน โดยบุคลากรที่มีสถานภาพโสด และสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน มีการรับรู้ค่านิยมองค์กรแตกต่างกับคนที่มีสถานภาพหย่าร้าง/แยกกันอยู่ ทั้งนี้ จากการศึกษาเพิ่มเติม พบว่า สถานภาพสมรสหรืออยู่ด้วยกัน มีการรับรู้ค่านิยมองค์กรมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.33 รองลงมาคือ สถานภาพโสด มีค่าเฉลี่ย 4.17 และสถานภาพหย่าร้างหรือแยกกันอยู่ มีการรับรู้ค่านิยมองค์กรน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.20 อันเนื่องมาจาก บุคลากรที่มีสถานภาพสมรสหรืออยู่ด้วยกัน มีความเข้าใจในเป้าหมายของการใช้ชีวิตคู่ร่วมกัน ซึ่งการมองชีวิตไปในทิศทางเดียวกันย่อมเอื้อต่อการสร้างเข้าใจในเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ขององค์กร ซึ่งบุคลากรในองค์กร

ต้องรับรู้และเข้าใจเช่นเดียวกัน ซึ่งอาจจะต่างจากบุคลากรสถานภาพโสด และหย่าร้างหรือแยกกันอยู่ เนื่องจากทัศนคติและเป้าหมายในชีวิตอาจมองผลสำเร็จอยู่ที่ตัวเอง จึงอาจมีการมุ่งเป้าไปที่ผลการปฏิบัติงานของตนเองเป็นหลัก ทำงานตามหน้าที่และความรับผิดชอบของตนเองมากกว่าที่จะมุ่งเป้าไปที่การสร้างความสำเร็จร่วมกัน ระหว่างความสำเร็จของตนเองและขององค์กร

ด้านระดับการศึกษา ของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันการรับรู้ค่านิยมองค์กรไม่แตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่าค่านิยมองค์กรที่สื่อสารออกมานั้นสามารถสร้างการรับรู้และสร้างความเข้าใจได้ง่าย และเมื่อมีการสื่อสารที่มีเนื้อหาที่ง่ายต่อการเข้าใจจึงส่งผลให้ระดับการศึกษาของบุคลากรที่ต่างกัน ไม่เป็นอุปสรรคในการรับรู้ค่านิยมองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (สิทธิชัย วงศ์นิล, 2559) ศึกษาเรื่องการใช้สื่อแบบบูรณาการเพื่อการสื่อสารภายในองค์กรของพนักงานการทางพิเศษแห่งประเทศไทย พบว่า การเปิดรับการใช้สื่อในภาพรวมมีการเปิดรับอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีเปิดรับสื่อผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นอันดับหนึ่ง และในด้านลักษณะประชากรด้าน เพศ อายุ การศึกษา หน่วยงานสังกัด ช่วงเวลาการปฏิบัติงาน ระยะเวลาการทำงานที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับการใช้สื่อภายในองค์กรที่แตกต่างกัน

ด้านตำแหน่งงาน ของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พบว่า กลุ่มคณาจารย์ มีการรับรู้ค่านิยมองค์กรมากกว่ากลุ่มเจ้าหน้าที่ โดยกลุ่มคณาจารย์มีการรับรู้ค่านิยมองค์กร โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 4.22 มากกว่า กลุ่มเจ้าหน้าที่ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.04 ทั้งนี้ เนื่องจากคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นสถาบันการศึกษามีหน้าที่ผลิตบัณฑิตแพทย์ เป็นองค์กรที่เน้นผลงานทางวิชาการเป็นหลัก กลุ่มคณาจารย์ จึงมีหน้าที่ตบโจทย์ขององค์กรมากกว่า เนื่องด้วยภารกิจและหน้าที่ความรับผิดชอบในการที่จะต้องพัฒนา และขับเคลื่อนองค์กรไปสู่องค์กรที่เป็นเลิศด้านการสร้างผลงานวิจัย สร้างองค์ความรู้ งานวิชาการ รวมถึงสร้างบัณฑิตแพทย์ที่ดี และมีคุณธรรม เพื่อช่วยเหลือประชาชน สังคมและประเทศชาติ ซึ่งสอดคล้องกับภารกิจหลักของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ว่า ให้มหาวิทยาลัยเป็นสถานศึกษาทางวิชาการและวิชาชีพชั้นสูง ซึ่งพระบาทสมเด็จพระปรเมนทรมหาอานันทมหิดล พระอัฐมรามาธิบดินทร พระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงประดิษฐ์ขึ้น เพื่อเป็นอนุสาวรีย์สมพระเกียรติแห่งพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาจุฬาลงกรณ์ พระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวมีวัตถุประสงค์ที่จะบุกเบิก แสวงหาและเป็นคลังความรู้ ให้การศึกษา ส่งเสริม ประยุกต์ และพัฒนาวิชาการและวิชาชีพชั้นสูง สร้างบัณฑิต วิจัย เป็นแหล่งรวมสติปัญญา และบริการทางวิชาการแก่สังคม รวมทั้งสืบสานทะนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

ทั้งนี้ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมุ่งหวังให้บัณฑิตของมหาวิทยาลัยมีคุณธรรมกำกับความรู้ เพียบพร้อมด้วยสติปัญญาและจริยธรรม ใฝ่รู้ กอปรด้วยวิจรรณญาณ จิตใจเสียสละ และความสำนึก รับผิดชอบต่อส่วนรวม (ที่มา(ราชกิจจานุเบกษา, 2551)) โดยคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย ได้ดำเนินการภายใต้จุดมุ่งหมายและหลักการสากลของการจัดการศึกษาที่มุ่งเน้นด้าน การพัฒนาคุณภาพ และมาตรฐานของการศึกษา เพื่อใช้เป็นกลไกในการดำรงไว้ซึ่งคุณภาพและ มาตรฐานของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยในฐานะมหาวิทยาลัยชั้นนำของประเทศ ซึ่งจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัยได้มีการพัฒนาระบบการประกันคุณภาพและฐานข้อมูลเพื่อก้าวสู่ความเป็นเลิศตาม นโยบายทางวิชาการโดยได้กำหนดกรอบการประกันคุณภาพครอบคลุมภารกิจหลักของมหาวิทยาลัย 4 ภารกิจ ได้แก่ ภารกิจด้านการเรียนการสอน ด้านการวิจัย ด้านการบริการวิชาการ และด้านการ ทะนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ด้วยภารกิจหน้าที่ ดังที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่า คณาจารย์ ที่ประกอบด้วย ผู้บริหาร อาจารย์ และนักวิจัยของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นเครื่องจักรสำคัญ ในการขับเคลื่อนภารกิจขององค์กรให้ประสบความสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย ภายใต้การบริหารจัดการ ของคณะแพทยศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ได้ดำเนินการตามระบบและกลไกการประกัน คุณภาพการศึกษาตามนโยบายของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 เป็นต้นมา โดยมุ่งเน้นระบบการประกันคุณภาพการศึกษา และการจัดการฐานข้อมูลเพื่อพัฒนาคุณภาพ และมาตรฐานการศึกษาตามการพัฒนาตัวบ่งชี้การประกันคุณภาพการศึกษาภายในตามที่ คณะกรรมการอุดมศึกษาภายในสถานศึกษาได้กำหนดขึ้น ภายใต้หลักการและมีความครอบคลุมทุก องค์กรประกันคุณภาพตามกฎกระทรวง

ในด้านของการเปิดรับสื่อ ของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับสื่อประเภทอื่นๆ มากกว่าสื่อกิจกรรมต่างๆ โดยเปิดรับสื่อโซเชียล มีเดียมากที่สุด จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 50 เมื่อศึกษาเพิ่มเติม พบว่า แม้ว่าบุคลากรส่วนใหญ่ จะเลือกใช้โซเชียลมีเดียมากที่สุด แต่บุคลากรมีการรับรู้ค่านิยมองค์กรผ่านการเปิดรับสื่อ อิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.48 รองลงมาคือ สื่อโซเชียลมีเดีย มีค่าเฉลี่ย 4.18 สื่อสิ่งพิมพ์ มีค่าเฉลี่ยที่ 4.13 สื่อบุคคล มีค่าเฉลี่ยที่ 4.12 และสื่อกิจกรรมน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.40 ทั้งนี้ เนื่องจากการที่องค์กรมีการติดตั้งสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น จอ LED จอคืออส หรือจอโทรทัศน์ ภายในลิฟท์ และตามอาคารต่างๆ นั้น ส่งผลให้บุคลากรรับสารนั้นได้ซ้ำๆ บ่อยๆ เพราะสามารถ มองเห็นได้ง่าย จึงส่งผลให้เกิดรับรู้เพิ่มมากขึ้น เพราะไม่ว่าบุคลากรจะไปที่อาคารไหน ก็สามารถเห็น สื่อนั้นได้บ่อยครั้ง จึงรับรู้ได้ง่ายขึ้นและทั่วถึงกว่าสื่ออื่นๆ ถึงแม้ว่าบุคลากรจะมีการใช้โซเชียลมีเดีย

มากที่สุดเพราะสามารถสื่อสารได้ทั่วถึงและรวดเร็ว แต่ก็ไม่ได้การันตีว่าบุคลากรจะรับรู้ค่านิยมองค์กรผ่านสื่อโซเชียลมีเดียมากที่สุด เพราะถ้าหากบุคลากรไม่จับโทรศัพท์ขึ้นมาเปิดเพื่อรับสารที่องค์กรสื่อสารออกไปก็ส่งผลให้การสื่อสารนั้นขาดประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (วีระชัย วุฒิพงศ์ชัยกิจ, 2558) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้นโยบายองค์การ กรณีศึกษาบริษัท เอสซีจี แพคเกจจิ้ง จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับการรับรู้นโยบายรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วยด้านอายุงาน และด้านระดับขั้นอาชีพส่งผลต่อการรับรู้นโยบายแตกต่างกัน แต่ด้านเพศ และด้านระดับการศึกษา ส่งผลต่อการรับรู้นโยบายไม่แตกต่างกัน ปัจจัยการสื่อสาร และจำนวนครั้งในการรับสารส่งผลต่อการรับรู้นโยบายที่แตกต่างกัน แต่การสื่อสารทั้ง 4 แบบ ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อบุคคล สื่ออิเล็กทรอนิกส์ การจัดกิจกรรม ให้ผลการรับรู้นโยบายไม่แตกต่างกัน

3. การสื่อสารภายในองค์กรมีผลต่อการรับรู้ค่านิยมองค์กรของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐาน โดยอยู่ในระดับสูงมาก และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน หมายความว่า เมื่อมีการสื่อสารภายในองค์กรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้การรับรู้ค่านิยมองค์กรของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเพิ่มสูงขึ้นด้วย เนื่องมาจากเมื่อบุคลากรมีการรับรู้ได้รับการสื่อสารในจำนวนมากครั้ง แสดงให้เห็นว่ามีการรับรู้ค่านิยมองค์กรที่มากขึ้น และลดลงเมื่อได้รับการสื่อสารจำนวนน้อยครั้งลง ถึงแม้บุคลากรในองค์กรจะมีความแตกต่างในเรื่องของการเปิดรับสารจากสื่อต่างๆ แตกต่างกัน แต่ส่งผลต่อการรับรู้ค่านิยมองค์กรไม่ต่างกัน ซึ่งเกิดจากการเลือกรับรู้ของบุคลากร ซึ่งแสดงให้เห็นว่าหลักการสื่อสารภายในองค์กรทั้ง 7 ด้าน ตามแนวคิดของ (Cutlip S.M. & Center A.H., 1978) ส่งผลให้บุคลากรเกิดการรับรู้ได้ว่า เมื่อองค์กรต้องการสื่อสารค่านิยมองค์กรในด้านต่างๆ ผ่านข้อมูล ข่าวสาร นโยบายและโครงการต่างๆ ไปยังบุคลากรเพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันถึงเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ขององค์กร โดยใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย ผ่านกระบวนการการสื่อสารที่ดีและเหมาะสม จึงสร้างนำความสนใจให้กับบุคลากร ส่งผลทำให้บุคลากรมีการเปิดรับสารที่องค์กรสื่อสารออกไปทำให้มีการรับรู้ค่านิยมองค์กรอยู่ในระดับมาก

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารภายในองค์กรกับการรับรู้ค่านิยมองค์กรของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยใช้การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน พบว่า การสื่อสารภายในองค์กรทุกด้านมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ค่านิยมองค์กรของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson (r) พบว่า การสื่อสารภายในองค์กร

ด้านความเหมาะสมกับสถานการณ์และสภาพแวดล้อม มีผลต่อการรับรู้ค่านิยมองค์กรมากที่สุด เนื่องจากบุคลากรรับรู้ได้ว่าองค์กรมีการสื่อสารที่เหมาะสม มีการกลั่นกรองข้อมูลข่าวสาร โดยคำนึงถึงเรื่องราว ระยะเวลา สถานการณ์ก่อนที่จะสื่อสารออกไป และในด้านความสม่ำเสมอ ต่อเนื่องกัน ถึงแม้จะมีการรับรู้มากแต่น้อยกว่าด้านอื่นๆ ทั้งนี้ เนื่องจากองค์กรและหน่วยงานมีการสื่อสารที่บ่อยครั้ง แต่ถ้าบุคลากรไม่เปิดรับสารที่ส่งไปนั้น จึงส่งผลให้ขาดการรับรู้ได้ ดังนั้น องค์กรควรมีการเฝ้าสังเกตและศึกษาพฤติกรรมของบุคลากร และทำแบบประเมินผลการสื่อสารภายในองค์กร เพื่อให้ได้ข้อมูลว่าช่องทางการสื่อสารหรือสารในรูปแบบใดที่บุคลากรสามารถรับรู้ได้มากกว่า องค์กรจะได้นำมาปรับเปลี่ยนรูปแบบ และช่องทางการสื่อสารหรือเพิ่มจำนวนครั้งของการสื่อสารให้เหมาะสมกับบุคลากรขององค์กรมากที่สุด

และเมื่อศึกษาถึงการรับรู้ค่านิยมองค์กร จำแนกตามรายด้าน กับการสื่อสารภายในองค์กร โดยรวม พบว่า ค่านิยมองค์กร ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม สัมพันธ์กับการสื่อสารภายในองค์กรมากที่สุด หมายความว่า บุคลากรรับรู้ได้ว่าองค์กรมีภารกิจหลักในการสร้างผลงานวิจัย วิชาการ นวัตกรรมทางการแพทย์ และสร้างองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวม และมีการสื่อสารข้อมูลข่าวสารที่มีประโยชน์ต่อบุคลากรในองค์กร และต่อประชาชน สังคมในวงกว้าง ตัวอย่างเช่น ในช่วงสถานการณ์วิกฤตจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ในระลอกที่ 1 องค์กรมีการสื่อสารข้อมูลข่าวสารความสำคัญของการแพร่ระบาดของเชื้อโรคไวรัสโคโรนา 2019 โดยสารที่จะสื่อออกไปองค์กรได้มีการคัดกรองเนื้อหาข้อมูลที่ต้องชัดเจน และเป็นประโยชน์ก่อนที่จะสื่อสารออกไปในช่วงเวลาดังกล่าว โดยคำนึงถึงช่วงระยะเวลาที่เหมาะสม และทันต่อสถานการณ์ ในการสื่อสารไปยังบุคลากรภายในองค์กร และมีการสื่อสารภายนอกเพื่อสร้างการตระหนักรู้ให้แก่ประชาชน และสังคม เพื่อให้บุคลากรภายในองค์กรและประชาชนทั่วไป ได้มีการเตรียมความพร้อมและตั้งรับการสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงที่มีผลต่อการใช้ชีวิตประจำวัน และผลการปฏิบัติงาน จึงเห็นได้ถึงความเชื่อมโยงและความสัมพันธ์ที่สอดคล้องกันระหว่างการสื่อสารภายในองค์กรกับการรับรู้ค่านิยมองค์กร ที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (วรวงษ์ เอี่ยมสำอาง, 2557) การศึกษารูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในและภายนอกองค์กร ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการทำงานนั้น ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 32 สรุปการเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพของแต่ละตัวแปร

ปัจจัย	ด้าน	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ	สรุปความสอดคล้อง
การสื่อสารภายในองค์กร	ด้านความน่าเชื่อถือ	มีผลต่อข่าวสารหรือคำสั่ง ประกาศ ที่มีความเป็นทางการ และมีความน่าเชื่อถือ เพราะมีการลงนาม เป็นลายลักษณ์อักษรของผู้บริหาร	มีส่วนสร้างความน่าเชื่อถือเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากสถานะของส่งสารมีความสำคัญ เพราะสารที่ส่งออกไป มีที่มาที่ไป และสามารถตรวจสอบได้	สอดคล้อง
	ด้านความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม	มีผลต่อการรับรู้ เนื่องจากองค์กรคำนึงถึงความเหมาะสมของสถานการณ์และพิจารณาอย่างระมัดระวัง ถึงวิธีการสื่อสาร มีการใช้เครื่องมือ และอุปกรณ์เทคโนโลยีที่มีความทันสมัย	ส่งผลให้องค์กรมีการสื่อสารที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงระยะเวลาในการส่งข้อมูลข่าวสารที่ส่งออกไปยังผู้รับสารว่าจะสื่อสารกับใคร และใช้วิธีการสื่อสารอย่างไร เพื่อสร้างความเข้าใจ	สอดคล้อง
	ด้านเนื้อหาสาระ	มีผลต่อการสร้างความเข้าใจในเนื้อหาของสาร บุคลากรในองค์กรมีความเข้าใจในสารได้ง่ายขึ้น เพราะมีการตรวจสอบและคัดกรองข้อมูล	ส่งผลให้บุคลากรในองค์กรรับรู้ในเนื้อหาของสารที่จะส่งออกไปอย่างถูกต้อง เพราะมีการกลั่นกรองและตรวจสอบเนื้อหา เพื่อให้ผล ดีที่สุดและตรงกลุ่มเป้าหมาย	สอดคล้อง

	ด้าน ความ สม่ำเสมอต่อเนื่อง	มีผลต่อการเปิดรับ สารของบุคลากร ทำให้ทราบความ เคลื่อนไหวของ องค์กร ผ่านการ สื่อสาร ข่าวสาร ข้อมูลกิจกรรมและ ความต่อเนื่องของ การสื่อสาร	การสื่อสารภายใน องค์กรที่มีความ สม่ำเสมอ ส่งผลต่อการ รับรู้ข่าวสารกิจกรรม ขององค์กรอย่างต่อเนื่อง ทำให้หน่วยงานและ บุคลากรมีการสื่อสาร ระหว่งกัน ของ ผู้บังคับบัญชากับลูกน้อง ในหน่วยงาน	สอดคล้อง
	ด้านช่องทางการ ติดต่อสื่อสาร	มีผลทำให้บุคลากรมี การรับรู้ข่าวสาร ข้อมูล ได้หลากหลาย ช่องทางและบุคลากร สามารถแสดง ความคิดเห็น และ เสนอแนะแนว ทางผ่านช่องทางการ สื่อสารได้เหมาะสม	ส่งผลให้บุคลากรรับสื่อ ครบทุกมิติ โดยเฉพาะ การสื่อผ่านโซเชียลมีเดีย ถือว่าเป็นประโยชน์มาก และเข้าถึงกลุ่มบุคลากร ทุกระดับชั้นได้อย่าง ทั่วถึง ทำให้บุคลากร รับรู้และเข้าใจสารที่ องค์กรต้องการสื่อ ออกไปมากยิ่งขึ้น	สอดคล้อง
	ด้านความสามารถ ของผู้รับสาร	มีผลต่อองค์กร หาก บุคลากรรับรู้ข่าวสาร ข้อมูลผ่านการสื่อสาร ภายในองค์กรที่ หลากหลายและ เข้าใจในข่าวสาร ข้อมูล	ส่งผลบุคลากรในองค์กร มีความเข้าใจในสารที่สื่อ ออกไป ตามเรื่องราวที่ ผู้รับสารควรต้องรู้ เพราะบางเรื่องไม่ใช่ทุก คนจะต้องรับรู้ และ องค์กรมีการแนะนำและ สื่อสารให้บุคลากรทุก ระดับชั้นสามารถรับสาร ได้อย่างทั่วถึง	สอดคล้อง

	ด้านความชัดเจนของสาร	มีผลต่อภาษาและข้อความในสารที่องค์กรต้องการสื่อสารมีการแยกแยะเนื้อหาที่ชัดเจนเพื่อง่ายต่อการเข้าใจมีการสื่อความหมายโดยใช้รูปภาพ ตัวเลข ข้อมูลที่เปิดเผย ตรงกับความเป็นจริง	ส่งผลเกิดความเข้าใจในข้อความ เนื้อหาของสารที่สื่อสารออกไป เพราะมีความชัดเจน เข้าใจง่าย ครบคลุม และไม่กำกวม สามารถตรวจสอบได้	สอดคล้อง
การรับรู้ค่านิยมองค์กร	ด้านการธำรงไว้ซึ่งคุณธรรมจริยธรรม	การสื่อสารอัตลักษณ์ของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาฯ “โรงเรียนแพทย์คุณธรรม” สื่อสัตย์รับผิดชอบ เอื้ออาทร มีผลต่อการรับรู้ และเข้าใจใน ขององค์กร ที่มุ่งเน้นคุณธรรมและจริยธรรม	ส่งผลให้บุคลากรในองค์กรมีการรับรู้และเกิดคุณธรรมจริยธรรมในใจส่งผลต่อการประพฤติตนตามหลักคุณธรรมจริยธรรม ปฏิบัติงานความโปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้	สอดคล้อง
	ด้านองค์กรที่เป็นเลิศ	มีผลต่อการสร้างความเชื่อมั่นและยอมรับในการบริหารงาน ของผู้บริหารที่จะผลักดันองค์กรไปสู่การเป็นองค์กรที่มีคุณภาพอย่างมั่นคงและยั่งยืนสู่การเป็นองค์กรที่	ส่งผลให้บุคลากรรับรู้ถึงความสำเร็จขององค์กรในระดับสากล เพราะองค์กรมี KPI เป็นตัวชี้วัดอย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม รวมถึงสร้างคุณค่าให้กับบุคลากรด้วยการให้รางวัลที่สร้าง	สอดคล้อง

		เป็นเลิศ	ความก้าวหน้าให้กับองค์กร	
	ด้าน ความเป็นภาคภูมิใจในองค์กร	มีผลต่อความภาคภูมิใจที่ได้เข้ามาเป็นบุคลากรขององค์กรแห่งนี้ เพราะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมและเสมอภาค ไม่มีการเลือกปฏิบัติกับบุคลากรหรือหน่วยงานใดเป็นกรณีพิเศษ และได้รับการยกย่องเชิดชูเกียรติเมื่อหน่วยงานหรือบุคลากรสร้างผลงานและชื่อเสียงให้แก่องค์กร	ส่งผลให้เกิดความรักในอาชีพ รักในความเป็นแพทย์และเป็นอาจารย์ และด้วยชื่อเสียงขององค์กรที่มีมายาวนานส่งผลให้เกิดความภาคภูมิใจที่จะรักและอยู่ที่นี่ และจะสร้างชื่อเสียงให้กับองค์กรทำให้เกิดภาคภูมิใจแก่บุคลากร ที่จะสร้างความผูกพันและความรักในสถาบัน	สอดคล้อง
	ด้านองค์กรแห่งนวัตกรรม การเรียนรู้และสร้างองค์ความรู้	มีผลต่อการสรรค์สร้างองค์ความรู้ การเรียนการสอน งานวิจัย และนวัตกรรม เพราะองค์กรสนับสนุนและส่งเสริมให้หน่วยงานและบุคลากรในการสร้างนวัตกรรมและองค์ความรู้ด้านต่างๆ โดยนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาปรับใช้	ทั้งนี้ วัฒนธรรมขององค์กรเน้นการสร้างงานวิจัยทางวิชาการเพื่อสร้างองค์ความรู้ องค์กรพร้อมสนับสนุนหน่วยงานและบุคลากรในการพัฒนาผลงาน ส่งผลให้องค์กรได้ประโยชน์รวมถึงตัวบุคลากรด้วยเช่นกัน	สอดคล้อง

	<p>ด้าน ความ รับ ผิด ชอบ ต่อ สังคม และ สิ่งแวดล้อม</p>	<p>มีผลต่อการสร้าง ความตระหนักรู้ถึง ความรับผิดชอบต่อสังคมส่วนรวม องค์กรมีการสื่อสาร ข้อมูลข่าวสาร และ กิจกรรมโครงการ ต่างๆ ที่เป็น ประโยชน์เพื่อช่วยลด ปัญหาผลกระทบต่อ ชุมชน สังคม และ สิ่งแวดล้อม</p>	<p>ส่งผลให้องค์กรสร้าง ผลงานที่เป็นประโยชน์ ต่อ สังคม และ ประเทศชาติ เช่น ให้ ความรู้เกี่ยวกับโรคมัยไข้ เจ็บต่างๆ ซึ่งถือเป็น ประโยชน์ต่อสังคมในวง กว้าง องค์กรมีการ ผลักดัน และปลูกฝัง พฤติกรรมให้แก่บุคลากร ในการสร้าง ความ รับผิดชอบต่อสังคม</p>	<p>สอดคล้อง</p>
<p>ด้านการพัฒนา อย่างต่อเนื่อง</p>	<p>มีผลทำให้องค์กรมี การพัฒนาทุกๆ ด้านอย่างต่อเนื่อง และไม่หยุดที่จะ พัฒนา รวมถึง ส่งเสริมให้หน่วยงาน และบุคลากรใน องค์กร พัฒนา ศักยภาพในด้าน กระบวนการทำงาน ด้านการเรียนการ สอน เพื่อขับเคลื่อน องค์กรให้เป็นสถาบัน แพทย์ต้นแบบ</p>	<p>ส่งผลให้องค์กรมีการ พัฒนาในทุกระดับอย่าง ต่อเนื่อง โดยเฉพาะการ นำเทคโนโลยีที่ทันสมัย มาใช้ในการให้บริการ และด้านการเรียนการ สอน และสนับสนุนให้ บุคลากรทุกระดับชั้นมุ่ง พัฒนา UP SKILL และ Re SKILL เพื่อพัฒนา องค์กรสู่การเป็นสถาบัน แพทย์ระดับนานาชาติ</p>	<p>สอดคล้อง</p>	
<p>ด้านการทำงาน ร่วมกันเป็นทีม</p>	<p>มีผลต่อการสร้าง ความร่วมมือร่วมใจ ในการทำงานร่วมกัน เพื่อให้องค์กรประสบ</p>	<p>ส่งผลให้บุคลากรเห็นถึง ความสมัครสมานสามัคคี ของการปฏิบัติงาน ร่วมกัน ทั้งภายใน</p>	<p>สอดคล้อง</p>	

		<p>ความสำเร็จ องค์กร ส่งเสริมและสนับสนุน การมีส่วนร่วมเพื่อก่อให้เกิด ความสามัคคี ความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน ในด้านการทำงานเป็นทีม ส่งเสริมบุคลากรให้มีทัศนคติที่ดีพร้อมรับฟังความคิดเห็นของเพื่อนร่วมงาน</p>	<p>หน่วยงานและภายนอก หน่วยงาน โดยชี้ให้เห็นความสำคัญของการทำงานร่วมกัน ความเป็น ONE CHULA ระหว่างคณะแพทยศาสตร์ จุฬาฯ กับโรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ แม้ว่าวัฒนธรรมองค์กร แยกกันอย่างชัดเจน รวมถึงบุคลากรในองค์กรที่มีความหลากหลายต่างสาขาวิชาสามารถทำงานร่วมกันได้</p>	
<p>ด้านความพร้อมที่จะรับการเปลี่ยนแปลง</p>	<p>มี ผล ต่ อ ก า ร เปลี่ยนแปลงต่อปัจจัยด้านต่างๆ ซึ่งองค์กรมีการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้ เพื่อให้บุคลากรพร้อมปฏิบัติตาม เช่น การเปลี่ยนทีมผู้บริหาร หรือกระบวนการทำงาน ซึ่งบุคลากรต้องรับรู้เรียนรู้และปฏิบัติตามข้อกำหนดขององค์กร ในช่วงที่มีสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงในมิติต่างๆ</p>	<p>ส่งผลให้องค์กรมีการตั้งรับและเตรียมความพร้อม มีแนวทางและการปฏิบัติที่ดี และมีการประเมินความเสี่ยงเพื่อป้องกันความเสียหายอย่างสม่ำเสมอ อีกทั้งองค์กรยังเตรียมความพร้อมให้กับคณาจารย์หรือเจ้าหน้าที่ที่จะก้าวขึ้นมาเป็นผู้บริหารหรือหัวหน้างาน ได้เข้าอบรมทักษะด้านความเป็นผู้นำ</p>	<p>สอดคล้อง</p>	

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาการสื่อสารภายในองค์กรที่มีต่อการรับรู้ค่านิยมองค์กร ของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผู้ศึกษาได้แบ่งข้อเสนอแนะออกเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ ทั้งนี้ ผู้ศึกษาคำนึงความสำคัญของการพัฒนาการสื่อสารเพื่อการรับรู้ค่านิยมองค์กร ให้ครอบคลุมและทั่วถึงทั้งองค์กร และเพื่อให้ง่ายต่อการนำข้อมูลที่ได้ไปปฏิบัติในแต่ละระดับ ผู้ศึกษาจึงได้แบ่งออกเป็น 3 ระดับ ดังนี้

1) ระดับองค์กร

(1) องค์กรควรเน้นย้ำให้บุคลากรตระหนักและเห็นคุณค่าความสำคัญของค่านิยมองค์กร จัดให้มีกิจกรรมที่ส่งเสริมเกี่ยวกับค่านิยมองค์กรในด้านต่างๆ อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ โดยเฉพาะด้านการทำงานร่วมกันเป็นทีม เนื่องจากผลการศึกษา พบว่า บุคลากรในองค์กรมีการรับรู้ค่านิยมด้านนี้น้อยที่สุด องค์กรจึงควรสื่อสารและเน้นย้ำค่านิยมด้านนี้เพิ่มมากขึ้น

(2) องค์กรควรสื่อสารค่านิยมองค์กร ให้ครอบคลุมและทั่วถึง โดยคำนึงเพศสภาพ สถานภาพทางสังคม เพื่อให้เกิดความเท่าเทียมและความเสมอภาคของบุคลากรในองค์กร ลดความเหลื่อมล้ำในองค์กร รวมถึงมุ่งเน้นการสื่อสารค่านิยมองค์กรให้กับเจ้าหน้าที่เพิ่มมากขึ้น จะช่วยให้องค์กรประสบความสำเร็จเพิ่มมากขึ้น ทำให้บุคลากรกลุ่มเจ้าหน้าที่รับรู้ได้ว่า องค์กรมีความใส่ใจและไม่เลือกปฏิบัติกับหน่วยงานหรือบุคคลใดมากกว่ากัน อันเนื่องมาจากการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า เพศทางเลือก สถานภาพหย่าร้างหรือแยกกันอยู่ และกลุ่มเจ้าหน้าที่มีการรับรู้ค่านิยมน้อยกว่ากลุ่มอื่นๆ

(3) องค์กรควรมีการปรับการสื่อสารจากที่ช่องทางการสื่อสารที่เป็น one way ให้เป็น two way communication ทั้งนี้ ถึงแม้ช่องทางการสื่อสารภายในองค์กรจะไม่ใช่อุปสรรคของการสื่อสารแต่ การสื่อสารแบบ 2 ทางสัมพันธ์กับการรับรู้ ซึ่งสามารถช่วยลดปัญหาความขัดแย้งและหล่นระยะเวลา เพราะระบบการสื่อสารที่ขั้นตอนมากเกินไปทำให้เป็นอุปสรรคต่อความก้าวหน้าขององค์กร และองค์กรควรจัดทำแบบประเมินผลการสื่อสารภายในองค์กรเป็นระยะ เพื่อสังเกต ติดตามและประเมินผลเพื่อนำมาแก้ไข

(4) องค์กรควรศึกษาถึงความเปลี่ยนแปลงทางสังคมเพื่อปรับเปลี่ยนค่านิยมองค์กรให้ทันสมัย ทั้งนี้ จากการศึกษาพบว่า ค่านิยมองค์กรทั้ง 8 ด้านถึงแม้บุคลากรมีการรับรู้มากแต่อาจจะเข้าใจได้ไม่ลึกซึ้ง เพราะเนื้อหาเยอะเกินไปองค์กรควรปรับให้ทันสมัยและทันต่อสถานการณ์

2) ระดับหน่วยงาน

(1) หน่วยงานควรสื่อสารให้บุคลากรรับรู้และเข้าใจถึงค่านิยมองค์กรอย่างต่อเนื่อง จากผลการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า การสื่อสารภายในองค์กร ด้านความสม่ำเสมอ ต่อเนื่อง สัมพันธ์กับการรับรู้ค่านิยมองค์กรน้อยที่สุด ดังนั้น หน่วยงานหรือหัวหน้าหน่วยงาน มีหน้าที่จัดการแก้ไขการสื่อสารภายในหน่วยงาน โดยสื่อสารกับบุคลากรทุกคนในหน่วยงาน ครอบคลุม เพราะเมื่อบุคลากรทุกคนให้รับรู้และมีความเข้าใจในทิศทางเดียวกันได้ ก็จะส่งผลให้การดำเนินการของหน่วยงานดียิ่งขึ้น

(2) หน่วยงานควรสื่อสารให้บุคลากรเห็นถึงความสำคัญของการการปฏิบัติงานเป็น ทีม โดยใช้ความเชื่อมโยงของข้อมูลข่าวสารระหว่างหน่วยงานเป็นสื่อกลาง ทำให้เกิดการ เรียนรู้งานเพิ่มมากขึ้น หรือให้บุคลากรทำงานข้ามสายงานหรือข้ามศาสตร์ เพื่อสร้างความรู้ ใหม่และเข้าใจบทบาทหน้าที่ของเพื่อนร่วมงาน จึงจะช่วยลดปัญหาความขัดแย้งและส่งเสริม การทำงานเป็นทีมในองค์กรเพิ่มมากขึ้น อันเนื่องมาจากผลการศึกษา พบว่า การรับรู้ค่านิยม ด้านการทำงานร่วมกันเป็นทีม น้อยที่สุด องค์กรควรมีการสื่อสารและส่งเสริมในด้านนี้ให้เพิ่ม สูงขึ้น

3) ระดับบุคคล

(1) บุคลากรทุกระดับชั้นต้องปรับ mindset และพัฒนาตนเองอยู่ตลอดเวลา และเรียนรู้เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีในการปฏิบัติงาน ทั้งนี้ การพัฒนาตนเองให้เก่งขึ้นมีผลต่อ การประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากรด้วยเช่นกัน ดังนั้น เมื่อบุคลากรมีการพัฒนา ตนเองจะส่งผลให้ผลการปฏิบัติงานของตนเองและหน่วยงาน รวมถึงองค์กรพัฒนาตามไป ด้วย เนื่องจากผลการศึกษาที่ได้จากการทำวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า ค่านิยมองค์กร ด้านการ พัฒนาอย่างต่อเนื่อง พบว่า องค์กรมีการสนับสนุนให้บุคลากรทุกระดับชั้นมุ่งพัฒนา UP SKILL และ Re SKILL เพราะองค์กรมุ่งมั่นที่จะก้าวไปสู่ความเป็นสถาบันแพทย์ระดับ นานาชาติ

(2) ผู้บริหารหรือหัวหน้างานควรมีทักษะในด้านการสื่อสารที่ดี เพราะมีส่วนสำคัญใน การสร้างการรับรู้ของบุคลากรในหน่วยงาน และควรเลือกสื่อสารหากเรื่องราวหรือข้อมูลเป็น เรื่องสำคัญต่อตัวบุคลากร โดยไม่มีการบิดเบือนสาร และจะต้องใช้วิธีการสื่อสารให้เหมาะสม โดยคำนึงถึงเนื้อหา ระยะเวลา สถานที่และใช้การสื่อสารรูปแบบที่จะสร้างการรับรู้ได้ดีที่สุด เพราะการสื่อสารที่มากเกินไปบุคลากรก็อาจจะปิดกั้นหรือไม่เปิดรับก็ได้ ดังนั้น องค์กรมีการ

แนะนำและสื่อสารให้บุคลากรทุกระดับชั้นสามารถรับสารได้อย่างถูกต้องและทั่วถึง เนื่องจากผลการศึกษาเชิงคุณภาพ พบว่า การสื่อสารภายในองค์กร ด้านความสามารถของผู้รับสาร นั้นบุคลากรในองค์กรบางส่วนขีดความสามารถในการเปิดรับสื่อและเลือกรับสื่อบางประเภทเท่านั้น

(3) บุคลากรควรเห็นถึงความสำคัญของการทำงานทีม ทั้งภายในหน่วยงานและนอกหน่วยงาน ทั้งนี้ การเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมหรือโครงการต่างๆ ที่องค์กรจัดขึ้น นอกจากจะช่วยสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีให้เกิดขึ้นแล้ว การเข้าร่วมกิจกรรมและการทำงานเป็นทีมยังช่วยพัฒนาตนเอง ช่วยเปิดโลกทัศน์ใหม่ สร้างความเห็นอกเห็นใจผู้อื่น สร้างความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียว มองเห็นความสำเร็จและเป้าหมายขององค์กรไปในทิศทางเดียวกัน อันเนื่องมาจากผลการศึกษา พบว่า การรับรู้ค่านิยมองค์กร ด้านการทำงานร่วมกันเป็นทีม น้อยที่สุด ซึ่งเชื่อมโยงกับกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าการเปิดรับสื่อกิจกรรมน้อยกว่าสื่ออื่นๆ

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาที่เกี่ยวข้องหรือสืบเนื่องในการศึกษาครั้งต่อไป ดังนี้

(1) คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นองค์กรขนาดใหญ่ มีโครงสร้างการบริหารที่ซับซ้อน โดยแต่ละภาควิชา หน่วยงานมีลักษณะงาน และรูปแบบการบริหารที่แตกต่างกันรวมถึงมีบุคลากรจำนวนมากซึ่งมีความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยดังกล่าวส่งผลให้การศึกษาครั้งนี้ ศึกษาได้เฉพาะในภาพรวม ถ้าหากผู้สนใจต้องการศึกษาเกี่ยวกับบุคลากรของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย นั้น ผู้ศึกษาเห็นว่าควรศึกษาแบบเปรียบกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม คือ กลุ่มบุคลากรสายวิชาการ กับกลุ่มบุคลากรสายปฏิบัติการ ซึ่งสามารถออกแบบตัวแปรในการวิจัย และสามารถเก็บข้อมูลได้อย่างครบถ้วน รวมถึงสามารถทำการวิเคราะห์ข้อมูลได้ง่ายและลึกมากยิ่งขึ้น รวมถึงได้รับข้อมูลที่มีความละเอียดครบถ้วน

(2) เนื่องจากในการศึกษาครั้งนี้เป็นเพียงการศึกษากลุ่มตัวอย่างและเก็บข้อมูลเฉพาะกลุ่มคณาจารย์และเจ้าหน้าที่ ของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ดังนั้น การศึกษาครั้งต่อไปควรเก็บข้อมูลคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนิสิตของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เพิ่มเติม เพื่อจะได้ผลการศึกษาที่เป็นข้อมูลเชิงลึกและกว้างมากยิ่งขึ้น เนื่องจากความแตกต่างคุณลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันในหลายๆ มิติที่แตกต่างกัน

(3) ในการศึกษาครั้งต่อไปผู้ศึกษาควรศึกษาปัจจัยด้านอื่นๆ ภายในองค์กร ที่ส่งผลต่อการรับรู้ค่านิยมองค์กร เช่น ภาวะผู้นำ การจัดการความรู้ บรรยากาศองค์กร เป็นต้น โดยผลการศึกษาที่ได้นั้นมีประโยชน์โดยตรงต่อฝ่ายบริหารในการที่จะเตรียมแนวทางการปัญหาและอุปสรรคของการสื่อสารภายในองค์กรที่จะเกิดขึ้นในหลากหลายรูปแบบได้อย่างตรงจุดมากยิ่งขึ้น



บรรณานุกรม

Cutlip S.M., & Center A.H. (1978). *Effective public relations* Englewood Cliff, NJ: Prentice-Hall.

เกศินี ขาวนา, ญัฐมน ตั้งพานทอง, นัทกร ประจุกิลป์, & และอริยา ธัญญพิช. (2556). งานสร้างเสริมศักยภาพและขีดความสามารถทรัพยากรบุคคล กองทรัพยากรบุคคล. เวชบันทึกศิริราช, 6(2), 51-57.

เจษฎาณี เอี่ยมศุภสวัสดิ์. (2548). วัฒนธรรมองค์การที่มีผลต่อประสิทธิภาพของการสื่อสารในบริษัทข้ามชาติ กรณีศึกษา กลุ่มการสื่อสารบริษัทซีเมนต์ จำกัด (ประเทศไทย) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์].

เรวัตร สมบัติทิพย์. (2543). การติดต่อสื่อสารในองค์การ : กรณีศึกษาบริษัทซีเทคเทคโนโลยี ประเทศไทย จำกัด มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์]. กรุงเทพฯ.

เสนาะ ดิยาวี. (2530). การสื่อสารในองค์การ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์].

กชกร เอี่ยมวิม้งสา. (2558). การสื่อสารภายในองค์การของศูนย์นาโนเทคโนโลยีแห่งชาติ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์].

กริช สืบสนธิ์. (2537). วัฒนธรรมและพฤติกรรมกรรมการสื่อสารในองค์การ. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กริช สืบสนธิ์. (2538). วัฒนธรรมและพฤติกรรมกรรมการสื่อสารในองค์การ. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กาญจนา แก้วเทพ. (2541). สื่อสารมวลชน : ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. ภาพพิมพ์.

กิตติมา สุรสสนธิ. (2541). ความรู้ทางการสื่อสาร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. กรุงเทพฯ.

คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2552). ข้อมูลคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Retrieved 16 กุมภาพันธ์ 2564 from

ณรงค์ สมพงษ์. (2543). สื่อสารมวลชนเพื่องานส่งเสริม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์]. กรุงเทพฯ.

ณรงค์วิทย์ แสนทอง. (2556). ความหมายของ Core Value. Retrieved 2 มีนาคม 2559 from <http://www.slideshare.net/seteru/core-value-21833983>

ดารา ทีปะปาล. (2542). พฤติกรรมผู้บริโภค. รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.

ดาริกา จารุวัฒนกิจ. (2539). ปัจจัยการสื่อสารภายในองค์การ ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานกลุ่ม บ.มินิแบริ (ประเทศไทย) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย].

ทรงธรรม ธีระกุล. (2548). การสื่อสาร : กลยุทธ์สู่ความสำเร็จ. วารสารปาริชาติ, 18(1), 51-61.

ทองใบ สุดซารี. (2542). ทฤษฎีองค์การ: วิเคราะห์แนวความคิด ทฤษฎี และการประยุกต์. คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.

ธิดิภาพ ชยวัช. (2548). แม่ไม้บริหาร. สำนักพิมพ์ ซี.พี. บุ๊ค แสตนด์อาร์ต.

นรินทร์ชัย พัฒนพงศา. (2542). การสื่อสารองค์กรเชิงยุทธศาสตร์เพื่อเปลี่ยนพฤติกรรมมนุษย์เน้นการเจาะจงกลุ่ม. สำนักพิมพ์รั้วเขียว.

นิตยา เงินประเสริฐศรี. (2544). ทฤษฎีองค์การ : แนวการศึกษาเชิงบูรณาการ. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- นิสากร เศรษฐวรานุกร. (2549). การศึกษาประสิทธิภาพของรูปแบบการสื่อสารภายนอกองค์กร :กรณีศึกษา บริษัท มิตร ชูย สุมิโตโม อินชัวร์รันซ์ จำกัด สาขาประเทศไทย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์].
- ปรมะ สตะเวทิน. (2546). หลักนิเทศศาสตร์, . ภาพพิมพ์.
- พงศ์ศรีนัย พลศรีเลิศ. (2554). องค์กรยั่งยืนได้ด้วยอุดมการณ์ (*Core Ideology for Sustainable Organization*). Retrieved 2 กุมภาพันธ์ 2564 from <https://phongzahrun.wordpress.com/2011/12/22/%E0%B9%81%E0%B8%99%E0%B8%A7%E0%B8%84%E0%B8%B4%E0%B8%94%E0%B8%AA%E0%B8%B9%E0%B9%88%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%80%E0%B8%9B%E0%B9%87%E0%B8%99%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%84%E0%B9%8C%E0%B8%81%E0%B8%A3-2/>
- พรทิพย์ เฟ็งกลัด. (2560). การสื่อสารของผู้บริหารกับมาตรฐานการปฏิบัติงานของครูโรงเรียนมัธยมศึกษา ในจังหวัด กาญจนบุรี. วารสารการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร, 10(2), 737-750.
- ภาณุวัฒน์ จาโรทก. (2551). ส่องกล้อง รศ. ดร.ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์. . Retrieved 2 มีนาคม 2559 from <https://docs.google.com/document/d/1i3yg5X6UPZnOSVPPuVOTBsLw82stlBNM18TD43rtNC0/edit>
- รชา มานนท์. (2557). ระดับการรับรู้ค่านิยมองค์กรของพนักงานบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน). สถาบัน สมทบมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี].
- รวมศิริ เมนะโพธิ. (2550). เครื่องมือวัดการทำงานอย่างมีความสุข กรณีศึกษา นักศึกษาภาคพิเศษ ระดับปริญญาโท สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์].
- ระวีวรรณ ประกอบผล. (2540). องค์ประกอบและกระบวนการของการสื่อสาร. . มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ราชกิจจานุเบกษา. (2551). พระราชบัญญัติ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พ.ศ.2551. Retrieved 12 กุมภาพันธ์ 2564 from <https://www.chula.ac.th/wp-content/uploads/2020/06/%E0%B8%9E%E0%B8%A3%E0%B8%9A.%E0%B8%88%E0%B8%B8%E0%B8%AC%E0%B8%B2%E0%B8%AF-TH.pdf>
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตสถาน พ.ศ.2542. นามมีบุคคลที่พลีชีพขึ้น.
- วรวงษ์ เอี่ยมสำอาง. (2557). การศึกษารูปแบบการติดต่อสื่อสาร ภายในและภายนอกองค์กร ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการในเขตกรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยกรุงเทพ].
- วันชัย มีชาติ. (2548). พฤติกรรมการบริหารองค์การสาธารณะ. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิไลลักษณ์ สุวจิตตานนท์. (2539). หลักและทฤษฎีการสื่อสาร. คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏเพชรบุรีวิทยาลัย การณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์].
- วีระชัย วุฒิพงศ์ชัยกิจ. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้นโยบายองค์การ กรณีศึกษาบริษัทเอสซีจี แพคเกจจิ้ง จำกัด

(มหาชน) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์].

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ลักขิตานนท์, ป., & และศุภร เสรีรัตน์. (2552). การบริหารตลาดยุคใหม่. พัฒนาศึกษา.

ศุภมน อนุศาสนนันท์. (2549). รูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร กรณีศึกษาองค์การเภสัชกรรม.

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์].

ศุภรัตน์ ฐิติกุลเจริญ. (2540). ทฤษฎีการสื่อสาร. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สมพร สุทัศน์ีย์. (2544). มนุษย์สัมพันธ์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สมยศ นาวิกการ. (2527). การติดต่อสื่อสารขององค์กร. สำนักพิมพ์บรรณกิจ.

สมยศ นาวิกการ. (2537). การติดต่อสื่อสารขององค์กร. สำนักพิมพ์บรรณกิจ.

สร้อยตระกูล อรรถมานะ. (2541). พฤติกรรมองค์การ : ทฤษฎีและการประยุกต์. สำนักพิมพ์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สิทธิโชค วรานุสันติกุล. (2546). จิตวิทยาสังคม : ทฤษฎีและการประยุกต์. สำนักงานพิมพ์ซีเอ็ดยูเคชั่น.

สิทธิชัย วงศ์นิล. (2559). การใช้สื่อแบบบูรณาการเพื่อการสื่อสารภายในองค์กรของพนักงานการทางพิเศษแห่งประเทศไทย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์].

สุนันท์ แจ่มศรี. (2559). ค่านิยมทางการบริหารของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชัยนาท มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์].

สุรวดี สุระประเสริฐ. (2552). ปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการภัตตาคารซูชิของผู้บริโภค มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์].

อัญฐะรัชต์ สวนมาลี. (2554). การรับรู้ของผู้ใช้บริการธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ภายหลังจากการปรับภาพลักษณ์. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์].

อุทัย เลหาวิเชียร. (2556). ค่านิยมทางการบริหารงาน. เสมารธรรม.



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นายเสกสรรค์สุภณัฐ รัศมีทัต
วัน เดือน ปี เกิด	14 มิถุนายน 2517
สถานที่เกิด	โรงพยาบาลราชวิถี
วุฒิการศึกษา	นิเทศศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY