

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เมื่อพูดถึงองค์กร (Organization) เรามักจะนึกถึงหน่วยงานที่ประกอบด้วยบุคคลหลายคน อาจจะมีจำนวนมากหรือน้อยทั้งนี้ขึ้นอยู่กับขนาดขององค์กรนั้น ๆ โดยองค์กรเหล่านี้จะอาศัยเครื่องมือหลาย ๆ อย่างในการดำเนินงาน มีการทำงานอย่างเป็นระบบ มีเป้าหมาย มีการจัดแบ่งสายการบังคับบัญชาและหน้าที่ของบุคลากรในองค์กรอย่างชัดเจน ซึ่งในการดำเนินงานต่าง ๆ เหล่านี้จำเป็นต้องอาศัยเครื่องมือหลาย ๆ อย่างเพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ขององค์กร โดยในบรรดาเครื่องมือเหล่านี้การสื่อสารนับว่าเป็นเครื่องมือที่สำคัญและจำเป็นอย่างหนึ่งสำหรับองค์กร

เทพนม เมืองแมน และสวิง สุวรรณ (2529) ได้กล่าวถึงการสื่อสาร (Communication) ว่าจะเป็นที่ผูกกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรเข้าไว้ด้วยกัน การวางแผนงาน การจัดองค์กร การบังคับบัญชาและการควบคุม ต้องอาศัยการสื่อความหมายในการที่จะจัดตั้ง ริเริ่ม และช่วยในการดำเนินงานทั้งนั้น เนื่องจากการสื่อความหมายมีลักษณะของการชักจูงอยู่โดยธรรมชาติของตัวมันเองอยู่แล้ว

การสื่อสารนับว่าเป็นกระบวนการขั้นพื้นฐานที่มีความจำเป็นสำหรับองค์กร เพราะเป็นกระบวนการที่ทำให้กิจกรรมต่าง ๆ ดำเนินไปโดยราบรื่นและเกิดการประสานงานกันระหว่างสมาชิกขององค์กร ซึ่งจะนำไปสู่ความสำเร็จหรือความล้มเหลวให้กับองค์กรได้

การสื่อสารจึงเกี่ยวข้องกับองค์กรในแง่ต่าง ๆ หลายด้านด้วยกัน ทั้งในด้านข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจของผู้บริหาร ในการถ่ายทอดความรู้ทางด้านเทคโนโลยีของพนักงานเพื่อให้สามารถเปลี่ยนแปลงให้ทันกับความเจริญก้าวหน้า การควบคุมบังคับบัญชา และการประสานงาน ตลอดจนการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างหน่วยงานและบุคลากรทุกระดับภายในองค์กร

นอกจากนี้การสื่อสารยังเป็นสื่อกลางที่เชื่อมโยงความสัมพันธ์ของบุคลากรในองค์กรให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน มีความสามัคคี ซึ่งเป็นวิธีการที่ช่วยทำให้การปฏิบัติงานสำเร็จลุล่วงตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กรได้

ดังนั้นการสื่อสารในองค์กรจึงมีความสำคัญและจำเป็นมากสำหรับผู้บริหาร เพราะเป็นเครื่องมือของฝ่ายบริหารในการบริหารงาน ซึ่งช่วยให้การทำงานลุล่วงไปได้ด้วยดี นอกจากนี้ยังเป็นเครื่องตรวจสอบความเข้าใจ ผลงาน ช่วยให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างผู้บริหารและพนักงาน ช่วยลดช่องว่างระหว่างผู้บริหารและพนักงาน โดยเฉพาะในองค์กรที่มีขนาดใหญ่และมีสายการบังคับบัญชาหลายชั้นตอนความห่างเหินระหว่างผู้บริหารกับพนักงานยิ่งค่อนข้างจะมีมาก เพราะมีระบบชั้นตอนต่างๆ มากมาย และเมื่อเกิดความรู้สึกห่างเหินขึ้นก็อาจก่อให้เกิดความไม่เข้าใจระหว่างพนักงานระดับล่าง ระดับกลาง กับผู้บริหารระดับสูงได้ ซึ่งย่อมไม่ก่อให้เกิดผลดีในการสร้างสรรค์ความเจริญให้กับองค์กร การให้ข่าวสารที่เพียงพอแก่บุคลากรจะช่วยให้เกิดการดำเนินงานที่เป็นไปตามวัตถุประสงค์มากยิ่งขึ้น ช่วยลดช่องว่างต่าง ๆ ทำให้บุคลากรคลายความสงสัย ไม่หวาดระแวงและเข้าใจผิด เกิดความมั่นใจในการทำงาน อันจะทำให้มีขวัญและกำลังใจในการทำงาน สถิติการลาหรือการออกจากงานจะลดลง

กิจกรรมทางด้านการติดต่อสื่อสารเป็นงานขั้นพื้นฐานขององค์กรทุกประเภท เป็นกิจกรรมที่ใช้เวลาและความสิ้นเปลืองทางการบริหารเป็นอันมาก จึงเป็นความจำเป็นที่

ต้องให้ความสำคัญต่อกิจกรรมทางการติดต่อสื่อสารและต้องศึกษาว่าจะทำอย่างไรจึงจะช่วย  
 ให้การใช้เวลาและทรัพยากรในเรื่องของการติดต่อสื่อสารมีประสิทธิภาพ และปรับปรุงให้ดีขึ้น  
 เพื่อให้คุ้มกับการสิ้นเปลืองดังกล่าว เพราะการขาดประสิทธิภาพในการใช้เวลาทางการ  
 บริหารให้กับกิจกรรมทางการสื่อสารในองค์กรนั้นย่อมก่อให้เกิดปัญหาต่าง ๆ มากมาย  
 บทบาทของการสื่อสารจึงนับว่าเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะทำให้หน้าที่ต่าง ๆ ขององค์กรดำเนิน  
 ไปอย่างราบรื่นและช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ปฏิบัติงานด้วยกัน และ  
 ระหว่างผู้ปฏิบัติงานกับองค์กร (เสนาะ ดิยาว :2534)

ในเรื่องความสำคัญของการสื่อสารในองค์กรนี้ กริช สืบสนธิ (2526) ได้  
 กล่าวว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างกันนับว่าเป็นสิ่ง  
 สำคัญในการทำงานที่มีประสิทธิภาพ ความเข้าใจกันจะเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างความ  
 ไว้เนื้อเชื่อใจ ความพึงพอใจ และการปรับปรุงการทำงานให้บรรลุเป้าหมายสูงสุดขององค์กร

การสื่อสารสามารถแบ่งออกตามลักษณะของการสื่อสารได้ 2 ลักษณะ  
 ใหญ่ๆ คือ

1. การสื่อสารอย่างเป็นทางการ (Formal Communication) เป็นการสื่อสาร  
 ที่มีระเบียบแบบแผน ข้อกำหนด วางไว้โดยชัดแจ้ง เช่น การติดต่อสื่อสารในทางราชการ การ  
 แจ้งนโยบาย การรายงาน หรือคำแนะนำผ่านไปตามสายการบังคับบัญชา
2. การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication) เป็นการสื่อ  
 สารที่มีได้ดำเนินไปตามระเบียบแบบแผนที่กำหนดไว้ หรือไม่มีระเบียบแบบแผนกำหนดแต่  
 ไร ส่วนใหญ่จะคำนึงถึงความคุ้นเคยส่วนตัว การติดต่อมักเป็นในรูปบุคคลต่อบุคคล  
 หรือบุคคลกับองค์กรเป็นส่วนใหญ่

Barnard (1979) ก็ได้ให้ความสำคัญต่อการติดต่อสื่อสารอย่างมาก เพราะถือว่าการติดต่อสื่อสารเป็นเสมือนใยแมงมุมที่เชื่อมโยงเป็นเครือข่าย (Network) อยู่ในองค์กร ถ้าหากขาดการติดต่อสื่อสารที่ดีก็ย่อมมีผลให้การวินิจฉัยสั่งการผิดพลาดไปได้ เพราะขาดข่าวสารข้อมูลที่สมบูรณ์และเที่ยงตรง นอกจากนี้ Barnard ยังกล่าวว่าการสื่อสารเป็นภารกิจของผู้บริหาร

ถ้าองค์กรใดมีการสื่อสารภายในองค์กรที่ไม่มีประสิทธิภาพ ก็จะนำไปสู่บรรยากาศของความไม่เข้าใจกันระหว่างบุคลากรภายในองค์กร ทำให้เกิดความไม่พอใจ โดยเฉพาะระหว่างผู้บริหารและพนักงาน ซึ่งหากปล่อยให้สถานการณ์มีความตึงเครียดคุกกรุ่นอยู่ต่อไป โดยไม่หาทางแก้ไขก็จะก่อให้เกิดการสื่อสารที่เป็นผลในทางลบจนในที่สุดอาจมีการแสดงออกในด้านการกระทำ เช่น มีการนัดหยุดงาน การลงชื่อขับไล่ฝ่ายบริหาร เป็นต้น ดังเช่นกรณีของสถานการณ์ความขัดแย้งระหว่างผู้บริหารและพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินของสายการบินคาเธ่ย์แปซิฟิก เมื่อปี 2536 จนนำไปสู่การหยุดงานประท้วงของพนักงานในที่สุด ทั้งนี้สาเหตุส่วนหนึ่งซึ่งทำให้สถานการณ์เกิดความรุนแรงยิ่งขึ้นก็เนื่องมาจากการที่ผู้บริหารไม่ได้มีการสื่อสารกับพนักงาน โดยการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานะและข้อเท็จจริงของปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างเพียงพอ ประกอบกับปริมาณข่าวสาร การแพร่กระจาย และการไหลเวียนของข่าวสารจากสภาพแรงงานมีมากกว่า เนื่องจากสภาพแรงงานมีศักยภาพทางการสื่อสารที่พร้อมกว่า ทำให้พนักงานส่วนใหญ่เกิดการยอมรับแนวความคิดและปรับเปลี่ยนทัศนคติของตนไปตามข่าวสารที่ได้รับจากสภาพแรงงาน จนเกิดเป็นการประท้วงที่ขยายวงกว้างออกไปและทวีความรุนแรงยิ่งขึ้นเรื่อยๆ

จะเห็นได้ว่า การสื่อสารขององค์กรนั้นจะสำเร็จหรือล้มเหลว ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ หลายประการ อาทิ การเผยแพร่ข่าวสารที่เพียงพอ การติดต่อได้กลับ การใช้สื่อในการสื่อสาร ความชำนาญในการสื่อสาร การวิเคราะห์ประสิทธิภาพของการสื่อสาร

ทัศนคติความรู้สึกและ ความคิดเห็นของบุคลากรและบุคคลทั่วไป ตลอดจนสภาพแวดล้อมทางสังคมที่มีผลต่อการสื่อสารขององค์กร

นั่นคือ ปัญหาทางการติดต่อสื่อสารในองค์กรส่วนใหญ่ที่เกิดขึ้นนอกจากจะเป็นเพราะการขาดการประสานงาน ขั้นตอนการสื่อสารมีมากเกินไปหรือขาดหายไป และช่องทางที่ใช้ในการเผยแพร่ข่าวสารในรูปแบบต่าง ๆ ล้าสมัยหรือขาดความดึงดูดใจให้ติดตามแล้ว ปัญหาของการติดต่อสื่อสารก็อาจเกิดขึ้นได้จากการตีความหรือแปลความหมายของแต่ละบุคคล ดังนั้นความแตกต่างของบุคคลในเรื่องเพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทของพนักงาน และบทบาทของบุคคลในองค์กรจึงนับเป็นปัจจัยสำคัญในการติดต่อสื่อสารเช่นกัน

แต่ขณะเดียวกันในบางหน่วยงานมีการสื่อสารทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการมากมาย จนบุคลากรในองค์กรไม่สามารถรับรู้เรื่องราวได้ทั้งหมด นอกจากนี้เรื่องส่วนใหญ่ไม่ได้เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับตน ทำให้ข่าวสารไม่เป็นที่น่าสนใจ จึงเกิดความสิ้นเปลืองงบประมาณในการจัดทำโดยเปล่าประโยชน์ ซึ่งการสื่อสารหากมีมากเกินไปก็จะนำองค์กรไปสู่สภาวะข่าวสารท่วมท้น (Message overload) บุคลากรจะเบื่อหน่ายที่จะอ่านเอกสารแจกภายในองค์กร คำสั่ง บันทึกลง ประกาศ วารสาร ฯลฯ ดังนั้นองค์กรจึงต้องมีการปรับการสื่อสารของตนให้เหมาะสมกับสภาพความเป็นจริง และควรจัดให้มีการส่งสารเฉพาะที่จำเป็นและสำคัญที่บุคลากรควรรับรู้ รวมทั้งให้มีความเหมาะสมในด้านช่วงเวลาในการสื่อสารด้วย โดยองค์กรประกอบต่าง ๆ เป็นสำคัญ เมื่อองค์ประกอบเปลี่ยนแปลงไป การสื่อสารก็ต้องเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย การสื่อสารในองค์กรจึงจะประสบความสำเร็จ

จากความสำคัญของการสื่อสารดังที่ได้กล่าวมาแล้ว จะเห็นได้ว่าการสื่อสารต่าง ๆ ในทุกรูปแบบมีส่วนที่จะก่อให้เกิดความสำเร็จหรือความล้มเหลวให้แก่องค์กรได้ และในกิจกรรมขององค์กรแต่ละวัน จะเต็มไปด้วยการติดต่อสื่อสารในทุกระดับเป็นสายใย

ไปทั่วทั้งองค์กรเหมือนใยแมงมุม ซึ่งข่ายใยเหล่านี้จะมีประสิทธิภาพเพียงใด ต้องอาศัยระบบการสื่อสารที่ดี ที่สามารถลดช่องว่าง สร้างความเข้าใจ และความสัมพันธ์อันดีให้กับบุคลากรในองค์กร เพราะการรับรู้ การส่งข่าว และการแปลความหมายข่าวสารจะมีผลกระทบต่อขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรโดยตรง

ดังนั้นองค์กรต่าง ๆ จึงจำเป็นต้องมีการสื่อสารทั้งภายนอกและภายในที่ดีมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะองค์กรขนาดใหญ่ที่มีสายงานสลับซับซ้อนและมีบุคลากรที่ปฏิบัติงานอยู่ร่วมกันเป็นจำนวนมาก จำเป็นจะต้องมีระบบการติดต่อสื่อสารที่ดีที่จะช่วยเป็นสื่อกลางเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของบุคลากรในองค์กรให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างบุคลากร ซึ่งจะทำให้บรรยากาศภายในองค์กรมีสภาพคล่องตัวสามารถดำเนินงานให้บรรลุตามเป้าหมายขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ด้วยเหตุนี้จึงน่าสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมมารับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อข่าวสารภายในของพนักงานในองค์กรขนาดใหญ่เพื่อที่จะได้นำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรที่มีขนาดใหญ่ให้มีประสิทธิภาพต่อไป โดยทำการศึกษาจากบริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นองค์กรขนาดใหญ่และมีชื่อเสียงรวมทั้งเป็นองค์กรที่มีระบบการติดต่อสื่อสารทั้งภายในและภายนอกที่มีประสิทธิภาพองค์กรหนึ่ง

## บริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)

บริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด ก่อตั้งขึ้นเมื่อพุทธศักราช 2456 โดยพระบรมราชโองการของพระบาทสมเด็จพระปรเมนทรมหาอานันทมหิดล พระมยุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ด้วยพระราชประสงค์ที่จะให้ประเทศไทยสามารถผลิตปูนซิเมนต์ที่มีคุณภาพขึ้นใช้เองภายในประเทศ ต่อมาในปี พ.ศ. 2537 ได้แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน และใช้ชื่อว่า บริษัท

ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) จนถึงปัจจุบัน ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัทได้ดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรม ภายใต้อุดมการณ์ในการดำเนินธุรกิจ 4 ประการ คือ

ตั้งมั่นในความเป็นธรรม  
 มุ่งมั่นในความเป็นเลิศ  
 เชื่อมมั่นในคุณค่าของคน  
 ถือมั่นในความรับผิดชอบต่อสังคม

จนกระทั่งถึงปัจจุบัน บริษัทได้มีการขยายเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจออกเป็นกลุ่มต่างๆ 9 กลุ่ม ในนามของเครือซิเมนต์ไทย โดยมีบริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทแม่ ดังนี้

1. กลุ่มซิเมนต์และการค้า
2. กลุ่มวัสดุก่อสร้าง
3. กลุ่มเหล็ก
4. กลุ่มเซรามิก

5. กลุ่มผลิตภัณฑ์โลหะและไฟฟ้า
6. กลุ่มจักรกลและอุปกรณ์ยานยนต์
7. กลุ่มปิโตรเคมี
8. กลุ่มกระดาษและบรรจุภัณฑ์
9. สายบริหารกลาง

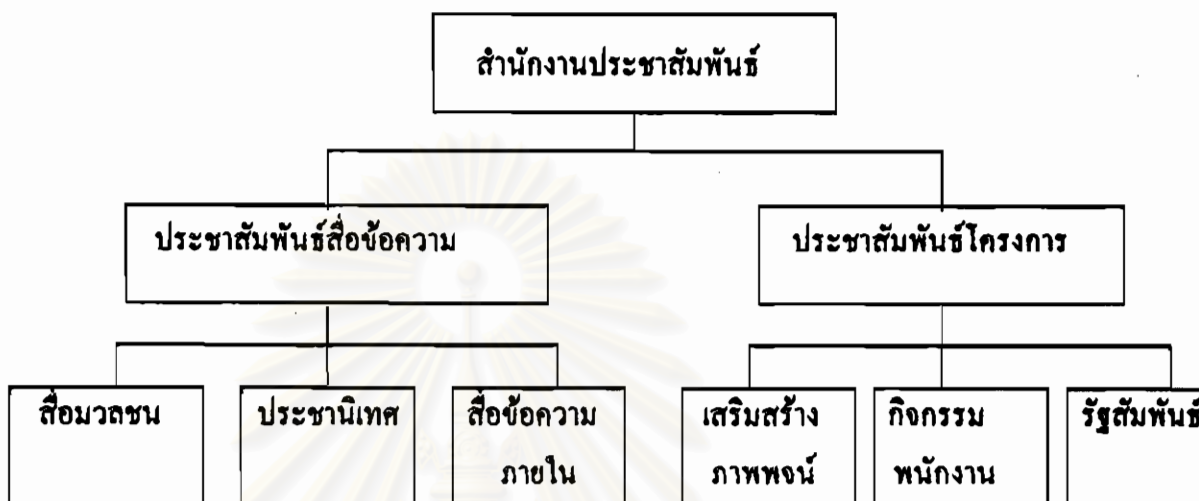
บริษัทปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) นับว่าเป็นองค์กรที่มีขนาดใหญ่องค์กรหนึ่ง ซึ่งมีบุคลากรจากสาขาอาชีพต่าง ๆ กว่า 5,000 คน และมีโรงงานปูนซีเมนต์อยู่ในภาคต่าง ๆ 5 แห่งด้วยกัน ได้แก่ โรงงานท่าหลวง จังหวัดสระบุรี โรงงานแก่งคอย จังหวัดสระบุรี โรงงานเขาวง จังหวัดสระบุรี โรงงานทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช และโรงงานลำปาง จังหวัดลำปาง

นอกจากนี้บริษัทยังมีสำนักงานขายและคลังสินค้าตั้งอยู่ในภาคต่าง ๆ ดังนั้น การสื่อสารขององค์กรจึงจำเป็นต้องใช้สื่อหลายประเภทด้วยกัน อาทิ ประกาศ คำสั่ง วารสารภายใน ข่าวเวียนภายใน เสียงตามสาย ไปสเตอร์ แผ่นปลิว แบนเนอร์ ฯลฯ เพื่อจะสื่อแนวนโยบายและกิจกรรมต่าง ๆ ของบริษัทให้พนักงานได้รับทราบโดยทั่วถึงกัน

การสื่อสารโดยผ่านสื่อต่าง ๆ ดังกล่าว สำนักงานประชาสัมพันธ์ของบริษัทจะเป็นผู้รับผิดชอบในการผลิตสื่อ รวมทั้งการสื่อสารให้กับบุคลากรในองค์กรได้รับทราบถึงแนวนโยบาย ข่าวสาร ความเคลื่อนไหว และกิจกรรมต่าง ๆ

โดยสำนักงานประชาสัมพันธ์ได้แบ่งหน้าที่ในการดำเนินงานออกเป็นส่วนต่าง ๆ ดังนี้





### ประชาสัมพันธ์สื่อข้อความ

#### สื่อมวลชน

ทำหน้าที่ในการเผยแพร่ข่าวสารขององค์กรไปยังกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ โดยผ่านสื่อมวลชนทุกแขนง ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ ทั้งนี้เพื่อให้สาธารณชนได้รับทราบถึงความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ขององค์กร รวมทั้งสร้างความสัมพันธ์อันดีกับสื่อมวลชนในรูปแบบต่าง ๆ

#### สื่อข้อความภายใน

รับผิดชอบเกี่ยวกับการเสนอข่าวคราวความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ขององค์กรให้กับพนักงานและครอบครัว โดยผ่านสื่อภายในต่าง ๆ เพื่อสร้างความสัมพันธ์และความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร

**ประชาชนไทย**                    รับผิดชอบงานด้านการจัดทำเอกสารและโสตทัศนเพื่อเผยแพร่ข้อมูลของบริษัท รวมทั้งให้บริการด้านข้อมูลแก่ผู้ที่มาติดต่อ

**ประชาสัมพันธ์โครงการ**

**เสริมสร้างภาพพจน์**            ดำเนินงานด้านสนับสนุนและจัดกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรในรูปแบบต่าง ๆ เช่น กิจกรรมทางด้านสาธารณประโยชน์ การศึกษา ศิลปวัฒนธรรม กีฬา ฯลฯ

**กิจกรรมพนักงาน**            รับผิดชอบกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นสำหรับพนักงานและครอบครัว โดยมุ่งให้พนักงานและครอบครัวเกิดความภาคภูมิใจและจงรักภักดีต่อองค์กร อาทิ ทุนบุตรพนักงาน ฝึกกีฬาบุตรพนักงาน ค่ายอาสาพัฒนาพนักงานเครือซิเมนต์ไทย ฯลฯ

**รัฐสัมพันธ์**                    ทำหน้าที่สร้างความสัมพันธ์อันดีกับหน่วยงานของรัฐ และชุมชนรอบโรงงาน โดยการจัดกิจกรรมต่าง ๆ

จะเห็นได้ว่า งานของสำนักงานประชาสัมพันธ์จะมีทั้งงานทางด้านกิจกรรมและการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารสู่กลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ซึ่งเป็นการดำเนินงานที่สนับสนุนซึ่งกันและกัน

สำหรับกลุ่มเป้าหมายในองค์กรนั้น เนื่องจากบุคลากรของบริษัทมีเป็นจำนวนมาก และมีพื้นฐานทางด้านสังคม การศึกษา อายุ ตลอดจนลักษณะงานที่แตกต่างกัน

ดังนั้นความสนใจในการเปิดรับสารจึงมีความแตกต่างกัน สื่อบางอย่างจึงอาจประสบความสำเร็จในบุคลากรกลุ่มหนึ่ง ขณะที่อีกกลุ่มหนึ่งไม่ให้ความสนใจ หรือในบางครั้งการสื่อสารบางอย่างต้องใช้การสื่อสารหลายรูปแบบทั้งภายนอกและภายในจึงสามารถเข้าถึงบุคลากรได้อย่างทั่วถึง และจากกํารที่บริษัทมีโรงงานกระจายอยู่ในจังหวัดต่าง ๆ การที่จะให้บุคลากรสามารถได้รับข่าวสารต่าง ๆ อย่างพร้อมเพรียงกันในเวลาเดียวกันจึงเป็นไปได้ยาก ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของพนักงานได้ ดังนั้นจึงควรมีการศึกษาถึงพฤติกรรมในการบริโภคข่าวสารของบุคลากรเพื่อจะได้ทราบว่าด้วยวิธีการใดจึงจะทำให้การสื่อสารขององค์กรสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีที่สุด รวมทั้งจะได้ทราบถึงความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับด้วย

สาเหตุสำคัญอีกประการหนึ่งที่ควรจะมีการศึกษาก็เนื่องจากการที่ปัจจุบันมีเครื่องมือสื่อสารที่ทันสมัยมากมายและมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการสื่อสาร ทำให้เกิดความสะดวกและรวดเร็วมากขึ้น ดังนั้นองค์กรแต่ละแห่ง จึงต้องมีการพัฒนาและปรับตัวให้ทันกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป องค์กรใดปรับตัวได้เร็วกว่าก็จะได้เปรียบกว่า

เนื่องด้วยการสื่อสารต่าง ๆ ดังที่ได้กล่าวมาแล้วจะต้องใช้งบประมาณเป็นจำนวนมากในการผลิตสื่อ ดังนั้น การที่จะให้การสื่อสารขององค์กรสามารถสื่อข้อมูลข่าวสารถึงพนักงานได้อย่างมีประสิทธิภาพสมดังวัตถุประสงค์ขององค์กร จึงควรมีการวิจัยเพื่อตรวจสอบพฤติกรรมการสื่อสารและการรับสารของพนักงาน รวมทั้งความคาดหวังและความพึงพอใจในการรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ เพื่อนำผลการวิจัยมาแก้ไข ปรับปรุงประสิทธิภาพของการสื่อสารขององค์กรให้สอดคล้องกับความต้องการของบุคลากร เมื่อพนักงานสามารถรับข่าวสารได้อย่างทั่วถึง รวมทั้งสามารถใช้กลไกการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพก็จะช่วยสร้างสัมพันธภาพและความเข้าใจอันดีระหว่างพนักงานกับองค์กร ทำให้บรรยากาศในองค์กรมีสภาพคล่องตัวและยังเป็นการเสริมสร้างขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานให้กับ

บุคลากรให้รู้สึกว่าตนเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร การดำเนินงานต่าง ๆ ก็จะบรรลุเป้าหมายได้ในที่สุด

### **ปัญหาคำถามวิจัย**

1. พนักงานของบริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) มีพฤติกรรมการรับข่าวสารจากสื่อใดมากที่สุด
2. พนักงานใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับอย่างไรบ้าง
3. พนักงานของบริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจในการได้รับข่าวสารผ่านสื่อต่างๆมากน้อยเพียงใด

### **วัตถุประสงค์**

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับข่าวสารของพนักงานบริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อในองค์กรและความพึงพอใจในสื่อที่ได้รับ รวมทั้งการนำข่าวสารที่ได้รับไปใช้ประโยชน์

### **สมมติฐานในการวิจัย**

1. พนักงานในบริษัทที่มีลักษณะทางประชากรต่างกันมีการรับข่าวสารจากสื่อต่างกัน
2. พนักงานในบริษัทที่มีลักษณะทางประชากรต่างกันมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในสื่อต่างกัน

### 3. การเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

#### ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาพฤติกรรมการรับสื่อ ความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับผ่านสื่อต่าง ๆ ตลอดจนการนำข่าวสารที่ได้รับจากการประชาสัมพันธ์ของบริษัทมาใช้ประโยชน์ของพนักงาน 2 กลุ่ม คือพนักงานบังคับบัญชา และพนักงานปฏิบัติการ

#### นิยามศัพท์

**การประชาสัมพันธ์ภายใน** หมายถึง การดำเนินการเพื่อเผยแพร่ข่าวสาร ข้อมูลต่างๆ ขององค์กรไปยังกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเป็นพนักงานภายในองค์กรเพื่อให้เกิดทัศนคติและความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรและพนักงาน

**สื่อประชาสัมพันธ์** หมายถึง การเผยแพร่ข่าวสารจากสำนักงานประชาสัมพันธ์ของบริษัท โดยผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ หรือสื่อเฉพาะกิจ เช่น แผ่นปลิว ฯลฯ

**สื่อภายใน** หมายถึง ช่องทางที่ใช้ในการเผยแพร่ข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ วารสารภายใน เสียงตามสาย ป้ายไฟวิ่ง ข่าวเวียนภายใน แผ่นปลิว ประกาศ คำสั่ง Direct mail รวมไปถึงสื่อบุคคลด้วย

**พนักงานบังคับบัญชา** หมายถึง พนักงานบริหารระดับกลาง ตั้งแต่ระดับพนักงานรายเดือน อาวุโส ไปจนถึงระดับหัวหน้าแผนกของบริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)

**พนักงานปฏิบัติการ** หมายถึงพนักงานรายเดือนที่ต้องทำการบันทึกเวลาการทำงาน และมีหน้าที่ปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมายจากพนักงานบริหาร

**การบริโภคข่าวสาร** หมายถึงการเปิดรับสารจากสื่อต่าง ๆ ของพนักงานบริษัทปูนซิเมนต์ไทยฯ

**ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร** หมายถึงความพึงพอใจในข่าวสารต่าง ๆ ที่พนักงานได้รับจากสื่อต่าง ๆ ของบริษัท

**การใช้ประโยชน์จากข่าวสาร** หมายถึง การนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์ต่าง ๆ

### **ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ**

1. เพื่อศึกษาแนวคิดมาใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการใช้สื่อขององค์กรขนาดใหญ่ ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
2. เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงการจัดทำสื่อต่าง ๆ ให้เป็นประโยชน์ และสอดคล้องกับความต้องการของบุคลากรภายในองค์กรขนาดใหญ่มากยิ่งขึ้น
3. เพื่อกระตุ้นให้เกิดความสนใจในการศึกษาวิจัยในเรื่องการสื่อสารภายในองค์กรต่อไป