

การพัฒนานวัตกรรมวัฒนธรรมการสื่อสารองค์กร
เพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน

THE DEVELOPMENT CULTURAL INNOVATION CORPORATE
COMMUNICATION TO BUILD COMMUNITY ACCEPTANCE



¹จุฑาสกนธ์ บุญนำ และ ²นิลรัตน์ นวกิจไพฑูรย์
¹Jutasakhon Boonnum and ²Nilrat Navakijpitoon

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช, ประเทศไทย
Nakhon Si Thammarat Rajabhat University, Thailand

¹jutasakhon_boo@nstru.ac.th

Received: May 31, 2023; Revised: July 25, 2023; Accepted: August 21, 2023

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาวัฒนธรรมการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน 2) เพื่อศึกษาการพัฒนาวัฒนธรรมการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน 3) เพื่อศึกษาประสิทธิภาพของนวัตกรรมวัฒนธรรมการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน เพื่อการนำไปใช้อย่างมีคุณภาพ การวิจัยแบ่งออกเป็น 4 ระยะ ใช้ระเบียบวิธีวิจัยผสมผสาน คือการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ แบบแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันปัญหาและความต้องการ แบบประเมินคุณภาพ แบบสอบถามความพึงพอใจของประชาชน สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และทดสอบค่าที (t-test Dependent) ผลการวิจัย พบว่า 1) วัฒนธรรมการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชนประกอบด้วย 4 ด้านหลัก คือ ด้านสภาพปัจจุบัน ด้านการใช้สื่อ ด้านประเมินผล ด้านปัญหาวัฒนธรรมการสื่อสาร ด้านการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ 2) ผลการศึกษาการพัฒนาวัฒนธรรมการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้ การสร้างทีมงานของการสื่อสารองค์กร บุคลิกภาพของผู้สื่อสารองค์กร สื่อสำหรับการสื่อสารองค์กร 3) ผลของประสิทธิภาพนวัตกรรมวัฒนธรรมการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน ผลการใช้

¹นักวิชาการศึกษา. พนักงานมหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

²ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

รูปแบบ สรุปได้ดังนี้ ผลวิเคราะห์จากผู้เชี่ยวชาญประเมินคุณภาพของนวัตกรรมวัฒนธรรมการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน ภาพรวมเหมาะสม นวัตกรรมวัฒนธรรมการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน คุณภาพอยู่ในระดับดีมาก ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของประชาชนกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อนวัตกรรมวัฒนธรรมการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชนโดยภาพรวมความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: นวัตกรรมวัฒนธรรม, การสื่อสารองค์กร, สร้างการยอมรับของชุมชน

Abstract

This research is research and development have a purpose. 1) To study the conditions and problems of corporate communication culture to create acceptance of the community. 2) To study the development of corporate communication culture innovation to create community acceptance. 3) To study the effectiveness of corporate communication culture innovation to create community acceptance for quality use. The research was divided into 4 phases, using a mixed research methodology. is quantitative research and qualitative research. Research tools include expert interview form People's questionnaires about current conditions, problems and needs. quality assessment form public satisfaction questionnaire. The statistics used are percentage, mean. Standard Deviation (S.D.) and t-test (t-test Dependent) The results of the research found that. 1) Organizational communication culture to build acceptance of the community consists of 4 main aspects, namely the current situation. media use evaluation aspect on communication culture problems effective communication. 2) The results of the study on the development of innovation in corporate communication culture to create acceptance of the community consisted of 3 parts as follows: Team building of corporate communication Personality of corporate messengers media for corporate communication. 3) The result of innovation efficiency, corporate communication culture to create community acceptance. Effects of using patterns can be summarized as follows: Analytical results from experts assess the quality of corporate communication culture innovations to build community acceptance. The overall picture is suitable Innovative corporate communication culture to create community acceptance The quality is very good. The results of the analysis of the satisfaction of the people of the sample group towards the innovation of corporate communication culture in order to build the acceptance of the community overall satisfaction. at a high level.

Keywords: Cultural innovation, Corporate communication, Build community acceptance

บทนำ

ในยุคของสังคมโลกาภิวัตน์ทำให้โลกมีการเชื่อมโยงเข้าไว้ด้วยกัน ซึ่งมีอิทธิพลที่ส่งผลให้เกิดมีการเปลี่ยนแปลงในทุกมิติทั่วทั้งโลกไม่ว่าจะเป็นในด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง สิ่งแวดล้อม และเทคโนโลยี ซึ่งวัฒนธรรมก็เป็นอีกมิติหนึ่งที่ได้รับอิทธิพลที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง เมื่อมนุษย์ได้พบเจอกับความแตกต่างและความหลากหลายทางวัฒนธรรมที่ต่างไปจากสิ่งที่ตนเองคุ้นเคยและได้เรียนรู้มา ดังนั้นมนุษย์จึงต้องทำการศึกษาเรียนรู้เพื่อให้เกิดความเข้าใจถึงความแตกต่างนี้ จนสามารถที่จะรับมือและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ และการที่จะเรียนรู้และทำความเข้าใจได้นั้น เครื่องมือสำคัญคือ “การสื่อสาร” ที่ช่วยให้มนุษย์สามารถเข้าใจระหว่างกันได้มากขึ้นซึ่งก่อนที่จะสื่อสารสิ่งใดออกไปนั้น มนุษย์ก็จำเป็นต้องทำความเข้าใจถึงการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมด้วย ความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรมเกิดได้หลายทาง กล่าวคือบุคคลซึ่งเดินทางไปอยู่ต่างประเทศไม่ว่าจะชั่วคราวหรือถาวร เช่น การไปทำงาน การไปเรียนหนังสือ หรือแต่งงานกับชาวต่างชาติ เป็นต้น ซึ่ง การที่มนุษย์เกิดและเติบโตมาจากวัฒนธรรมหนึ่งย่อมต้องได้รับการหล่อหลอมจากสังคมและวัฒนธรรมนั้นผ่านกระบวนการเรียนรู้และซึมซับเข้าสู่ตัวกลายเป็นแนวทางในการประพฤติปฏิบัติในสังคม ทำให้การที่มนุษย์ต้องไปดำรงชีวิตอยู่ในวัฒนธรรมที่มีความแตกต่างจากเดิม การรับรู้แนวคิด วิถีปฏิบัติ จากสิ่งที่เคยเรียนรู้อยู่ไม่สามารถนำไปใช้ได้กับทุกวัฒนธรรม ดังนั้นมนุษย์ย่อมต้องหาทางเรียนรู้และพยายามที่จะปรับตนเอง ทำให้ตนเองไม่รู้สึกแตกต่างจากกลุ่มบุคคลอื่น เพื่อให้เข้ากับบรรทัดฐานและวิถีปฏิบัติของสังคมและวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมใหม่นั้นจนกลายเป็นที่ยอมรับและสามารถคบหาสมาคมกับกลุ่มคนอื่น ๆ ได้เปรียบเสมือนการปรับตัวเพื่อเอาชีวิตรอดอยู่ในสังคม (มัญชรี โชติรสสุทธิ, 2556)

การติดต่อสื่อสารของคนที่มีวัฒนธรรมแตกต่างกัน เป็นสิ่งสำคัญในสังคมโลกปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงของโลกเป็นสัจธรรมและการเติบโตของสังคมและพัฒนาการของเทคโนโลยีสมัยใหม่ซึ่งช่วยให้การคมนาคมติดต่อสื่อสารกันของคนที่อยู่ห่างไกลกันและมีวัฒนธรรมที่ต่างกัันรวดเร็วและง่ายดาย ในบริบทของโลกาภิวัตน์นี้ ดังนั้นแนวคิดและการปฏิบัติเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมมีความสำคัญเนื่องจากบุคคลที่มีมาจากวัฒนธรรมที่ต่างกััน ย่อมมีการแสดงออกและพฤติกรรมที่ต่างกััน (Dahl, 2005:8 อ้างในกุลพร 2556) ด้วยเหตุนี้การศึกษาและการทำความเข้าใจวัฒนธรรมที่ต่างกัันตลอดจนกระบวนการที่เกิดขึ้นในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมจะช่วยลดความเข้าใจผิดในการสื่อสาร (Inoue, 2007:1 อ้างในกุลพร 2556) แต่เดิมมีแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม (cross-cultural communication) ว่า วัฒนธรรมที่ต่างกัันของคู่สนทนาอาจทำให้เกิดปัญหาในการสื่อสาร (กุลพร หิรัญบุรณะ, 2551, น. 111)

วัฒนธรรมการสื่อสารสร้างการสร้างความยอมรับของชุมชนจะทำให้กับประชาชนในพื้นที่สามารถสื่อสารเพื่อสร้างการยอมรับและมีส่วนร่วมของชุมชน เหตุที่ต้องมีการนำการสื่อสารเข้ามาเป็นเครื่องมือช่วยในการสื่อสารกับประชาชนเพื่อให้ประชาชนเกิดความเข้าใจตระหนักถึงความสำคัญ เห็นประโยชน์ส่วนรวม สร้างการยอมรับมีส่วนร่วมของชุมชนกับองค์กรเพื่อลดการ

ขัดแย้งโดยการสร้างการยอมรับความเข้าใจ สร้างทัศนคติที่ดีให้กับชุมชน เพื่อชุมชนได้เห็นองค์กรที่ดี การสร้างเครื่องมือในการสื่อสารองค์กร การสร้างเครื่องมือในการสื่อสารองค์กรเพื่อความเข้าใจให้เกิดความร่วมมือที่ดี ระหว่างบุคลากรภาครัฐและภาคประชาชนในชุมชน และหมายรวมถึงกับบุคลากรต่างองค์กรด้วย ทำให้องค์กรมีพลัง สามารถขับเคลื่อนให้การปฏิบัติภารกิจที่ได้รับมอบหมาย เป็นไปด้วยความราบรื่นมีประสิทธิภาพ ปัญหาการสื่อสารองค์กร คือการสื่อสารการเข้าใจ ไม่ชัดเจน ส่งผลทำให้เกิดความเข้าใจในองค์กรผิดไป และการปฏิบัติงานระหว่างกัน ด้านต่างๆ ของบุคคล การขาดมนุษยสัมพันธ์ อาจทำให้ ขาดความเข้าใจอันดีต่อกันระหว่างปฏิบัติการสื่อสารกับส่วนราชการและประชาชนขาดความน่าเชื่อถือ การขาดระบบการติดต่อสื่อสาร เทคโนโลยีไม่ทันสมัยหรือแตกต่างกับมากความแตกต่างกันในเทคนิคและวิธีปฏิบัติงานในการสื่อสารองค์กรและแต่ละบุคคลต่างกัน รวมทั้งสภาพแวดล้อมการดำเนินงานนโยบายและประสิทธิภาพของหน่วยงานต่างกัน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาวัฒนธรรมสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน
2. เพื่อศึกษาการพัฒนาวัฒนธรรมสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน
3. เพื่อศึกษาประสิทธิภาพของวัฒนธรรมสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน

วิธีการดำเนินการวิจัย

ได้นำเสนอรายละเอียดขั้นตอนการวิจัยวัฒนธรรมสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน โดยใช้แบบวิจัยและพัฒนา (Research and Development) และระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mix Method)

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ในพื้นที่โครงการการสำรวจ จังหวัดนครศรีธรรมราช

กลุ่มตัวอย่าง ประชากรในจังหวัดนครศรีธรรมราชโดยใช้หลักความน่าจะเป็น(Probability Sampling) โดยการสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ (Systematic Random Sampling) ได้ทำการสุ่มตัวอย่างซึ่งได้จากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง

2. เครื่องมือวิจัยที่ใช้ในการวิจัย

2.1 แบบวิเคราะห์เอกสาร มีลักษณะเป็นรายการวิเคราะห์เพื่อสรุปเป็นหลักการแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวกับการวิจัยและพัฒนา หลักการแนวคิดในการพัฒนารูปแบบการ

สื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน เพื่อความเข้าใจโดยกำหนดประเด็นการวิเคราะห์เอกสาร

2.2 แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ เป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง มีประเด็นคำถาม 2 ด้านคือ ด้านการสื่อสาร และด้านการสื่อสารองค์กรที่สร้างความยอมรับของชุมชน เพื่อขอความเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างนวัตกรรมวัฒนธรรมการสื่อสารองค์กรที่สร้างการยอมรับของชุมชน

2.3 แบบแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันและปัญหาองค์ประกอบนวัตกรรมวัฒนธรรมการสื่อสารองค์กรที่สร้างการยอมรับของชุมชน

2.4 แบบประเมินคุณภาพนวัตกรรมวัฒนธรรมการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับชุมชน

2.5 แบบสอบถามความพึงพอใจของประชาชนเกี่ยวกับนวัตกรรมวัฒนธรรมการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับชุมชน

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.)

ผลการวิจัย

จากการดำเนินการตามขั้นตอนของการวิจัยที่ได้นำเสนอแล้วนั้น ปรากฏว่าได้ผลบรรลุวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

1. ผลการศึกษาสภาพและปัญหานวัตกรรมวัฒนธรรมการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน ประกอบด้วย

- 1.1 ด้านสภาพปัจจุบันนวัตกรรมวัฒนธรรมการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน
- 1.2 ด้านการใช้สู่วัฒนธรรมการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน
- 1.3 ประเมินผลรูปแบบนวัตกรรมวัฒนธรรมการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน
- 1.4 ด้านปัญหาในนวัตกรรมวัฒนธรรมการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน
- 1.5 ด้านการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ

2. ผลการพัฒนานวัตกรรมวัฒนธรรมการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน ประกอบด้วย

- 2.1 นวัตกรรมวัฒนธรรมการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชนประกอบด้วย
 - 2.1.1 การสร้างทีมงานของนวัตกรรมวัฒนธรรมการสื่อสารองค์กร
 - 2.1.2 บุคลิกภาพของผู้สื่อสารองค์กร
 - 2.1.3 สื่อ สำหรับการสื่อสารองค์กร

2.2 ประเมินคุณภาพของนวัตกรรมวัฒนธรรมการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน ตามเกณฑ์ประเมิน โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน คุณภาพอยู่ในระดับดีมาก

2.3 การศึกษาความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ 3 ลำดับ พบว่า รายละเอียดวัตถุประสงค์ สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนา สภาพปัญหา และความต้องการ มีความเป็นไปได้ ของนวัตกรรม วัฒนธรรมการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชนคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก กระบวนการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน สะดวกและมีขั้นตอนการใช้ไม่ซับซ้อน สามารถนำไปใช้ได้ดียิ่งอยู่ในระดับดีมาก มีการสังเคราะห์ หลักการแนวคิด ทฤษฎี มาประยุกต์ใช้ได้สอดคล้องกับสภาพปัญหา หรือความต้องการในการพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน อยู่ในระดับดีมาก

2.4 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของประชาชนกลุ่มทดลองที่มีต่อนวัตกรรม วัฒนธรรมการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน โดยภาพรวมความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อนวัตกรรมวัฒนธรรมการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับ พบว่าด้านการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้รับรู้เรื่องของข้อมูลการสื่อสารองค์กร อยู่ในระดับมากที่สุด วิธีการสื่อสารมีความเหมาะสม สื่อประกอบการสื่อสารองค์กรมีความหลากหลาย ประชาชนมีความรู้ในเรื่องที่องค์กรสื่อสารได้ดีขึ้นจากการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน รูปแบบการสื่อสารองค์กรช่วยให้พัฒนาการสื่อสารองค์กรประสิทธิภาพสูงขึ้น อยู่ในระดับมากที่สุด การนำเสนอการสื่อสารองค์กรทำให้เกิดความเชื่อมั่นในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน อยู่ในระดับมาก

2.5 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของประชาชนกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อนวัตกรรม วัฒนธรรมการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชนโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับ พบว่า ขั้นตอนการจัดนวัตกรรม วัฒนธรรมการสื่อสารองค์กรมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้รับรู้เรื่องของข้อมูลการสื่อสารองค์กร อยู่ในระดับมากที่สุด วิธีการสื่อสารมีความเหมาะสม สื่อประกอบการสื่อสารองค์กรมีความหลากหลาย ประชาชนมีความรู้ในเรื่องที่องค์กรสื่อสารได้ดีขึ้นจากการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน นวัตกรรมวัฒนธรรมการสื่อสารองค์กรช่วยให้พัฒนาการสื่อสารองค์กรประสิทธิภาพสูงขึ้น อยู่ในระดับมาก

3. ผลของประสิทธิภาพการใช้นวัตกรรมวัฒนธรรมการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน ผลการศึกษาการใช้รูปแบบ สรุปได้ดังนี้

3.1 ผลวิเคราะห์จากผู้เชี่ยวชาญประเมินคุณภาพของนวัตกรรมวัฒนธรรมการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน ภาพรวมความเหมาะสมของนวัตกรรมวัฒนธรรมการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน คุณภาพอยู่ในระดับดีมาก

3.2 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของประชาชนกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อนวัตกรรม วัฒนธรรมการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน โดยภาพรวมความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อนวัตกรรมวัฒนธรรมการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน อยู่ในระดับมาก

3.3 ผลวิเคราะห์จากผู้เชี่ยวชาญประเมินคุณภาพของนวัตกรรมวัฒนธรรมการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน ภาพรวมความเหมาะสมของนวัตกรรมวัฒนธรรมการสื่อสาร

องค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน คุณภาพอยู่ในระดับดีมาก รายละเอียดวัตถุประสงค์ สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนา สภาพปัญหา และความต้องการ มีความเป็นไปได้ ของนวัตกรรม วัฒนธรรมการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน คุณภาพอยู่ในระดับดีมาก กระบวนการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน สะดวกและมีขั้นตอนการใช้ไม่ซับซ้อน สามารถนำไปใช้ได้ดีอยู่ในระดับดีมาก มีการสังเคราะห์ หลักการแนวคิด ทฤษฎี มาประยุกต์ใช้ได้สอดคล้องกับสภาพปัญหา หรือความต้องการในการพัฒนารูปแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน อยู่ในระดับดีมาก

อภิปรายผล

ผลการวิจัยซึ่งเป็นไปตามวัตถุประสงค์การวิจัยสามารถนำไปสู่การอภิปรายผลได้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาการพัฒนานวัตกรรมวัฒนธรรมการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน โดยศึกษาวิเคราะห์แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญที่ประสบความสำเร็จ ในการสื่อสารองค์กร สํารวจสภาพปัจจุบัน ปัญหาและความต้องการในการสื่อสารองค์กรสอดคล้องกับงานวิจัยของจินตนา ยวงสร้อย (2547) ศึกษาถึงสภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์สถาบันราชภัฏกลุ่มรัตนโกสินทร์และงานวิจัยของลัดดาวัลย์ หวังชิงชัย (2546) ศึกษากลยุทธ์การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ มีองค์ประกอบ มี 4 องค์ประกอบ คือ 1) ด้านสภาพปัจจุบันการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน 2) ด้านการใช้สื่อในการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน 3) ประเมินผลรูปแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน 4) ด้านปัญหาในการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน 5) ด้านการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ

2. เพื่อพัฒนานวัตกรรมวัฒนธรรมการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน ที่พัฒนาขึ้นเป็น รูปแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยของจินตนา มูลสาร(2541) ศึกษาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสามัญศึกษาเขต 9 มุ่งเน้นประกอบด้วย 3 ส่วนหลัก ดังนี้ 1) การสร้างทีมงานของการสื่อสารองค์กร 2) บุคลิกภาพของผู้สื่อสารองค์กร 3) สื่อ สำหรับการสื่อสารองค์กร

3. เพื่อศึกษาประสิทธิภาพการใช้นวัตกรรมวัฒนธรรมการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน

3.1 ผลวิเคราะห์จากผู้เชี่ยวชาญประเมินคุณภาพของรูปแบบการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน ภาพรวมความเหมาะสมของนวัตกรรมวัฒนธรรมการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน คุณภาพอยู่ในระดับดีมาก

3.2 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของประชาชนกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อนวัตกรรมวัฒนธรรมการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน โดยภาพรวมความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อนวัตกรรมวัฒนธรรมการสื่อสารองค์กรเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน อยู่ในระดับมาก

3.3 ผลวิเคราะห์จากผู้เชี่ยวชาญประเมินคุณภาพของนวัตกรรมวัฒนธรรมการสื่อสารองค์การเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน ภาพรวมความเหมาะสมของรูปแบบการสื่อสารองค์การเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน คุณภาพอยู่ในระดับดีมาก รายละเอียดวัตถุประสงค์สอดคล้องกับแนวทาง การพัฒนา สภาพปัญหา และความต้องการมีความเป็นไปได้ ของนวัตกรรมวัฒนธรรมการสื่อสารองค์การเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชนคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก กระบวนการสื่อสารองค์การเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน สะดวกและมีขั้นตอนการใช้ไม่ซับซ้อน สามารถนำไปใช้ได้ดียิ่งในระดับดีมาก มีการสังเคราะห์ หลักการแนวคิด ทฤษฎี มาประยุกต์ใช้ได้สอดคล้องกับสภาพปัญหาหรือความต้องการในการพัฒนารูปแบบการสื่อสารองค์การเพื่อสร้างการยอมรับของชุมชน อยู่ในระดับดีมาก

เอกสารอ้างอิง

- กุลพร หิรัญบุรณะ. วิจัยเรื่อง Intercultural Communication: Globalization and Social Justice. โดย Kathryn Sorrells (2013) วารสารภาษาปริทัศน์ 2556: 111-116
- จินตนา มูลสาร (2541) การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานสามัญศึกษาจังหวัดในเขตการศึกษา 9. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- จันทนา ยองสร้อย (2547) การศึกษาสภาพและปัญหา การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสถาบันราชภัฏกลุ่มรัตนโกสินทร์. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ กรุงเทพมหานคร
- มัญชรี โชติรสฐิติ, (2556). การปรับตัวข้ามวัฒนธรรมของนักเรียนไทยในต่างประเทศ. บัณฑิตวิทยาลัย : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- ลัดดาวัลย์ หวังชิงชัย (2546) กลยุทธ์การใช้สื่อประชาสัมพันธ์และประสิทธิผลโครงการพลังไทยลดใช้พลังงาน. บัณฑิตวิทยาลัย : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย