

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในปัจจุบันทำให้มนุษย์กับการสื่อสารกันอย่างได้อย่างสะดวกรวดเร็วมีการเปิดการค้าเสรีทำให้มีการลงทุนระหว่างประเทศมากขึ้นนับเป็นการสร้างงานและสร้างรายได้ให้กับประชาชนภายในประเทศ การเข้ามาลงทุนทำกิจการต่าง ๆ ในต่างประเทศนั้นสิ่งที่จำเป็น ดังนั้นการสื่อสารเพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันทั้งฝ่ายผู้ส่งสารและผู้รับสาร เพื่อก่อให้เกิดกิจกรรมร่วมกันในการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้ประสบความสำเร็จตามความมุ่งหวัง แต่สภาพปัจจุบันพบว่า ในองค์กรต่าง ๆ นั้นมีความไม่เข้าใจกันระหว่างนักลงทุนชาวต่างชาติและผู้บริหารชาวไทย รวมทั้งพนักงานที่ปฏิบัติงานให้กับชาวต่างชาติที่เข้ามาลงทุน เพราะในการทำงานนั้นในทุกกระบวนการทำงานจะต้องมีการประสานงานหรือต้องมีการสื่อสาร มีการสั่งงานมีการสอนงาน เพื่อให้การปฏิบัติงานนั้นเป็นอย่างถูกต้อง รวมทั้งต้องมีการรายงานผลการปฏิบัติงาน ทั้งปัญหาที่เกิดขึ้นในกระบวนการทำงานเพื่อให้มีการแก้ไขปรับปรุงการทำงานให้เป็นไปอย่างต่อเนื่องและมีการพัฒนาไปในแนวทางที่ดีขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งพนักงานและบุคคลจำเป็นต้องมีกระบวนการสื่อสารของผู้ส่งสารและผู้รับข่าวสาร ซึ่งอาจมีภาษาและวัฒนธรรมที่เป็นอุปสรรคในการสื่อสารในองค์กร การสื่อสารในองค์กรหากจำแนกตามเส้นทางสื่อสารแล้วสามารถจำแนกได้เป็น 5 ประเภทคือการสื่อสารในแนวดิ่งการสื่อสารในแนวนอน การสื่อสารในแนวทแยงและการสื่อสารส่วนตัว (เสนาะ ตีเขาว์, 2541, หน้า 325-342)

ในโลกปัจจุบันซึ่งเป็นยุคของข้อมูลข่าวสารที่มนุษย์สามารถรับรู้ เรียนรู้ และเข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและส่งผลกระทบต่อองค์กรและบุคลากรในองค์กรอย่างไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ องค์กรต่าง ๆ จึงต้องปรับตัวและพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการองค์กรให้สามารถดำเนินต่อไปได้และเกิดความได้เปรียบในการแข่งขันเพื่อความเป็นผู้นำที่ก้าวนำองค์กรอื่น ๆ การรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงและสามารถปรับตัวให้สามารถก้าวไปข้างหน้าได้อย่างมั่นคงจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง ท่ามกลางสภาพการณ์เช่นนี้ผู้บริหารองค์กรที่ชาญฉลาดและมีภาวะผู้นำจะต้องหันมาให้ความสำคัญกับการบริหารเชิงกลยุทธ์เพื่อที่จะเป็นพลังขับเคลื่อนองค์กรให้ก้าวไปข้างหน้าอย่างไม่หยุดนิ่ง ซึ่งในบรรดากลยุทธ์ต่าง ๆ ที่ผู้บริหารจะต้องนำมาใช้อย่างมีประสิทธิภาพนั้นการสื่อสาร กล่าวได้ว่าเป็นกลยุทธ์ที่มีความสำคัญที่สุด เพราะการสื่อสารเป็นกลยุทธ์หรือกระบวนการหรือเครื่องมือที่จะนำไปสู่การรับรู้ เรียนรู้ ให้เกิด

ความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกันของบุคลากรทั่วทั้งองค์กรตั้งแต่ระดับนโยบายไปจนถึงระดับปฏิบัติการ ทำให้สามารถกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และยุทธศาสตร์ร่วมกันได้อย่างถูกต้องเหมาะสมและนำพาองค์กรไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้อย่างมีประสิทธิภาพ และจะต้องนำมาใช้ให้สอดคล้องกับพื้นฐานขององค์กร ทั้งในด้านโครงสร้าง ระบบการบริหาร ทัศนคติ และค่านิยม รวมทั้งวัฒนธรรมของบุคลากรใน องค์กรจึงจะทำให้องค์กรไปสู่ความสำเร็จได้กลยุทธ์การสื่อสารจึงเป็นเครื่องมือทางการบริหารที่ ผู้บริหารควรให้ความสำคัญและต้องนำมาใช้ในการบริหารจัดการองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพและ เกิดประสิทธิผลสูงสุดแก่องค์กร

การสื่อสาร เป็นกระบวนการแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูล และความเข้าใจระหว่างบุคคล หรือ กลุ่มบุคคล ซึ่งอาจเกิดขึ้นได้ทั้งภายใน และภายนอกองค์กร การสื่อสารจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมี ข่าวสารข้อมูลเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ ซึ่งการสื่อสารที่ประสบผลสำเร็จต้องเป็นการสื่อสารที่ทำให้ ผู้รับสารเกิดความเข้าใจในข่าวสารข้อมูลตรงตามที่ผู้ส่งสารต้องการเท่านั้น ความก้าวหน้าของ เทคโนโลยีข่าวสารในปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารระหว่างสมาชิกใน องค์กรอย่างมากมาย โดยสมาชิกในองค์กรสามารถเข้าถึงแหล่ง ข้อมูลข่าวสารจำนวนมากที่มี ประโยชน์ต่อการตัดสินใจได้ ซึ่งผู้บริหารเองก็สามารถติดตามและควบคุมผลการดำเนินงานของ ผู้ใต้บังคับบัญชาได้อย่างใกล้ชิดโดยไม่มีข้อจำกัดทางด้านเวลาและสถานที่ การสื่อสารคือเครื่อง สร้างความเข้าใจ และสร้างวัฒนธรรมตลอดจนสามารถสร้างความมั่นคงให้กับองค์กรนั้น ๆ เป็น ศูนย์รวมให้องค์กรนั้น ๆ ทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยผู้ใช้จะต้องเข้าใจและเข้าถึง กระบวนการสื่อสารเป็นอย่างดี

ปัจจุบันองค์กรข้ามชาติที่เข้ามาประกอบธุรกิจหรือลงทุนในประเทศไทย มีจำนวนมาก และมีการจ้างงานเป็นจำนวนมาก จึงจำเป็นต้องมีการศึกษาประสิทธิภาพการสื่อสารของผู้ส่งสาร และผู้รับสาร เพื่อให้ทราบถึงประสิทธิผลของการสื่อสารภายในองค์กร ซึ่งอาจมีภาษาและ วัฒนธรรมที่เป็นอุปสรรคในการสื่อสารภายในองค์กร

กรณีศึกษาที่ผู้วิจัยทำการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นบริษัทร่วมทุนไทย-ญี่ปุ่น มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่ ประเทศญี่ปุ่น บริษัทนี้ตั้งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี เปิดดำเนินงานตั้งแต่ เดือนตุลาคม พ.ศ. 2537 เป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์และยานยนต์แห่งหนึ่ง ตั้งอยู่ในจังหวัด ชลบุรี เพื่อขายในประเทศและส่งออกไปยังต่างประเทศ ในการปฏิบัติงานพนักงานต้อง ประสานงานภายในหน่วยงานทั้งในระดับเดียวกัน และตามสายการบังคับบัญชา ตลอดจนมีการ สื่อสารระหว่างหน่วยงานด้วย ในการสื่อสารและการทำความเข้าใจระหว่างกันนั้น พบว่าแม้ว่า บริษัทจะได้นำวิธีการสื่อสารต่าง ๆ และเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ แต่ก็ยังมีปัญหา ส่งผลให้เกิด ความเข้าใจไม่ตรงกัน เกิดการทำงานซ้ำซ้อน บางครั้งเกิดความผิดพลาด และความเสียหายจากการ

ทำงาน ประกอบกับยังไม่เคยมีการประเมินผลประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กรของบริษัท
 แห่งนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กร เพื่อให้ทราบถึงประสิทธิผลการ
 สื่อสารภายในองค์กร และเป็นแนวทางปรับปรุงแก้ไข เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่จะนำไปเป็น
 ข้อมูลในการศึกษาเรื่องที่เกี่ยวข้องต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

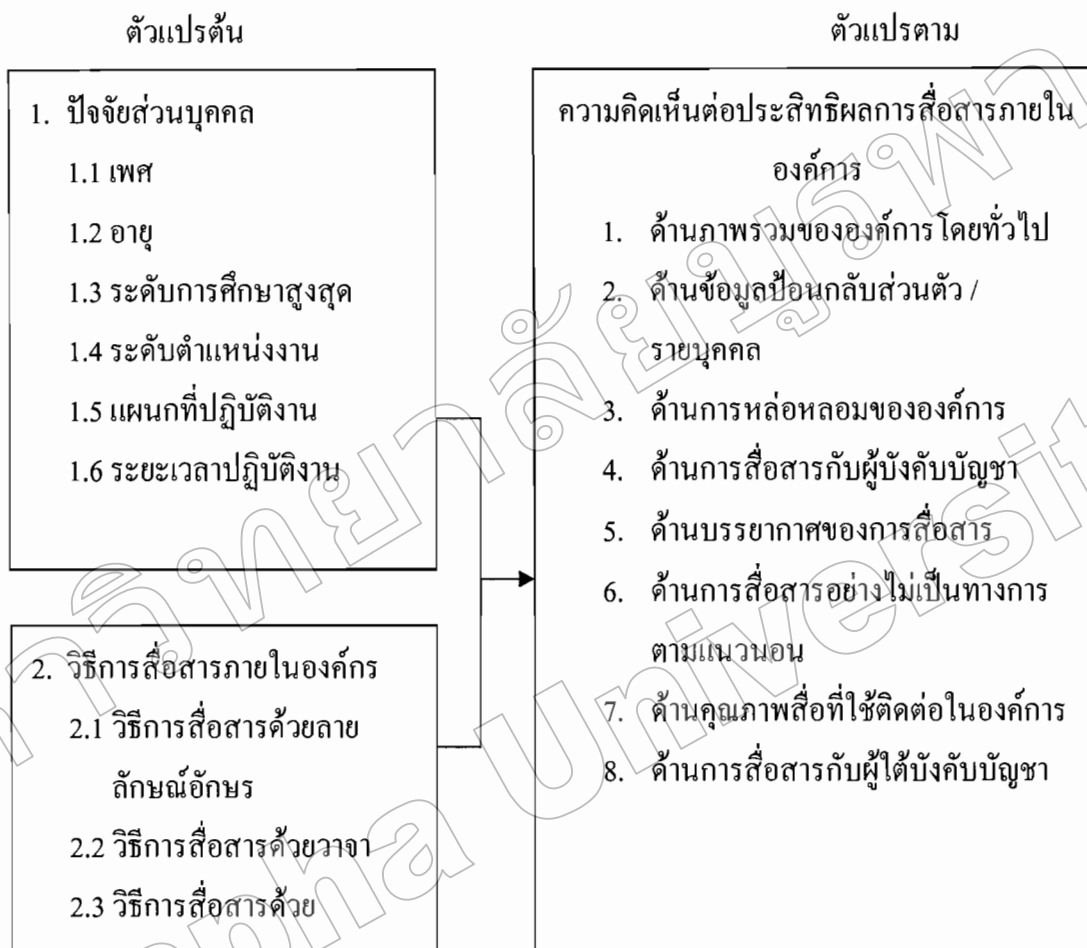
1. เพื่อศึกษาการรับรู้ของพนักงานที่มีต่อวิธีการสื่อสารภายในองค์กร
2. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อประสิทธิผลการสื่อสารภายใน
 องค์กร
3. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของพนักงานที่มีผลต่อประสิทธิผลการสื่อสาร
 ภายในองค์กรจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
4. เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างวิธีการสื่อสารกับประสิทธิผลการสื่อสารภายในองค์กร

สมมติฐานของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานการวิจัยดังนี้

1. พนักงานที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อประสิทธิผลการสื่อสาร
 ภายในองค์กรแตกต่างกัน
2. วิธีการสื่อสารภายในองค์กรมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพผลการสื่อสารภายใน
 องค์กร

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1-1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ความสำคัญของการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้มีความสำคัญดังนี้

1. ทำให้ทราบระดับความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อวิธีการสื่อสารและประสิทธิผลการสื่อสารภายในองค์กร
2. สามารถนำผลที่ได้ใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการสื่อสารภายในองค์กร
3. เป็นประโยชน์และแนวทางแก่ผู้สนใจที่จะนำไปศึกษาในเรื่องที่เกี่ยวข้องต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาค้นคว้าดังนี้

1. แหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูลในการวิจัยนี้เป็นบริษัทร่วมทุนไทย-ญี่ปุ่น ผู้ผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์และยานยนต์ ตั้งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี

2. ประชากร

ประชากรในการวิจัยนี้เป็นพนักงานของบริษัทที่เป็นแหล่งข้อมูล จำนวน 150 คน โดยแบ่งตามระดับตำแหน่งงานดังนี้

2.1 ระดับบริหาร จำนวน 10 คน

2.2 ระดับหัวหน้างาน จำนวน 25 คน

2.3 ระดับพนักงาน จำนวน 90 คน

2.4 ระดับปฏิบัติการ จำนวน 115 คน

ทั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรทั้งหมด
ตัวแปรที่ศึกษา

การศึกษารั้งนี้ มุ่งศึกษาตัวแปร ดังต่อไปนี้

ตัวแปรต้น ได้แก่

1. ปัจจัยส่วนบุคคล

1.1 เพศ

1.2 อายุ

1.3 ระดับการศึกษาสูงสุด

1.4 ด้านตำแหน่งงาน

1.5 ด้านแผนกที่ปฏิบัติงาน

1.6 ระยะเวลาปฏิบัติงาน

2. วิธีการสื่อสารในองค์กร ได้แก่

2.1 การสื่อสารด้วยลายลักษณ์อักษร

2.2 การสื่อสารด้วยวาจา

2.3 การสื่อสารด้วยเทคโนโลยี

ตัวแปรตาม ได้แก่ ประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์กร 8 ด้าน ดังนี้

1. ด้านภาพรวมขององค์กรโดยทั่วไป
2. ด้านข้อมูลป้อนกลับรายบุคคล
3. ด้านการหล่อหลอมขององค์กร
4. ด้านการสื่อสารกับผู้บังคับบัญชา
5. ด้านบรรยากาศของการสื่อสาร
6. ด้านการสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการตามแนวนอน
7. ด้านคุณภาพสื่อที่ใช้ติดต่อในองค์กร
8. ด้านการสื่อสารกับผู้ใต้บังคับบัญชา

นิยามศัพท์เฉพาะ

ตำแหน่งงาน หมายถึง ตำแหน่งงานที่พนักงานดำรงอยู่ในองค์กรผู้ผลิตชิ้นส่วน

อิเล็กทรอนิกส์และยานยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ระดับ ได้แก่

1. ระดับบริหาร ได้แก่ ผู้จัดการและผู้ช่วยผู้จัดการ
2. ระดับหัวหน้างาน ได้แก่ หัวหน้ากลุ่มและหัวหน้าทีม
3. ระดับพนักงาน ได้แก่ พนักงานสำนักงานและวิศวกร
4. ระดับปฏิบัติการ ได้แก่ พนักงานระดับปฏิบัติการ

องค์กร หมายถึง บริษัทร่วมทุนไทย-ญี่ปุ่น ผู้ผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์และยานยนต์ ตั้งอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี

การสื่อสาร หมายถึง กระบวนการที่ใช้ในการถ่ายทอดหรือแลกเปลี่ยนความคิด ความเชื่อ ความรู้สึก ความต้องการ ข้อมูล ข่าวสาร และความเข้าใจระหว่างบุคคลทั้งในและนอกองค์กร

วิธีการสื่อสารภายในองค์กร แบ่งเป็น 3 วิธีคือ วิธีการสื่อสารด้วยลายลักษณ์อักษร วิธีการสื่อสารด้วยวาจา และวิธีการสื่อสารด้วยเทคโนโลยี

1. วิธีการสื่อสารด้วยลายลักษณ์อักษร หมายถึง วิธีการสื่อสารที่แสดงออกโดยการเขียน ในการวิจัยครั้งนี้จะวัดความถี่บ่อยในการใช้งานของการสื่อสารในองค์กร ซึ่งประกอบด้วย 3 วิธีคือ บันทึกได้ตอบ การเขียนรายงาน และการส่งข่าวสารจากบอร์ดประกาศของบริษัท

2. วิธีการสื่อสารด้วยวาจา หมายถึง วิธีการสื่อสารที่แสดงออกโดยการพูด ในการวิจัยครั้งนี้จะวัดความถี่บ่อยในการใช้งานของการสื่อสารในองค์กร เช่น การประกาศเสียงตามสาย การประชุม การที่หัวหน้างานสั่งงานผ่านเพื่อนร่วมงาน การที่หัวหน้างานสั่งงานด้วยตนเอง การพูดคุยตัวต่อตัวกับหัวหน้างาน และการชี้แจงโดยตรงของผู้บริหาร

3. วิธีการสื่อสารด้วยเทคโนโลยี หมายถึง วิธีการสื่อสารที่แสดงออกโดยผ่านเทคโนโลยี ในการวิจัยครั้งนี้จะวัดความถี่บ่อยในการใช้งานของการสื่อสารในองค์กร ซึ่งประกอบด้วย 3 วิธีคือ การใช้โทรศัพท์และโทรสาร การประชุมทางวิดีโอทัศน์ และการใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์

ความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กร หมายถึง ความรู้สึกและทัศนคติที่เกิดขึ้นในการสื่อสารกันของบุคลากรในองค์กร เป็นความคิดเห็นต่อสภาพความเป็นจริงที่เกิดขึ้นในองค์กร ถ้าการสื่อสารมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับความต้องการ และความรู้สึก ความพึงพอใจในการสื่อสารและการรับรู้ข่าวสารที่จะเกิดขึ้น ซึ่งสามารถวัดได้ 8 ด้านตามวิธีการของ ดาวน์ และ ฮาเซน (Downs & Hazen, n.d. อ้างถึงใน ทะนงเกียรติ เจริญวงศ์เพชร, 2545, หน้า 8) ดังนี้

1. ด้านภาพรวมขององค์กร โดยทั่วไป หมายถึง ความคิดเห็น และสภาพความเป็นจริงที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับข่าวสารข้อมูลขององค์กรทางด้านนโยบายและเป้าหมายขององค์กร นโยบายและเป้าหมายการดำเนินงานในแผนก กิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กร ค่าตอบแทนและผลประโยชน์ที่ได้รับ

2. ด้านข้อมูลป้อนกลับรายบุคคล หมายถึง ความคิดเห็น และสภาพความเป็นจริงที่เกิดขึ้นตามความพึงพอใจของแต่ละบุคคลเกี่ยวกับสัมฤทธิ์ผลส่วนตัว งานและวิธีที่พนักงานได้รับการยอมรับโดยองค์กร

3. ด้านการหล่อหลอมขององค์กร หมายถึง ความคิดเห็น และสภาพความเป็นจริงที่เกิดขึ้นตามสภาพความพึงพอใจของแต่ละบุคคลเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารทางด้านความก้าวหน้าในงาน พนักงานใหม่/ลักษณะงาน

4. ด้านการสื่อสารกับผู้บังคับบัญชา หมายถึง ความคิดเห็น และสภาพความเป็นจริงที่เกิดขึ้นที่พนักงานแต่ละคนได้รับการสื่อสารทั้งอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการจากผู้บังคับบัญชา

5. ด้านบรรยากาศของการสื่อสาร หมายถึง ความคิดเห็น และสภาพความเป็นจริงที่เกิดขึ้นจากการสื่อสารในองค์กรที่มีการจูงใจและกระตุ้นให้พนักงานเกิดความกระตือรือร้นที่จะนำไปสู่ผลงานตามเป้าหมาย

6. ด้านการสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการตามแนวนอน หมายถึง ความคิดเห็น และสภาพความเป็นจริงที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับการสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการระหว่างเพื่อนพนักงานที่มีระดับตำแหน่งใกล้เคียงกันทั้งที่อยู่ในแผนกเดียวกันและองค์กรเดียวกัน

7. ด้านคุณภาพสื่อที่ใช้ติดต่อในองค์กร หมายถึง ความคิดเห็น และสภาพความเป็นจริงที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสื่อและช่องทางที่ใช้ในการสื่อสารกับพนักงานในองค์กร

8. ด้านการสื่อสารกับผู้ได้บังคับบัญชา ความคิดเห็น และสภาพความเป็นจริงที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับการสื่อสารในการปฏิบัติตามคำสั่ง การให้ข้อมูลข่าวสาร การให้ข้อเสนอแนะ คำแนะนำ ตลอดจนการวิพากษ์วิจารณ์ต่าง ๆ ของพนักงานที่มีสถานภาพเป็นหัวหน้าหรือผู้บังคับบัญชามีต่อพนักงานระดับรองลงมา หรือระดับเท่าเทียมกัน