

# บทที่ 1 บทนำ

## 1.1 ความสำคัญและที่มาของงานวิจัย

ในสถานการณ์โลกปัจจุบันองค์กรทุกองค์กรมีการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี ข่าวสารที่รวดเร็ว ก่อให้เกิดการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง ปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่ง ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วคือ การสื่อสาร ซึ่งก่อให้เกิดการพัฒนาหลายด้าน ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การศึกษา วัฒนธรรม ฯลฯ การที่จะนำพาองค์กรให้ก้าวไปสู่ความเป็นผู้นำในโลกธุรกิจที่มีการแข่งขันกันสูงได้นั้นจำเป็นจะต้องอาศัยปัจจัยหลายอย่างร่วมกัน สิ่งที่ยังมองข้ามไม่ได้เลย ก็คือเรื่องของ การสื่อสาร เนื่องจากเป็นหัวใจสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ และการสื่อสารยังสื่อถึงความต้องการ ความนึกคิดของผู้บังคับบัญชาไปยังผู้ใต้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชาไปยังผู้บังคับบัญชา รวมทั้งการประสานงานระหว่างผู้ที่อยู่ในองค์กรเดียวกันและภายนอกองค์กรอาจจะกล่าวได้ว่าเมื่อมีการปฏิบัติงานร่วมกันย่อมมีการติดต่อสื่อสารเกิดขึ้น เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันต่อเรื่องนั้น ๆ แต่ถ้าองค์กรนั้น ๆ ได้รับความ และข่าวสารที่ผิดเพี้ยนไปจากเดิม สื่อความหมายไม่ตรงกัน ก็จะทำให้เกิดปัญหาทางด้านการติดต่อสื่อสารได้เช่นกัน

พรรณราย ทวีพระประภา [1] ได้กล่าวไว้ว่า ในองค์กรทุก ๆ องค์กรนั้นการสื่อสารมีความจำเป็นอย่างยิ่ง ถ้าจะเปรียบเสมือนว่าองค์กรคือคน การสื่อสารในองค์กรก็จะเปรียบเสมือนโลหิต ซึ่งเป็นศิลปะอย่างหนึ่งในการบริหาร ที่บุคคลพยายามหาช่องทางที่จะทราบความต้องการของฝ่ายหนึ่ง เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือเสริมสร้างความเข้าใจระหว่างกัน โดยอาศัยการพูดการส่งสัญญาณ หรือข้อความที่เป็นสื่อ แต่ในขณะที่เดียวกันการสื่อสารที่ไม่มีประสิทธิภาพ ก็อาจจะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารได้ ด้วยเหตุดังกล่าวทำให้องค์กรธุรกิจเห็นความสำคัญของการสื่อสารเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสภาวะการแข่งขันทางธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ดังนั้น ความสำเร็จทางธุรกิจส่วนหนึ่งขององค์กร คือ การได้ข้อมูลข่าวสารที่ทันต่อเหตุการณ์ เพื่อนำมาวิเคราะห์ ปรับใช้ในกระบวนการบริหาร อีกทั้งเสริมสร้างโอกาสทางธุรกิจที่นำมาซึ่งผลตอบแทนขององค์กรในที่สุด

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ พ.ศ. 2554 [2] ระบุเป้าหมายสำคัญของการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน คือ การให้ประชากรของประเทศสมาชิกมีการค้าขายระหว่างกันมากขึ้น มีการไปมาหาสู่กันได้สะดวก และมีศักยภาพในการแข่งขันกับโลกภายนอกได้ โดยต้องการให้เป็นตลาดและฐานการผลิตเดียว เน้นการเคลื่อนย้ายสินค้า การบริการ การลงทุน

เงินทุน และแรงงานมีฝีมือระหว่างกันอย่างเสรี การเคลื่อนย้ายแรงงานฝีมืออย่างเสรีนั้น ในเบื้องต้น ได้มีการทำข้อตกลงร่วมกัน (Mutual Recognition Arrangement: MRAs) ใน 7 สาขาวิชาชีพ เกี่ยวกับคุณสมบัติของวิชาชีพหลัก แรงงานเชี่ยวชาญ หรือผู้มีความสามารถพิเศษ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเคลื่อนย้ายได้อย่างเสรี ใน 7 สาขาวิชาชีพ ดังกล่าว ได้แก่ วิศวกรรม พยาบาล สถาปัตยกรรม การสำรวจ แพทย์ ทันตแพทย์ และ บัญชี ซึ่งจะเริ่มต้นในปีพ.ศ. 2558 จากข้อตกลงดังกล่าว จะเห็นได้ว่า ในอนาคตอันใกล้นี้ จะมีแรงงานต่างด้าวเข้ามาประกอบอาชีพในประเทศไทยได้อย่างเสรี

จากแผนพัฒนาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปี พ.ศ.2554 ถึง 2556 [3] พบว่า จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อยู่ในเขต 2 ของการส่งเสริมการลงทุน มีนิคมอุตสาหกรรม 3 แห่ง ได้แก่ นิคมอุตสาหกรรมบางปะอิน นิคมอุตสาหกรรมบ้านหว้า (ไฮเทค) และนิคมอุตสาหกรรมสหรัตนนคร มีเขตประกอบการอุตสาหกรรม 2 แห่ง ได้แก่ เขตประกอบการอุตสาหกรรมแฟลคเตอร์แลนด์วังน้อย และเขตสวนอุตสาหกรรมโรจนะมีโรงงานอุตสาหกรรมที่ได้รับอนุญาตประกอบกิจการ จำนวน 1,799 โรงงาน เงินทุนรวม 289,164.83 ล้านบาท การจ้างคนงาน 229,185 คน ประกอบกับข้อมูลสถิติทางแรงงานต่างชาติ [4] จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีแรงงานต่างชาติเข้ามาทำงานเป็นจำนวน 13,760 คน คิดเป็นร้อยละ 6 ของแรงงานทั้งหมดในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปัญหาที่เกิดขึ้นคือการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลหลายสัญชาติที่ผิดพลาด อันส่งผลให้เกิดความสูญเสียทั้งทางด้านผลผลิต และผลกำไรนำไปสู่ความล้มเหลวของการบริหารงาน ดังประสบการณ์ในการตรวจโรงงานแห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรสาครซึ่งมีแรงงานพม่าทำงานเป็นหลัก โดยโรงงานนี้เป็นโรงงานบ่มเหล็กเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของชิ้นส่วนยานยนต์ ลูกค้านำชิ้นงานสำเร็จรูปมารวมกันสามชิ้นแล้วให้มัดหนังยางไว้ด้วยกันหลังจากนั้นให้ใส่ไว้ในกล่องพลาสติกเพื่อการส่งมอบแต่เนื่องจากการสื่อสารไม่ดีกับพนักงานแรงงานต่างด้าว ทำให้พนักงานเข้าใจว่าให้นำวัตถุดิบมารวมกันสามชิ้นมัดหนังยางแล้วเข้าเครื่องบ่มผลปรากฏว่าเครื่องบ่มเหล็กพัง และทำให้แม่พิมพ์ของลูกค้านำแตกเสียหายไปด้วย ทำให้ส่งของไม่ได้ตามที่ลูกค้ากำหนด จะเห็นว่าเรื่องการสื่อสารเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างมากถ้าสื่อสารไม่ดีก็อาจจะส่งผลกระทบต่อด้านคุณภาพและการจัดส่งอย่างตัวอย่างข้างต้น [5]

จากความสำคัญและสภาพปัญหาดังกล่าวข้างต้น การศึกษาวิจัยสำหรับองค์กรจึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญต่อการทำความเข้าใจ สภาพการใช้สื่อและศึกษาแนวทางในการจัดการการสื่อสารภายในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยในฐานะพนักงานคนหนึ่งในองค์กรบริษัทข้ามชาติจึงทำการศึกษาสภาพการใช้สื่อ อุปสรรค และแนวทางการพัฒนาการสื่อสารภายในองค์กรของบริษัทข้ามชาติในประเทศไทย กรณีศึกษา บริษัทอุตสาหกรรมในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อให้ได้ข้อมูลสำคัญในการแก้ไขปรับปรุงและพัฒนาด้านการสื่อสารภายในองค์กรให้มีประสิทธิผลสูงสุด และเพื่อเป็นการเตรียมพร้อมสู่การเปิดเสรีทางแรงงานในกลุ่มประเทศอาเซียน

## 1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการใช้สื่อ อุปสรรค และแนวทางการพัฒนาการสื่อสารภายในองค์กรของบริษัทข้ามชาติในประเทศไทย กรณีศึกษา บริษัทอุตสาหกรรมในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ของพนักงานกับอุปสรรคในการสื่อสารภายในองค์กรของบริษัทข้ามชาติในประเทศไทย กรณีศึกษา บริษัทอุตสาหกรรมในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการสื่อสารภายในองค์กรของบริษัทข้ามชาติในประเทศไทย กรณีศึกษา บริษัทอุตสาหกรรมในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

## 1.3 ประโยชน์และผลที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย

1. ทราบถึงสภาพการใช้สื่อ อุปสรรค และแนวทางการพัฒนาการสื่อสารภายในองค์กรของบริษัทข้ามชาติในประเทศไทย กรณีศึกษา บริษัทอุตสาหกรรมในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. ได้แนวทางในการพัฒนาการสื่อสารภายในองค์กรของบริษัทข้ามชาติในประเทศไทย กรณีศึกษา บริษัทอุตสาหกรรมในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

## 1.4 สมมติฐานงานวิจัย

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของพนักงานที่แตกต่างกันมีผลต่ออุปสรรคในการสื่อสารภายในองค์กรของบริษัทข้ามชาติในประเทศไทย กรณีศึกษา บริษัทอุตสาหกรรมในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่ต่างกัน

## 1.5 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาสภาพการใช้สื่อ อุปสรรค และแนวทางการพัฒนาการสื่อสารภายในองค์กรของบริษัทข้ามชาติในประเทศไทย กรณีศึกษา บริษัทอุตสาหกรรมในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา” มีขอบเขตการวิจัย ดังนี้

### 1.5.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ในการศึกษาประกอบไปด้วยพนักงาน และบุคลากรด้านอุตสาหกรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 229,185 คน [4]

## 1.5.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย มี 2 กลุ่มคือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสำรวจ และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสัมภาษณ์

**1.5.2.1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสำรวจ** คือ พนักงานและบุคคลกรในบริษัทอุตสาหกรรมข้ามชาติของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 คน จาก 5 นิคมอุตสาหกรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro Yamane [6] กำหนดให้เกิดความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง .05 โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง แบบหลายขั้นตอน (Multistage Sampling) ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 เลือกบริษัทอุตสาหกรรมด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) โดยการจับสลาก [7] จำนวน 4 บริษัท จากบริษัทใน 5 นิคมอุตสาหกรรมของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ สวนอุตสาหกรรมโรจนะ นิคมอุตสาหกรรมบางปะอิน นิคมอุตสาหกรรมไฮเทค นิคมอุตสาหกรรมสหรัตนนคร และนิคมอุตสาหกรรมแฟคเตอร์รี่แลนด์

ขั้นตอนที่ 2 เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควต้า (Quota sampling) [7] จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน แบ่งเป็นจำนวน 4 บริษัทได้ บริษัทละ 100 คน

ขั้นตอนที่ 3 หลังจากที่ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างแต่ละบริษัทแล้ว ก็ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accident sampling) [7] จนครบตามจำนวนที่ต้องการ

**1.5.2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสัมภาษณ์** คือ พนักงานที่ทำงานในบริษัทอุตสาหกรรมจากบริษัทใน 5 นิคมอุตสาหกรรมของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ สวนอุตสาหกรรมโรจนะ นิคมอุตสาหกรรมบางปะอิน นิคมอุตสาหกรรมไฮเทค นิคมอุตสาหกรรมสหรัตนนคร และนิคมอุตสาหกรรมแฟคเตอร์รี่แลนด์ ที่มีอายุงานไม่ต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 20 คน เลือกแบบเจาะจงจากความสมัครใจของผู้ถูกสัมภาษณ์ ที่สมัครใจและให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์

## 1.5.3 ผู้เชี่ยวชาญ

ผู้เชี่ยวชาญ เป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถ มีความชำนาญ เพื่อประเมินคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา เรื่อง การศึกษาสภาพการใช้สื่อ อุปกรณ์ และแนวทางการพัฒนาการสื่อสารภายในองค์กรของบริษัทข้ามชาติในประเทศไทย กรณีศึกษา บริษัทอุตสาหกรรมในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้มาจากการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิอย่างแท้จริงและยินดีที่จะมาเป็นผู้เชี่ยวชาญในการศึกษาคั้งนี้ โดยผู้เชี่ยวชาญมีคุณสมบัติดังนี้ เป็นผู้ที่จบการศึกษาระดับปริญญาโทขึ้นไป ในสาขาเทคโนโลยีการศึกษาและการสื่อสารมวลชน และมีประสบการณ์ทางด้านการสื่อสารในองค์กรมาไม่น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 5 ท่าน เพื่อประเมินเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาด้านสื่อ

### 1.5.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีรายละเอียดค้างนี้

#### 1.5.4.1 แบบสอบถาม เป็นแบบข้อคำถามมาตรฐานประเมิน ซึ่งประกอบด้วย 4 ตอน ค้างนี้

**ตอนที่ 1** มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายเปิด เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุการทำงานในองค์กรปัจจุบัน ตำแหน่งปัจจุบัน ในองค์กรและรายได้

**ตอนที่ 2** เป็นคำถามเกี่ยวกับสภาพการใช้สื่อ เพื่อการสื่อสารภายในองค์กรของบริษัทข้ามชาติในประเทศไทย กรณีศึกษา บริษัทอุตสาหกรรมในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยศึกษาค้างนี้ สื่อมี 2 ประเภท คือ สื่อออนไลน์ และสื่อออฟไลน์ ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสอบถาม Check list

**ตอนที่ 3** เป็นคำถามเกี่ยวกับอุปสรรคของการสื่อสารภายในองค์กร ทำการศึกษาในส่วนของผู้ส่งสาร (Sender) สาร (Message) ช่องทางในการสื่อสาร (Channel) และผู้รับสาร (Receiver) มีลักษณะเป็นแบบสอบถาม มาตรฐานส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

**ตอนที่ 4** เป็นข้อเสนอแนะ ซึ่งมีลักษณะเป็นข้อคำถามปลายเปิด

**1.5.4.2 แบบสัมภาษณ์** การศึกษาแนวทางการพัฒนาการสื่อสารในองค์กร ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์แบบสอบถามจากแนวทางที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการสื่อสารภายในองค์กร แล้วไปสร้างเป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึก แบบมีโครงสร้าง ไปสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายจำนวน 20 ท่าน

### 1.5.5 ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาสภาพการใช้สื่อ อุปสรรค และแนวทางการพัฒนาการสื่อสารภายในองค์กรของบริษัทข้ามชาติในประเทศไทย กรณีศึกษา บริษัทอุตสาหกรรมในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา” มีตัวแปรที่ศึกษา ค้างนี้

#### 1.5.5.1 ตัวแปรต้น

ลักษณะของประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุการทำงานในองค์กรปัจจุบัน ตำแหน่งปัจจุบันในองค์กรและรายได้

### 1.5.5.2 ตัวแปรตาม

สภาพการใช้สื่อ อุปสรรคในการสื่อสารภายในองค์กร และแนวทางการพัฒนาการสื่อสารภายในองค์กรของบริษัทข้ามชาติในประเทศไทย กรณีศึกษา บริษัทอุตสาหกรรมในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

## 1.6 นิยามศัพท์

**สภาพการใช้สื่อ** หมายถึง ลักษณะของการใช้สื่อในการสื่อสารภายในองค์กรของบริษัทข้ามชาติในประเทศไทย กรณีศึกษา บริษัทอุตสาหกรรมในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในที่นี้แบ่งสื่อออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. สื่อออนไลน์ ได้แก่ อีเมลล์ เว็บบล็อก สื่อสังคมออนไลน์ (เฟซบุ๊ก ไลน์ และเว็บบอร์ด)
2. สื่อออฟไลน์ ได้แก่ ป้ายประชาสัมพันธ์ เอกสารเวียน สมุดต่องาน ป้ายสัญลักษณ์ ไปสเตอร์

**อุปสรรค** หมายถึง ปัจจัยหรือสภาวะแวดล้อมภายนอกที่ทำให้การใช้สื่อในการสื่อสารภายในองค์กรของบริษัทข้ามชาติในประเทศไทย กรณีศึกษา บริษัทอุตสาหกรรมในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ไม่ประสบผลตามวัตถุประสงค์

**แนวทางการพัฒนา** หมายถึง วิธีที่ทำให้การสื่อสารภายในองค์กรประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการในการสื่อสาร ตลอดจนการทำให้เกิดความเข้าใจในสารได้อย่างถูกต้องระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร

**การสื่อสารภายในองค์กร** หมายถึง การสื่อความหมายระหว่างบุคคล หรือหน่วยงานภายในองค์กรของบริษัทข้ามชาติในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในที่นี้ศึกษา ผู้ส่งสาร (Sender) สาร (Message) ช่องทางในการสื่อสาร (Channel) และผู้รับสาร (Receiver)

**บริษัทข้ามชาติ** หมายถึง หน่วยงานอุตสาหกรรมที่จดทะเบียนเพื่อประกอบกิจการ ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงอุตสาหกรรม ที่ดำเนินงานหรือเป็นเจ้าของกิจการโดยชาวต่างชาติ และเปิดทำกิจการในพื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จากนิคมอุตสาหกรรมของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ สวนอุตสาหกรรมโรจนะ นิคมอุตสาหกรรมบางปะอิน นิคมอุตสาหกรรมไฮเทค นิคมอุตสาหกรรมสหรัตนนคร และนิคมอุตสาหกรรมแฟคเตอร์รี่แลนด์