

## การสื่อสารองค์กรโดยใช้โซเชียลเน็ตเวิร์คของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา

มยุเรศ แสงสว่าง<sup>1\*</sup>

### Social Network on Organizational Communication of the School of Information and Communication Technology, University of Phayao

Mayurate Sangsawang<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup> Office of Secretary, School of Information and Communication Technology, University of Phayao, Phayao, 56000

\* Corresponding author: mayurate.sa@up.ac.th

Received: October 18, 2022; Revised: November 24, 2022; Accepted: December 20, 2022

#### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาช่องทางการสื่อสารองค์กรโดยใช้โซเชียลเน็ตเวิร์ก (Social Network) ของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยาที่ได้รับความพึงพอใจจากผู้รับสารมากที่สุด 2) เพื่อศึกษาผลกระทบของแต่ละช่องทางการสื่อสารภายในองค์กรคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา และ 3) เพื่อนำผลการวิจัยไปปรับปรุงและพัฒนาช่องทางการสื่อสารภายในองค์กรคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ บุคลากรภายในคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา ดังนี้ บุคลากรสายวิชาการ จำนวน 35 คน และบุคลากรสายสนับสนุน จำนวน 20 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 55 คน จากการศึกษาพบว่า บุคลากรคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มีความพึงพอใจกับการสื่อสารองค์กรโดยใช้โซเชียลเน็ตเวิร์คของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ในช่องทางการสื่อสารด้าน LINE Group: ICT\_UP ในระดับมาก เนื่องจากมีความรวดเร็วในการสื่อสาร มีความถูกต้อง ชัดเจน และสามารถทำการติดต่อสื่อสารได้เฉพาะกลุ่ม และจากการสำรวจบุคลากรให้ความเห็นเพิ่มเติมในด้านข้อจำกัดช่องทางการสื่อสาร LINE Group คือ ไฟล์เอกสาร ไฟล์รูป หรือวิดีโอต่าง ๆ มีอายุการใช้งานจำกัด และควรมีการศึกษาตัวแปรอื่นที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและประสิทธิภาพในการสื่อสารภายในองค์กร เช่น บทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ ความถี่ของการใช้สื่อโซเชียลของบุคลากร เป็นต้น

**คำสำคัญ:** การสื่อสาร, องค์กร, โซเชียลเน็ตเวิร์ก

<sup>1</sup> คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา จังหวัดพะเยา 56000

## Abstract

The objectives of this research are 1) to study the communication channels of organization by using social networks at School of Information and Communication Technology, University of Phayao in order to get the satisfying channel from the receivers, 2) to study the impact of each communication channel in organization and 3) to apply the research results for improvement and development the communication channels. The representative sample of this research were 55 samples including 35 academic staff and 20 support staff in School of Information and Communication Technology, University of Phayao. The results showed that the staff were satisfied with organizational communication via social networks at a high level by LINE Group: ICT\_UP due to the speed of communication, accurate, clear and able to communicate with specific groups. According to the survey, it revealed that the LINE group communication features namely documents, image files, or videos were limited-service life. The further suggestion of this research should study the other variables that affect satisfaction and efficiency on organizational communication such as roles, responsibilities, frequency of use social media of staffs.

**Keywords:** Communication, Organization, Social network

## บทนำ

การสื่อสารภายในองค์กรถือเป็นกระบวนการสำคัญที่จะทำให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกันระหว่างผู้บริหารและปฏิบัติงาน การสื่อสารภายในองค์กรอาจมีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย ซึ่งสอดคล้องกับผลงานของ พิริยา คีวีวรรณ (2559) ได้กล่าวไว้ ในปัจจุบันการนำเทคโนโลยีสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารมาประยุกต์ใช้ ถือเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่สามารถนำมาใช้กับองค์กรได้ โดยสอดคล้องกับผลงานของ พิชิต วิจิตรบุญรักษ์ (2554) ที่กล่าวว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) คือ สื่อที่ผู้ส่งสารแบ่งปันสาร ซึ่งอยู่ในรูปแบบต่าง ๆ ไปยัง ผู้รับสารผ่านเครือข่ายออนไลน์โดยสามารถโต้ตอบกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร หรือ ผู้รับสารด้วยตนเอง เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร ใจความสำคัญในการสื่อสารขึ้นอยู่กับผู้ส่งสารและผู้รับสารเป็นหลัก ซึ่งจะทำให้ข้อมูลที่ถูกส่งต่อไปนั้นมีประสิทธิภาพและจะก่อให้เกิดประสิทธิผลที่ดีต่อองค์กรการใช้ Social Media ในที่ทำงานให้มีประสิทธิภาพได้อีกทางหนึ่งก็คือ การใช้กลุ่มใน Facebook, Line หรือ Instagram เพื่อสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและความสามัคคีในองค์กร สร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้คน ช่วยให้คนที่ไม่สนิทกันเพิ่มความสนิทกันได้อีกระดับหนึ่ง กลายเป็นการเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรให้แข็งแกร่งได้ ผ่านการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน หรือจะสื่อสารนโยบายใด ๆ ก็สามารถใช้เครือข่ายนี้เป็นสื่อกลางได้ เพื่อให้บุคลากรตระหนักได้ว่าบุคลากรเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ในอีกทางหนึ่งองค์กรก็สามารถมองเห็นและรับรู้ถึงความรู้สึกของบุคลากรได้ และสามารถที่จะวางแผน และกำหนดแนวทางในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็วขึ้นอีกด้วย

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา เป็นองค์กรที่ให้ความสำคัญกับการเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารองค์กรโดยใช้โซเชียลเน็ตเวิร์ก (Social Network) มุ่งเน้นให้บุคลากรภายในคณะฯ ได้รับทราบข่าวสารอย่างถูกต้องและรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับพันธกิจในการดำเนินงานของคณะฯ โดยการนำเทคโนโลยีที่มีก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว ในปัจจุบันนำมาใช้เป็นช่องทางการสื่อสารองค์กรของคณะฯ ในปัจจุบัน มีทั้ง Facebook, Line, E-mail, Twitter และ Instagram เป็นต้น การสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ จะส่งผลให้ช่วยลดความขัดแย้งและสร้างความเข้าใจ ลดความคลาดเคลื่อนของบุคลากรในองค์กร หากมีกระบวนการในการสื่อสารที่ช่วยเสริมสร้างความเข้าใจและสร้าง

สัมพันธที่ีระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารทำให้องค์กรมีความแข็งแกร่งมากขึ้นแนวทางที่สำคัญที่จะทำให้องค์กรสามารถพัฒนาและมีศักยภาพในการแข่งขันได้นั้นต้องอาศัยทักษะการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ตลอดจนสามารถสื่อสารให้ทุกคนภายในองค์กรมีความเข้าใจและมุ่งมั่นที่จะปฏิบัติงานเพื่อทำให้องค์กรขับเคลื่อนไปได้

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาช่องทางการสื่อสารองค์กรโดยใช้โซเชียลเน็ตเวิร์กของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา เพื่อศึกษาช่องทางการสื่อสารองค์กร โดยใช้โซเชียลเน็ตเวิร์กของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา ที่ได้รับความพึงพอใจจากผู้รับสารมากที่สุด เพื่อศึกษาผลกระทบของแต่ละช่องทางการสื่อสารภายในองค์กรคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา และเพื่อนำผลการวิจัยไปปรับปรุงและพัฒนาช่องทางการสื่อสารภายในองค์กรคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา โดยการสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพจะมีผลทำให้ช่วยลดความขัดแย้งและความเข้าใจที่อาจคลาดเคลื่อนของบุคลากรในองค์กร หากมีกระบวนการในการสื่อสารที่ช่วยเสริมสร้างความเข้าใจและสร้างสัมพันธที่ีระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร อาจส่งผลทำให้องค์กรมีความแข็งแกร่งมากขึ้น

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาช่องทางการสื่อสารองค์กรโดยใช้โซเชียลเน็ตเวิร์กของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา ที่ได้รับความพึงพอใจจากผู้รับสารมากที่สุด
2. เพื่อศึกษาผลกระทบของแต่ละช่องทางการสื่อสารภายในองค์กรคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา
3. เพื่อนำผลการวิจัยไปปรับปรุงและพัฒนาช่องทางการสื่อสารภายในองค์กรคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา

## ทฤษฎีและแนวความคิดที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎี SMCR (Muyanga, & Phiri, 2021) ได้พัฒนาทฤษฎีที่ผู้ส่งจะส่งสารอย่างไร และผู้รับจะรับ แปลความหมาย และมีการโต้ตอบกับสารนั้นอย่างไร ทฤษฎี S M C R ประกอบด้วย

1. ผู้ส่ง (Source) ต้องเป็นผู้ที่มีทักษะความชำนาญในการสื่อสารโดยมีความสามารถในการ “การเข้ารหัส” (Encode) เนื้อหาข่าวสาร มีทัศนคติที่ดีต่อผู้รับเพื่อผลในการสื่อสารมีความรู้เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารที่จะส่ง และควรจะสามารถในการปรับระดับของข้อมูลนั้นให้เหมาะสมและง่ายต่อระดับความรู้ของผู้รับ ตลอดจนพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับผู้รับด้วย
2. ข้อมูลข่าวสาร (Message) เกี่ยวข้องด้านเนื้อหา สัญลักษณ์ และวิธีการส่งข่าวสาร
3. ช่องทางในการส่ง (Channel) หมายถึง การที่จะส่งข่าวสารโดยการให้ผู้รับได้รับข่าวสาร ข้อมูลโดยผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 หรือเพียงส่วนใดส่วนหนึ่ง คือ การได้ยิน การดู การสัมผัส การลิ้มรส หรือการได้กลิ่น
4. ผู้รับ (Receiver) ต้องเป็นผู้ที่มีทักษะความชำนาญในการสื่อสารโดยมีความสามารถในการ “การถอดรหัส” (Decode) สาร เป็นผู้ที่มีทัศนคติ ระดับความ และพื้นฐานทางสังคมวัฒนธรรม เช่นเดียวหรือคล้ายคลึงกันกับผู้ส่งจึงจะทำให้การสื่อสารความหมายหรือการสื่อสารนั้นได้ผล

### แบบจำลองการสื่อสารขั้นพื้นฐานตามแนวคิดของลาสเวลล์

ฮาโรลด์ ดี ลาสเวลล์ (บุษบา หินธารี, มปป) นักรัฐศาสตร์ชาวอเมริกันได้เสนอบทความที่เป็นการเริ่มต้นอธิบายการสื่อสารที่มีคนรู้จักมากที่สุด ในปี พ.ศ. 2491 โดยเสนอว่า วิธีที่สะดวกที่จะอธิบายการกระทำการสื่อสารก็คือ การตอบคำถามต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ใคร (Who) เป็นผู้ส่งหรือผู้ทำการสื่อสาร
2. พูดอะไร ด้วยวัตถุประสงค์อะไร (Says What, With What Purpose) เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาข่าวสารที่ส่งไป ผู้ส่งจะส่งเนื้อหาอะไร
3. โดยใช้วิธีการและช่องทางใด (By What Means, In What Channel) ผู้ส่งทำการส่งข่าวสารโดยการพูด การแสดงกิริยาท่าทาง ใช้ภาพ ฯลฯ หรืออาจจะใช้อุปกรณ์ระบบไฟฟ้า
4. ส่งไปยังใคร ในสถานการณ์อะไร (To Whom , In What Situation) ผู้ส่งจะส่งข่าวสารไปยังผู้รับเป็นใครบ้าง เนื่องในโอกาสอะไร
5. ได้ผลอย่างไรในปัจจุบันและอนาคต (With What Effect, Immediate and Long Term?) การส่งข่าวสารนั้นเพื่อให้ผู้รับฟังผ่านไปเฉย ๆ หรือจดจำด้วยซึ่งต้องอาศัยเทคนิควิธีการที่แตกต่างกัน

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาผลงานวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารองค์กรของ นิภาพรณ โสพัฒน (2562). และ สุรศักดิ์ ชะมารัมย์ (2561) กล่าวถึง การสร้างความรู้ความเข้าใจเบื้องต้นเกี่ยวกับองค์การและการสื่อสาร เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการสื่อสารภายในองค์กร ตลอดจนพัฒนาการของการสื่อสารภายในองค์กร ทำให้เห็นภาพรวมของแนวทางการจัดระบบและอธิบายสื่อสารภายในองค์กรในมุมมองที่แตกต่างกัน ซึ่งได้นำทฤษฎีมนุษยสัมพันธ์ 3 ทฤษฎี ประกอบด้วย ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ของ Maslow ทฤษฎีปัจจัยจูงใจ-ปัจจัยอนามัยของ Herzberg และทฤษฎี X และทฤษฎีของ McGregor มาทำการเปรียบเทียบ ตามแนวทางมนุษยสัมพันธ์ รวมถึงแนวคิดมนุษยสัมพันธ์ที่องค์การในปัจจุบันนำไปทั้งในแง่ผลกระทบต่อทัศนคติทางการบริหารและผลกระทบต่อกรอบงาน

ธนาเกตุ โรจนสร้างสกุล และคณะ (2564) กล่าวถึง ช่องทางที่มีการเปิดรับข่าวสารของฝ่ายสื่อสารองค์กรมากที่สุด 2 อันดับแรก เรียงตามอันดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ อีเมล (E-mail) ของมหาวิทยาลัยบูรพา และเว็บไซต์ (Web site) ของมหาวิทยาลัยบูรพา อาจเนื่องมาจากการที่บุคลากรมหาวิทยาลัยบูรพาใช้เป็นช่องทางการติดต่อสื่อสารในการทำงานเพื่อความสะดวก รวดเร็ว ซึ่งอีเมล และ เว็บไซต์ เป็นสื่อที่มีการเชื่อมต่อทางระบบอินเทอร์เน็ตจัดอยู่ในประเภทของสื่อใหม่หรือสื่อออนไลน์ เป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย เข้าถึงได้ทุกที่ ทุกเวลาอย่างไร้พรมแดน มีความสะดวก รวดเร็ว

## วิธีการศึกษา

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ บุคลากรภายในคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา ดังนี้ บุคลากรสายวิชาการ จำนวน 35 คน และบุคลากรสายสนับสนุน จำนวน 20 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 55 คน

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการวิจัย ดังนี้

แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยได้จัดเก็บจากเอกสาร รายงาน หนังสือ และวารสารจากแหล่งต่าง ๆ ทั้งจากภายในมหาวิทยาลัยพะเยา สถานศึกษาในเขตภาคเหนือ และหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นข้อมูลเพื่อการวิจัย ได้แก่เอกสารดังต่อไปนี้

- 1) ข้อมูลแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับโครงการวิจัยนี้ โดยมีการศึกษาและทบทวนจากเอกสารวิชาการ รายงาน หนังสือ และวารสาร รวมทั้งสืบค้นข้อมูลออนไลน์
- 2) ข้อมูลผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยนี้ โดยการทบทวนผลงานวิจัย วิทยานิพนธ์ ภาคนิพนธ์ งานวิจัย และเอกสารทางวิชาการ รวมทั้งสืบค้นข้อมูลทางเว็บไซต์ต่าง ๆ

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์ เก็บรวบรวมข้อมูลจากบุคลากรภายในคณะฯ ซึ่งมีบุคลากรสายวิชาการ และบุคลากรสายสนับสนุน
2. แบบสอบถาม ได้ทำการหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ ด้วยดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objectives Congruence: IOC)

## วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้วิจัยได้ออกแบบ แบบสอบถามการสื่อสารองค์กรโดยใช้โซเซียลเน็ตเวิร์ก ของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีการศึกษา 2565 และดำเนินการจัดส่งให้กับผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับรายการคำถาม และดำเนินการจัดทำแบบสอบถาม
2. นำแบบสอบถามไปหาค่าความสอดคล้องระหว่างคำถามและวัตถุประสงค์ ด้วยดัชนีความสอดคล้อง (IOC) จากผู้เชี่ยวชาญในคณะฯ
3. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยทำแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์เก็บรวบรวมข้อมูลจากบุคลากรภายในคณะฯ ซึ่งมีบุคลากรสายวิชาการ และบุคลากรสายสนับสนุน รวมทั้งสิ้นจำนวน 55 คน ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบ 5 ระดับ ดังนี้ และมีเกณฑ์การแปลความหมายของระดับคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

|                            |                                            |
|----------------------------|--------------------------------------------|
| ระดับ 5 หมายถึง มากที่สุด  | คะแนนเฉลี่ย 4.50 – 5.00 หมายถึง มากที่สุด  |
| ระดับ 4 หมายถึง มาก        | คะแนนเฉลี่ย 3.50 – 4.49 หมายถึง มาก        |
| ระดับ 3 หมายถึง ปานกลาง    | คะแนนเฉลี่ย 2.50 – 3.49 หมายถึง ปานกลาง    |
| ระดับ 2 หมายถึง น้อย       | คะแนนเฉลี่ย 1.50 – 2.49 หมายถึง น้อย       |
| ระดับ 1 หมายถึง น้อยที่สุด | คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.49 หมายถึง น้อยที่สุด |

## ผลการศึกษา

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาช่องทางการสื่อสารองค์กรโดยใช้โซเชียลเน็ตเวิร์กของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา ที่ได้รับความพึงพอใจจากผู้รับสารมากที่สุด โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีความชัดเจน จึงใช้วิธีเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง [Purposive Sampling] โดยเลือกกลุ่มตัวอย่าง จากบุคลากรคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ที่มีความเชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน และเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม หาค่าความสอดคล้องระหว่างคำถามและวัตถุประสงค์ ด้วยดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objectives Congruence : IOC) โดยกำหนดเกณฑ์การพิจารณา ดังนี้

|                       |             |
|-----------------------|-------------|
| เห็นว่าสอดคล้อง       | ให้คะแนน +1 |
| ไม่แน่ใจ              | ให้คะแนน 0  |
| เห็นว่ามันไม่สอดคล้อง | ให้คะแนน -1 |

และคำนวณค่าตามสูตร

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

(สมการที่ 1)

$$\begin{aligned} \sum R &= \text{ผลรวมคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ} \\ N &= \text{จำนวนผู้เชี่ยวชาญ} \end{aligned}$$

นำข้อมูลที่รวบรวมจากความคิดเห็นจากบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านเอกสาร มาคำนวณหาค่า IOC โดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง มาคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้อง แล้วเลือกค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป

ผู้วิจัยได้ออกแบบ แบบสอบถามและดำเนินการจัดส่งให้กับบุคลากรคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ที่มีความเชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับรายการคำถาม โดยมีผลดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงรายการขอความคิดเห็นจากผู้ที่มีความเชี่ยวชาญ

| หัวข้อประเมิน                                                    | ประมาณค่าความ |    |    | ค่า IOC | แปลผล  |
|------------------------------------------------------------------|---------------|----|----|---------|--------|
|                                                                  | คิดเห็นคนที่  |    |    |         |        |
|                                                                  | 1             | 2  | 3  |         |        |
| 1. ช่องทางการสื่อสาร LINE Group: ICT_UP                          |               |    |    |         |        |
| 1.1 ความรวดเร็วในการสื่อสาร                                      | +1            | +1 | +1 | 1.0     | ใช้ได้ |
| 1.2 ความถูกต้องและชัดเจน                                         | 0             | +1 | +1 | 0.6     | ใช้ได้ |
| 1.3 สามารถสื่อสารรูปแบบข่าวสาร ได้ในปริมาณมากและหลากหลายได้      | 0             | +1 | +1 | 0.6     | ใช้ได้ |
| 1.4 สามารถทำการติดต่อสื่อสารได้เฉพาะกลุ่ม                        | +1            | +1 | +1 | 1.0     | ใช้ได้ |
| 1.5 สามารถสื่อสารได้ตลอดเวลา และการโต้ตอบกลับรวดเร็วทันเหตุการณ์ | 0             | +1 | +1 | 0.6     | ใช้ได้ |
| 1.6 มีข้อมูลหรือแหล่งอ้างอิงที่ถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ              | +1            | +1 | +1 | 1.0     | ใช้ได้ |
| 2 ช่องทางการสื่อสาร .Facebook Messenger: ICT@UP                  |               |    |    |         |        |
| 2.1 ความรวดเร็วในการสื่อสาร                                      | +1            | +1 | +1 | 1.0     | ใช้ได้ |
| 2.2 ความถูกต้องและชัดเจนของข้อมูลที่สื่อสาร                      | 0             | +1 | +1 | 0.6     | ใช้ได้ |
| 2.3 สามารถสื่อสารรูปแบบข่าวสาร ได้ในปริมาณมากและหลากหลายได้      | +1            | +1 | +1 | 1.0     | ใช้ได้ |
| 2.4 สามารถทำการติดต่อสื่อสารได้เฉพาะกลุ่ม                        | +1            | +1 | 0  | 0.6     | ใช้ได้ |
| 2.5 มีข้อมูลหรือแหล่งอ้างอิงที่ถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ              | +1            | +1 | 0  | 0.6     | ใช้ได้ |
| 2.6 สามารถสื่อสารได้ตลอดเวลา และการโต้ตอบกลับรวดเร็วทันเหตุการณ์ | 0             | +1 | +1 | 0.6     | ใช้ได้ |
| 3 . ช่องทางการสื่อสารhttps://ict.up.ac.th                        |               |    |    |         |        |
| 3.1 ความรวดเร็วในการสื่อสาร                                      | 0             | +1 | +1 | 0.6     | ใช้ได้ |
| 3.2 ความถูกต้องและชัดเจนของข้อมูลที่สื่อสาร                      | +1            | +1 | +1 | 1.0     | ใช้ได้ |
| 3.3 สามารถสื่อสารรูปแบบข่าวสาร ได้ในปริมาณมากและหลากหลายได้      | 0             | +1 | +1 | 0.6     | ใช้ได้ |
| 3.4 มีข้อมูลครบถ้วน เพียงพอต่อการทำงาน                           | +1            | +1 | +1 | 1.0     | ใช้ได้ |
| 3.5 มีข้อมูลหรือแหล่งอ้างอิงที่ถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ              | 0             | +1 | +1 | 0.6     | ใช้ได้ |
| 3.6 ใช้งานง่ายไม่ซับซ้อน                                         | +1            | +1 | +1 | 1.0     | ใช้ได้ |
| 4. ช่องทางการสื่อสาร E-Mail: @up.ac.th                           |               |    |    |         |        |
| 4.1 ความรวดเร็วในการสื่อสาร                                      | +1            | +1 | +1 | 1.0     | ใช้ได้ |
| 4.2 ความถูกต้องและชัดเจนของข้อมูลที่สื่อสาร                      | +1            | +1 | +1 | 1.0     | ใช้ได้ |
| 4.3 ส่งผ่านข้อมูลในปริมาณมากและหลากหลายได้                       | +1            | +1 | +1 | 1.0     | ใช้ได้ |
| 4.4 สามารถสื่อสารได้ตลอดเวลา                                     | +1            | +1 | +1 | 1.0     | ใช้ได้ |

| หัวข้อประเมิน                                       | ประมาณค่าความคิดเห็นคนที่ |    |    | ค่า IOC | แปลผล  |
|-----------------------------------------------------|---------------------------|----|----|---------|--------|
|                                                     | 1                         | 2  | 3  |         |        |
| 4.5 มีข้อมูลหรือแหล่งอ้างอิงที่ถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ | 0                         | +1 | +1 | 0.6     | ใช้ได้ |
| 4.6 การโต้ตอบกลับรวดเร็วทันเหตุการณ์                | 0                         | +1 | +1 | 0.6     | ใช้ได้ |
| <b>5 . ช่องทางการสื่อสารUP-DMS</b>                  |                           |    |    |         |        |
| 5.1 ความรวดเร็วในการสื่อสาร                         | +1                        | +1 | +1 | 1.0     | ใช้ได้ |
| 5.2 ความถูกต้องและชัดเจนของข้อมูลที่สื่อสาร         | +1                        | +1 | +1 | 1.0     | ใช้ได้ |
| 5.3 ส่งผ่านข้อมูลในปริมาณมากและหลากหลายได้          | 0                         | +1 | +1 | 0.6     | ใช้ได้ |
| 5.4 มีข้อมูลหรือแหล่งอ้างอิงที่ถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ | 0                         | +1 | +1 | 0.6     | ใช้ได้ |
| 5.5 ใช้งานง่ายไม่ซับซ้อน                            | +1                        | +1 | +1 | 1.0     | ใช้ได้ |

$$\text{ค่า IOC} = \frac{23.4}{29} = 0.81$$

สรุปว่า ใช้ได้

ตารางที่ 2 แสดงการเข้าถึงช่องทางการสื่อสารองค์กร

| หัวข้อประเมิน                                                                | ประมาณค่าความคิดเห็นคนที่ |    |    | ค่า IOC | แปลผล  |
|------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|----|----|---------|--------|
|                                                                              | 1                         | 2  | 3  |         |        |
| 1. ช่องทางการสื่อสาร LINE Group: ICT_UP                                      | +1                        | +1 | +1 | 1.0     | ใช้ได้ |
| 2. ช่องทางการสื่อสาร Facebook Messenger : ICT@UP                             | +1                        | +1 | +1 | 1.0     | ใช้ได้ |
| 3. ช่องทางการสื่อสาร <a href="https://ict.up.ac.th">https://ict.up.ac.th</a> | +1                        | +1 | +1 | 1.0     | ใช้ได้ |
| 4. ช่องทางการสื่อสาร E-Mail: @up.ac.th                                       | +1                        | +1 | +1 | 1.0     | ใช้ได้ |
| 5. ช่องทางการสื่อสาร UP-DMS                                                  | +1                        | +1 | +1 | 1.0     | ใช้ได้ |

$$\text{ค่า IOC} = \frac{5}{5} = 1.00$$

สรุปว่า ใช้ได้

จากที่ผู้วิจัยได้ทำการคำนวณหาค่า IOC โดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence) เรียบร้อยแล้ว และได้นำมาวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามช่องทางการสื่อสารองค์กรโดยใช้โซเชียลเน็ตเวิร์ค (Social Network) ของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา ที่ได้รับความพึงพอใจจากผู้รับสาร มากที่สุด จากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ของบุคลากรสายวิชาการ จำนวน 35 คน และบุคลากรสายสนับสนุน จำนวน 20 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 55 คน ดังนี้

**ตารางที่ 3** แสดงความพึงพอใจช่องทางการสื่อสาร

| หัวข้อประเมิน                                                                    | $\bar{x}$   | S.D.        | การแปลผล   |
|----------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|------------|
| <b>ช่องทางการสื่อสาร LINE Group: ICT_UP</b>                                      |             |             |            |
| 1. ความรวดเร็วในการสื่อสาร                                                       | 33.4        | 80.0        | มาก        |
| 2. ความถูกต้องและชัดเจน                                                          | 33.4        | 70.0        | มาก        |
| 3. สามารถสื่อสารรูปแบบข่าวสาร ได้ในปริมาณมากและหลากหลายได้                       | 11.4        | 90.0        | มาก        |
| 4. สามารถทำการติดต่อสื่อสารได้เฉพาะกลุ่ม                                         | 33.4        | 77.0        | มาก        |
| 5. สามารถสื่อสารได้ตลอดเวลา และการโต้ตอบกลับรวดเร็วทันเหตุการณ์                  | 20.4        | 91.0        | มาก        |
| 6. มีข้อมูลหรือแหล่งอ้างอิงที่ถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ                               | 05.4        | 93.0        | มาก        |
| <b>รวม</b>                                                                       | <b>4.23</b> | <b>0.83</b> | <b>มาก</b> |
| <b>ช่องทางการสื่อสาร Facebook Messenger: ICT@UP</b>                              |             |             |            |
| 7. ความรวดเร็วในการสื่อสาร                                                       | 24.4        | 86.0        | มาก        |
| 8. ความถูกต้องและชัดเจนของข้อมูลที่สื่อสาร                                       | 24.4        | 79.0        | มาก        |
| 9. สามารถสื่อสารรูปแบบข่าวสาร ได้ในปริมาณมากและหลากหลายได้                       | 24.4        | 98.0        | มาก        |
| 10. สามารถทำการติดต่อสื่อสารได้เฉพาะกลุ่ม                                        | 24.4        | 72.0        | มาก        |
| 11. มีข้อมูลหรือแหล่งอ้างอิงที่ถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ                              | 13.4        | 82.0        | มาก        |
| 12. สามารถสื่อสารได้ตลอดเวลา และการโต้ตอบกลับรวดเร็วทันเหตุการณ์                 | 96.3        | 92.0        | มาก        |
| <b>รวม</b>                                                                       | <b>4.18</b> | <b>0.85</b> | <b>มาก</b> |
| <b>ช่องทางการสื่อสาร <a href="https://ict.up.ac.th">https://ict.up.ac.th</a></b> |             |             |            |
| 13. ความรวดเร็วในการสื่อสาร                                                      | 4.00        | 0.96        | มาก        |
| 14. ความถูกต้องและชัดเจนของข้อมูลที่สื่อสาร                                      | 3.98        | 0.76        | มาก        |
| 15. สามารถสื่อสารรูปแบบข่าวสาร ได้ในปริมาณมากและหลากหลายได้                      | 3.96        | 0.72        | มาก        |
| 16. มีข้อมูลครบถ้วน เพียงพอต่อการทำงาน                                           | 3.93        | 0.79        | มาก        |
| 17. มีข้อมูลหรือแหล่งอ้างอิงที่ถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ                              | 3.98        | 0.76        | มาก        |
| 18. ใช้งานง่ายไม่ซับซ้อน                                                         | 3.91        | 1.02        | มาก        |
| <b>รวม</b>                                                                       | <b>3.96</b> | <b>0.84</b> | <b>มาก</b> |

| หัวข้อประเมิน                                       | $\bar{x}$   | S.D.        | การแปลผล       |
|-----------------------------------------------------|-------------|-------------|----------------|
| <b>ช่องทางการสื่อสาร E-Mail: @up.ac.th</b>          |             |             |                |
| 19. ความรวดเร็วในการสื่อสาร                         | 3.85        | 1.03        | มาก            |
| 20. ความถูกต้องและชัดเจนของข้อมูลที่สื่อสาร         | 4.02        | 0.83        | มาก            |
| 21. ส่งผ่านข้อมูลในปริมาณมากและหลากหลายได้          | 3.91        | 0.75        | มาก            |
| 22. สามารถสื่อสารได้ตลอดเวลา                        | 3.85        | 0.71        | มาก            |
| 23. มีข้อมูลหรือแหล่งอ้างอิงที่ถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ | 4.07        | 0.72        | มาก            |
| 24. การโต้ตอบกลับรวดเร็วทันเหตุการณ์                | 3.80        | 0.93        | มาก            |
| <b>รวม</b>                                          | <b>92.3</b> | <b>83.0</b> | <b>มาก</b>     |
| <b>ช่องทางการสื่อสาร UP-DMS</b>                     |             |             |                |
| 25. ความรวดเร็วในการสื่อสาร                         | 4.13        | 0.77        | มาก            |
| 26. ความถูกต้องและชัดเจนของข้อมูลที่สื่อสาร         | 4.24        | 0.64        | มาก            |
| 27. ส่งผ่านข้อมูลในปริมาณมากและหลากหลายได้          | 3.91        | 0.82        | มาก            |
| 28. มีข้อมูลหรือแหล่งอ้างอิงที่ถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ | 4.18        | 0.70        | มาก            |
| 29. ใช้งานง่ายไม่ซับซ้อน                            | 3.91        | 0.82        | มาก            |
| <b>รวม</b>                                          | <b>4.30</b> | <b>63.0</b> | <b>ปานกลาง</b> |

จากตารางที่ 3 พบว่าคนส่วนใหญ่มีความพึงพอใจกับช่องทางการสื่อสาร LINE Group: ICT\_UP ด้านความรวดเร็วในการสื่อสาร ความถูกต้องและชัดเจน และสามารถทำการติดต่อสื่อสาร ได้เฉพาะกลุ่มมากที่สุด รองลงมา คือ สามารถสื่อสารได้ตลอดเวลาและการโต้ตอบกลับรวดเร็วทันเหตุการณ์ และอันดับสุดท้ายมีข้อมูลหรือแหล่งอ้างอิงที่ถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ โดยมีระดับความพึงพอใจในภาพรวมของช่องทางการสื่อสาร LINE Group: ICT\_UP มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.23 มีระดับความพึงพอใจอยู่ใน ระดับมาก

ในส่วนของช่องทางการสื่อสาร Facebook Messenger: ICT@UP ในด้านความรวดเร็วในการสื่อสาร, ความถูกต้องและชัดเจนของข้อมูลที่สื่อสาร สามารถสื่อสารรูปแบบข่าวสาร ได้ในปริมาณมากและหลากหลายได้ และสามารถทำการติดต่อสื่อสารได้เฉพาะกลุ่มมากที่สุด มีระดับความพึงพอใจอยู่ใน ระดับมาก และอันดับรองลงมา คือ ข้อมูลหรือแหล่งอ้างอิงที่ถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ และอันดับสุดท้าย สามารถสื่อสารได้ตลอดเวลา และการโต้ตอบกลับรวดเร็วทันเหตุการณ์ มี โดยมีระดับความพึงพอใจในภาพรวมของช่องทางการสื่อสาร Facebook Messenger : ICT@UP มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.18 มีระดับความพึงพอใจอยู่ใน ระดับมาก

ช่องทางการสื่อสาร <https://ict.up.ac.th> ในด้านความรวดเร็วในการสื่อสารมากที่สุด มีระดับความพึงพอใจอยู่ใน ระดับมากและอันดับรองลงมา คือ ความถูกต้องและชัดเจนของข้อมูลสื่อสาร และมีข้อมูลหรือแหล่งอ้างอิงที่ถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ มีระดับความพึงพอใจอยู่ใน ระดับมาก และอันดับสุดท้าย ใช้งานง่ายไม่ซับซ้อน มีระดับความพึงพอใจอยู่ใน ระดับมาก ตามลำดับโดยมีระดับความพึงพอใจในภาพรวมของช่องทางการสื่อสาร <https://ict.up.ac.th> มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.96 มีระดับความพึงพอใจอยู่ใน ระดับมาก ตามลำดับ

ช่องทางการสื่อสาร E-Mail: @up.ac.th ในด้านมีข้อมูลหรือแหล่งอ้างอิงที่ถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ มีระดับความพึงพอใจอยู่ใน ระดับมาก และอันดับรองลงมา คือ ความถูกต้องและชัดเจนของข้อมูลสื่อสาร และอันดับสุดท้าย การโต้ตอบกลับรวดเร็วทันเหตุการณ์ โดยมีระดับความพึงพอใจในภาพรวมของช่องทางการสื่อสาร E-Mail: @up.ac.th มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.92 มีระดับความพึงพอใจอยู่ใน ระดับมาก ตามลำดับ

ช่องทางการสื่อสาร UP-DMS ในด้านความถูกต้องและชัดเจนของข้อมูลสื่อสารมากที่สุด มีระดับความพึงพอใจอยู่ใน ระดับมาก และอันดับรองลงมา คือ มีข้อมูลหรือแหล่งอ้างอิงที่ถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ และอันดับสุดท้าย ส่งผ่านข้อมูลในปริมาณมากและหลากหลายได้ และใช้งานง่ายไม่ซับซ้อน โดยมีระดับความพึงพอใจในภาพรวมของช่องทางการสื่อสาร UP-DMS มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.40 มีระดับความพึงพอใจอยู่ใน ระดับมาก ตามลำดับ

**ตารางที่ 4** แสดงความพึงพอใจช่องทางการสื่อสารเปรียบเทียบในภาพรวม

| หัวข้อประเมิน                                                                | ค่าเฉลี่ย | ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน | การแปลผล |
|------------------------------------------------------------------------------|-----------|---------------------|----------|
|                                                                              | $\bar{x}$ | S.D.                |          |
| 1. ช่องทางการสื่อสาร LINE Group: ICT_UP                                      | 4.23      | 83.0                | มาก      |
| 2. ช่องทางการสื่อสาร Facebook Messenger : ICT@UP                             | 4.18      | 85.0                | มาก      |
| 3. ช่องทางการสื่อสาร <a href="https://ict.up.ac.th">https://ict.up.ac.th</a> | 3.96      | 84.0                | มาก      |
| 4. ช่องทางการสื่อสาร E-Mail: @up.ac.th                                       | 3.92      | 83.0                | มาก      |
| 5. ช่องทางการสื่อสาร UP-DMS                                                  | 3.40      | 63.0                | ปานกลาง  |

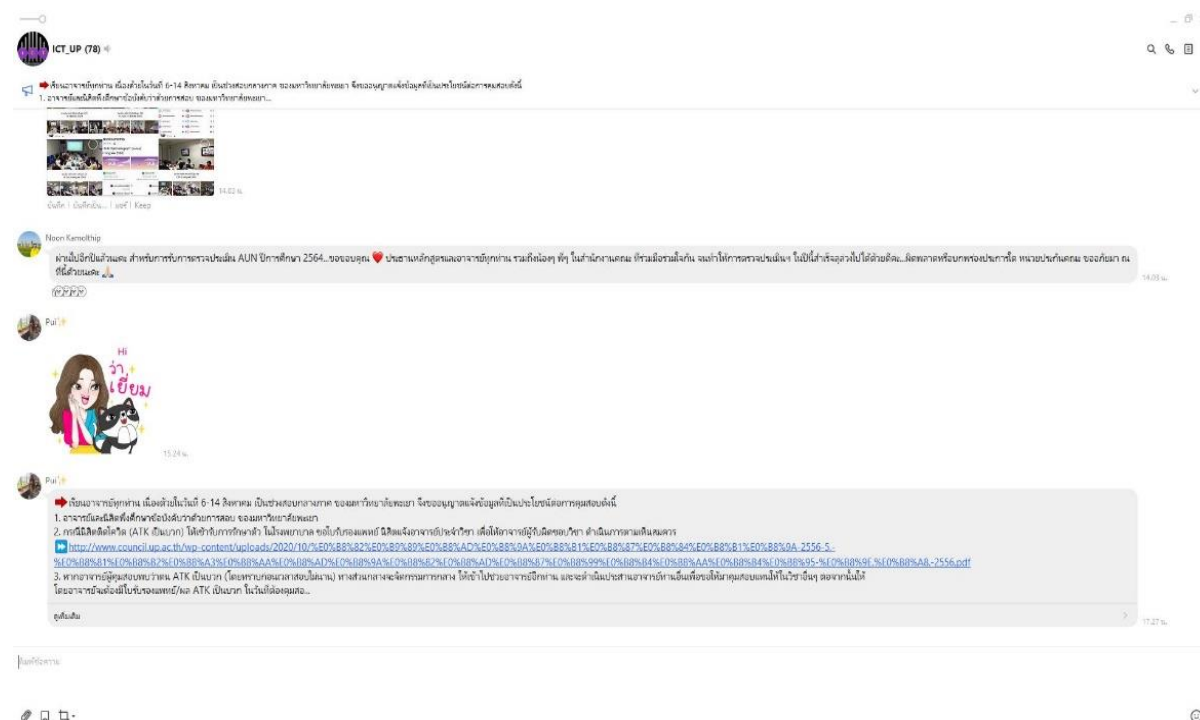
จากตารางที่ 4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจช่องทางการสื่อสารองค์กร โดยใช้โซเชียลเน็ตเวิร์กของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา ในช่องทางการสื่อสารของคณะฯ ที่มี ความพึงพอใจมากที่สุด อันดับที่ 1 คือ ช่องทางการสื่อสาร LINE Group: ICT\_UP มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.23 มีระดับความพึงพอใจอยู่ใน ระดับมาก อันดับที่ 2 คือ ช่องทางการสื่อสาร Facebook Messenger: ICT@UP มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.18 มีระดับความพึงพอใจอยู่ใน ระดับมาก อันดับที่ 3 คือ ช่องทางการสื่อสาร <https://ict.up.ac.th> มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.96 มีระดับความพึงพอใจอยู่ใน ระดับมาก อันดับที่ 4 คือ ช่องทางการสื่อสาร E-Mail: @up.ac.th มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.92 มีระดับความพึงพอใจอยู่ใน ระดับมาก และอันดับสุดท้าย ลำดับที่ 5 คือ ช่องทางการสื่อสาร UP-DMS มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.40 มีระดับความพึงพอใจอยู่ใน ระดับปานกลาง ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงการเข้าถึงช่องทางการสื่อสารองค์กร

| หัวข้อประเมิน                                   | จำนวน (คน) |
|-------------------------------------------------|------------|
| 1. ช่องทางการสื่อสาร LINE Group: ICT_UP         | 17         |
| 2. ช่องทางการสื่อสาร Facebook Messenger: ICT@UP | 13         |
| 3. ช่องทางการสื่อสาร https://ict.up.ac.th       | 12         |
| 4. ช่องทางการสื่อสาร E-Mail: @up.ac.th          | 8          |
| 5. ช่องทางการสื่อสาร UP-DMS                     | 5          |

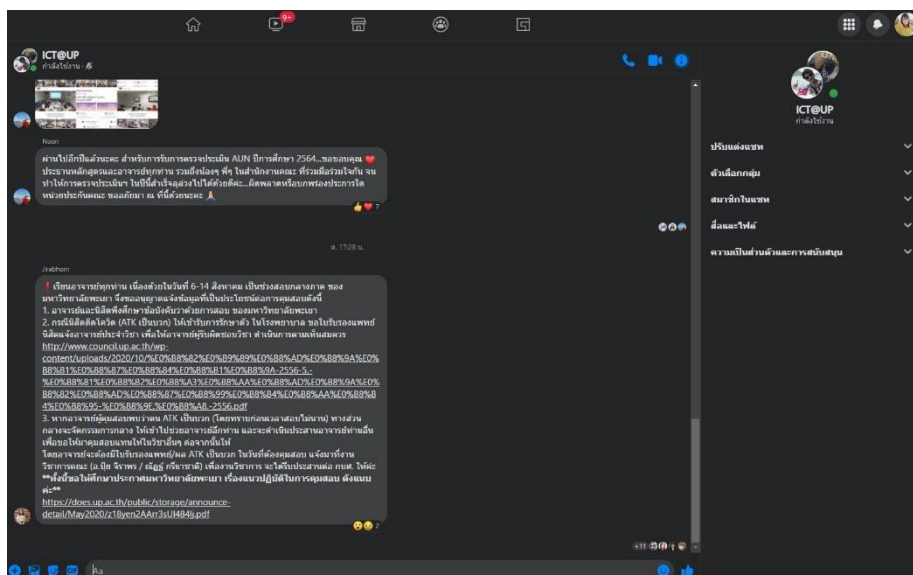
จากตารางที่ 5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เข้าถึงช่องทางการสื่อสารองค์กรโดยใช้โซเชียลเน็ตเวิร์กของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา อันดับที่ 1 คือ ช่องทางการสื่อสาร LINE Group: ICT\_UP มากที่สุด จำนวน 17 คน อันดับที่ 2 คือ ช่องทางการสื่อสาร Facebook Messenger: ICT@UP จำนวน 13 คน อันดับที่ 3 คือ ช่องทางการสื่อสาร https://ict.up.ac.th จำนวน 12 คน อันดับที่ 4 คือช่องทางการสื่อสาร E-Mail: @up.ac.th จำนวน 8 คน และอันดับสุดท้าย อันดับที่ 5 คือ ช่องทางการสื่อสารUP-DMS จำนวน 5 คน ตามลำดับ

จากที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาช่องทางการสื่อสารองค์กรโดยใช้โซเชียลเน็ตเวิร์ก (Social Network) ของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา ที่ได้รับความพึงพอใจจากผู้รับสารมากที่สุด ลำดับที่ 1 พบว่ากลุ่มตัวอย่าง มีความพึงพอใจช่องทางการสื่อสาร LINE Group: ICT\_UP อยู่ในระดับมาก และการเข้าถึงช่องทางการสื่อสารองค์กรมากที่สุด ลำดับที่ 1 เป็นช่องทางการสื่อสาร LINE Group: ICT\_UP ดังรูปที่ 1



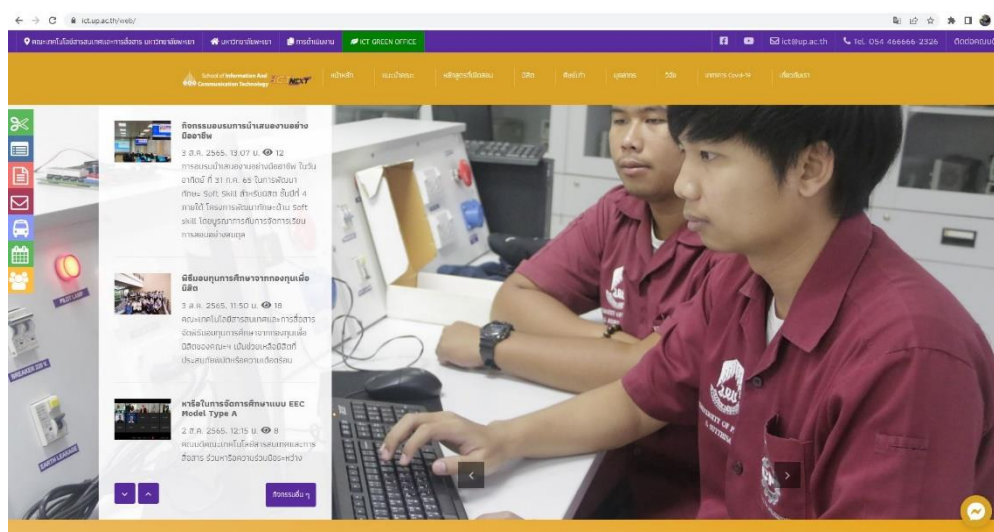
รูปที่ 1 ช่องทางการสื่อสาร LINE Group: ICT\_UP

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาช่องทางการสื่อสารองค์กรโดยใช้โซเชียลเน็ตเวิร์กของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา ที่ได้รับความพึงพอใจจากผู้รับสารลำดับที่ 2 พบว่ากลุ่มตัวอย่าง มีความพึงพอใจช่องทางการสื่อสาร Facebook Messenger: ICT@UP อยู่ในระดับมาก และการเข้าถึงช่องทางการสื่อสารองค์กรลำดับที่ 2 เป็นช่องทางการสื่อสาร Facebook Messenger: ICT@UP ดังรูปที่ 2

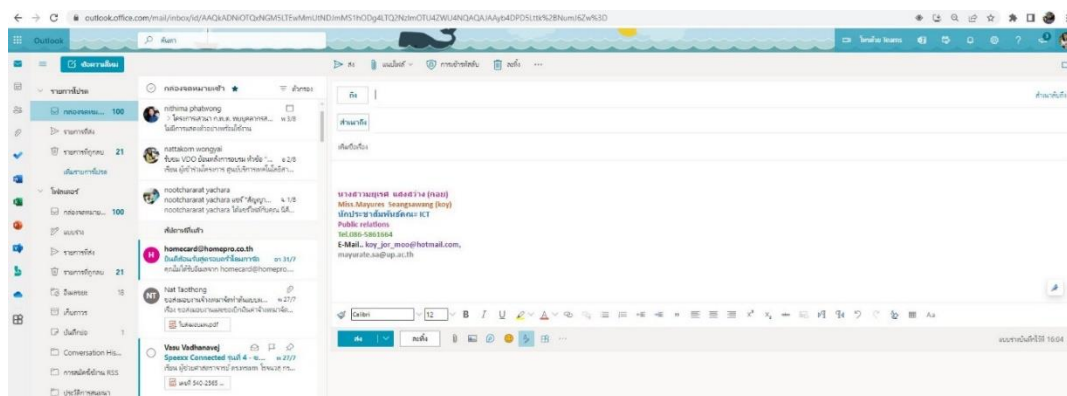


รูปที่ 2 ช่องทางการสื่อสาร Facebook Messenger: ICT@UP

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาช่องทางการสื่อสารองค์กรโดยใช้โซเชียลเน็ตเวิร์ค (Social Network) ของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา ที่ได้รับความพึงพอใจจากผู้รับสารลำดับที่ 3 พบว่ากลุ่มตัวอย่าง มีความพึงพอใจช่องทางการสื่อสาร <https://ict.up.ac.th>: ICT@UP อยู่ในระดับมาก และการเข้าถึงช่องทางการสื่อสารองค์กร ลำดับที่ 3 เป็นช่องทางการสื่อสาร <https://ict.up.ac.th> ดังรูปที่ 3

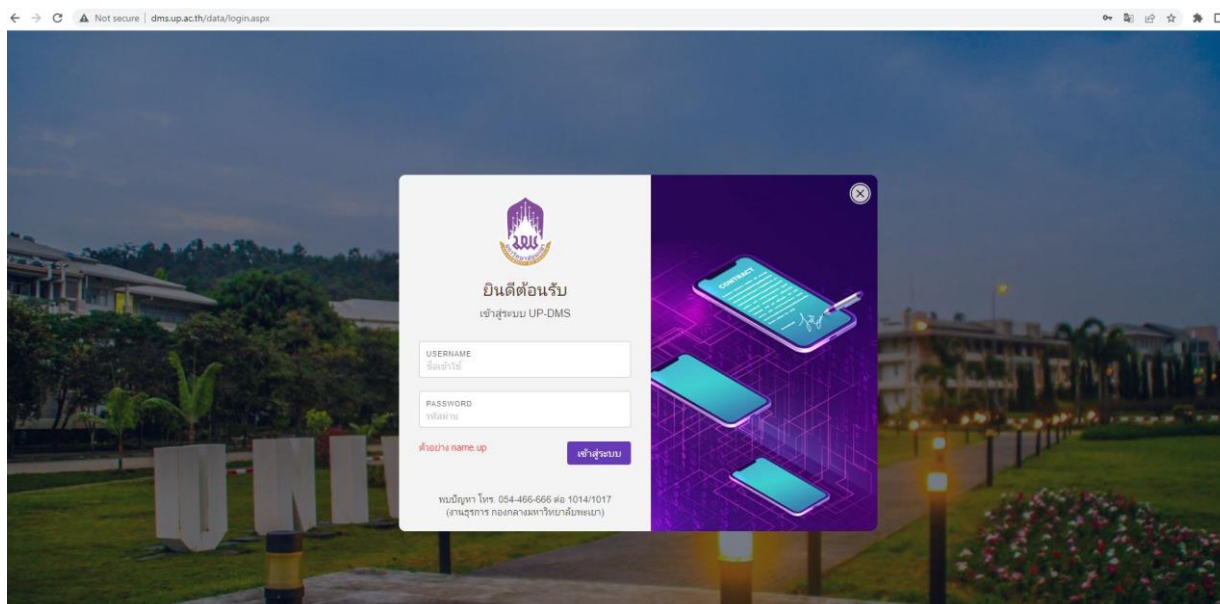
รูปที่ 3 ช่องทางการสื่อสาร <https://ict.up.ac.th>

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาช่องทางการสื่อสารองค์กรโดยใช้โซเชียลเน็ตเวิร์ค ของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา ที่ได้รับความพึงพอใจจากผู้รับสารลำดับที่ 4 พบว่ากลุ่มตัวอย่าง มีความพึงพอใจ ช่องทางการสื่อสาร E-Mail: @up.ac.th อยู่ในระดับมาก และการเข้าถึงช่องทางการสื่อสารองค์กร ลำดับที่ 4 เป็นช่องทางการสื่อสาร E-Mail: @up.ac.th ดังรูปที่ 4



รูปที่ 4 ช่องทางการสื่อสาร E-Mail: @up.ac.th

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาช่องทางการสื่อสารองค์กรโดยใช้โซเชียลเน็ตเวิร์ค (Social Network) ของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา ที่ได้รับความพึงพอใจจากผู้รับสารลำดับที่ 5 พบว่ากลุ่มตัวอย่าง มีความพึงพอใจช่องทางการสื่อสาร UP-DMS อยู่ในระดับมาก และการเข้าถึงช่องทางการสื่อสารองค์กร ลำดับที่ 5 เป็นช่องทางการสื่อสาร UP-DMS ดังรูปที่ 5



รูปที่ 5 ช่องทางการสื่อสาร UP-DMS

## สรุปและอภิปรายผล

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์เพื่อเพื่อศึกษาช่องทางการสื่อสารองค์กร โดยใช้โซเชียลเน็ตเวิร์กของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา ที่ได้รับความพึงพอใจจากผู้รับสารมากที่สุด เพื่อศึกษาผลกระทบของแต่ละช่องทางการสื่อสารภายในองค์กรคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา และเพื่อนำผลการวิจัยไปปรับปรุงและพัฒนาช่องทางการสื่อสารภายในองค์กรคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลในด้าน เพศ ช่วงอายุ ระดับการศึกษา และสายงาน โดยใช้แบบสอบถามในการวิจัยเป็นหลัก และใช้เอกสารอื่น ๆ ประกอบ เพื่อสนับสนุนการวิจัย ซึ่งมีประชากร และกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผล โดยแบ่งแบบสอบถาม ออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) สอบถามเกี่ยวกับช่องทางการสื่อสารองค์กรโดยใช้โซเชียลเน็ตเวิร์กของคณะฯ ที่ได้รับความพึงพอใจมากที่สุด 2) ช่องทางการสื่อสารองค์กรโดยใช้โซเชียลเน็ตเวิร์กที่เข้าถึงข้อมูลของคณะฯ มากที่สุด ซึ่งสามารถสรุปได้ ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่าง เป็นเพศชาย จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 54.55 และเพศหญิง จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 45.45 ในด้านช่วงอายุ พบว่า ช่วงอายุ 41-50 ปี มากที่สุด จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 49.09 รองลงมา ช่วงอายุ 36-40 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 41.82 ช่วงอายุ 29-35 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 7.27 และช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.82 ในด้านระดับการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 45.45 รองลงมาเป็นระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 36.36 และระดับการศึกษาปริญญาเอก จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 18.18 ในด้านสายงาน พบว่า ส่วนใหญ่มีสถานะเป็นพนักงานสายวิชาการ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 63.61 และพนักงานสายสนับสนุน จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 36.36

2. ช่องทางการสื่อสารองค์กรโดยใช้โซเชียลเน็ตเวิร์กที่เข้าถึงข้อมูลของคณะฯ มากที่สุด สรุปได้ว่า ช่องทางการสื่อสาร LINE Group: ICT\_UP มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.23 มีระดับความพึงพอใจในระดับมาก และอันดับรองลงมา อันดับที่ 2 คือ ช่องทางการสื่อสาร Facebook Messenger: ICT@UP มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.18 มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก อันดับที่ 3 คือ ช่องทางการสื่อสาร <https://ict.up.ac.th> มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.96 มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก อันดับที่ 4 คือ ช่องทางการสื่อสาร E-Mail: @up.ac.th มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.92 มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และอันดับสุดท้าย ลำดับที่ 5 คือ ช่องทางการสื่อสาร UP-DMS มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.40 มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ดังนั้น ช่องทางการสื่อสารองค์กรโดยใช้โซเชียลเน็ตเวิร์กของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา ที่ได้รับความพึงพอใจจากผู้รับสารมากที่สุดจากกลุ่มตัวอย่างเป็น LINE Group: ICT\_UP อยู่ในระดับมาก และการเข้าถึงช่องทางการสื่อสารองค์กรมากที่สุด เป็นช่องทางการสื่อสาร LINE Group: ICT\_UP ซึ่งบุคลากรมีการใช้งานมากที่สุด ซึ่งช่องทางนี้ส่งผลกระทบต่อสื่อสารภายในองค์กรคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา ในเรื่องของการจัดเก็บข้อมูลมีข้อจำกัดด้านระยะเวลา และค้นหาไฟล์งานได้ไม่ค่อยสะดวก จึงควรรณรงค์ให้บุคลากรมีการใช้ช่องทางการสื่อสารของคณะฯ ในช่องทางอื่นให้มากยิ่งขึ้น

## อภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบว่าบุคลากรมีความพึงพอใจช่องทางการสื่อสารองค์กรโดยใช้โซเชียลเน็ตเวิร์กของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา ในด้านของความเร็วในการสื่อสาร, ความถูกต้องและชัดเจน และสามารถทำการติดต่อสื่อสาร ได้เฉพาะกลุ่มมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัจฉรา สุขกลิ่น และ

คณะ (2561) ที่พบว่า การสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญขององค์กร ซึ่งวัตถุประสงค์ของการสื่อสารก็เพื่อให้บุคลากรเข้าใจ และปฏิบัติตามเป้าหมายขององค์กร ซึ่งการสื่อสารนั้นจะต้องมีความชัดเจนและเป็นข่าวสารที่รวดเร็วทันสมัย หรืออาจจะใช้เทคโนโลยีในการสื่อสาร ซึ่งเทคนิคกลยุทธ์การจัดการสื่อสารและข้อมูล จะทำให้องค์กรมีความแข็งแกร่ง มั่นคง เนื่องจากบุคลากรจะคอยช่วยเหลือดูแลรักษาองค์กรได้อย่างทันเวลาตัวอย่างองค์กรที่น่ากลยุทธ์การจัดการสื่อสารและข้อมูลมาใช้

ประกอบกับบุคลากรได้ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในด้านช่องทางการสื่อสารองค์กร โดยใช้โซเชียลเน็ตเวิร์กของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยพะเยา ไว้ว่าควรมีการใช้ E-Mail ในการสื่อสารให้สม่ำเสมอมากกว่านี้ เนื่องจากช่องทาง E-Mail สามารถเก็บไฟล์งานไว้ได้ไม่มีข้อจำกัดด้านระยะเวลา สามารถค้นหาไฟล์งานได้สะดวกกว่าช่องทางอื่น ๆ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ณาเกตุ โรจนสร้างสกุล และคณะ (2564) ที่ศึกษาพบว่า ช่องทางที่มีการเปิดรับข่าวสารของฝ่ายสื่อสารองค์กร ที่เป็นที่ยังพอใจมากที่สุด 2 อันดับแรกของมหาวิทยาลัยบูรพา เรียงตามอันดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ อีเมล (E-mail) และเว็บไซต์ (Web Site) เนื่องมาจากการที่บุคลากรมหาวิทยาลัยบูรพาใช้เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารในการทำงาน เพื่อความสะดวก รวดเร็ว ซึ่งอีเมล และ เว็บไซต์ เป็นสื่อที่มีการเชื่อมต่อทางระบบอินเทอร์เน็ตจัดอยู่ในประเภทของสื่อใหม่หรือสื่อออนไลน์ เป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย เข้าถึงได้ทุกที่ ทุกเวลาอย่างไร้พรมแดน มีความสะดวก รวดเร็วอีกด้วย

## เอกสารอ้างอิง

- ณาเกตุ โรจนสร้างสกุล และคณะ. (2564). การเปิดรับข่าวสารผ่านการสื่อสารองค์กรกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาในมุมมองของบุคลากร. *วารสารร่วมพฤษภา มหาวิทยาลัยเกริก*, 39(1), 103-124.
- นิภาพรณ โสพัฒน์. (2562). วิธีการสื่อสารในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ. *วารสารสมาคมพัฒนาวิชาชีพการบริหารการศึกษาแห่งประเทศไทย*, 1(3), 23-30.
- บุษบา หินธาร. (มปป). *เอกสารประกอบการสอน การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น*. พิษณุโลก: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.
- พิชิต วิจิตรบุญรักษ์. (2554). สื่อสังคมออนไลน์: สื่อแห่งอนาคต (Social Media: Future Media). *Executive Journal*, 31(4), 99-103.
- พริยา ศิริวรรณ. (2559). การสื่อสารภายในองค์กร (คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล) เรื่องที่ไม่อาจมองข้าม. *บทความทั่วไป เวชบัณฑิตศิริราช*, 9(1), 38-43.
- สุรศักดิ์ ชะมารมย์. (2561). การสื่อสารภายในองค์กร แนวคิด ทฤษฎี และการประยุกต์ใช้. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา*, 13(2), 363-365.
- อัจฉรา สุขกลิ่น และคณะ. (2561). กลยุทธ์การสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างวัฒนธรรมองค์กรแข็งแกร่ง. *วารสารการจัดการสมัยใหม่*, 16(1), 75-82.
- Muyanga, C. C., & Phiri, J. (2021). Assessment of Effective Communication in International Schools in Developing Countries Based on the Berlo's SMCR Model. *Open Journal of Business and Management*, 9, 448-45.