

การสื่อสารองค์กรเพื่อประสิทธิภาพ การทำงานร่วมกันเป็นทีม

การสื่อสารเพื่อสื่อความหมาย และสร้างการมีส่วนร่วม

ศาสตราจารย์ ดร. นชกฤต วันตะเมธ

ภาควิชานิติศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์
คณะมนุษยศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

26 ธันวาคม 2568 เวลา 13.00 – 15.00 น.

ณ ห้องประชุมแคทลียา ชั้น 5 สำนักบริหารการศึกษา
อาคารระพีสาคริก มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์



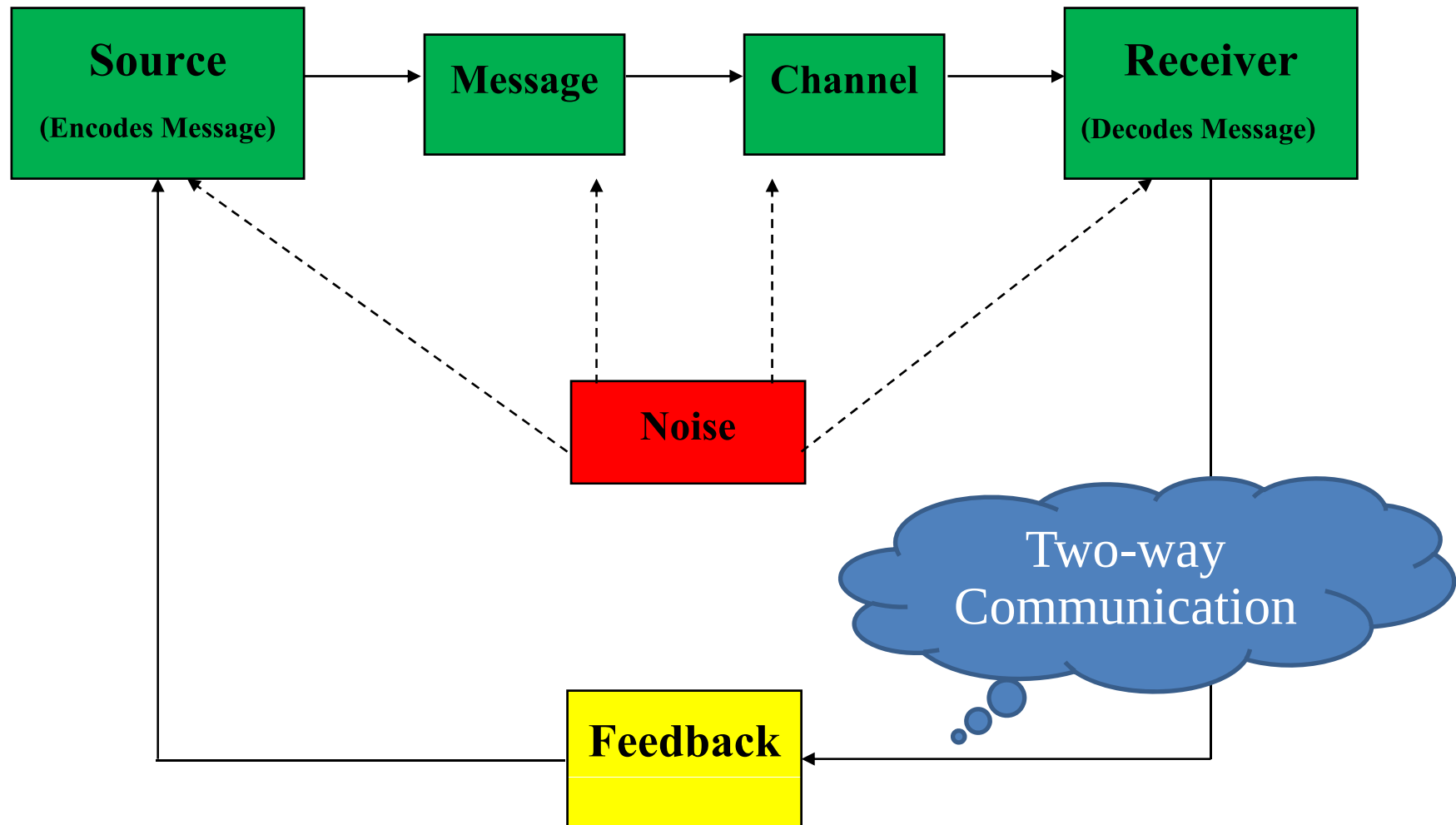
การสื่อสารองค์กรคืออะไร ? (Corporate Communication)

- กระบวนการที่องค์กรจะทำการส่งข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อไปยังกลุ่มเป้าหมายต่างๆที่เกี่ยวข้อง (**Stakeholders**) เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้
- **Sender** (องค์กร/ฝ่ายต่างๆ)
- **Message** (เนื้อหาข่าวสาร)
- **Channel** (สื่อ)
- **Receiver** (ผู้รับสาร**เป้าหมาย**)



4 มิติของการสื่อสาร

กระบวนการสื่อสารองค์กร (Corporate Communication Process)



จุดเริ่มต้นของการสื่อสารองค์กร อยู่ที่องค์ประกอบใด

การวิเคราะห์ผู้รับสาร (Audience Analysis)

- ลักษณะทางประชากร (เพศ อายุ ชั้นปี)
- ลักษณะทางจิตวิทยา
- ลักษณะของพฤติกรรม
- จำนวนของผู้ฟัง
- ลักษณะของเจเนอเรชั่น

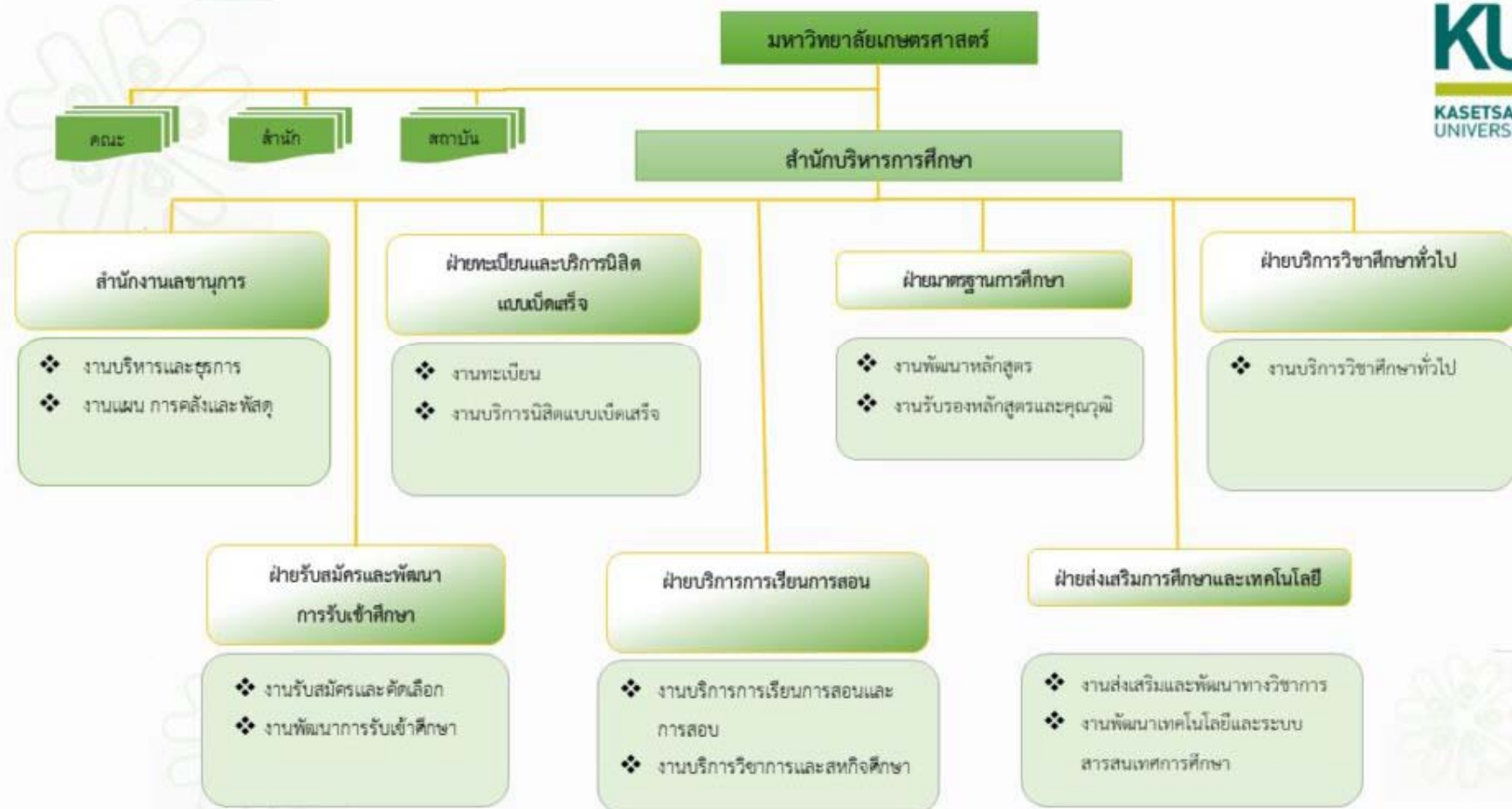
5 Generations of Audience

- **Baby Boomer** พ.ศ. 2489 – 2507
รุ่นปู่ย่า เติบโตหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เน้นการทำงาน อดทน
- **Gen X** พ.ศ. 2508 – 2523
รุ่นพ่อแม่ ปรับตัวเก่ง มีความเป็นระบบ รักผิชอบสูง
- **Gen Y** พ.ศ. 2524 – 2539
เติบโตกับเทคโนโลยี ชอบความหลากหลาย ทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี
- **Gen Z** พ.ศ. 2540 – 2552
โตมากับอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยี เรียนรู้ไว กล้าตัดสินใจ
- **Gen Alpha** พ.ศ. 2553 – ปัจจุบัน
เด็กยุคใหม่ที่เข้าถึงโลกเสมือนจริงและ AI

Social Media Users of 5 Generations

- Baby Boomer พ.ศ. 2489 – 2507
Facebook, LINE
- Gen X พ.ศ. 2508 – 2523
Facebook, LINE
- Gen Y พ.ศ. 2524 – 2539
Facebook, Instagram, LINE, YouTube
- Gen Z พ.ศ. 2540 – 2552
TikTok, Instagram, YouTube
- Gen Alpha พ.ศ. 2553 – ปัจจุบัน
TikTok, Instagram, YouTube

โครงสร้างองค์กรของ สบศ.



มาออกแบบการสื่อสารองค์กรในหน่วยงานของท่านกันเถอะ



กิจกรรมที่ 1 : Touch Corporate Communication

- **Receiver**

.....

- **Sender**

.....

- **Message**

.....

- **Channel** (สื่อออนไลน์ สื่อบุคคล สื่อกิจกรรม สื่อสิ่งพิมพ์ ฯลฯ)

.....

- **Feedback**

.....

ปัญหาที่มักพบบ่อย

แนวทางการแก้ไข

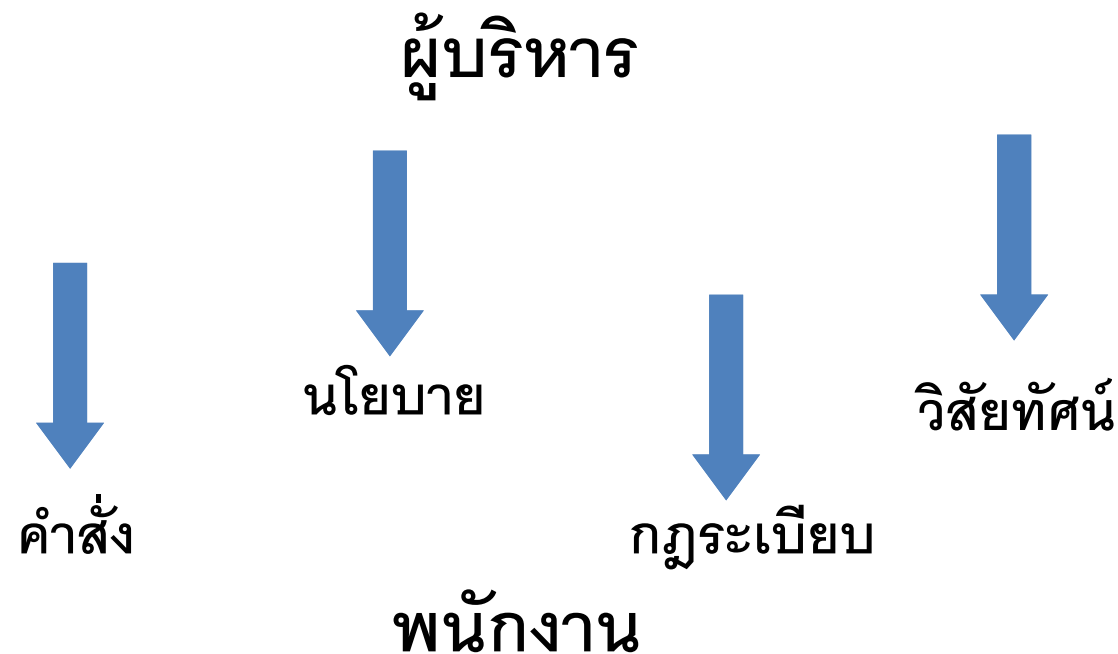


รูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร (Internal Communication)



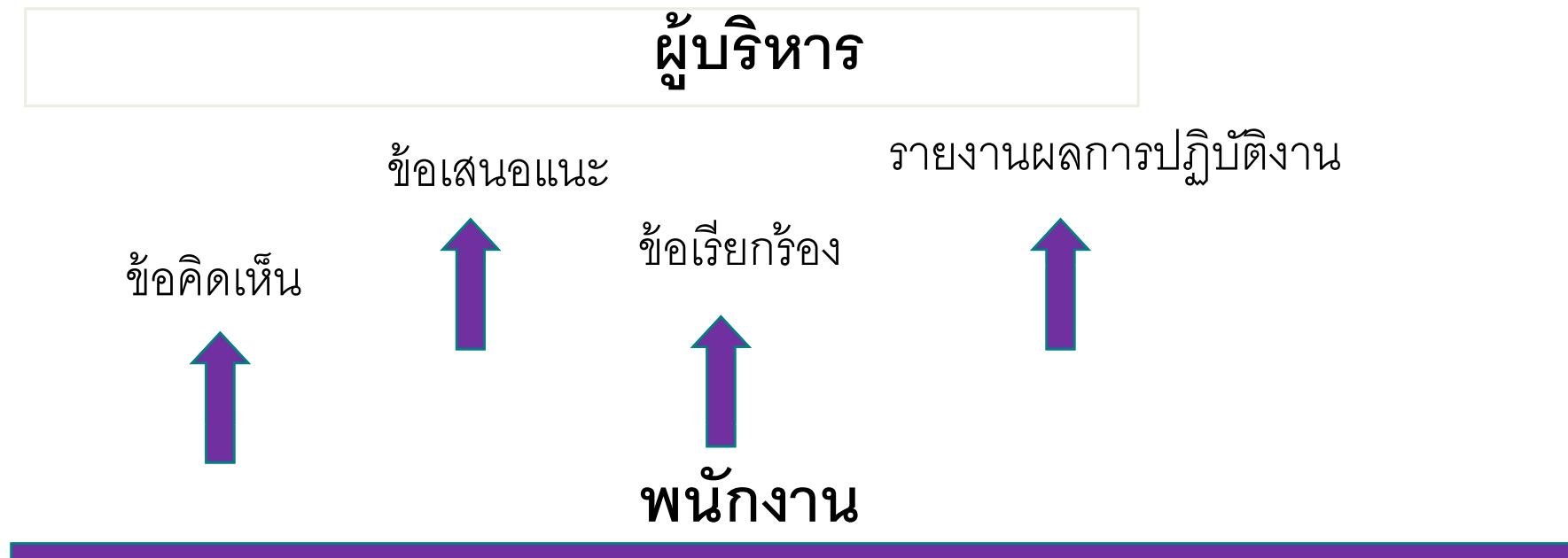
รูปแบบของการสื่อสารภายในองค์กร

- 1. การสื่อสารจากบนลงล่าง (**Downward Communication**)



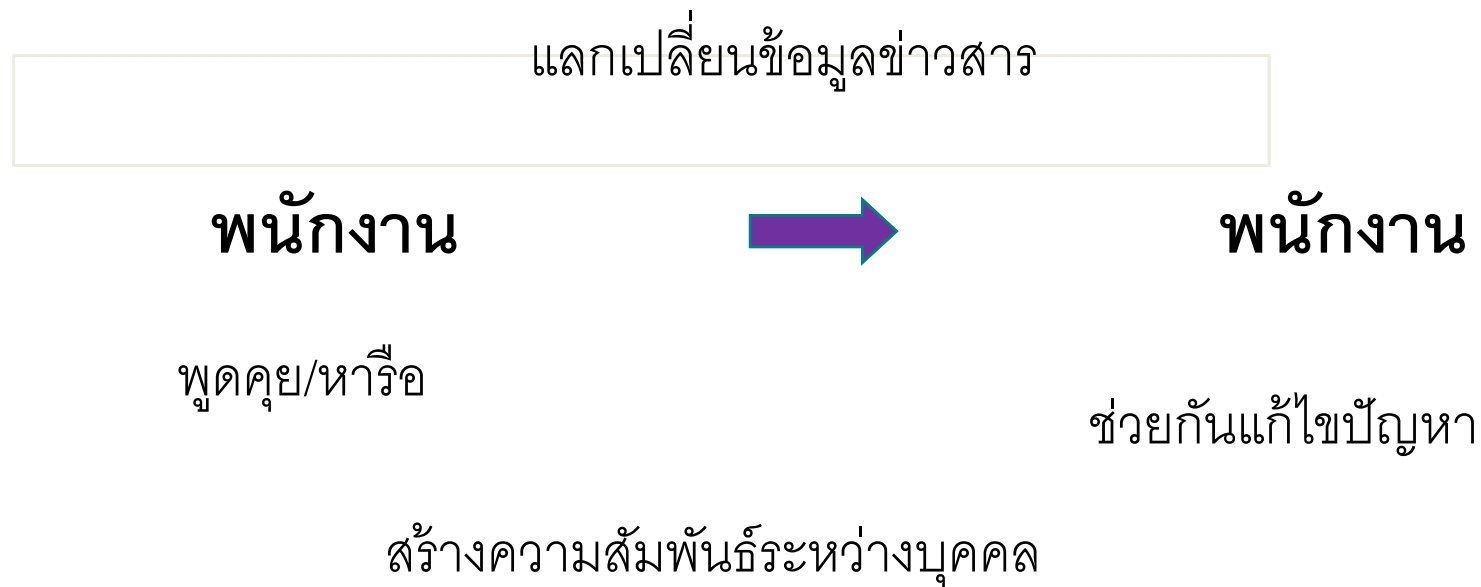
รูปแบบของการสื่อสารภายในองค์กร

- 2. การสื่อสารจากล่างขึ้นบน (Upward Communication)



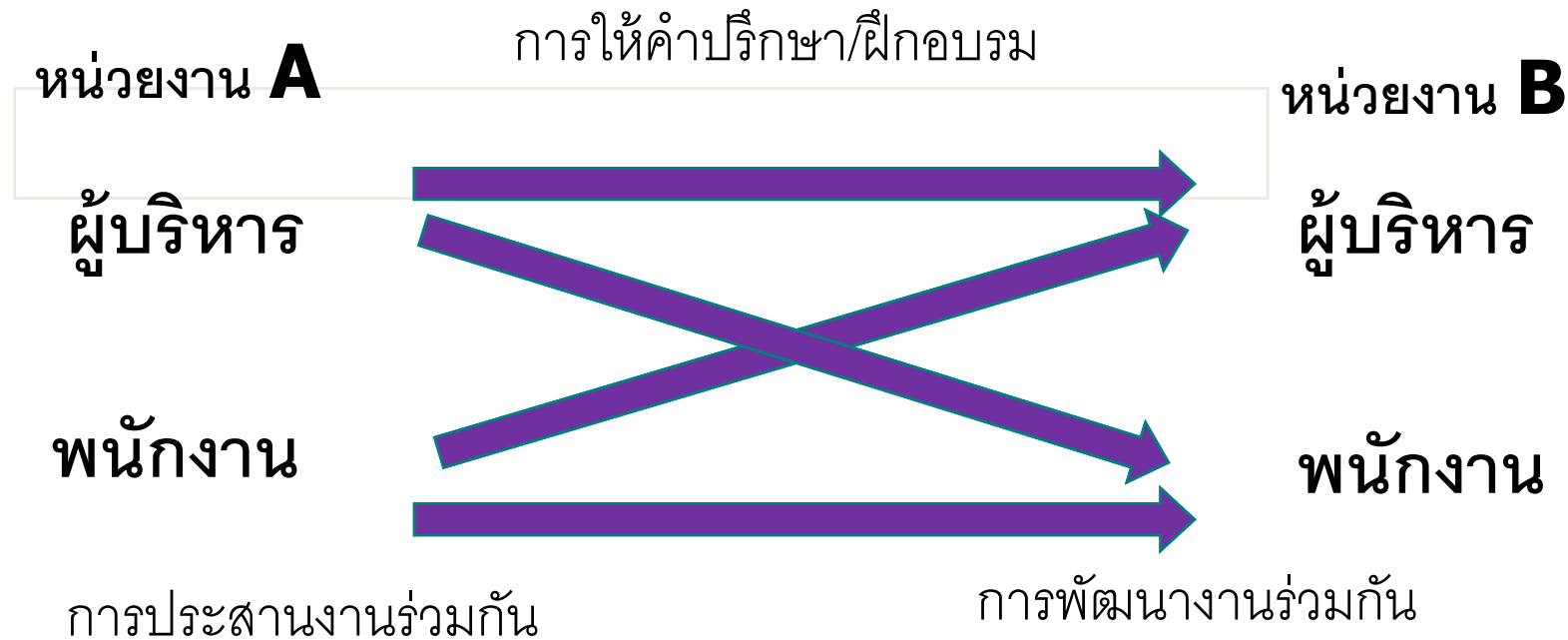
รูปแบบของการสื่อสารภายในองค์กร

- 3. การสื่อสารในแนวนอน (**Horizontal Communication**)



รูปแบบของการสื่อสารภายในองค์กร

- 4. การสื่อสารในแนวทแยง (Diagonal Communication)



รูปแบบการสื่อสารแบบใดสำคัญที่สุด?

- ก) การสื่อสารจากบนลงล่าง (**Downward Communication**)
- ข) การสื่อสารจากล่างขึ้นบน (**Upward Communication**)
- ค) การสื่อสารในแนวนอน (**Horizontal Communication**)
- ง) การสื่อสารในแนวทแยง (**Diagonal Communication**)

กิจกรรมที่ 2 The Corporate Maze

- ก) การสื่อสารจากบนลงล่าง (**Downward Communication**)
- ข) การสื่อสารจากล่างขึ้นบน (**Upward Communication**)
- ค) การสื่อสารในแนวนอน (**Horizontal Communication**)
- ง) การสื่อสารในแนวทแยง (**Diagonal Communication**)

การบริหารจัดการการสื่อสารองค์กร



1. การวางแผน (Planning)

แผนการสื่อสารองค์กร คือ.....

แผนการล่วงหน้าขององค์กรว่าองค์กรจะทำการสื่อสารข้อมูลข่าวสารใด
ผ่านสื่อใดสู่กลุ่มเป้าหมายอย่างเป็นระบบ



แผนการสื่อสารองค์กร = การสื่อสารเชิงรุก
(Proactive Communication)

องค์ประกอบของแผนการสื่อสารองค์กร

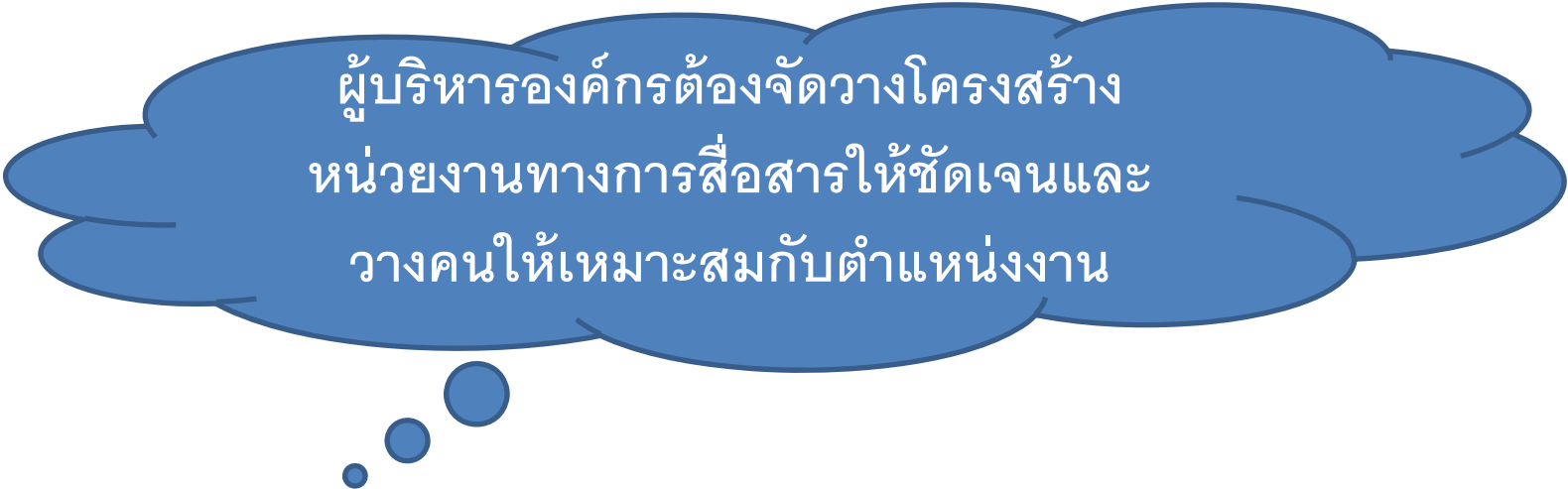
- 1. การวิเคราะห์สถานการณ์ (**Situation Analysis**)
- 2. การกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางการสื่อสาร (**Target Audience**)
- 3. การกำหนดวัตถุประสงค์ทางการสื่อสาร (**Objective**)
- 4. การกำหนดเครื่องมือการสื่อสาร (**Tools**)
- 5. การกำหนดงบประมาณ/ระยะเวลา (**Budget & Time**)
- 6. การกำหนดวิธีการประเมินผล (**Evaluation**)



2. การจัดโครงสร้าง (Organizing)

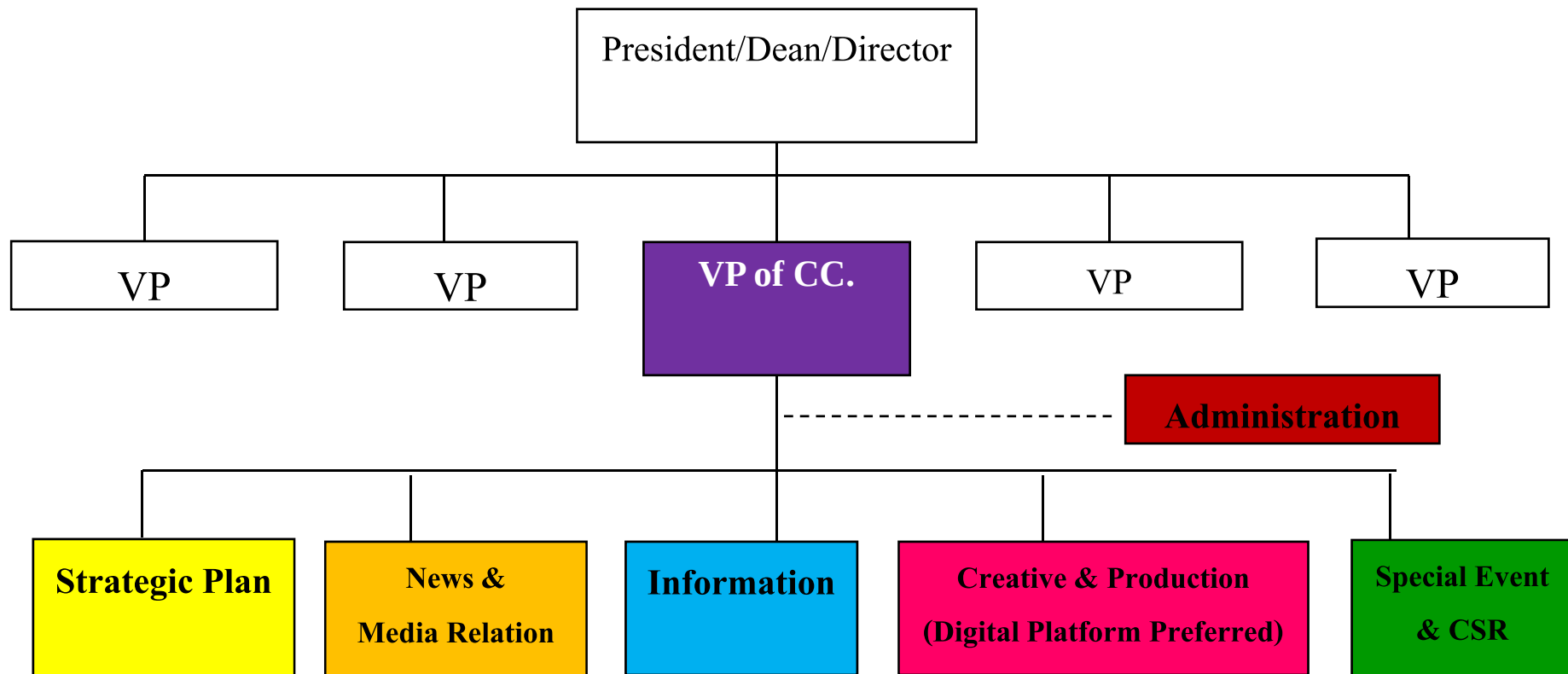
การจัดโครงสร้างหน่วยงานทางการสื่อสาร คือ.....

การจัดระบบการทำงาน การวางตำแหน่งบุคลากร การแบ่งหน้าที่และความรับผิดชอบ และสายการบังคับบัญชาในงานด้านการสื่อสารองค์กร



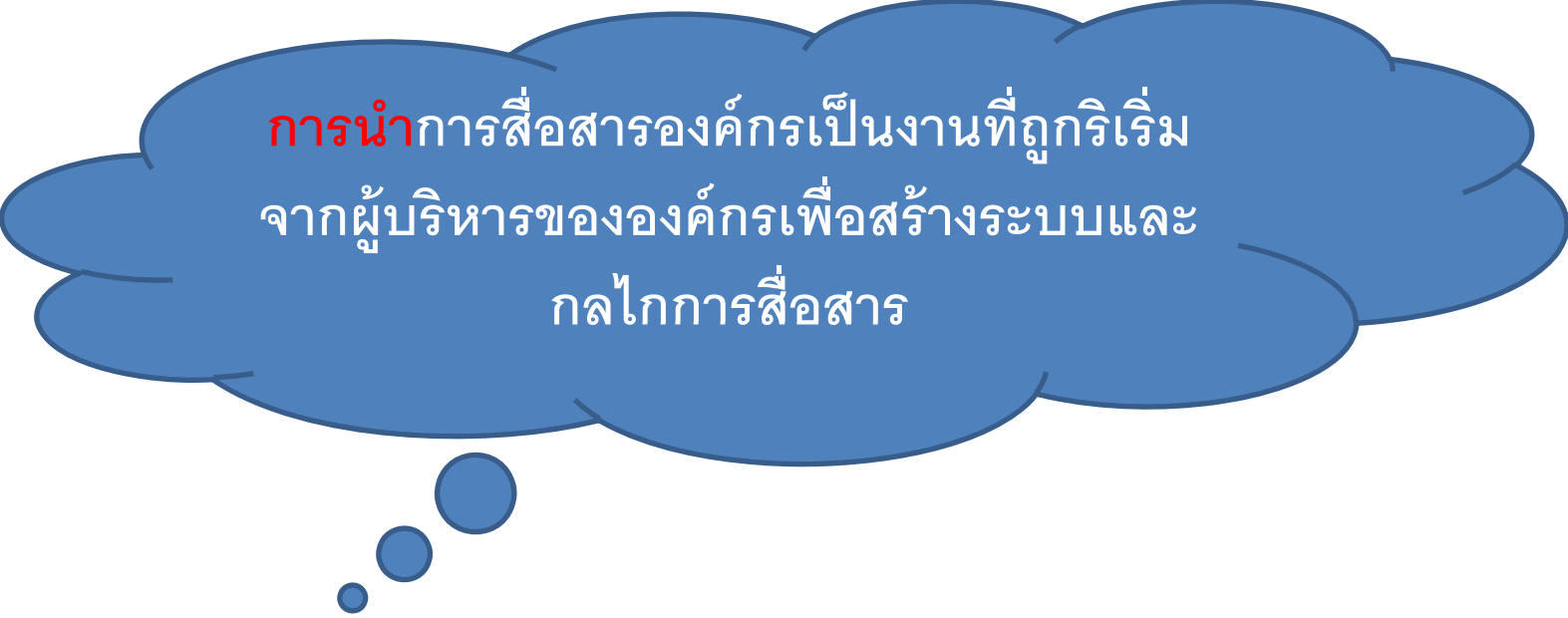
ผู้บริหารองค์กรต้องจัดวางโครงสร้าง
หน่วยงานทางการสื่อสารให้ชัดเจนและ
วางคนให้เหมาะสมกับตำแหน่งงาน

การจัดโครงสร้างการสื่อสารองค์กร (Structured Corporate Communication)



3. การนำ (Leading)

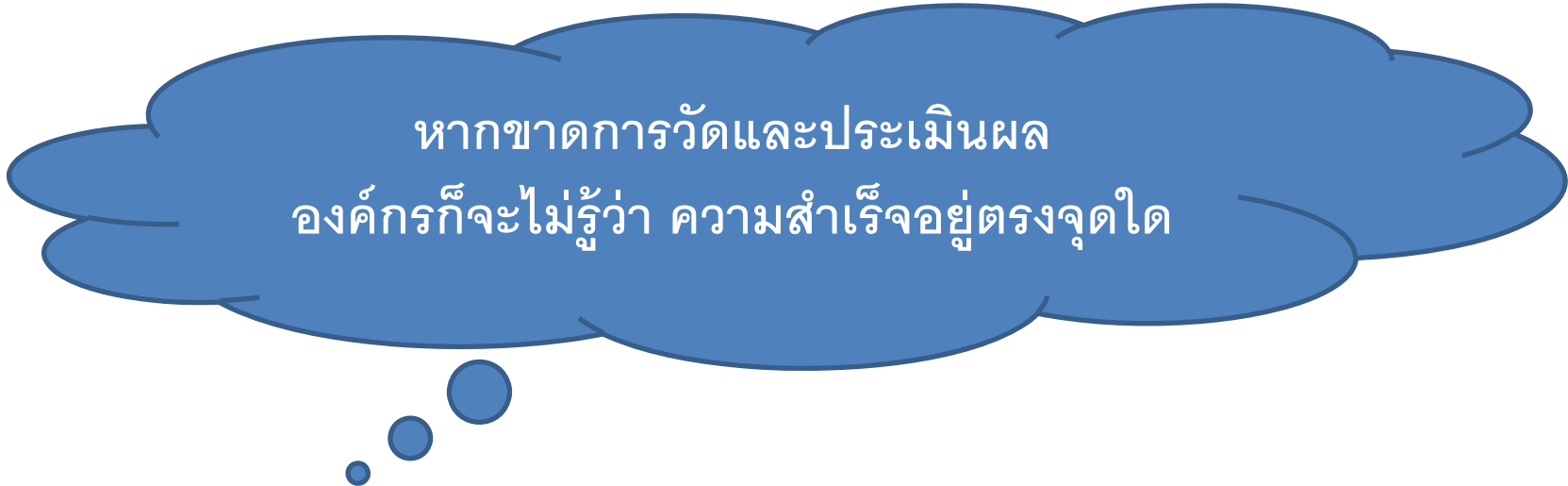
การนำ เป็น การสร้างกลไกการดำเนินงานเพื่อให้แผนการสื่อสารองค์กร มีการขับเคลื่อนสู่เป้าหมายที่ได้ตั้งไว้



การนำการสื่อสารองค์กรเป็นงานที่ถูกริเริ่ม
จากผู้บริหารขององค์กรเพื่อสร้างระบบและ
กลไกการสื่อสาร

4.การควบคุม/การประเมินผล (Controlling/Evaluation)

การควบคุม หมายถึง การวัดและประเมินผลแผนการสื่อสารองค์กรที่
หน่วยงานได้ตั้งไว้ ว่าการดำเนินงานที่ผ่านมามบรรลุวัตถุประสงค์หรือไม่
อย่างไร



หากขาดการวัดและประเมินผล
องค์กรก็จะไม่รู้ว่า ความสำเร็จอยู่ตรงจุดใด

ตัวชี้วัดสำคัญ

- การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร
- ความรู้
- ทักษะคน
- ภาพลักษณ์
- พฤติกรรม
- การมีส่วนร่วมในกิจกรรม
- ความพึงพอใจ
- **Online Engagement**



เทคนิคการสื่อสารภายในองค์กร

- องค์กรควรมีผู้รับผิดชอบด้านงานสื่อสารองค์กรโดยตรง
- องค์กรควรมีโครงสร้างการสื่อสารทุกระดับและเป็นแบบสองทาง
- ควรเข้าใจพฤติกรรมของผู้รับสาร
- ออกแบบสารให้ย่ออย่างง่ายและน่าสนใจ
- ใช้สื่อที่เหมาะสม
- เน้นการมีส่วนร่วมจากบุคลากรทุกระดับ
- อย่าลืมประเมินผลตามแผนการสื่อสารองค์กร



การสื่อสารองค์การจะสำเร็จได้ต้องเริ่มจากการสื่อสารระดับบุคคล

Rule of 7-38-55

7 percent through spoken word (Verbal Communication)

38 percent through tone of voice (Nonverbal Communication)

55 percent through body language (Nonverbal Communication)

This rule was developed by professor Albert Mehrabian at the University of California, Los Angeles, in his 1971 book *Silent Messages* (1971)

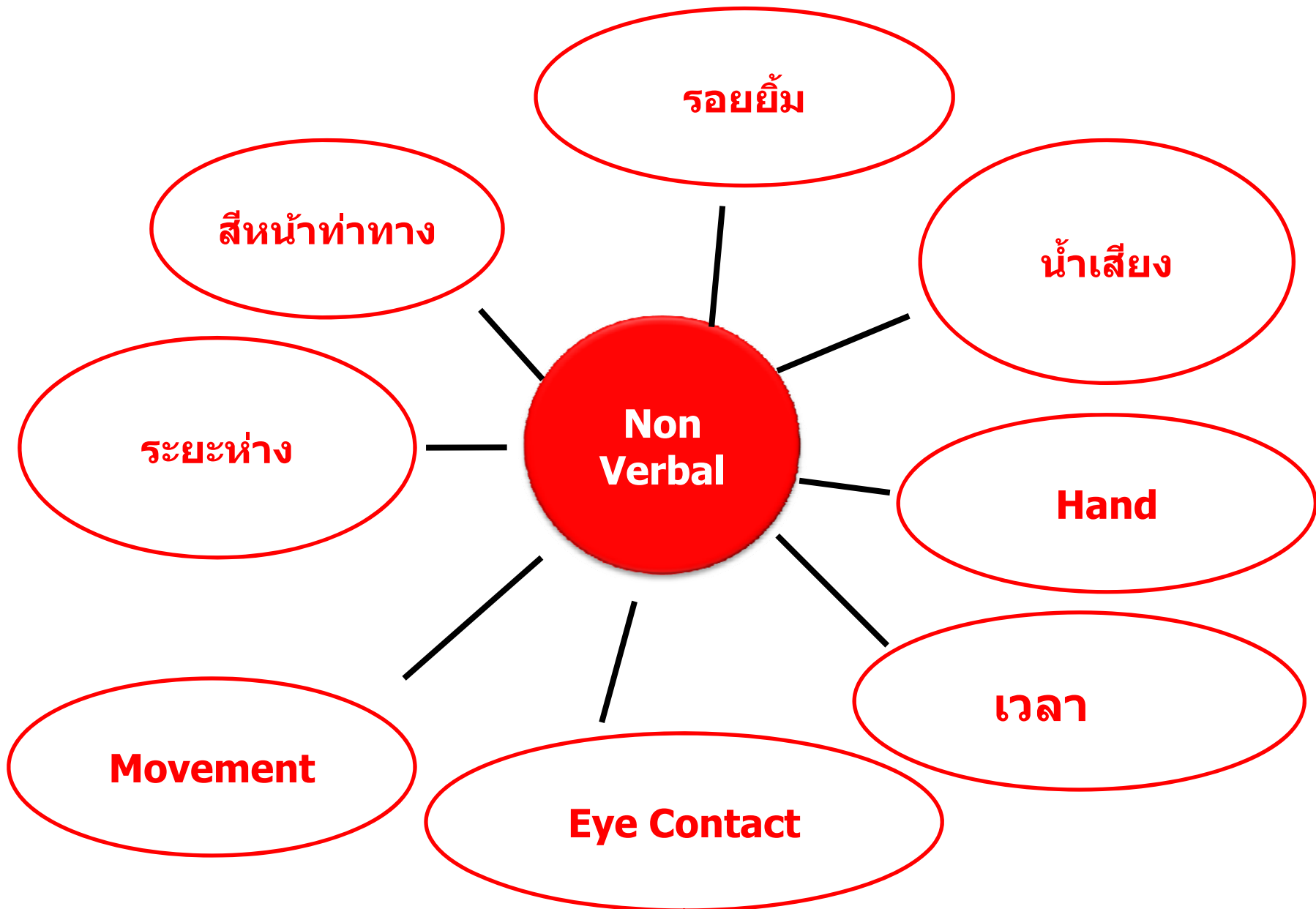
Rule of 7-38-55

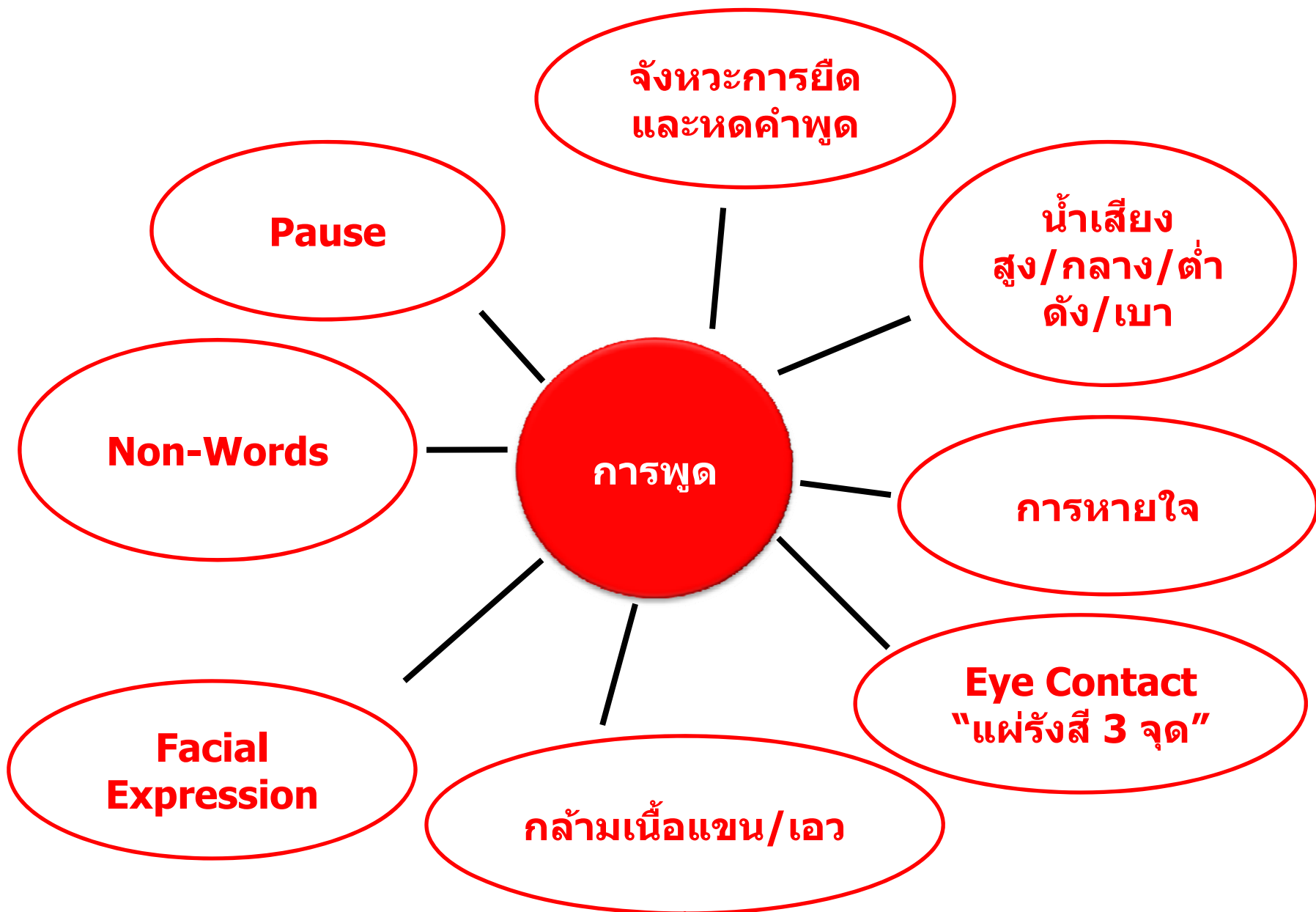
How you said **is more important than** What you said

เทคนิคการสื่อสารระดับบุคคล

- เข้าใจความแตกต่างของผู้รับสาร (เพศ อายุ เจนเนอเรชั่น)
- เลือกสื่อให้เหมาะสมกับผู้รับสาร
- รู้จักการใช้ **Non Verbal** ประกอบการสื่อสาร
- ออกแบบสารให้เข้าใจง่าย
- เห็นอกเห็นใจซึ่งกันและกัน
- ให้อภัยเมื่อมีเหตุผิดพลาด







ข้อควรระวัง !!! Negative Body Language

- กอดคอก
- เอามือทำวเอว
- หน้าตาเคร่งเครียด / หรือหน้าอารมณ์เดียว
- ไม่สบตาผู้ฟัง
- ตะโกนด้วยน้ำเสียงไม่พอใจ

กิจกรรมที่ 3 ฝึกปฏิบัติการใช้ Non verbal Challenge

Q & A

ขอบคุณครับ



ศาสตราจารย์ ดร. นฤกฤต วันตะเมธ