



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติด้านการสื่อสาร  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ครั้งที่ 1  
วันที่ 30 สิงหาคม 2562 ณ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

การสื่อสารภายในและภายนอกวิสาหกิจชุมชนเกาะลิเहर่วมใจพัฒนาพื้นที่ผ้าปาเต๊ะ  
Internal and External Communication of the Koh Siray Joins the Development of  
Batik Fabric Painting Community Enterprise.

บัญญัติ ไวร่อง (Bundit Vaivong)<sup>1</sup>

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง การสื่อสารภายในและภายนอกวิสาหกิจชุมชนเกาะลิเहर่วมใจพัฒนาพื้นที่ผ้าปาเต๊ะ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารภายในกลุ่มสมาชิกวิสาหกิจชุมชนเกาะลิเहर่วมใจพัฒนาพื้นที่ผ้าปาเต๊ะ และรูปแบบการสื่อสารกับเครือข่ายและบุคคลภายนอกกลุ่มสมาชิกวิสาหกิจชุมชน เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิจัยเชิงสำรวจและวิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนเกาะลิเहर่วมใจพัฒนาพื้นที่ผ้าปาเต๊ะ จำนวน 48 คน ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 85.42 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 14.58 ด้านอายุส่วนใหญ่ อายุ 50 – 59 ปี คิดเป็นร้อยละ 47.90 ด้านระดับการศึกษาส่วนใหญ่จบ การศึกษาระดับมัธยมต้น คิดเป็นร้อยละ 56.25 ด้านจำนวนปีที่ เป็นสมาชิก ส่วนใหญ่เป็นสมาชิกมาแล้ว 3 - 4 ปี คิดเป็น ร้อยละ 47.92 รูปแบบการสื่อสารภายในวิสาหกิจชุมชน พบว่า ด้านนโยบายในการบริหารองค์กรมีรูปแบบการสื่อสาร ระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.21$ , S.D. = 0.73) ด้านการปฏิบัติงานให้ได้มาตรฐาน มีรูปแบบการสื่อสารระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.03$ , S.D. = 0.77) ด้านขวัญและกำลังใจของสมาชิกมีรูปแบบการสื่อสารระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.11$ , S.D. = 0.82) ผลการศึกษารูปแบบการสื่อสารภายนอกวิสาหกิจชุมชน พบว่า ด้านการประชาสัมพันธ์ มีรูปแบบการสื่อสารระดับมาก ( $\bar{X} = 3.48$ , S.D. = 1.06) และด้านการโฆษณา มีรูปแบบการสื่อสารระดับมาก ( $\bar{X} = 3.45$ , S.D. = 1.07)

คำสำคัญ การสื่อสารภายในองค์กร การสื่อสารภายนอกองค์กร วิสาหกิจชุมชน

<sup>1</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต e-mail: Bundit789@gmail.com



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติด้านการสื่อสาร  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ครั้งที่ 1  
วันที่ 30 สิงหาคม 2562 ณ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

Abstract

The research objectives to study the Internal Communication of the Koh Siray Joins the Development of Batik Fabric Painting Community enterprise and External Communication. Is a quantitative research By using survey research and data collection methods with questionnaires. The population used in the research is Member of the Koh Siray Joins the Development of Batik Fabric Painting Community enterprise for 48 people. The study found that most were female Accounted for 85.42 percent and are male Accounted for 14.58 percent of the age, mostly aged 50 - 59 years, accounting for 47.90 percent. Most graduated from high school. Accounted for 56.25 percent of the number of years of membership Most members have been 3 - 4 years, accounting for 47.92 percent. The communication model within the community enterprise found that the policy in organizational management Have a communication style The highest level ( $\bar{X}$  = 4.21, S.D. = 0.73) in terms of performance Have a communication style The highest level ( $\bar{X}$  = 4.03, S.D. = 0.77) The morale of the members Have a communication style The highest level ( $\bar{X}$  = 4.11, S.D. = 0.82). The results of the study of external communication patterns of community enterprises found that the public relations Has a high level of communication ( $\bar{X}$  = 3.48, S.D. = 1.06) and advertising Have a high level of communication ( $\bar{X}$  = 3.45, S.D. = 1.07)

**Keywords:** Internal communication, External Communication, Community enterprise



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติด้านการสื่อสาร  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ครั้งที่ 1  
วันที่ 30 สิงหาคม 2562 ณ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

#### บทนำ

การสื่อสารถือเป็นเครื่องมือสำคัญของมนุษย์ เพราะการสื่อสารจะเป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงมนุษย์ให้เกิดการรวมกลุ่มเป็นสังคมขึ้นได้ มนุษย์ใช้วิธีการถ่ายทอดความรู้สึกรู้สึกนึกคิดผ่านการสื่อสารเพื่อให้เกิดความเข้าใจ การสื่อสารย่อมมีจุดมุ่งหมายหลักเพื่อการเปลี่ยนแปลงเรียนรู้ซึ่งกันและกัน แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมแล้วถอดความคิดออกมาเป็นเนื้อหาข่าวสาร

การสื่อสารเพื่อให้รับทราบข่าวสารและเข้าใจอย่างถ่องแท้จะต้องสื่อสารโดยกระจำงไม่ต้องมีการตีความ หรือนำไปสู่ความเข้าใจที่ผิดได้ ในส่วนของกลุ่มเป้าหมายจะต้องคำนึงถึงระดับการศึกษา เพศ ก็เนื่องจากว่า แต่ละกลุ่มย่อมมีความสามารถในการรับข่าวสารข้อมูลต่างกัน ข่าวสารบางส่วนจะไม่ใช่ที่ยอมรับของคนบางกลุ่ม ซึ่งในส่วนนี้จะมีความสัมพันธ์โดยตรงกับภาษาที่ใช้ รวมทั้งหลักการทางจิตวิทยาและวิธีการนำเสนอด้วย การสื่อสารเพื่อให้มีการปฏิบัติตาม ถ้ามีการสื่อสารยาวนานพอจนมีการปฏิบัติตามนั้นคือการสื่อสารที่สมบูรณ์ ภาษาที่ใช้ในการสื่อสารย่อมขึ้นอยู่กับกลุ่มเป้าหมาย จุดประสงค์ และหลักจิตวิทยา ถ้าต้องการเพียงให้รับทราบก็ใช้ภาษาที่เรียบง่ายและกระจำง ถ้าต้องการให้คล้อยตามจะต้องใช้เหตุใช้ผลชักจูงให้เห็นผลดีผลเสีย หรืออาจจะพูดให้เกิดความรู้สึกต่าง ๆ ตามที่ผู้ส่งสารต้องการ การสื่อสารอย่างเรียบง่ายตรงไปตรงมาทำได้ในกรณีของการให้รับทราบ แต่ถ้าต้องการให้คล้อยตามหรือปฏิบัติตาม บางครั้งต้องใช้หลักจิตวิทยาและวิธีการนำเสนอที่แยบยลและแปลกออกไป (ลิขิต ธีรเวคิน, 2558)

ในส่วนการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร คือการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและความรู้ในหมู่สมาชิกขององค์กร เพื่อให้บรรลุประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กร การสื่อสารขององค์กรมีหลายระดับ ทั้งระดับปัจเจกบุคคล ระดับกลุ่ม และระดับองค์กร ดังนั้นองค์กรจึงจำเป็นต้องมีการสื่อสารด้วยเหตุผลหลายประการ และสำหรับวิสาหกิจชุมชนเกาะสิเหร่ร่วมใจพัฒนาพื้นที่ผ้าปาเต๊ะ เป็นวิสาหกิจชุมชนที่จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน จากกิจกรรมการดำเนินงานของกลุ่ม ซึ่งเป้าหมายและความสำคัญคือการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ต้องการของตลาดและการบริหารวิสาหกิจชุมชนให้มีคุณภาพ ตลอดจนจัดทำแผนช่องทางการจัดจำหน่ายหรือแผนการตลาด การเพิ่มขีดความสามารถของกลุ่ม ซึ่งในการดำเนินงานที่ผ่านมาวิสาหกิจชุมชนเกาะสิเหร่ร่วมใจพัฒนาพื้นที่ผ้าปาเต๊ะ ได้มีความพยายามในการกำหนดแผนการดำเนินงานและแนวทางในการบริหารจัดการ โดยประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารกับเครือข่ายและบุคคลภายนอกที่จะใช้ในการดำเนินงานด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากเป้าหมายและความต้องการในการเพิ่มศักยภาพพื้นฐานของวิสาหกิจชุมชนเกาะสิเหร่ร่วมใจพัฒนาพื้นที่ผ้าปาเต๊ะ ซึ่งวิสาหกิจชุมชนแห่งนี้มีความสัมพันธ์กับชุมชนอย่างดี โดยเฉพาะด้านฝีมือแรงงานคือคนในชุมชนอย่างแท้จริง โดยการสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐ ทำให้เกิดการรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขึ้น คือ กลุ่มเกาะสิเหร่ร่วมใจพัฒนาพื้นที่ผ้าปาเต๊ะ รหัสทะเบียน 5-83-01-04/1-0019 ทำให้คนในชุมชนมีความผูกพัน รู้รักสามัคคี ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เป็นการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ร่วมกัน และเป็นการถ่ายทอดประสบการณ์องค์ความรู้จากรุ่นสู่รุ่น อีกทั้งยังเป็นการสร้างรายได้ให้กับครอบครัว และเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ให้กับผู้ที่มีความสนใจ นักเรียน นักศึกษา สามารถนำไปใช้ประกอบการเรียนการสอน บุคคลทั่วไปสามารถนำไปประกอบอาชีพได้ วิสาหกิจชุมชนยังได้รับการรับรองจากจังหวัดภูเก็ต โดยสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดภูเก็ตอนุญาตให้แสดงเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน และตามที่รัฐบาลมีนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ ลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมด้วยการสร้างโอกาสการเข้าถึงบริการของรัฐ ในการสร้างอาชีพและรายได้ที่มั่นคง ตามโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP) เพื่อการจัดระดับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่จะนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ นำไปใช้ประโยชน์ในการกำหนดแผนการส่งเสริมและพัฒนาได้อย่างเหมาะสม

วิสาหกิจชุมชนเกาะสิเหร่ร่วมใจพัฒนาพื้นที่ผ้าปาเต๊ะเป็นวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าประเภทเครื่องแต่งกาย ได้รับการจัดระดับผลิตภัณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ตามหลักเกณฑ์ด้านการผลิตและความเข้มแข็งของชุมชน หลักเกณฑ์ด้านการตลาด ความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ และหลักเกณฑ์ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ ที่นำมากำหนดกรอบในการจัดระดับผลิตภัณฑ์ วิสาหกิจชุมชนเกาะสิเหร่ร่วมใจพัฒนาพื้นที่ผ้าปาเต๊ะได้รับการประเมินอยู่ใน



**การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติด้านการสื่อสาร**  
**มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ครั้งที่ 1**  
**วันที่ 30 สิงหาคม 2562 ณ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช**

ระดับ 4 ดาว ได้คะแนนตั้งแต่ 80 – 89 คะแนน เป็นสินค้าที่มีศักยภาพ เป็นที่ยอมรับระดับประเทศ และสามารถพัฒนาสู่สากล

ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการศึกษารูปแบบการสื่อสารภายในและภายนอกวิสาหกิจชุมชนเกาะสิเหร่ร่วมใจพัฒนาพื้นที่ผ้าป่าเต๊ะ เพื่อนำผลของการวิจัยไปใช้ในการพัฒนาการบริหารดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนเกาะสิเหร่ร่วมใจพัฒนาพื้นที่ผ้าป่าเต๊ะสู่การพัฒนาขีดความสามารถอันนำสู่ศักยภาพในการดำเนินงานการพึ่งตนเอง และส่งผลต่อการสร้างความเข้มแข็งของชุมชน รวมทั้งเพื่อให้เกิดองค์ความรู้ในการแบบต้นแบบด้านการติดต่อสื่อสารภายในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยสามารถเป็นตัวอย่างต้นแบบให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนอื่นที่มีความสนใจต่อไปได้

#### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารภายในกลุ่มสมาชิกวิสาหกิจชุมชนเกาะสิเหร่ร่วมใจพัฒนาพื้นที่ผ้าป่าเต๊ะ
2. เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารกับเครือข่ายและบุคคลภายนอกกลุ่มสมาชิกวิสาหกิจชุมชนเกาะสิเหร่ร่วมใจพัฒนาพื้นที่ผ้าป่าเต๊ะ

#### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงรูปแบบการสื่อสารภายในกลุ่มสมาชิกวิสาหกิจชุมชน และทราบถึงรูปแบบการสื่อสารภายนอกเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ซึ่งสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปเป็นตัวอย่างในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนอื่น ๆ ในท้องถิ่นต่อไป
2. ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้ในการวางแผนในวิสาหกิจชุมชน เพื่อการพัฒนาการบริหาร การทำงาน และคุณภาพของการสื่อสารให้มีคุณภาพมากขึ้น

#### นิยามศัพท์เฉพาะ

**การสื่อสารภายในองค์กร** หมายถึง การติดต่อสื่อสารระหว่างสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะสิเหร่ร่วมใจพัฒนาพื้นที่ผ้าป่าเต๊ะ โดยรูปแบบการสื่อสารที่เป็นตัวกลางที่ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก ให้เกิดการสื่อสารแลกเปลี่ยนข่าวสาร เพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกันไปในทิศทางเดียวกัน

**การสื่อสารภายนอกองค์กร** หมายถึง การติดต่อสื่อสารและการสร้างความเข้าใจร่วมกัน ระหว่างวิสาหกิจชุมชนกับบุคคลหรือองค์กรภายนอก ทั้งองค์กรภาครัฐและเอกชน รวมถึงประชาชนในท้องถิ่น ประชาชนทั่วไป กลุ่มผู้บริโภคและกลุ่มลูกค้า เพื่อให้เกิดความเข้าใจ พร้อมทั้งให้การสนับสนุนการดำเนินกิจการของวิสาหกิจชุมชน

**รูปแบบการสื่อสาร** หมายถึง หัวข้อและประเด็นที่ต้องการจะสื่อสาร ผ่านกระบวนการถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสาร และเรื่องราวต่าง ๆ จากผู้ส่งสารไปสู่ผู้รับสาร โดยวิธีการใดวิธีการหนึ่ง ในสภาพแวดล้อมหนึ่ง ๆ จนเกิดการเรียนรู้ความหมายในสิ่งที่ถ่ายทอดร่วมกันและตอบสนองต่อกันได้ตรงตามเจตนาของทั้งสองฝ่ายซึ่งอาจจะมีลักษณะเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลและการสื่อสารขององค์กร

**ระดับความรู้** หมายถึง ระดับความรู้ของกลุ่มสมาชิกวิสาหกิจชุมชนเกาะสิเหร่ร่วมใจพัฒนาพื้นที่ผ้าป่าเต๊ะในเรื่องข้อมูลที่เป็นความรู้ ข้อเท็จจริง หลักคิด วิธีการ หรือประสบการณ์ที่เกิดขึ้นโดยตรง

**ทักษะการสื่อสาร** หมายถึง ความสามารถส่วนบุคคลในการสื่อสาร เพื่อถ่ายทอดหรือส่งต่อสารที่ต้องการจะสื่อสารออกไป เพื่อแสดงความรู้สึก ความคิดเห็นของตนสู่บุคคลอื่นช่องทางการสื่อสาร หมายถึง องค์ประกอบสำคัญในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารออกไปยังผู้รับสารโดยมีสื่อกลางในการส่งสารไปยังผู้อื่น

**บรรยากาศการสื่อสาร** หมายถึง สภาพของการสื่อสารภายในวิสาหกิจชุมชนเกาะสิเหร่ร่วมใจพัฒนาพื้นที่ที่ประกอบไปด้วย ความคาดหวัง การตอบสนองระหว่างบุคคล ความขัดแย้ง ซึ่งส่งผลต่อการสื่อสาร



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติด้านการสื่อสาร  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ครั้งที่ 1  
วันที่ 30 สิงหาคม 2562 ณ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

**ทฤษฎีการสื่อสารในองค์กร**

การสื่อสารภายในองค์กรที่ดี จะช่วยสร้างความเข้าใจในนโยบายของผู้บริหารและเป็นสิ่งเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรในองค์กร เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อองค์กรในทางบวก เพราะนโยบายการบริหารงาน การจัดการขององค์กรเป็นส่วนสำคัญ และเพื่อให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ การสื่อสารภายในองค์กรจึงเป็นสิ่งจำเป็นยิ่งสำหรับกิจกรรมและการดำเนินงานต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นในองค์กร ทั้งนี้ หากมีการสื่อสารภายในองค์กรที่ดีชัดเจน ก็จะส่งผลให้การปฏิบัติงานตามนโยบายเป็นไปในทิศทางเดียวกัน บุคลากรในองค์กรเกิดความพึงพอใจและเข้าใจนโยบายได้อย่างชัดเจน และส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน ดังนั้น การสื่อสารจะส่งผลให้กระบวนการทำงานขององค์กรบรรลุเป้าหมาย ทำให้การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคลากรในฝ่ายต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กรเป็นไปอย่างคล่องตัว เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน เกิดความร่วมมือและการประสานงานอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้การทำงานขององค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายและประสบผลสำเร็จด้วยดี

การสื่อสารขององค์กร คือ การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและความรู้ในหมู่สมาชิกขององค์กรเพื่อให้บรรลุประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กร การสื่อสารขององค์กรมีหลายระดับ ได้แก่ ระดับปัจเจกบุคคล ระดับกลุ่ม และระดับองค์กร ดังนั้น องค์กรจึงจำเป็นต้องมีการสื่อสารด้วยเหตุผลหลายประการ สรุปได้ดังนี้ (ทองใบ สุตขารี, 2542)

1. ลักษณะขององค์กร ในปัจจุบันทุกองค์กรไม่ว่าจะเป็นลักษณะใดก็ตาม ต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขัน ทำให้องค์กรต้องพัฒนาอยู่ตลอดเวลา ซึ่งองค์กรต้องมีสายใยของการสื่อสาร ที่ทำหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ หากองค์กรต้องการความได้เปรียบในเชิงแข่งขันจำเป็นต้องใช้กลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับขั้นตอนของการสื่อสารกล่าวคือ

1.1 ขั้นการได้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ โดยการสังเกตสภาพการแข่งขันภายนอก วิเคราะห์กลยุทธ์ของคู่แข่ง และเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสารทั้งหมดให้อยู่ในสภาพพร้อมที่จะถูกถ่ายทอดออกไป

1.2 ขั้นการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร มีการส่งข้อมูลข่าวสารไปยังบุคลากรที่เกี่ยวข้อง

2. วัฒนธรรมขององค์กร ทุกองค์กรจะต้องมีวัฒนธรรมของตนเอง วัฒนธรรมประกอบด้วยบรรทัดฐาน ทิศนคติ ค่านิยม ความเชื่อ และปรัชญาขององค์กร วัฒนธรรมที่แตกต่างกันย่อมมีการสื่อสารที่แตกต่างกันด้วย ตัวอย่างเช่นองค์กรที่มีวัฒนธรรมเน้นทำงานหนักและลงทุนมาก ต้องการงานเป็นทีมและหวังผลระยะสั้น ให้ความสำคัญกับตัวบุคคลและลูกค้า การสื่อสารที่เกิดขึ้นในองค์กรจะมีลักษณะที่ทุกคนมีความสัมพันธ์กัน ไม่มีใครเป็นผู้บังคับบัญชา

3. ระดับและเป้าหมายขององค์กร องค์กรแบ่งระดับของการบริหารออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ ระดับสูงซึ่งสนใจในเรื่องการพัฒนา วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก และจัดทำกลยุทธ์ขององค์กร ระดับกลางจะเกี่ยวข้องกับการนำนโยบายและคำสั่งของฝ่ายบริหารระดับสูงไปปฏิบัติ และระดับล่างจะปฏิบัติงานเกี่ยวกับการผลิตและการบริการขององค์กร ดังนั้น การที่องค์กรมีระดับและเป้าหมายขององค์กรที่แตกต่างกัน จึงจำเป็นต้องใช้การสื่อสารที่แตกต่างกัน

4. ขนาดขององค์กร เมื่อองค์กรมีขนาดเล็ก ผู้บริหารสามารถสื่อสารได้โดยตรงกับผู้อื่น ผู้ส่งและผู้รับข้อมูลข่าวสารสามารถใช้ช่องทางการสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการ แต่เมื่อองค์กรเจริญเติบโตขึ้น และผู้บริหารมีความต้องการข้อมูลข่าวสารในการบริหารและการตัดสินใจมากขึ้นจำเป็นต้องใช้ช่องทางการสื่อสารอย่างเป็นทางการเนื่องจากผู้บริหารมีภาระหน้าที่มาก จึงต้องใช้กฎเกณฑ์ นโยบาย และระเบียบปฏิบัติเป็นเครื่องมือของการติดต่อสื่อสารอย่างเป็นทางการ

5. ความต้องการเป็นอิสระ ผู้บริหารและบุคลากรในองค์กรล้วนมีความต้องการส่วนบุคคลที่จะสื่อสารกับสมาชิกคนอื่น ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการส่วนตน เช่น ความเจริญก้าวหน้า และความต้องการเป็นอิสระ เป็นต้น

6. คุณภาพของชีวิตในงาน บุคลากรทุกคนในองค์กรต้องการมีคุณภาพของชีวิตในงาน มีหลายแนวทางที่นำมาใช้เพื่อปรับปรุงคุณภาพของชีวิตในงาน เช่น สิ่งย้อนกลับเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานของตนเอง การปฏิบัติงานที่มีโอกาสสื่อสารกับผู้อื่น และการส่งเสริมให้มีความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรอย่างไม่เป็นทางการ เป็นต้น



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติด้านการสื่อสาร  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ครั้งที่ 1  
วันที่ 30 สิงหาคม 2562 ณ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

กล่าวโดยสรุป การบริหารจัดการภายในองค์กรจำเป็นต้องมีการสื่อสารด้วยเหตุผลหลายประการ ได้แก่ ลักษณะขององค์กร วัฒนธรรมขององค์กร ระดับและเป้าหมายขององค์กร ขนาดขององค์กร ความต้องการเป็นอิสระของบุคลากร และคุณภาพของชีวิตในการทำงานของบุคลากร ดังนั้น ผู้บริหารในฐานะผู้นำขององค์กรและเป็นศูนย์กลางของการสื่อสารภายในองค์กร จำเป็นจะต้องคำนึงถึงสิ่งต่าง ๆ ดังที่ได้กล่าวมาเพื่อให้การสื่อสารภายในองค์กรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เหมาะสมกับบริบทขององค์กร และนำพองค์กรไปสู่เป้าหมายได้เป็นผลสำเร็จ

#### รูปแบบพฤติกรรมกรรมการสื่อสารในองค์กร

การติดต่อสื่อสารประกอบด้วยองค์ประกอบมากมายหลากหลายที่จะก่อให้เกิดการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลหรือกลุ่มบุคคลขึ้น การติดต่อสื่อสารในองค์กรก็เช่นเดียวกัน จะเห็นได้ว่ารูปแบบหรือพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารเกิดขึ้นได้ในหลากหลายวิธีการ รูปแบบและลักษณะ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับบริบทความต้องการของการสื่อสาร ความเหมาะสมรวมถึงประโยชน์ในการสื่อสารในแต่ละครั้ง การบริหารจัดการการสื่อสารในองค์กรให้สามารถบรรลุเป้าประสงค์ยังผลถึงความสำเร็จได้นั้น บุคลากรและทุกหน่วยงานในองค์กรต้องรู้จักวิธีการและปรับใช้รูปแบบ กระบวนการของการสื่อสารให้เกิดมีความเหมาะสมและเกิดประโยชน์ในการสื่อสารมากที่สุด เพื่อให้การสื่อสารและการดำเนินงานเกิดประสิทธิภาพ จากการรวบรวมข้อมูลของนักวิชาการพบว่า รูปแบบและพฤติกรรมกรรมการสื่อสารสามารถจำแนกแบ่งออกได้ดังต่อไปนี้ (วิเชียรวิทย์อุตม, 2550)

1. การติดต่อสื่อสารที่แบ่งตามลักษณะของการใช้งานการสื่อสาร การติดต่อสื่อสารแบบเป็นทางการหรือแบบมีพิธีการ เป็นการติดต่อสื่อสารที่มีแบบแผน มีข้อกำหนดขององค์กรไว้อย่างชัดเจน มีลายลักษณ์อักษร กำหนดขั้นตอนตามสายของการบังคับบัญชา การสื่อสารมีลักษณะเป็นการสื่อสารที่นำเอานโยบาย คำสั่ง การตัดสินใจ ผ่านเส้นทางการสื่อสารตามสายการบังคับบัญชา หรืออาจเรียกว่าสายงานการสั่งการ และการติดต่อสื่อสารแบบไม่เป็นทางการหรือไม่เป็นพิธีการ เป็นการติดต่อสื่อสารที่ไม่ได้ระบุรูปแบบหรือวางแบบแผนไว้ การติดต่อไม่เป็นระบบขึ้นอยู่กับความสนใจความชอบ หรือการมีกิจกรรมบางอย่างร่วมกันที่ไม่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานภายในองค์กร

2. การติดต่อสื่อสารตามลักษณะทิศทางของการติดต่อ การติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง หมายถึง การติดต่อสื่อสารจากระดับสูงลงมาสู่ระดับล่างภายในองค์กร หรือจะเป็นจากผู้บังคับบัญชาลงมาสู่ ผู้ใต้บังคับบัญชา การไหลของข่าวจะเป็นจากระดับบนสู่ระดับล่าง โดยมีจุดประสงค์ในการสื่อสาร คือ เป็นการส่งสารหรือส่งถ่ายข้อมูล ข่าวสาร ควบคุมดูแลและกำกับงานในองค์กร เป็นการส่งการลงไปยัง ผู้ปฏิบัติงาน ข้อมูล ข่าวสารส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องของกฎระเบียบ นโยบาย คำสั่ง ข้อเสนอแนะในการ ปฏิบัติงานจากผู้บริหารไปยังหน่วยงานต่าง ๆ ในองค์กรเพื่อการนำไปปฏิบัติ นอกจากการติดต่อสื่อสาร จากบนลงล่างแล้ว องค์กรควรส่งเสริมให้มีการติดต่อสื่อสารจากระดับล่างขึ้นบนเพิ่มขึ้น

3. การติดต่อสื่อสารที่มีการใช้ช่องทางเป็นหลัก คือ การติดต่อสื่อสารระบบทางเดียว เป็นการติดต่อสื่อสารในลักษณะที่ผู้ส่งออกข้อมูล ข่าวสารไปทางเดียว โดยผู้รับไม่มีโอกาสโต้ตอบหรือ ชักถามข้อสงสัย ไม่มีการแสดงปฏิกิริยา ย้อนกลับของผู้รับ การติดต่อสื่อสารช่องทางนี้ อยู่ในรูปแบบของระเบียบ คำสั่ง แนวนโยบายที่ผู้รับต้องทำตาม และมีรูปแบบเป็นพิธีการหรือเป็นทางการ สามารถพบหรือเกิดข้อบกพร่อง ผิดพลาดในการติดต่อสื่อสารได้มาก เพราะผู้ส่งไม่อาจรับทราบข้อมูลย้อนกลับจากสารที่ส่งไปได้ และการติดต่อสื่อสารระบบสองทาง เป็นการติดต่อสื่อสารโดยที่ผู้รับสารมีการตอบสนอง และมีปฏิกิริยาย้อนกลับไปหาผู้ส่งสารสามารถโต้ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นได้เพื่อให้รับทราบผลของการสื่อสารที่สื่อออกไปและเพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ มักจะอยู่ในรูปของการจัดสัมมนา ประชุม เพื่อแลกเปลี่ยน ความคิดเห็นระหว่างกัน ส่งผลดีตามมาในอันที่จะช่วยสร้างความเข้าใจระหว่างกันให้ดีและมีประสิทธิภาพ

4. การติดต่อสื่อสารตามลักษณะของวิธีการติดต่อสื่อสาร คือ การติดต่อสื่อสารโดยใช้ถ้อยคำหรือการพูด เป็นวิธีการที่ใช้กันมากที่สุด การติดต่อสื่อสารกันโดยใช้วาจา หรือใช้ถ้อยคำในการนำข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง ติดต่อสื่อสารโดยการพูดมีข้อดี คือ ประหยัดเวลา ง่าย สะดวก เปิดโอกาสให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติด้านการสื่อสาร  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ครั้งที่ 1  
วันที่ 30 สิงหาคม 2562 ณ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

ทั้งยังสร้างความรู้สึกเป็นกันเองก่อให้เกิดความสนิทสนมกัน กับการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้ถ้อยคำหรือไม่ใช้คำพูด อาจเป็นภาษากายหรือภาษาท่าทางเป็นการติดต่อสื่อสารที่ใช้วิธีพูดหรือการเขียนเป็นตัวหนังสือแทนคำพูด แต่จะเป็นการสื่อสารที่ใช้ภาษากาย สัญลักษณ์ การแสดงออกท่าทาง การใช้เครื่องหมายต่าง ๆ หรือแม้แต่การสัมผัส

5. การติดต่อสื่อสารตามจำนวนผู้เกี่ยวข้อง คือ การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล หรือตัวต่อตัว มีรูปแบบการสื่อสารโดยเป็นการติดต่อสื่อสารที่เกิดจากการพบปะสังสรรค์กันระหว่างบุคคล เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อกัน การติดต่อสื่อสารกลุ่มเป็นรูปแบบของการรวมตัวกันของบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ที่รวมตัวกันตามความสนใจหรือมีผลประโยชน์ร่วมกัน หรือมีความชอบพอ สนับสนุนกัน การรวมกลุ่มกันในแต่ละองค์กรมีได้หลายกลุ่ม เช่น การประชุมกลุ่ม เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ข้อเสนอแนะระหว่างกัน เพื่อสร้างความเข้าใจที่ตรงกันของกลุ่มแต่ละกลุ่ม การติดต่อสื่อสารขององค์กรกับสาธารณชน การติดต่อสื่อสารขององค์กรทั้งหมดทั้งภายในและภายนอกองค์กร

#### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ไพศาล มุ่งสมศรี (2556) วิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการที่ประสบผลสำเร็จของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มจังหวัดนครชัยบุรีรินทร์ พบว่า องค์ประกอบที่สำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จในการจัดการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์สมุนไพร คือการสร้างระบบการสื่อสาร การผลิตสารรองเพื่อไว้ในช่วงฤดูการที่ขาดวัตถุดิบ การประสานงานเพื่อให้กลุ่มและเครือข่ายบรรลุเป้าหมาย กำหนดบทบาทหน้าที่ของสมาชิกในกลุ่มและเครือข่าย ข้อมูลความร่วมมือของกลุ่มในการพัฒนาทักษะ ความร่วมมือของกลุ่มในการกำหนดสวัสดิการ การแบ่งปันแรงงาน

สุชาติ แสงดวงดี (2557) วิจัยเรื่อง ความต้องการสื่อสารและสารสนเทศเพื่อการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในเขตจังหวัดนครปฐม พบว่า สภาพการณ์การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและสารสนเทศในปัจจุบันและความต้องการสารสนเทศในอนาคตเพื่อการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ทั้งสื่อที่ผลิตโดยหน่วยงานภาครัฐและสื่อมวลชน

ณัฐกานต์ บุญอยู่ (2559) วิจัยเรื่อง การสื่อสารการตลาดสำหรับสินค้าชุมชน พบว่า การโฆษณาคือการสื่อสารการตลาด โดยปัจจุบันการสื่อสารการตลาดไม่ได้เป็นเพียงแค่เครื่องมือในการส่งเสริมการตลาดเท่านั้น แต่การสื่อสารการตลาดคือการสื่อสารทุกอย่างของสินค้าขายสู่ภายนอกชุมชน มีช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าที่หลากหลาย ลูกค้าสามารถติดต่อสื่อสารได้ง่าย

นพดล พูลพุทธพงษ์ (2559) วิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรธุรกิจอุตสาหกรรม พบว่า ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสื่อสารของบุคคลในองค์กรอุตสาหกรรม คือ บุคคลที่มีสถานภาพแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรธุรกิจที่เหมือนกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรยากาศการสื่อสารภายในองค์กรไม่แตกต่างกันในทุกด้าน



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติด้านการสื่อสาร  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ครั้งที่ 1  
วันที่ 30 สิงหาคม 2562 ณ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

กรอบแนวคิดการวิจัย



ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยเรื่อง การสื่อสารภายในและภายนอกวิสาหกิจชุมชนเกาะสีเฮอร์ร่วมใจพัฒนาพื้นที่ผ้าป่าเต๊ะเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) และเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอน ดังนี้

**การกำหนดประชากร**

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย คือ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนเกาะสีเฮอร์ร่วมใจพัฒนาพื้นที่ผ้าป่าเต๊ะ จำนวน 48 คน

**การเก็บรวบรวมข้อมูล**

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ได้แก่ หนังสือ ตำรา บทความ วารสาร และข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต
2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มประชากร จำนวน 48 คน โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการเก็บข้อมูล ใช้แบบสอบถามจากจำนวนประชากรทั้งหมด

**การวิเคราะห์ข้อมูล**

1. ทดสอบแบบสอบถามที่ได้ออกแบบไว้ ( Pretest) และดำเนินการแก้ไขข้อบกพร่องของแบบสอบถาม พร้อมตรวจสอบหาค่าความถูกต้องเชิงโครงสร้าง
2. นำแบบสอบถามที่แก้ไขข้อบกพร่องเรียบร้อยแล้วออกเก็บข้อมูลจริง
3. นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความสมบูรณ์แล้วมาลงรหัส เพื่อประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์
4. นำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วไปบันทึกในเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistic) เป็นสถิติพื้นฐานในการวิเคราะห์ และแปลความหมายของข้อมูลที่ได้จากผู้ตอบแบบสอบถาม การหาค่าร้อยละ (Percentage) การหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) การหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)





การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติด้านการสื่อสาร  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ครั้งที่ 1  
วันที่ 30 สิงหาคม 2562 ณ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

#### ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 สถานภาพส่วนบุคคลของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนเกาะสีเทรร่วมใจพัฒนาพื้นที่ผ้าป่าเต๊ะ ผลการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่เป็นหญิงสูงวัย จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 85.42 และเป็นเพศชาย จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 14.58 ด้านอายุ ส่วนใหญ่ อายุ 50 – 59 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 47.90 รองลงมาคืออายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 29.17 รองลงมาคืออายุ 40 - 49 ปีขึ้นไป จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 และลำดับสุดท้ายคือ คืออายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 6.62 ด้านระดับการศึกษา ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับมัธยมต้น จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 56.25 รองลงมา จบการศึกษาระดับประถมศึกษา จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 22.92 รองลงมา จบการศึกษาระดับมัธยมปลาย จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 และลำดับสุดท้าย จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4.16 ตามลำดับ ด้านจำนวนปีที่ เป็นสมาชิก ส่วนใหญ่เป็นสมาชิกมาแล้ว 3 - 4 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 47.92 รองลงมา เป็นสมาชิกมาแล้วมากกว่า 5 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 รองลงมา เป็นสมาชิกมาแล้ว 1 - 2 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 และลำดับสุดท้าย เป็นสมาชิกน้อยกว่า 1 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10.42 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการศึกษารูปแบบการสื่อสารภายในและภายนอก วิสาหกิจชุมชนเกาะสีเทรร่วมใจพัฒนาพื้นที่ผ้าป่าเต๊ะ

รูปแบบการสื่อสารภายในวิสาหกิจชุมชนเกาะสีเทรร่วมใจพัฒนาพื้นที่ผ้าป่าเต๊ะ				
ที่	รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1	ด้านนโยบายในการบริหาร	4.21	0.73	มากที่สุด
2	ด้านการปฏิบัติงานให้ได้มาตรฐาน	4.03	0.77	มากที่สุด
3	ด้านขวัญและกำลังใจของสมาชิก	4.11	0.82	มากที่สุด
รูปแบบการสื่อสารภายนอกวิสาหกิจชุมชนเกาะสีเทรร่วมใจพัฒนาพื้นที่ผ้าป่าเต๊ะ				
ที่	รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1	ด้านการประชาสัมพันธ์	3.48	1.06	มาก
2	ด้านการโฆษณา	3.45	1.07	มาก

ผลการศึกษารูปแบบการสื่อสารภายในวิสาหกิจชุมชนเกาะสีเทรร่วมใจพัฒนาพื้นที่ผ้าป่าเต๊ะ พบว่า

1. ด้านนโยบายในการบริหารองค์กร มีรูปแบบการสื่อสาร ระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.21$ , S.D. = 0.73) โดยสามารถแยกรูปแบบการสื่อสารออกเป็น มีการสื่อสารด้านการระบุตำแหน่งหน้าที่ชัดเจน ระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.60$ , S.D. = 0.46) มีการชี้แจงข้อมูลข่าวสารด้านงบประมาณ รายรับ รายจ่าย ให้สมาชิกทราบอย่างต่อเนื่อง ระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.59$ , S.D. = 0.54) มีการประชุมเพื่อปรึกษาหารือแนวทางการบริหารวิสาหกิจชุมชนเป็นประจำ ต่อเนื่องระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.53$ , S.D. = 0.50) เปิดโอกาสให้สมาชิกทุกคนเสนอความคิดเห็นอย่างหลากหลาย ระดับมาก ( $\bar{X} = 3.77$ , S.D. = 1.03) และสมาชิกให้ความสำคัญกับการสื่อสารด้านการมอบนโยบายในภาพรวมของวิสาหกิจชุมชนระดับมาก ( $\bar{X} = 3.55$ , S.D. = 1.09)

2. ด้านการปฏิบัติงานให้ได้มาตรฐาน มีรูปแบบการสื่อสาร ระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.03$ , S.D. = 0.77) โดยสามารถแยกรูปแบบการสื่อสารออกเป็น มีการติดต่อประสานงานกับผู้นำวิสาหกิจชุมชนหรือกับสมาชิกด้วยกันในทันที กรณีเกิดปัญหาในการปฏิบัติงาน ระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.49$ , S.D. = 0.58) สมาชิกมีการสื่อสารผ่านการพูดคุยอันแสดงให้เห็นถึงความสามัคคีด้านการปฏิบัติงานในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.36$ , S.D. = 0.63) มีการสื่อสาร



**การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติด้านการสื่อสาร**  
**มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ครั้งที่ 1**  
**วันที่ 30 สิงหาคม 2562 ณ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช**

ด้านการปฏิบัติงานผ่านช่องทางสังคมออนไลน์ของกลุ่มสมาชิก เช่น ไลน์กลุ่ม ในเชิงสร้างสรรค์ ระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.32$ , S.D. = 0.54) สมาชิกได้รับคำตอบหรือคำแนะนำจากผู้บริหารกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทันที ในกรณีต้องการคำปรึกษา ด้านการปฏิบัติงานระดับมาก ( $\bar{X} = 3.77$ , S.D. = 1.03) และ ผู้นำกลุ่มมีการติดตามผ่านช่องทางการสื่อสารประเภทต่าง ๆ เป็นประจำ เพื่อให้คำแนะนำในการปฏิบัติงาน ระดับมาก ( $\bar{X} = 3.48$ , S.D. = 1.05)

3. ด้านขวัญและกำลังใจของสมาชิก มีรูปแบบการสื่อสาร ระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.11$ , S.D. = 0.82) โดยสามารถแยกรูปแบบการสื่อสารออกเป็น มีการติดต่อสื่อสารพูดคุยกันในเรื่องส่วนตัว อันแสดงให้เห็นถึงความเป็นครอบครัวเดียวกันของกลุ่มสมาชิก ระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.55$ , S.D. = 0.71) ในกรณีสมาชิกต้องการความช่วยเหลือในเรื่องส่วนตัว จะมีการสื่อสารขอความช่วยเหลือจากสมาชิกทุกคน เช่น ในกรณีเจ็บป่วยของตนเองหรือคนในครอบครัว ระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.43$ , S.D. = 0.65) มีการกล่าวยกย่องเชิดชูเกียรติสมาชิกที่มีผลการปฏิบัติงานอยู่ในเกณฑ์ดีในการประชุมระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.36$ , S.D. = 0.62) มีการสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ ในโอกาสพิเศษของสมาชิกให้ทุกคนได้รับทราบ เช่น วันเกิด เป็นต้น ระดับมาก ( $\bar{X} = 3.66$ , S.D. = 1.01) และผู้บริหารกลุ่มมีการสื่อสารผ่านช่องทางสังคมออนไลน์ของกลุ่มสมาชิก เช่น ไลน์กลุ่ม เพื่อส่งเสริมขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานระดับมาก ( $\bar{X} = 3.54$ , S.D. = 1.12)

ผลการศึกษารูปแบบการสื่อสารภายนอกวิสาหกิจชุมชนเกาะสีเฮอร์ร่วมใจพัฒนาพื้นที่ผ้าป่าเต๊ะ พบว่า

1. ด้านการประชาสัมพันธ์ มีรูปแบบการสื่อสาร ระดับมาก ( $\bar{X} = 3.48$ , S.D. = 1.06) โดยสามารถแยกรูปแบบการสื่อสารออกเป็น วิสาหกิจชุมชนมีการจัดกิจกรรมและเชิญช่วยหน่วยงานภาคีเครือข่ายเข้าร่วมกิจกรรม เช่น ทำบุญปีใหม่ ประเพณีสงกรานต์ระดับมาก ( $\bar{X} = 3.77$ , S.D. = 1.02) ผู้บริหารกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีการนำเสนอตัวเองและสมาชิกในกลุ่มผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องระดับมาก ( $\bar{X} = 3.55$ , S.D. = 1.09) มีการสื่อสารผ่านช่องทางสังคมออนไลน์ของกลุ่มในกรณีที่มีสมาชิกเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมระดับมาก ( $\bar{X} = 3.54$ , S.D. = 1.07) เข้าร่วมกิจกรรมกับทางหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคการศึกษา และหน่วยงานภาคเอกชน เมื่อได้รับเชิญอย่างต่อเนื่องระดับมาก ( $\bar{X} = 3.35$ , S.D. = 1.08) และมีการสร้างเครือข่ายกับสื่อมวลชนในท้องถิ่น ทั้งสื่อวิทยุสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อมวลชนอื่น ๆ ระดับมาก ( $\bar{X} = 3.19$ , S.D. = 1.03)

2. ด้านการโฆษณา มีรูปแบบการสื่อสาร ระดับมาก ( $\bar{X} = 3.45$ , S.D. = 1.07) โดยสามารถแยกรูปแบบการสื่อสารออกเป็น มีช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าที่หลากหลาย ลูกค้านำมาติดต่อสื่อสารได้ง่ายระดับมาก ( $\bar{X} = 3.53$ , S.D. = 1.09) เมื่อมีสินค้าใหม่จะสื่อสารให้ลูกค้าทราบโดยทันที ระดับมาก ( $\bar{X} = 3.49$ , S.D. = 1.07) มีบริการให้คำปรึกษาหลังการขาย ในกรณีลูกค้าต้องการคำแนะนำในการดูแลรักษาผ้าป่าเต๊ะพื้นที่หลายระดับมาก ( $\bar{X} = 3.45$ , S.D. = 1.05) มีการสื่อสารกับลูกค้าเพื่อโฆษณาสินค้าผ่านช่องทางที่หลากหลายระดับมาก ( $\bar{X} = 3.41$ , S.D. = 1.07) และมีการสื่อสารผ่านช่องทางสังคมออนไลน์กับลูกค้าและทำ Promotion อย่างต่อเนื่องระดับมาก ( $\bar{X} = 3.35$ , S.D. = 1.08)

#### อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษารูปแบบการสื่อสารภายในวิสาหกิจชุมชนเกาะสีเฮอร์ร่วมใจพัฒนาพื้นที่ผ้าป่าเต๊ะ พบว่า

ด้านนโยบายในการบริหารองค์กร มีรูปแบบการสื่อสาร อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งการบริหารองค์กรถือเป็นปัจจัยสำคัญเพราะจะส่งผลถึงการนำองค์กรไปสู่ผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ เป้าหมาย โดยผู้บริหารต้องสื่อสารกับสมาชิกในองค์กรด้วยวิธีการต่าง ๆ เมื่อองค์กรมีข่าวสารสำคัญส่วนใหญ่จะแจ้งให้สมาชิกทุกคนทราบด้วยวิธีการประชุม เมื่อพบว่ามีปัญหาในเรื่องใดก็จะใช้วิธีการปรึกษาหารือร่วมกันเพื่อหาแนวทางในการแก้ไขปัญหา โดยสามารถแยกรูปแบบการสื่อสารออกเป็น ประเด็นที่มีการสื่อสารด้านการระบุตำแหน่งหน้าที่ชัดเจน มีการชี้แจงข้อมูลข่าวสารด้านงบประมาณรายรับ รายจ่าย ให้สมาชิกทราบอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เจณิกา คงอิม (2561) ศึกษาเรื่อง



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติด้านการสื่อสาร  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ครั้งที่ 1  
วันที่ 30 สิงหาคม 2562 ณ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

การดำเนินงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนนทบุรี กล่าวว่า ด้านการเงิน ต้องมีการจัดกองทุนเป็นสัดส่วนอย่างชัดเจน เพราะการเงินเป็นปัจจัยสำคัญที่ต้องมีการบริหารจัดการและการกำกับดูแล การตรวจสอบ เพื่อความโปร่งใส โดยเฉพาะการจัดทำบัญชี รายรับ - รายจ่าย ส่วนในด้านการประชุมเพื่อปรึกษาหารือแนวทางการบริหารวิสาหกิจชุมชนเป็นประจำต่อเนื่อง ระดับการเปิดโอกาสให้สมาชิกทุกคนเสนอความคิดเห็นอย่างหลากหลาย และสมาชิกให้ความสำคัญกับการสื่อสารด้านการมอบนโยบายในภาพรวมของวิสาหกิจชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ไพศาล มุ่งสมักร (2556) ศึกษาเรื่อง รูปแบบการจัดการที่ประสบผลสำเร็จของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มจังหวัดนครชัยบุรีนทร์ พบว่า องค์ประกอบที่สำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จในการจัดการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์สมุนไพร คือการสร้างระบบการสื่อสาร การผลิตสารองเพื่อไว้ในช่วงฤดูกาลที่ขาดวัตถุดิบ การประสานงานเพื่อให้กลุ่มและเครือข่ายบรรลุเป้าหมาย การตรวจสอบความต้องการซื้อวัตถุดิบ กำหนดระบบประเมินผล กำหนดบทบาทหน้าที่ของสมาชิกในกลุ่ม และเครือข่ายข้อมูล ความร่วมมือของกลุ่มในการพัฒนาทักษะ ความร่วมมือของกลุ่มในการกำหนดสวัสดิการ การแบ่งปันแรงงาน โดยประเด็นทั้งหมดได้ถูกกำหนดนำไปจัดทำเป็นแนวทางการบริหารจัดการเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน

ด้านการปฏิบัติงานให้ได้มาตรฐาน มีรูปแบบการสื่อสารอยู่ในระดับมากที่สุด โดยการติดต่อประสานงานกับผู้นำวิสาหกิจชุมชนหรือกับสมาชิกด้วยกันในทันทีกรณีเกิดปัญหาในการปฏิบัติงานระดับมากที่สุด โดยสมาชิกมีการสื่อสารผ่านการพูดคุยอันแสดงให้เห็นถึงความสามัคคีด้านการปฏิบัติงานในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีการสื่อสารด้านการปฏิบัติงานผ่านช่องทางสังคมออนไลน์ของกลุ่มสมาชิก เช่น ไลน์กลุ่ม ในเชิงสร้างสรรค์ สมาชิกได้รับคำตอบหรือคำแนะนำจากผู้บริหารกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทันที ในกรณีต้องการคำปรึกษาด้านการปฏิบัติงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของไพศาล มุ่งสมักร (2556) วิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการที่ประสบผลสำเร็จของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มจังหวัดนครชัยบุรีนทร์ พบว่า องค์ประกอบที่สำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จในการจัดการกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์สมุนไพร คือการสร้างระบบการสื่อสาร การผลิตสารองเพื่อไว้ในช่วงฤดูกาลที่ขาดวัตถุดิบ การประสานงานเพื่อให้กลุ่มและเครือข่ายบรรลุเป้าหมาย กำหนดบทบาทหน้าที่ของสมาชิกในกลุ่มและเครือข่ายข้อมูล ความร่วมมือของกลุ่มในการพัฒนาทักษะ ความร่วมมือของกลุ่มในการกำหนดสวัสดิการ การแบ่งปันแรงงาน โดยประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะสีเฮอร์ร่วมใจพัฒนาพื้นที่ผ้าป่าเต๊ะมีการติดตามผ่านช่องทางการสื่อสารประเภทต่าง ๆ เป็นประจำ สอดคล้องกับงานวิจัยของโชติกา ปงแปง (2557) ที่พบว่า สถานการณ์ทั่วไปของกลุ่มวิสาหกิจจะมีการดำเนินงานแบบมีส่วนร่วมโดยมีประธานกลุ่มเป็นแกนนำ กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์เน้นการดำเนินงาน การควบคุมผลการดำเนินงานบนพื้นฐานการมีส่วนร่วมและยึดมั่นในคุณภาพมาตรฐาน และสอดคล้องกับงานวิจัยของกษมา พวงประยงค์ (2556) เรื่อง แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน กลุ่มการแปรรูปและผลิตภัณฑ์ จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า ผู้นำกลุ่มควรมีความเข้มแข็ง มีทักษะความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ชยัน มีความรับผิดชอบ ซื่อสัตย์สุจริตและเป็นที่ศรัทธาของสมาชิก ส่วนในด้านที่สมาชิกมีการสื่อสารผ่านการพูดคุยอันแสดงให้เห็นถึงความสามัคคีด้านการปฏิบัติงานในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนระดับมากที่สุด มีการสื่อสารด้านการปฏิบัติงานผ่านช่องทางสังคมออนไลน์ของกลุ่มสมาชิก เช่น ไลน์กลุ่ม ในเชิงสร้างสรรค์ระดับมากที่สุด สมาชิกได้รับคำตอบหรือคำแนะนำจากผู้บริหารกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทันที ในกรณีต้องการคำปรึกษาด้านการปฏิบัติงานระดับมาก และผู้นำกลุ่มมีการติดตามผ่านช่องทางการสื่อสารประเภทต่าง ๆ เป็นประจำ เพื่อให้คำแนะนำในการปฏิบัติงานระดับมาก สอดคล้องกับ ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ (2542) กล่าวว่า ปัจจัยด้านผู้นำมักเกิดขึ้นโดยธรรมชาติจากผู้ประสบความสำเร็จในอาชีพ ความมีบารมี มีความรู้ มีฐานะเป็นที่พึ่งพาของคนในสังคมได้ วิสาหกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จมักจะมีอยู่ภายใต้การนำของบุคคลเหล่านี้ วิสาหกิจชุมชนที่ก่อตั้งโดยคณะบุคคลที่เป็นที่ยอมรับของชาวบ้านการระดมทุนจะง่าย กิจการขยายตัวได้รวดเร็ว มีความมั่นคง และโอกาสประสบผลสำเร็จสูง

ด้านขวัญและกำลังใจของสมาชิก มีรูปแบบการสื่อสาร ระดับมากที่สุด ในกรณีสมาชิกต้องการความช่วยเหลือในเรื่องส่วนตัวจะมีการสื่อสารขอความช่วยเหลือจากสมาชิกทุกคน เช่น ในกรณีเจ็บป่วยของตนเองหรือคนในครอบครัว มีการกล่าวยกย่องเชิดชูเกียรติสมาชิกที่มีผลการปฏิบัติงานอยู่ในเกณฑ์ดีในการประชุม มีการสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ ใน



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติด้านการสื่อสาร  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ครั้งที่ 1  
วันที่ 30 สิงหาคม 2562 ณ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

โอกาสพิเศษของสมาชิกให้ทุกคนได้รับทราบ และผู้บริหารกลุ่มมีการสื่อสารผ่านช่องทางสังคมออนไลน์ของกลุ่มสมาชิก เช่น ไลน์กลุ่ม เพื่อส่งเสริมขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ อภิษฎา วัฒนะเสวี (2557) ทำงานวิจัย เรื่อง รูปแบบการสื่อสารและปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์กร กรณีศึกษา บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนไทยพาณิชย์ จำกัด พบว่า การสื่อสารภายในองค์กร ควรเอาใจใส่ในด้าน การบังคับบัญชา กับการให้ความสำคัญต่อพนักงานทุกคน ทุกระดับ ด้านสัมพันธ์ระหว่างบุคคลโดยให้ความเป็นกันเองกับผู้ใต้บังคับบัญชา ด้านสภาพ การปฏิบัติงานจากการสร้างบรรยากาศให้มีการปฏิบัติงานมุ่งสู่ความสำเร็จร่วมกันและด้านความปลอดภัยในการสื่อสารโดยส่งเสริมการนำเทคโนโลยี สนับสนุนความปลอดภัย และลดความผิดพลาดในการสื่อสารข้อมูลระหว่างหน่วยงาน โดยสามารถแยกรูปแบบการสื่อสารออกเป็น มีการติดต่อสื่อสารพูดคุยกันในเรื่องส่วนตัว อันแสดงให้เห็นถึงความ เป็นครอบครัวเดียวกันของกลุ่มสมาชิก ระดับมากที่สุด ในกรณีสมาชิกต้องการความช่วยเหลือในเรื่องส่วนตัว จะมี การสื่อสารขอความช่วยเหลือจากสมาชิกทุกคน เช่น ในกรณีเจ็บป่วยของตนเองหรือคนในครอบครัวระดับมากที่สุด มีการ กล่าวยกย่องเชิดชูเกียรติสมาชิกที่มีผลการปฏิบัติงานอยู่ในเกณฑ์ดีในการประชุมระดับมากที่สุด มีการสื่อสารผ่านช่องทาง ต่าง ๆ ในโอกาสพิเศษของสมาชิก ให้ทุกคนได้รับทราบ เช่น วันเกิด เป็นต้น ระดับมาก และ ผู้บริหารกลุ่มมีการสื่อสาร ผ่านช่องทางสังคมออนไลน์ของกลุ่มสมาชิก เช่น ไลน์กลุ่ม เพื่อส่งเสริมขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน ระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ นพดล พูลพุทธพงษ์ (2559) ทำงานวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กร ธุรกิจอุตสาหกรรม พบว่า ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสื่อสารของบุคคลในองค์กรอุตสาหกรรม บุคคลที่มีสถานภาพ แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรธุรกิจที่เหมือนกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรยากาศการสื่อสารภายใน องค์กรไม่แตกต่างกันในทุกด้าน

ผลการศึกษารูปแบบการสื่อสารภายนอกวิสาหกิจชุมชนเกาะสีเฒะร่วมใจพัฒนาพื้นที่ผ้าป่าเต๊ะ พบว่า ด้านการ ประชาสัมพันธ์ มีรูปแบบการสื่อสาร ระดับมาก วิสาหกิจชุมชนมีการจัดกิจกรรมและเชิญช่วยหน่วยงานภาคีเครือข่ายเข้า ร่วมกิจกรรม เช่น ทำบุญปีใหม่ ประเพณีสงกรานต์ ผู้บริหารกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีการนำเสนอตัวเองและสมาชิกในกลุ่ม ผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง มีการสื่อสารผ่านช่องทางสังคมออนไลน์ของกลุ่มในกรณีที่สมาชิกเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคม เข้าร่วมกิจกรรมกับทางหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคการศึกษาโดยเฉพาะกับคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราช ภัฏภูเก็ต และหน่วยงานภาคเอกชน เมื่อได้รับเชิญอย่างต่อเนื่อง และมีการสร้างเครือข่ายกับสื่อมวลชนในท้องถิ่น ทั้งสื่อ วิทยุสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อมวลชนอื่น ๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ กุลชลี พวงเพ็ชร (2561) วิจัยเรื่อง การส่งเสริมการตลาด แบบมีส่วนร่วมของวิสาหกิจชุมชนไร่सानฝัน ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี พบว่า แนวทาง การพัฒนาการส่งเสริมการตลาดของวิสาหกิจชุมชนไร่सानฝันให้ความสำคัญต่อการจัดทำป้านประชาสัมพันธ์ วิทยุชุมชน หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น และการใช้สื่อโซเชียล นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย มีการส่งเสริมการขายโดยการแถมสินค้าให้ลูกค้า ด้านการขายโดยบุคคล ไม่มีการส่งพนักงานขายไปเสนอขายให้แก่ ผู้บริโภคโดยตรง แต่มีบริการรับคำสั่งซื้อสินค้าและส่งทางไปรษณีย์ พนักงานของไร่सानฝันมีความรู้ในตัวผลิตภัณฑ์บาง ประเภทและสามารถอธิบายลูกค้าได้พอสมควร โดยสามารถแยกรูปแบบการสื่อสารออกเป็นวิสาหกิจชุมชน มีการจัด กิจกรรมและเชิญช่วยหน่วยงานภาคีเครือข่ายเข้าร่วมกิจกรรม เช่น ทำบุญปีใหม่ ประเพณีสงกรานต์ระดับมาก ผู้บริหาร กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีการนำเสนอตัวเองและสมาชิกในกลุ่มผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง ระดับมาก มีการสื่อสารผ่าน ช่องทางสังคมออนไลน์ของกลุ่มในกรณีที่สมาชิกเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคม ระดับมาก เข้าร่วมกิจกรรมกับทางหน่วยงาน ภาครัฐ หน่วยงานภาคการศึกษา และหน่วยงานภาคเอกชน เมื่อได้รับเชิญอย่างต่อเนื่องระดับมาก และมีการสร้าง เครือข่ายกับสื่อมวลชนในท้องถิ่น ทั้งสื่อวิทยุสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อมวลชนอื่น ๆ ระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของสุชาติ แสงดวงดี (2557) ทำงานวิจัยเรื่อง ความต้องการสื่อและสารสนเทศเพื่อการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนตามหลักปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียงในเขตจังหวัดนครปฐม พบว่า มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและสารสนเทศใน



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติด้านการสื่อสาร  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ครั้งที่ 1  
วันที่ 30 สิงหาคม 2562 ณ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

ปัจจุบันและความต้องการ สารสนเทศในอนาคตเพื่อการดำเนินวิสาหกิจชุมชน ทั้งสื่อที่ผลิตโดยหน่วยงานภาครัฐและสื่อมวลชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ด้านการโฆษณา มีรูปแบบการสื่อสารระดับมาก วิสาหกิจชุมชนเกาะสีเฮอร์ร่วมใจพัฒนาพื้นที่ผ้าป่าเต๊ะ มีช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าที่หลากหลาย ลูกค้านำสามารถติดต่อสื่อสารได้ง่าย เมื่อมีสินค้าใหม่จะสื่อสารให้ลูกค้าทราบโดยทันทีผ่านช่องทางสารสนเทศ มีบริการให้คำปรึกษาหลังการขาย ในกรณีลูกค้าต้องการคำแนะนำในการดูแลรักษาผ้าป่าเต๊ะพื้นที่หลาย มีการสื่อสารกับลูกค้าเพื่อโฆษณาสินค้าผ่านช่องทางที่หลากหลาย และมีการสื่อสารผ่านช่องทางสังคมออนไลน์กับลูกค้าและทำ Promotion อย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐกานต์ บุญอยู่ (2559) ทำงานวิจัยเรื่อง การสื่อสารการตลาดสำหรับสินค้าชุมชน พบว่า การโฆษณาคือการสื่อสารการตลาด โดยปัจจุบันการสื่อสารการตลาดไม่ได้เป็นเพียงแค่เครื่องมือในการส่งเสริมการตลาดเท่านั้น แต่การสื่อสารการตลาดคือการสื่อสารทุกอย่างของสินค้าขายสู่ภายนอกชุมชน โดยสามารถแยกรูปแบบการสื่อสารออกเป็น มีช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าที่หลากหลาย ลูกค้านำสามารถติดต่อสื่อสารได้ง่าย ระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนันทิหทัย ปัญเจริญ (2555) ได้ศึกษา เรื่อง ช่องทางการจัดจำหน่ายไม้แกะสลักชุมชนบ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่า ส่วนใหญ่การขายสินค้าให้กับผู้บริโภคที่เป็นนักท่องเที่ยว มีพื้นที่ในการผลิตสินค้านั้นได้ใช้พื้นที่ภายในร้าน เมื่อผลิตเสร็จผู้ประกอบการสามารถนำสินค้าออกจำหน่ายหน้าร้านได้ทันที มีการจัดเก็บสินค้าด้านภายในร้านเมื่อมีสินค้าใหม่จะสื่อสารให้ลูกค้าทราบโดยทันที ระดับมาก มีบริการให้คำปรึกษาหลังการขาย ในกรณีลูกค้าต้องการคำแนะนำในการดูแลรักษาผ้าป่าเต๊ะพื้นที่หลายระดับมาก มีการสื่อสารกับลูกค้าเพื่อโฆษณาสินค้าผ่านช่องทางที่หลากหลายระดับมาก และมีการสื่อสารผ่านช่องทางสังคมออนไลน์กับลูกค้าและทำ Promotion อย่างต่อเนื่อง ระดับมาก สอดคล้องกับ ศิริกุล มูลโรจน์ (2551) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ การแสดงผลผลิตภัณฑ์น่าสนใจ สถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการซื้อ และมีผลิตภัณฑ์ให้เลือก และสอดคล้องกับงานวิจัยของปัทมาพร ชูเสนา (2551) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ คือ สถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการซื้อ ดังนั้น ผู้บริโภคให้ความสำคัญของการจัดจำหน่ายในส่วนของความสะดวกในการเดินทางไปยังสถานที่ขาย ความสะดวกสบายในการหาซื้อผลิตภัณฑ์

#### ข้อเสนอแนะ

1. การสื่อสารภายในวิสาหกิจชุมชน ประธานวิสาหกิจชุมชนควรเปิดโอกาสให้สมาชิกทุกคนเสนอความคิดเห็นอย่างหลากหลาย กระจายองค์ความรู้ในด้านการบริหารจัดการให้สมาชิกของวิสาหกิจชุมชนได้เรียนรู้และฝึกฝนทักษะการเป็นผู้นำ การตัดสินใจเมื่อเกิดปัญหา พัฒนาทักษะความสามารถในการจัดการ ซึ่งจะส่งผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในมีมากยิ่งขึ้น

2. การสื่อสารภายนอก ควรมีการสื่อสารกับลูกค้าเพื่อโฆษณาสินค้า โดยใช้สื่อที่ทันสมัยในการเผยแพร่ เพื่อให้สินค้าเป็นที่ยอมรับของตลาด และส่งเสริมการตลาดของสินค้าอย่างสม่ำเสมอให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าทุกกลุ่ม

#### เอกสารอ้างอิง

กษมา พวงประยงค์. (2556). แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มการแปรรูปและผลิตภัณฑ์ จังหวัดสมุทรสงคราม.

*วารสารศิลปการศึกษาศาสตร์วิจัย*, ปีที่ 5 ฉบับที่ 1. มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ.

กุลชลี พวงเพ็ชร. (2561). การส่งเสริมการตลาดแบบมีส่วนร่วมของวิสาหกิจชุมชนไร่นานฝัน ตำบลนิคมสร้างตนเอง

อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี. *วารสารศิลปการศึกษาศาสตร์วิจัย*, ปีที่ 11 ฉบับที่ 2. มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ.

เจณิกา คงอิม. (2561). การดำเนินงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนนทบุรี. *วารสารมนุษยศาสตร์และ*

*สังคมศาสตร์*, ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์, นนทบุรี.



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติด้านการสื่อสาร  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ครั้งที่ 1  
วันที่ 30 สิงหาคม 2562 ณ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

- โชติกา ปงแปง. (2557). กระบวนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์แคหมูบ้านหม้อ ต.ปงยางคค อ.ห้างฉัตร จ.ลำปาง. *วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่*. ปีที่ 7 ฉบับที่ 1. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ ลำปาง, ลำปาง.
- ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ. (2542). *ธุรกิจชุมชนเส้นทางที่เป็นไปได้*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ณัฐกานต์ บุญอยู่. (2559). การสื่อสารการตลาดสำหรับสินค้าชุมชน. *วารสารวิชาการศรีปทุม*, ชลบุรี ปีที่ 12 ฉบับที่ 5, ชลบุรี.
- ทองใบ สุดซารี. (2542). *ทฤษฎีองค์การ วิเคราะห์แนวความคิด ทฤษฎีและการประยุกต์*. ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี, อุบลราชธานี.
- นพดล พูลพุทธพงษ์. (2559). การศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรธุรกิจอุตสาหกรรม. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, ปีที่ 2 ฉบับที่ 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต, นนทบุรี.
- นันท์หทัย ปัญเจริญ. (2555). *ช่องทางการจัดจำหน่ายไม้เกาะสลักชุมชนบ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่*. รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยแม่โจ้, เชียงใหม่.
- ปัทมาพร ชูเสนา. (2551). *พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการซื้อผ้าไหมในตำบลนาข้าว อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- ไพศาล มุ่งสมัค. (2556). รูปแบบการจัดการที่ประสบผลสำเร็จของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มจังหวัดนครชัยบุรีรินทร์. *วารสารสมาคมนักวิจัย*, ปีที่ 18 ฉบับที่ 3, กรุงเทพฯ.
- ลิขิต ธีรเวคิน. (2558). การสื่อสารระหว่างมนุษย์. *วารสารด้านการบริหารรัฐกิจและการเมือง*, ปีที่ 4 ฉบับที่ 1, กรุงเทพฯ.
- วิเชียร วิทย์อุดม. (2550). *การพัฒนาองค์การ*. กรุงเทพฯ: ธนวิซการพิมพ์.
- ศิริกุล มูลโรจน์. (2551). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต การจัดการอุตสาหกรรม การเกษตร. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- สุชาติ แสงดวงดี. (2557). ความต้องการสื่อและสารสนเทศเพื่อการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในเขตจังหวัดนครปฐม. *วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิต*, ปีที่ 8 ฉบับที่ 1, กรุงเทพฯ.
- อภิษฐา วัฒนเสวี. (2557). รูปแบบการสื่อสารและปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์กรกรณีศึกษา บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนไทยพาณิชย์ จำกัด. *วารสารการเงิน การลงทุน การตลาดและการบริหารธุรกิจ*, ปีที่ 4 ฉบับที่ 2. มหาวิทยาลัยรังสิต, ปทุมธานี.