

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การสื่อสารเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของสังคมมนุษย์ นอกจากนั้นการสื่อสารยังมีบทบาทสำคัญในการดำเนินกิจกรรมขององค์กร เพื่อให้เกิดความสำเร็จและมีประสิทธิภาพ ข่าวสาร จะเป็นตัวกลางในการกำหนดบทบาทต่าง ๆ โดยเฉพาะการจัดการและการบริหารงานในองค์กร รวมถึงความเข้าใจความร่วมมือจากพนักงานภายในองค์กร

การบริหารงานในองค์กร ผู้บริหารจะต้องมีการสื่อสารกับพนักงานอย่างทั่วถึง เพื่อสร้างความเข้าใจอันดี และไปในทิศทางเดียวกัน ดังนั้นองค์กรต่าง ๆ จึงให้ความสำคัญแก่การสื่อสารภายในองค์กร เพราะการสื่อสารเป็นตัวเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารและพนักงาน รวมถึงกิจกรรมระหว่างหน่วยงานขององค์กร จำเป็นที่จะต้องมีระบบการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล กลุ่มคนในองค์กรเพื่อนำไปสู่เป้าหมายร่วมกัน และเสริมสร้างขวัญกำลังใจในการทำงาน เพื่อให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพ

การสื่อสารภายในองค์กร จำเป็นต้องมีเครื่องมือในการสื่อสาร ที่เรียกว่า “การประชาสัมพันธ์” เพื่อสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้บริหารกับพนักงาน ทั้งพนักงานภายในและบุคคลภายนอก จึงได้ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ รวดเร็ว ในการเผยแพร่ข่าวสาร ข้อมูล ถึงผู้รับสารได้พร้อมกันในระยะเวลาเดียวกัน

การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจหนึ่งที่ตั้งขึ้นโดยรัฐบาล ตามพระราชบัญญัติการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย เริ่มดำเนินการก่อตั้งตั้งแต่ปี 2512 มีภารกิจหลักในการจัดหาพลังงานและแหล่งผลิตพลังงานไฟฟ้ารวมถึงส่งพลังงานไฟฟ้าเพื่อการพัฒนาประเทศ จำแนกโครงสร้างการบริหารแบบกระจายอำนาจและหน้าที่เป็นลักษณะ สายงาน ประกอบด้วย

1. สายงานผลิตไฟฟ้า มีหน้าที่บริหารการผลิตกระแสไฟฟ้าและบำรุงรักษาจำนวน 8 โรงไฟฟ้า 12 เขื่อน ผู้บริหารของสายงานคือ รองผู้ว่าการผลิตไฟฟ้า 1 คน ผู้ช่วยผู้ว่าการฯ 6 คน มีหน่วยงานในสังกัดทั้งสิ้น 22 ฝ่าย

2. สายงานเชื้อเพลิง มีหน้าที่จัดหาแหล่งเชื้อเพลิงบริหารจัดการใช้เชื้อเพลิงชนิดต่าง ๆ ของ กฟผ. ให้เหมาะสม ผู้บริหารของสายงานคือ รองผู้ว่าการเชื้อเพลิง 1 คน ผู้ช่วยผู้ว่าการฯ 2 คน มีหน่วยงานในสังกัดทั้งสิ้น 5 ฝ่าย

3. สายงานระบบส่ง มีหน้าที่บริหารและบำรุงรักษาระบบการส่งจ่ายพลังงานไฟฟ้า และระบบสื่อสาร ผู้บริหารของสายงานคือ รองผู้ว่าการระบบส่ง 1 คน ผู้ช่วยผู้ว่าการฯ 3 คน มีหน่วยงานในสังกัดทั้งสิ้น 9 ฝ่าย

4. สายงานควบคุมระบบ มีหน้าที่บริหารควบคุมการส่งจ่ายกระแสไฟฟ้าจากแหล่งผลิตไปยังลูกค้าของ กฟผ. ผู้บริหารของสายงานคือ รองผู้ว่าการควบคุมระบบ 1 คน ผู้ช่วยผู้ว่าการฯ 2 คน มีหน่วยงานในสังกัดทั้งสิ้น 5 ฝ่าย

5. สายงานพัฒนา มีหน้าที่บริหารจัดการการก่อสร้างแหล่งผลิตและระบบส่ง จ่ายกระแสไฟฟ้า ผู้บริหารของสายงานคือ รองผู้ว่าการพัฒนา 1 คน ผู้ช่วยผู้ว่าการฯ 6 คน มีหน่วยงานในสังกัดทั้งสิ้น 15 ฝ่าย

6. สายงานนโยบายและแผน มีหน้าที่รับนโยบายจากผู้บริหาร กฟผ. มากำหนดเป็นนโยบายและแผนงานในการดำเนินภารกิจขององค์กร ผู้บริหารของสายงานคือ รองผู้ว่าการนโยบายและแผน 1 คน ผู้ช่วยผู้ว่าการฯ 3 คน มีหน่วยงานในสังกัดทั้งสิ้น 7 ฝ่าย

7. สายงานบัญชีและการเงิน มีหน้าที่บริหารจัดการด้านการเงินขององค์กรให้อยู่ในระเบียบแบบแผนตามมาตรฐาน ผู้บริหารของสายงานคือ รองผู้ว่าการบัญชีและการเงิน 1 คน ผู้ช่วยผู้ว่าการฯ 2 คน มีหน่วยงานในสังกัดทั้งสิ้น 7 ฝ่าย

8. สายงานบริหารมีหน้าที่บริหารงานทรัพยากรบุคคล การพัฒนาบุคลากรและจัดหาพัสดุ งานกฎหมาย รวมถึงการบริหารงานคุณภาพและความปลอดภัยเพื่อสนับสนุนภารกิจขององค์กรหรือสายงานต่าง ๆ ผู้บริหารของสายงานคือ รองผู้ว่าการบริหาร 1 คน ผู้ช่วยผู้ว่าการฯ 3 คน มีหน่วยงานในสังกัดทั้งสิ้น 11 ฝ่าย

ด้วยโครงสร้างการบริหารงานในปัจจุบัน เป็นโครงสร้างที่เปลี่ยนแปลงรองรับ การแปรสภาพจาก การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) เป็น บริษัท กฟผ. จำกัด (มหาชน) ตั้งแต่ปี พ.ศ.2548 ซึ่งมุ่งหวังแบ่งการบริหารจัดการในแต่ละภารกิจขององค์กรให้แยกจากกันอย่างชัดเจน รวมถึงการสื่อสารภายในองค์กรก็เช่นกัน รูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร จากเดิมที่กำหนดให้ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ซึ่งอยู่ในสายบังคับบัญชาของรองผู้ว่าการสายงานบริหาร เป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่หลักในการบริหารจัดการสื่อสารภายในองค์กร จากผู้บริหารหรือสายงานต่าง ๆ ภายในองค์กร ในรูปแบบของสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ภายในองค์กร เผยแพร่ไปสู่พนักงานในองค์กร แต่เพียงผู้เดียว

โดยมอบหมายให้แผนกประชาสัมพันธ์ในฝ่ายต่าง ๆ ของแต่ละสายงานเป็นผู้รับการสารไปถ่ายทอดยังพนักงานในแต่ละฝ่าย

เมื่อองค์กรเปลี่ยนแปลงโครงสร้างได้กำหนดให้ในแต่ละสายงานต่าง ๆ มีการจัดตั้งกองประชาสัมพันธ์ประจำอยู่ในแต่ละสายงานทำหน้าที่เสมือนฝ่ายประชาสัมพันธ์ของสายงานเอง ดำเนินการสื่อสารกันเองภายในสายงานนั้น ๆ โดยมอบหมายให้แผนกประชาสัมพันธ์ของฝ่ายต่าง ๆ ที่สังกัดในสายงาน เป็นผู้รับข้อมูลข่าวสารจากกองประชาสัมพันธ์ไปถ่ายทอดยังพนักงานในแต่ละฝ่าย ยกตัวอย่างเช่น สายงานระบบส่ง ได้จัดตั้ง กองประชาสัมพันธ์สายงานระบบส่ง สังกัดรองผู้ว่าการระบบส่ง ทำหน้าที่สื่อสารข้อมูลข่าวสารภายในสายงาน ผ่านแผนกประชาสัมพันธ์ฝ่ายปฏิบัติการต่าง ๆ ไปยังพนักงานในสังกัดสายงานระบบส่ง หรือในส่วนของสายงานผลิตไฟฟ้าซึ่งมีหน้าที่หลักในการผลิตกระแสไฟฟ้าจากเขื่อนและโรงไฟฟ้าต่าง ๆ ทั่วประเทศ ได้จัดตั้งกองประชาสัมพันธ์สายงานผลิตไฟฟ้า สังกัดรองผู้ว่าการผลิตกระแสไฟฟ้า ทำหน้าที่สื่อสารข้อมูลภายในสายงาน ผ่านแผนกประชาสัมพันธ์ของแต่ละโรงไฟฟ้าและเขื่อนต่าง ๆ ทั่วประเทศ โดยฝ่ายประชาสัมพันธ์จะดำเนินการสื่อสารเฉพาะการสื่อสารภายนอกองค์กรหรือหากเป็นภายในองค์กรจะสื่อสารเฉพาะกิจกรรม

อย่างไรก็ตามตั้งแต่มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการสื่อสารในองค์กรในปี 2548 เป็นต้นมา ยังไม่มีการประเมินในความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ในสื่อประชาสัมพันธ์ระดับสายงานมาก่อน จึงยังไม่ทราบว่า การสื่อสารภายในองค์กรที่เปลี่ยนจากสื่อสารจากฝ่ายประชาสัมพันธ์มาเป็นการสื่อสารจากกองประชาสัมพันธ์สายงานมีความเหมาะสมสอดคล้องถูกต้องตามหลักทฤษฎีของการจัดการสื่อสาร องค์กร ตามที่ผู้วิจัยได้ศึกษามาหรือไม่

### ปัญหานำวิจัย

1. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของพนักงานสายงานระบบส่งเป็นอย่างไร
2. พนักงานของสายงานระบบส่งมีความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรหรือไม่
3. การใช้ประโยชน์ในสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของพนักงานสายงานระบบส่งเป็นอย่างไร

## วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของพนักงานสายงานระบบส่ง
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของสายงานระบบส่ง
3. เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์ในสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของสายงานระบบส่ง

## สมมติฐาน

1. การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของพนักงานมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ของพนักงานของสายงานระบบส่ง
2. ความพึงพอใจมีผลต่อการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร

## ขอบเขตของการศึกษา

1. ศึกษาเฉพาะเรื่องสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของสายงานระบบส่ง การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย ที่จัดทำโดยกองประชาสัมพันธ์เท่านั้น เพราะบางหน่วยงานมีการจัดทำเฉพาะเรื่อง เฉพาะกลุ่มไม่ใช่ของกองประชาสัมพันธ์ของสายงาน
2. ศึกษาเฉพาะพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของพนักงานสายงานระบบส่ง การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย
3. ระยะเวลาที่ศึกษา ระหว่างเดือนมิถุนายน – สิงหาคม พ.ศ. 2551

## นิยามศัพท์

**สายงานระบบส่ง** หมายถึง สายงานที่มีหน้าที่บริหารและบำรุงรักษาระบบการส่งจ่ายพลังงานไฟฟ้าและระบบสื่อสาร

**กฟผ.** หมายถึง การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย มีสำนักงานส่วนกลางอยู่ที่จังหวัดนนทบุรี ทำหน้าที่ผลิตและส่งกระแสไฟฟ้า ประกอบไปด้วยโครงข่ายบังคับบัญชา คือ สำนักผู้ว่าการฯ มีโครงข่ายงานแบ่งเป็น 8 สายงาน ได้แก่ สายงานบริหารองค์กร สายงานพัฒนา

สายงานผลิตไฟฟ้า สายงานระบบส่ง สายงานควบคุมระบบ สายงานเชื้อเพลิง สายงานนโยบาย และแผน สายงานบัญชีและการเงิน

**พนักงาน** หมายถึง พนักงานในสังกัดของสายงาน ระบบส่ง การไฟฟ้าฝ่ายผลิต แห่งประเทศไทย

**สื่อ** หมายถึง ช่องทางข่าวสาร หรือเครื่องมือสำหรับถ่ายทอดข่าวสารจากแหล่ง ข่าวสารไปยังผู้รับสาร

**สื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร** หมายถึง สื่อที่เผยแพร่ภายในองค์กรของ สายงานระบบส่ง

- วารสารสายใยสายส่ง มีลักษณะเป็นสื่อหนังสือพิมพ์ขนาดเล็กชนิดแทบลอยด์ ขนาด 8.5x11 นิ้ว พิมพ์สี จำนวน 7 หน้า มีรูปแบบการนำเสนอความเคลื่อนไหวของกลุ่มงานระบบส่งและควบคุมระบบ รายงานพิเศษ องค์ความรู้ในงานระบบที่เกี่ยวข้อง รวมถึงองค์ความรู้ในงานประชาสัมพันธ์ที่สามารถนำไปใช้งานได้ อีกทั้งมีช่องทางให้สอบถามและให้ความเห็นในกรณีที่ ผู้ปฏิบัติงานมีข้อสงสัย เผยแพร่เป็นประจำเดือนละ 1 เล่ม

- อีเมลข่าวสายใยสายส่ง มีลักษณะเป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์เผยแพร่ให้กับทุกคนในระบบอินทราเน็ตขององค์กร เนื้อหารวบรวมการดำเนินงานหรือภารกิจที่โดดเด่นสำคัญของหน่วยงานในสังกัดของกลุ่มงานระบบส่งและควบคุมระบบ เพื่อเผยแพร่ให้พนักงานทุกคนรับรู้ เผยแพร่เดือนละ 8 ฉบับ

- แผ่นพับ มีลักษณะพับได้ เหมาะสำหรับการนำเสนอข้อมูลที่ต้องการรายละเอียด มากผลิตในโอกาสที่จะสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเรื่องเฉพาะกิจกรรม

- ไปสเตอร์ มีลักษณะเป็นสื่อขนาด 12x14 นิ้ว พิมพ์สี วัตถุประสงค์เพื่อสื่อสาร แจ้งข่าว เชิญชวนร่วมงานกิจกรรม หรือขอความร่วมมือ หรือชี้แจงประเด็นข้อสงสัยระหว่างกลุ่มงานกับ พนักงานหรือผู้บริหารกลุ่มงานกับพนักงาน

- สติกเกอร์ มีลักษณะเป็นคำขวัญ คำเตือนสั้น ๆ ที่ใช้ภาษาเข้าใจง่าย เพื่อรณรงค์ เตือนใจ ขอความร่วมมือ

- บอร์ดกิจกรรม มีลักษณะเป็นสื่อที่เผยแพร่การดำเนินงานของผู้บริหารในสายงาน หรือเพื่อแนะนำนวัตกรรมใหม่ของหน่วยงานในกลุ่มงาน

**พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อ** หมายถึง จำนวนครั้งที่เปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ ภายในองค์กร ลักษณะการอ่าน

**ความพึงพอใจ** หมายถึง การชอบหรือไม่ชอบต่อ รูปแบบการนำเสนอ เนื้อหา ความถูกต้องน่าเชื่อถือ ความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ การอ่านที่เข้าใจได้ง่าย การสื่อความหมาย รวมถึงช่วงเวลาในการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร

**การใช้ประโยชน์** หมายถึง การที่พนักงานรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ทำให้ได้รับทราบข้อมูลข่าวสาร ข้อเท็จจริงภายในระบบส่ง ทำให้เกิดความเข้าใจอันดี ส่งผลต่อการสร้างสัมพันธ์ที่ดีระหว่างพนักงานกับองค์กร ช่วยสร้างขวัญกำลังใจ รวมถึงสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้องค์กร อีกทั้งนำข่าวสารที่ได้รับไปเล่าต่อผู้อื่นได้

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรม的开รับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของพนักงานในสายงานระบบส่ง
2. ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจและการนำไปใช้ประโยชน์ในสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของพนักงานในสายงานระบบส่ง
3. เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับจากการศึกษาครั้งนี้ ไปใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงเนื้อหา และรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ให้มีความเหมาะสม สอดคล้องกับความสนใจ และความต้องการของพนักงาน เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจและความร่วมมือภายในองค์กร