

บทที่ 5

สรุป อภิปรายละเอียดข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กรของบริษัท เจียไต๋ จำกัด” มีวิธีการศึกษาในลักษณะการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ศึกษาจึงได้ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม คือ กลุ่มฝ่ายสื่อสารองค์กร, กลุ่มฝ่ายบุคคล-ธุรการ และกลุ่มตัวแทนพนักงาน ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษานโยบายและวัตถุประสงค์ในการสื่อสารภายในองค์กรของบริษัท เจียไต๋ จำกัด

1.1 มีการกำหนดนโยบายและวัตถุประสงค์ในการสื่อสารภายในองค์กรอย่างไรบ้าง
นโยบายในการสื่อสารองค์กรของบริษัท เจียไต๋ จำกัด นั้น จะเน้นในเรื่องของการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร ซึ่งก็จะต้องมีการสร้างการสื่อสารที่ดีจากภายในองค์กรก่อนจึงจะสามารถสื่อสารออกภายนอกได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด

ส่วนวัตถุประสงค์ของการสื่อสารองค์กรนั้น เพื่อเป็นการสร้างการมีส่วนร่วมของพนักงานในการที่จะดำเนินงานของบริษัทไปได้ตามที่กำหนดไว้ในวิสัยทัศน์และพันธกิจขององค์กร

1.2 มีการสื่อสารนโยบายและเป้าหมายของบริษัทบ้างหรือไม่
สำหรับนโยบายในการดำเนินและเป้าหมายในการดำเนินงานของบริษัท เจียไต๋ จำกัด ก็ได้มีการสื่อสารเพื่อให้พนักงานได้รับทราบและเข้าใจไปในทิศทางเดียวกันเพื่อให้การดำเนินงานต่าง ๆ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ แต่ทางบริษัทได้มีการเปิดเผยข้อมูลในส่วนของนโยบายแต่ยังไม่มากนัก ส่วนใหญ่แล้วก็จะได้รับทราบนโยบายของบริษัท แต่ยังไม่มากและไม่ชัดเจน และพนักงานยังมองว่าเป็นการเปิดเผยในส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานของตนเท่านั้น

1.3 มีการสั่งการการสื่อสารภายในองค์กรอย่างไรบ้าง
การสั่งการในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรนั้นก็ขึ้นอยู่กับเรื่องในการสื่อสารแต่ละครั้ง ว่าเป็นเรื่องใด เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับด้านบุคคล หรือด้านธุรการ นั่นคือ ถ้าหากการสื่อสารในเรื่องของบุคคลนั้นก็ต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้บริหารก่อนจึงสามารถแจ้งข้อมูล

ข่าวสารนั้น ๆ แต่หากว่าเป็นด้านของธุรการนั้นไม่ต้องได้รับความเห็นชอบก็สามารถแจ้งข่าวสารได้เลย โดยหากว่าต้องมีการสั่งการก็ต้องผ่านความเห็นชอบตั้งแต่ผู้บริหารระดับสูงก่อน และส่งต่อมายังผู้จัดการฝ่ายบุคคลแล้วจึงมอบหมายให้พนักงานผู้ปฏิบัติหน้าที่ดำเนินการต่อไป

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษากลยุทธ์ในการสื่อสารภายในองค์กรของบริษัท เจียไต๋ จำกัด

2.1 การกำหนดกลยุทธ์ในการสื่อสารภายในองค์กร

สำหรับกลยุทธ์ในการสื่อสารภายในองค์กรของบริษัท เจียไต๋ จำกัด นั้นจะเน้นในเรื่องของการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) กล่าวคือ จะมีทั้งการสื่อสารจากผู้บริหารสู่พนักงานและจากพนักงานขึ้นไปสู่ผู้บริหารเพื่อประโยชน์ในการดำเนินงาน จะมีการเน้นในเรื่องของการมีส่วนร่วมของพนักงานมากขึ้น กล่าวคือ จะมีการรับข้อมูลต่าง ๆ ของพนักงานเพื่อย้อนกลับไปในการดำเนินงานต่าง ๆ ของบริษัท ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2.2 วิธีการสื่อสารภายในองค์กร

วิธีการติดต่อสื่อสารจะใช้รูปแบบเดิมที่เคยปฏิบัติกันมา ซึ่งจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้งสามกลุ่มก็ให้ความเห็นเช่นเดียวกันว่า ก็จะเป็นในวิธีการเดิม ๆ ที่เคยปฏิบัติมาซึ่งก็จะเน้นการพูดคุยกันเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งก็คือ การบอกต่อกันนั่นเอง ไม่ว่าจะเป็นการบอกต่อจากผู้บังคับบัญชาหรือจากเพื่อนพนักงานด้วยกัน เพียงแต่อาจมีการเพิ่มเติมในส่วนช่องทาง คือ การส่งข้อความสั้น หรือ SMS เพื่อใช้ทั้งการอวยพรวันเกิดและการส่งข่าวสารเร่งด่วนในกรณีการเกิดเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด ดังเช่นเหตุการณ์ไม่สงบที่ผ่านมาเมื่อเดือนพฤษภาคม 2553 นี้

2.3 ประเด็นในการสื่อสารภายในองค์กร

การติดต่อสื่อสารภายในองค์กร จะมีการสื่อสารในทุกเรื่องที่มีผลกระทบต่อพนักงานของบริษัท โดยการสื่อสารนั้นจะแบ่งดังนี้ คือ ส่วนของฝ่ายบุคคล และ ในส่วนของฝ่ายธุรการ โดยนอกจากนี้ก็จะมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของบริษัทในเครืออีกด้วย

2.4 ช่องทางหรือสื่อที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร

สื่อหรือช่องทางที่ทางบริษัท เจียไต๋ จำกัด ได้เลือกใช้ ประกอบไปด้วย

- สื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งก็คือวารสารของฝ่ายเมล็ดพันธุ์
- สื่อบุคคล ซึ่งก็คือผู้บริหารและพนักงาน
- สื่อบอร์ดประชาสัมพันธ์
- สื่ออิเล็กทรอนิกส์ คือ เว็บไซต์ และ ข้อความสั้น หรือ SMS

โดยสื่อหรือช่องทางที่ทางบริษัทเลือกใช้มากที่สุด คือ เว็บไซต์ และก็เป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นที่ตรงกันว่ามีประสิทธิภาพมากที่สุดอีกด้วย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่เกิดกับการสื่อสารภายในองค์กรของบริษัท เจียไต่ จำกัด

3.1 ปัญหาและอุปสรรคของการสื่อสารภายในองค์กร

โดยสรุปแล้วนั้นปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในองค์กรประกอบไปด้วย เว็บไซต์ที่ยังมีรูปแบบที่ใช้งานได้ไม่สะดวกเท่าใดนัก, การที่พนักงานส่วนใหญ่ยังยึดติดกับรูปแบบเดิม ๆ จึงยากต่อการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ขององค์กร, การที่รับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ไม่ครบถ้วน หรือไม่ได้รับเลย

3.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสื่อสารภายในองค์กร

ปัจจัยที่ทำให้เกิดปัญหานั้นสามารถสรุปได้ คือ การที่ผู้บริหารยังไม่ให้ความสำคัญกับการสื่อสารภายในองค์กรเท่าใดนัก, ตัวบุคคลหรือพนักงานเองที่อาจมีอคติหรือเชื่อมั่นในความคิดเห็นของตนเองมากเกินไปจึงอาจทำให้ไม่เปิดรับความคิดเห็นหรือข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ นอกจากนี้ยังรวมถึงเทคโนโลยีการสื่อสารภายในองค์กรที่ยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร

3.2 ข้อเสนอแนะต่อการสื่อสารภายในองค์กร

สำหรับข้อเสนอแนะนั้น สามารถสรุปได้ คือ ควรมีการเพิ่มวารสารที่เป็นของบริษัทเพิ่มขึ้นเพราะแต่เดิมจะมีแค่วารสารของฝ่ายเมล็ดพันธุ์ ซึ่งก็อาจทำให้คนได้รับข่าวสารแต่เพียงฝ่ายเมล็ดพันธุ์ เท่านั้น, การปรับปรุงเว็บไซต์และเว็บเมลและรูปแบบการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ให้น่าสนใจ ดึงดูดใจมากขึ้น, เพิ่มสื่ออื่น ๆ เพื่อให้การสื่อสารครอบคลุมมากขึ้น และควรมีการกำหนดในเรื่องของลักษณะงานของพนักงานให้มีความชัดเจนมากขึ้น เพื่อให้พนักงานสามารถนำดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด

โดยในการศึกษาครั้งนี้ ทางผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อนำไปกำหนด กลยุทธ์หรือยุทธศาสตร์ต่าง ๆ เพื่อไปใช้ในการปรับปรุงการสื่อสารภายในองค์กรของ บริษัท เจียไต่ จำกัด

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ SWOT (SWOT Analysis)

หลังจากได้ทำการศึกษาปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบต่อการสื่อสารและการดำเนินงานของบริษัท เจียไต่ จำกัด และศึกษาปัจจัยภายในของบริษัทฯเอง แล้วต่อมาจะทำการคัดเลือกปัจจัยภายนอก และปัจจัยภายใน ได้แก่ โอกาส อุปสรรค และจุดแข็ง จุดอ่อน การให้น้ำหนัก (Weight) ของแต่ละประเด็นนั้นขึ้นอยู่กับความสำคัญและผลกระทบที่มีต่อการสื่อสารและการดำเนินงานของบริษัท เจียไต่ จำกัด ซึ่งผลรวมของ Weight จะต้องมีความเท่ากับ 1.00 เสมอ ทั้งนี้ใน

กรณีการประเมินสภาพแวดล้อมภายใน (จุดแข็ง และจุดอ่อน) และการประเมินสภาพแวดล้อมภายนอก (โอกาสและอุปสรรค)

ตารางที่ 5.1

ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน ของ บริษัท เจียไต๋ จำกัด

Internal Factors Analysis		Weight	Rating	Weight Score	
จุดแข็ง (Strengths)					
1. เป็นองค์กรขนาดใหญ่ที่มีเครือข่ายการสื่อสารเยอะ		0.18	4	0.72	2.41
2. มีการแบ่งโครงสร้างองค์กรที่ชัดเจน		0.10	4	0.4	
3. มีวัฒนธรรมองค์กรที่แข็งแกร่ง		0.10	3	0.3	
4. มีผู้บริหารที่มีความสามารถ		0.13	3	0.69	
5. มีบรรยากาศการทำงานที่เป็นแบบครอบครัวทำให้การทำงานไม่เครียดมากนัก		0.15	4	0.6	
จุดอ่อน (Weakness)					
1. ผู้บริหารยังไม่ให้ความสำคัญกับการสื่อสารภายในองค์กรเท่าที่ควร		0.05	2	0.1	0.53
2. ผู้บริหารและพนักงานส่วนใหญ่ยังยึดติดกับวัฒนธรรมองค์กรแบบเดิม ๆ จึงยากในการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ภายในองค์กร		0.04	2	0.08	
3. พนักงานยังไม่รู้จักองค์กรได้ทั้งหมดว่าแต่ละหน่วยงานดำเนินงานอย่างไรบ้าง		0.025	3	0.075	
4. หน่วยงานด้านการสื่อสารองค์กรยังเป็นหน่วยงานที่ใหม่ซึ่งยังขาดในเรื่องของประสบการณ์		0.2	1	0.2	
5. การปรับโครงสร้างใหม่ขององค์กรทำให้พนักงานยังขาดความเข้าใจในงานของตน		0.025	3	0.075	
รวม		1.00		2.94	

จากตาราง Internal Factors ข้างต้น Weighted score ของบริษัท เจียไต๋ จำกัด ได้เท่ากับ 2.94 แสดงว่า บริษัท เจียไต๋ จำกัด มีจุดแข็งค่อนข้างมากถือได้ว่าเป็นข้อได้เปรียบของบริษัทฯ และพร้อมที่จะพัฒนาองค์กรทั้งในด้านของการดำเนินงาน และการสื่อสารภายในองค์กร ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ตารางที่ 5.2

ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก ของ บริษัท เจียไต๋ จำกัด

External Factors Analysis		Weight	Rating	Weight Score	
โอกาส (Opportunities)					
1. เทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัยมากขึ้นในประเทศอาจช่วยเพิ่มศักยภาพของการติดต่อสื่อสารทั้งภายในและภายนอกบริษัท ให้ดียิ่งขึ้น		0.17	4	0.68	1.9
2. การเป็นบริษัทใหญ่ทำให้คนภายนอกมีความเชื่อถือในตัวบริษัทในระดับหนึ่ง		0.13	4	0.52	
3. การติดต่อกับบริษัทต่างชาติสามารถแลกเปลี่ยนหรือนำเทคโนโลยีที่บริษัทต่างชาติใช้มาประยุกต์ใช้ภายในองค์กรได้		0.10	3	0.3	
4. รัฐบาลให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมด้านการเกษตรมากขึ้น		0.10	4	0.4	
อุปสรรค (threats)					
1. สถานการณ์ทางการเมืองที่ไม่มั่นคงอาจส่งผลต่อการดำเนินชีวิตและการดำเนินงานของพนักงานและของบริษัท		0.05	2	0.1	1.32
2. สภาวะทางเศรษฐกิจที่ซบเซาจะส่งผลต่อการดำเนินงานขององค์กร		0.05	2	0.1	
3. การออกกฎหมายหรือข้อบังคับต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมการเกษตร		0.075	2	0.15	
4. สภาพอากาศที่แปรปรวน		0.025	3	0.075	
5. ข้อกำหนดต่าง ๆ ของทั้งในและต่างประเทศ เช่น อัตราภาษีที่ขึ้น ๆ ลง ๆ ส่งผลอย่างมากต่อการดำเนินงานต่าง ๆ		0.3	3	0.9	
รวม		1.00		3.48	

จากตาราง External Factors ข้างต้น Weighted score ของบริษัท เจียไต๋ จำกัด ได้เท่ากับ 3.22 แสดงว่า บริษัท เจียไต๋ จำกัด มีการตอบสนองต่อโอกาสได้ดี และสามารถหลีกเลี่ยงจากอุปสรรคต่าง ๆ ได้พอสมควร และยังสามารถนำเทคโนโลยีการสื่อสารจากภายนอกองค์กรมาเพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร เพื่อสื่อสารในสถานการณ์ต่างได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ TOWS Matrix

เมื่อได้ผลคะแนนจากการประเมินสภาพแวดล้อมโดยการวิเคราะห์ให้เห็นถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค แล้วก็นำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ในรูปแบบความสัมพันธ์แบบแมทริกซ์โดยใช้ตารางที่เรียกว่า “TOWS Matrix” ซึ่งผลของการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ในข้อมูลแต่ละคู่จะทำให้เกิดยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในการพัฒนาและปรับปรุงการสื่อสารและการดำเนินงานของบริษัท เจียไต๋ จำกัด โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 5.3

การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมภายในและภายนอก และกำหนดกลยุทธ์
โดยใช้ TOWS Matrix (บริษัท เจียไต๋ จำกัด)

	จุดแข็ง (Strengths : S)	จุดอ่อน (Weakness : W)
	S1 เป็นองค์กรขนาดใหญ่ที่มีเครือข่ายการสื่อสารเยอะ S2 มีการแบ่งโครงสร้างองค์กรที่ชัดเจน S3 มีวัฒนธรรมองค์กรที่แข็งแกร่ง S4 มีผู้บริหารที่มีความสามารถ S5 มีบรรยากาศการทำงานที่เป็นแบบครอบครัวทำให้การทำงานไม่เครียดมากนัก	W1 ผู้บริหารยังไม่ให้ความสำคัญกับการสื่อสารภายในองค์กรเท่าที่ควร W2 ผู้บริหารและพนักงานส่วนใหญ่ยังยึดติดกับวัฒนธรรมองค์กรแบบเดิม ๆ จึงยากในการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ภายในองค์กร W3 พนักงานยังไม่รู้จักองค์กรได้ทั้งหมดว่าแต่ละหน่วยงานดำเนินงานอย่างไรบ้าง

ตารางที่ 5.3 (ต่อ)

	จุดแข็ง (Strengths : S)	จุดอ่อน (Weakness : W)
		W4 หน่วยงานด้านการสื่อสารองค์กรยังเป็นหน่วยงานที่ใหม่ซึ่งยังขาดในเรื่องของประสบการณ์ W5 การปรับโครงสร้างใหม่ขององค์กรทำให้พนักงานยังขาดความเข้าใจในงานของตน
โอกาส (Opportunities : O) O1 เทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัยมากขึ้นอาจช่วยเพิ่มศักยภาพของการติดต่อสื่อสารทั้งภายในและภายนอกบริษัท ให้ดียิ่งขึ้น O2 การเป็นบริษัทใหญ่ทำให้คนภายนอกให้ความเชื่อถือในตัวบริษัทในระดับหนึ่ง O3 การติดต่อกับบริษัทต่างชาติสามารถแลกเปลี่ยนหรือนำเทคโนโลยีที่บริษัทต่างชาติใช้มาประยุกต์ใช้ภายในองค์กรได้ O4 รัฐบาลให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมด้านการเกษตรมากขึ้น	กลยุทธ์เพิ่มศักยภาพ (SO) S1O1 เพิ่มสื่อหรือช่องทางการสื่อสารใหม่ ๆ โดยอาศัยเครือข่ายต่าง ๆ ของบริษัท S2O2O3 สร้างความมั่นคงภายในองค์กรเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้คนภายนอกเชื่อมั่นในองค์กรมากขึ้น S5O3 ปรับปรุงรูปแบบการใช้งานของสื่อที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรเพื่อสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงานให้มากขึ้น	กลยุทธ์เร่งพัฒนา (WO) W1W4O3 ผู้บริหารควรเรียนรู้รูปแบบการดำเนินงานและการสื่อสารของบริษัทพันธมิตรเพื่อนำรูปแบบนั้น ๆ มาประยุกต์ใช้ในองค์กร W2W4O1 นำเทคโนโลยีการสื่อสารใหม่ ๆ มาใช้ภายในองค์กรทั้งในเรื่องการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงและเพื่อเพิ่มประสบการณ์ให้กับฝ่ายสื่อสารองค์กรในการนำเทคโนโลยีนั้น ๆ มาใช้ W5O1 นำเทคโนโลยีการสื่อสารใหม่ ๆ มาใช้ ในองค์กรเพื่อให้สามารถสื่อสารได้อย่างทั่วถึงและชัดเจนมากขึ้น

ตารางที่ 5.3 (ต่อ)

	จุดแข็ง (Strengths : S)	จุดอ่อน (Weakness : W)
อุปสรรคหรือภัยคุกคาม (Threats : T)	กลยุทธ์การสร้างภูมิคุ้มกัน (ST)	กลยุทธ์แก้วิกฤต (WT)
T1 สถานการณ์ทางการเมืองที่ไม่มั่นคงอาจส่งผลต่อการดำเนินชีวิตและการดำเนินงานของพนักงานและของบริษัท	S1T2 ร่วมมือกับบริษัทในเครือเพื่อวางแผนรับมือผลกระทบจากปัญหาทางเศรษฐกิจ	W1T1 ผู้บริหารควรมีการวางแผนในการสื่อสารเมื่อเกิดสถานการณ์รุนแรงขึ้น
T2 สภาวะทางเศรษฐกิจที่ซบเซาจะส่งผลกระทบต่อการทำงานขององค์กร	S5T1 สร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงานเพื่อลดความตึงเครียดทางการเมืองของพนักงาน	W1T3T5 เพิ่มพันธมิตรทั้งภาครัฐและเอกชน
T3 การออกกฎหมายหรือข้อบังคับต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมการเกษตร	S1T5 เลือกว่าตัดขาดจากบริษัทในเครือหรือบริษัทที่เป็นพันธมิตรภายในประเทศให้มากที่สุดเพื่อลดต้นทุน	W3W4T4 เพิ่มช่องทางในการสื่อสารภายในองค์กรให้ครอบคลุมขึ้นและทำความเข้าใจกับพนักงานในส่วนกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจของบริษัท
T4 สภาพอากาศที่แปรปรวน	S4T2 ผู้บริหารควรวางแผนในการรับมือกับสภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซา	
T5 ข้อกำหนดต่าง ๆ ของทั้งในและต่างประเทศ เช่น อัตราภาษีที่ขึ้น ๆ ลง ๆ ส่งผลอย่างมากต่อการดำเนินงานต่าง ๆ		

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาในเรื่องกลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กรของบริษัท เจียไต๋ จำกัด ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดเกี่ยวกับองค์การและการจัดการองค์การ, แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารในองค์การ, แบบจำลองการสื่อสารของเบอร์โล และ การวิเคราะห์ในส่วนหนึ่งของ SWOT กับ TOWS Matrix มาใช้เป็นแนวทางในการศึกษา เพื่อใช้ในการวิเคราะห์รูปแบบการติดต่อสื่อสารต่าง ๆ ของบริษัท เจียไต๋ จำกัด และเพื่อให้ทราบถึงกลยุทธ์ นโยบายต่าง ๆ ในการสื่อสารภายในองค์กร โดยจะทำให้เราเข้าใจถึงรูปแบบและวิธีการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรว่าแต่ละรูปแบบเป็นอย่างไรหรือมีลักษณะเป็นอย่างไร

สำหรับบริษัท เจียไต๋ จำกัด นั้น เมื่อนำมาอภิปรายกับแนวคิดเกี่ยวกับองค์การและการจัดการองค์การแล้วนั้น ถือได้ว่าเป็นองค์การที่เป็นทางการ นั่นคือ โครงสร้างองค์การที่เป็นทางการ (Formal Organization Structure) องค์การที่เป็นทางการหรือเรียกอีกอย่างได้ว่าองค์การที่มีรูปแบบ เป็นองค์การที่มีโครงสร้างอย่างมีรูปแบบได้วางกำหนดกฎเกณฑ์ไว้ในระเบียบแบบแผน มีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ มีการกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและระหว่างหน่วยงานไว้อย่างชัดเจนมีสายการบังคับบัญชาที่มีการติดต่อสื่อสารที่เป็นทางการและมีการแบ่งงานกันทำตามความสามารถของผู้ปฏิบัติ องค์การในลักษณะนี้จะเห็นได้จากองค์การเอกชน และองค์การของรัฐ เรียกว่า ระบบราชการ (Bureaucracy) (วิเชียร วิทย์อุดม, 2550, น. 70-71)

องค์การที่มีรูปแบบมีลักษณะดังนี้

1. มีการจัดอย่างเป็นทางการตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้
2. มีการกำหนดในเรื่องหน่วยงาน หน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละแห่งแต่ละบุคคลที่เข้ามาร่วมงาน
3. มีการกำหนดในเรื่องอำนาจในการบังคับบัญชา และการตัดสินใจสั่งการโดยลดหลั่นไปตามสายของการบังคับบัญชาเป็นลำดับ และเป็นระเบียบที่แน่นอน
4. มีการกำหนดความสัมพันธ์และการติดต่อหน่วยงานและบุคคลในหน่วยงานไว้อย่างมีระเบียบ
5. มีแผนภูมิองค์การ (Organization Chart) แสดงให้ปรากฏ

โดยทางบริษัท เจียไต๋ จำกัด จัดได้ว่าเป็นองค์กรหนึ่งที่มีรูปแบบต่าง ๆ ตามลักษณะขององค์การที่เป็นทางการตามแนวคิดเกี่ยวกับองค์การและการจัดการ คือ มีเป้าหมายและวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานอย่างชัดเจน รวมทั้งมีการกำหนดในเรื่องของหน่วยงานและมีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละหน่วยงานไว้อย่างชัดเจน มีการมอบหมายในเรื่องของอำนาจหน้าที่ไว้

อย่างชัดเจน คือ มีการมอบอำนาจให้กับผู้บริหารระดับรองลงมาสามารถสั่งการได้เช่นเดียวกับผู้บริหารระดับสูง นอกจากนี้ยังมีการกำหนดถึงการติดต่อประสานงานต่าง ๆ ภายในองค์กรไว้ค่อนข้างชัดเจนว่าหน่วยงานใดต้องติดต่อกับหน่วยงานใดบ้าง เช่น หน่วยงานขายต้องมีการติดต่อประสานงานกับทางฝ่ายผลิตในการผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายให้กับลูกค้า เป็นต้น และบริษัท เจียไต๋ จำกัด ก็ได้มีแผนภูมิองค์กรแสดงไว้อย่างชัดเจนอีกด้วย โดยในการจัดโครงสร้างองค์กรของบริษัท เจียไต๋ จำกัด นั้นจะเป็นในรูปแบบของ โครงสร้างแบบสายงานหลักและสายงานที่ปรึกษา โครงสร้างแบบนี้ นอกจากจะมีหน่วยงานปฏิบัติหน้าที่ตามวัตถุประสงค์แล้ว ยังมีหน่วยงานสนับสนุนให้คำแนะนำหน่วยงานหลัก เพื่อให้งานดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

นโยบายและวัตถุประสงค์ในการสื่อสารภายในองค์กร

นโยบายในและวัตถุประสงค์ในการสื่อสารองค์กรนั้น ทางบริษัท เจียไต๋ จำกัด จะเป็น การสร้างการสื่อสารจากภายในสู่ภายนอก คือ จะต้องมีการสร้างการสื่อสารที่ดีจากภายในเพื่อทำการสื่อสารให้ภายนอกได้เชื่อมั่นในตัวองค์กรมากขึ้น และในส่วนของวัตถุประสงค์ก็จะเป็นการสร้างการมีส่วนร่วมเพื่อให้พนักงานดำเนินงานให้กับองค์กรได้บรรลุตามเป้าหมายที่ได้วางเอาไว้

จากการศึกษาของ กมลลา สังขวิฑูณ (2548) ได้มีการศึกษาเรื่อง “การบริหารการสื่อสารภายในองค์กรของธนาคาร ไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) กรณีข่าวสารการควบรวมกิจการ ช่วงเดือน สิงหาคม 2546-มกราคม 2547” ซึ่งพบว่าทางธนาคารได้มีการทำการสื่อสารจากภายในองค์กรให้พนักงานเข้าใจถึงการควบรวมกิจการ ซึ่งก็สอดคล้องกับในส่วนของนโยบายของบริษัท เจียไต๋ จำกัด ที่ได้มีการเน้นในเรื่องการสื่อสารภายในองค์กรให้มีประสิทธิภาพก่อน กล่าวคือ ให้พนักงานได้รู้จักและเข้าใจในตัวองค์กรให้มากที่สุด แล้วพนักงานก็จะสามารถช่วยเป็นส่วนหนึ่งในการประชาสัมพันธ์ตัวองค์กรสู่ภายนอกได้

ส่วนของวัตถุประสงค์ของการสื่อสารในองค์กรของบริษัท เจียไต๋ จำกัด นั้น สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการสื่อสารที่ผู้บริหารใช้ในองค์กรตามที่ได้อ้างไว้ในแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารในองค์กรสื่อสารที่ได้กล่าวไว้ดังนี้ (เสนาะ ตีเยาว์, 2530, น. 269)

1. เพื่อบอกข้อมูล (To inform) การบอกข้อมูลก็เพื่อให้แน่ใจว่าผู้ปฏิบัติงานมีข้อมูลพร้อมสำหรับใช้ในการตัดสินใจและแก้ปัญหาในการทำงาน

ในส่วนของบริษัท เจียไต๋ จำกัด ก็ได้มีการสื่อสารในเรื่องของข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำงานไว้ตั้งแต่ที่พนักงานเริ่มงานในวันแรก ทั้งนี้ก็เพื่อให้พนักงานได้ทราบว่า มีข้อมูลต่าง ๆ

ที่ทาง บริษัทฯ ได้เตรียมไว้สำหรับการทำงานและแก้ปัญหาที่จะเกิดขึ้นจากการทำงานเพื่อให้พนักงานมีความมั่นใจว่าจะสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. เพื่อประสานงาน (To Coordinate) การประสานงานจะทำให้งานสมบูรณ์เพราะมีงานหลายอย่างที่ต้องแบ่งแยกกันทำงานระหว่างบุคคลหรือระหว่างหน่วยงาน

สำหรับการติดต่อประสานงานนั้นภายในบริษัท เจียไต๋ จำกัด เองก็ต้องมีการติดต่อสื่อสารกันระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งนี้ก็เพราะงานจะไม่ประสบผลสำเร็จได้หากทำงานแต่เพียงในหน่วยงานเท่านั้น ดังนั้นจึงต้องมีการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานอื่น ๆ เพื่อให้งานสำเร็จตามเป้าหมายที่ได้วางไว้

3. เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล (To share) ข้อมูลส่วนใหญ่ขององค์กรก็เป็นเรื่องการทำงานให้เสร็จตามเป้าหมายซึ่งจำเป็นต้องอาศัยข้อมูลจากหลาย ๆ ฝ่ายทั้งภายในและภายนอกองค์กร ข้อมูลไม่ได้เกิดขึ้นโดยตรงกับผู้บริหารแต่อาศัยการมีส่วนร่วมของพนักงาน ข้อมูลจากภายนอกและแหล่งอื่น ๆ

สำหรับการแลกเปลี่ยนข้อมูลนั้น ทางบริษัท เจียไต๋ จำกัด ก็จะต้องมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลกันระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อให้การดำเนินงานสามารถดำเนินงานไปได้ ซึ่งก็จะมีทั้งการแลกเปลี่ยนระหว่างหน่วยงานภายในองค์กรหรือหน่วยงานภายนอก เช่น ลูกค้า บริษัทที่เป็นผู้ขาย ปัจจัยการผลิต บริษัทเครือข่ายภาคภัณฑ์อื่น ๆ เป็นต้น

4. เพื่อควบคุม (To control) ผู้บริหารต้องตรวจสอบความก้าวหน้าในการปฏิบัติงานของพนักงานทุกคนว่าได้ทำงานเป็นไปตามแผนและบรรลุเป้าหมายเพียงใด เมื่อเกิดการผิดพลาดก็จะได้แก้ไขให้ถูกต้อง

สำหรับการควบคุมนั้น ทางผู้บริหารบริษัท เจียไต๋ จำกัด ก็จะมีการตรวจสอบความก้าวหน้าของงานเป็นระยะ ๆ คือ ก็จะมีการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชาอยู่เสมอว่างานที่ได้มอบหมายไปนั้นก้าวหน้าไปเพียงใด และจะเสร็จตามระยะเวลาที่กำหนดหรือไม่ รวมทั้งต้องมีการสื่อสารเพื่อให้ทราบว่าเกิดปัญหาอะไรบ้างในการดำเนินงานนั้น ๆ เพื่อให้ผู้บังคับบัญชาจะได้ทราบถึงปัญหาและแนะนำแนวทางในการแก้ปัญหาเหล่านั้น ๆ ได้อีกด้วย

5. เพื่อใช้อิทธิพล (To influence) การชักจูงให้คนในองค์กรมีพฤติกรรมที่องค์กรต้องการก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้งานขององค์กรเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด

การใช้อิทธิพลเพื่อชักจูงคนให้มีพฤติกรรมตามที่องค์กรต้องการนั้น ส่วนใหญ่จะออกมาในรูปของคำสั่ง กฎระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ เช่น การแต่งกายของพนักงาน เป็นต้น เพื่อให้พนักงานนั้นปฏิบัติตามเป้าหมายขององค์กรที่ได้กำหนดไว้

6. เพื่อกระตุ้น (To inspire) ให้คนมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กรตลอดจนสร้างให้เกิดอารมณ์ความรู้สึก เชื่อมมั่น มีความแน่วแน่ในการทำงาน มีความสุข ความสบายใจ และมีสำนึกที่ดีต่อองค์กร

การกระตุ้นให้พนักงานมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กรนั้น ก็จะเป็นการที่ผู้บริหารนั้นจะพยายามให้พนักงานมีส่วนร่วมในการดำเนินงานมากที่สุด คือ การที่กระตุ้นให้พนักงานมีการแสดงความคิดเห็นในการดำเนินงานต่าง ๆ หรือความคิดเห็นที่เกี่ยวกับองค์กรได้ เพื่อให้นำความคิดเห็นเหล่านั้นไปเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาองค์กรได้ และการให้พนักงานร่วมแสดงความคิดเห็นนี้ก็จะทำให้พนักงานรู้สึกว่าเขาเองนั้นก็เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร เป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยในการพัฒนาองค์กรได้ แล้วจะทำให้เกิดความรู้สึกที่ดี มีความสุขในการทำงานอีกด้วย

นอกจากนี้จากการศึกษาของ วิสูตร หลิมไชยกุล (2550) พบว่า การสื่อสารภายในองค์กรของผู้บริหาร (หัวหน้างาน หรือ QMR) มีวัตถุประสงค์เพื่อควบคุมให้เป็นไปตามเป้าหมาย จะสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ได้กล่าวแล้วข้างต้นว่า การสื่อสารของบริษัท เจียไต๋ จำกัด ที่การควบคุมส่วนใหญ่ก็จะออกมาในรูปของกฎระเบียบ คำสั่งต่าง ๆ เพื่อเป็นการควบคุมการดำเนินงานให้บรรลุตามเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กร

กลยุทธ์ในการสื่อสารองค์กรที่ทางบริษัท เจียไต๋ จำกัด ใช้นั้นไม่ได้มีการกำหนดไว้อย่างชัดเจน แต่ได้เลือกใช้การสื่อสารแบบสองทาง หรือ Two-way Communication คือ จะเน้นการสื่อสารแบบทั้งจากบนลงล่างและจากล่างขึ้นบน นั่นคือ การที่ผู้บริหารนั้นจะทำการสื่อสารหรือสั่งงานมายังพนักงาน และพนักงานเองก็สามารถที่จะสื่อสารกลับไปยังผู้บริหารได้เช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นในส่วนของการรายงานผลการปฏิบัติงาน หรือการรายงานสภาวะตลาด เพื่อให้ผู้บริหารนำข้อมูลต่าง ๆ เหล่านี้ไปใช้เพื่อการวางแผนการตลาดต่อไป ซึ่งจะมีการสื่อสารโดยผ่านสื่อ หรือช่องทางต่าง ๆ

จากแนวคิดการสื่อสารในองค์กรได้มีการกล่าวถึงทิศทางในการสื่อสารว่ามี 2 ประเภทด้วยกัน คือ การสื่อสารทางเดียว (One-way Communication) เป็นลักษณะการสื่อสารที่ผู้ส่งสารทำการส่งสารโดยปราศจากการป้อนกลับ (Feedback) จากผู้รับสาร โดยทั่วไปการสื่อสารจะอยู่ในรูปของนโยบาย คำสั่ง การมอบหมายงานจากผู้บังคับบัญชาหรือผู้บริหารระดับสูง ข้อตกลง สภาพการจ้าง ระเบียบ กฎเกณฑ์ขององค์กร เป็นต้นการสื่อสารสองทิศทาง (Two-way Communication) เป็นลักษณะการสื่อสารที่ผู้ส่งสารทำการส่งสารและผู้รับข่าวสารสามารถที่จะได้ตอบหรือมีปฏิกิริยาตอบสนองซึ่งกันและกันเพื่อสร้างความเข้าใจอย่างชัดเจนและถูกต้องร่วมกัน การสื่อสาร

สองทางนับว่ามีความจำเป็นและสำคัญยิ่งในการบริหารงาน การที่เปิดโอกาสให้ผู้ได้บังคับบัญชาได้เสนอแนะ รับฟังข้อโต้แย้ง หรือคำถามจะก่อให้เกิดความเข้าใจที่ดีต่อกัน ซึ่งจะสอดคล้องกับผลของการศึกษาในส่วนนี้ คือ การที่ทางบริษัท เจียไต๋ จำกัด ได้เลือกใช้การสื่อสารแบบสองทาง นั้น เพราะว่าการสื่อสารแบบสองทางนั้นจะทำให้ได้มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน พนักงานเองก็มีโอกาสในการแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ แล้วผู้บริหารก็จะสามารถนำความคิดเห็นเหล่านั้นไปใช้ในการดำเนินงานหรือวางแผนงานต่อไป (ตุลา มหาพสุธานนท์, 2547, น. 240-243)

นอกจากนี้การสื่อสารภายในบริษัท เจียไต๋ จำกัด ก็ยังมีการใช้การสื่อสารอีกหลายประเภทผสมกันตามแนวคิดการสื่อสารในองค์กร ทั้งการสื่อสารที่เป็นทางการ คือ คำสั่งต่าง ๆ การสื่อสารที่ไม่เป็นทางการ ซึ่งส่วนใหญ่ก็เป็นการสื่อสารแบบปากต่อปาก และยังมีการใช้การสื่อสารทั้งบนลงล่าง ล่างขึ้นบน รวมทั้งการสื่อสารในแนวนอนอีกด้วย

ปัญหาและอุปสรรคของการสื่อสารภายในองค์กร

ปัญหาและอุปสรรคของการสื่อสารภายในองค์กรของบริษัท เจียไต๋ จำกัด นั้น มีทั้งปัญหาที่มาจากตัวบุคคล ซึ่งก็คือ พนักงานเองที่อาจมีทัศนคติที่ไม่ดีหรือไม่ต้องการเปิดรับข่าวสารที่ไม่เกี่ยวข้องกับตนเอง และปัญหาที่มาจากเทคโนโลยีกับสื่อต่าง ๆ ที่ทางบริษัท เลือกใช้ นั่นคือเทคโนโลยีที่ใช้ในนั้นอาจยังไม่เหมาะสมกับบริษัท หรือยังไม่สามารถนำมาใช้ได้ทั้งหมด หรือไม่ว่าจะเป็นสื่อที่เลือกใช้ก็เช่นเดียวกัน ที่อาจยังไม่มีประสิทธิภาพพอ ไม่สามารถเข้าถึงพนักงานได้ทุกคน เช่น เว็บเมล ที่ในการส่งแต่ละครั้งนั้นพนักงานจะได้รับไม่ครบทุกคน นั้นเพราะการตกหล่นหรือไม่ได้อัปเดตข้อมูลพนักงานใหม่ ทำให้บางคนก็จะไม่ได้รับข่าวสารจากเมลนั้น ๆ เป็นต้น

จากการวิเคราะห์ SWOT นั้นจะเห็นถึงปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายในองค์กรมากขึ้น นั่นคือ การที่ผู้บริหารเองยังไม่ให้ความสนใจในการสื่อสารภายในองค์กรเท่าที่ควร โดยอาจมีสาเหตุมาจากการที่ผู้บริหารจะให้ความสำคัญในส่วนของการขายหรือการตลาดมากกว่า เพราะเป็นสิ่งสำคัญอย่างมากในการดำเนินธุรกิจ หรือไม่ว่าจะเป็นจากตัวพนักงานเองที่ยังไม่ให้ความสำคัญต่อการรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ ในองค์กรเท่าใดนัก อาจเนื่องมาจากการที่สื่อหรือข่าวสารนั้น ๆ ยังไม่มีความน่าสนใจ น่าดึงดูดเท่าใดนัก นอกจากนี้ก็ยังมีอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมภายนอกที่บริษัทไม่สามารถควบคุมได้ อาทิ สถานการณ์ทางการเมือง, สภาพเศรษฐกิจ หรือไม่อาจจะเป็นสภาพอากาศที่แปรปรวน โดยปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ เหล่านี้ ทางผู้ศึกษาเองก็ได้มีการนำมาใช้ในการกำหนดกลยุทธ์เพื่อใช้ในการปรับปรุงและแก้ไขปัญหาดังกล่าวที่เกิดขึ้นให้การสื่อสารภายในองค์กรมีประสิทธิภาพมากที่สุด

เมื่อได้มีการวิเคราะห์ SWOT แล้วทางผู้ศึกษาได้นำในส่วนของปัจจัยภายในองค์กร มาวิเคราะห์ในการกำหนดกลยุทธ์ต่าง ๆ โดยใช้ TOWS Matrix เพื่อแก้ไขและหลีกเลี่ยงปัญหานั้น ๆ ในส่วนของกลยุทธ์เร่งพัฒนาที่จะเป็นการนำเอาโอกาสที่มีอยู่มาใช้เพื่อแก้ไขจุดอ่อนขององค์กร ในส่วนแรกคือ ผู้บริหารเองที่ควรเรียนรู้รูปแบบการดำเนินงานและการสื่อสารของบริษัทพันธมิตรเพื่อนำรูปแบบนั้น ๆ มาประยุกต์ใช้ในองค์กร ประการต่อมา คือ การที่นำเทคโนโลยีการสื่อสารใหม่ ๆ มาใช้ภายในองค์กรทั้งในเรื่องการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงและเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้กับฝ่ายสื่อสารองค์กรในการนำเทคโนโลยีนั้น ๆ มาใช้รวมทั้งเพื่อให้สามารถทำการสื่อสารภายในองค์กรได้อย่างทั่วถึงและชัดเจนมากยิ่งขึ้น ในส่วนของกลยุทธ์แก้วิกฤตนั้นจะเป็นหลีกเลี่ยงอุปสรรค และแก้ไขจุดอ่อนขององค์กร ซึ่งก็จะมีทั้งการที่ผู้บริหารควรมีการวางแผนในการสื่อสารเมื่อเกิดสถานการณ์รุนแรงขึ้น, เพิ่มพันธมิตรทั้งภาครัฐและเอกชน และเพิ่มช่องทางในการสื่อสารภายในองค์กรให้ครอบคลุมขึ้นและทำความเข้าใจกับพนักงานในส่วนกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจของบริษัท

โดยสามารถนำข้อมูลที่สรุปออกมาได้ มาเชื่อมโยงเข้ากับแบบจำลองการสื่อสารของ เบอร์โล (1960, p. 57) หรือ SMCR Model ได้ เพื่อให้สามารถเข้าใจถึงกระบวนการสื่อสารภายในองค์กร ของบริษัท เจียไต๋ จำกัด ได้มากขึ้น ว่าในแต่ละกระบวนการหรือแต่ละขั้นตอนนั้นมีลักษณะเป็นอย่างไรบ้าง

1. ผู้ส่งสาร (Source)

ผู้ส่งสาร (Source) หมายถึง บุคคลที่ส่งหรือถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร ความรู้สึกนึกคิด อารมณ์ ความรู้สึกต่าง ๆ โดยการเข้ารหัส (Encoder) ออกไปเป็นสัญญาณ สัญลักษณ์ กิริยาท่าทาง โดยเบอร์โลเชื่อว่าการสื่อสารจะสำเร็จได้ ผู้ส่งสารจำเป็นต้องมีคุณลักษณะที่เอื้ออำนวยต่อความสำเร็จและประสิทธิภาพของการสื่อสาร

ผู้ส่งสารของบริษัท เจียไต๋ จำกัด ก็จะมีทั้งทางฝ่ายบุคคลซึ่งเป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการส่งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ไปยังพนักงานของบริษัท และทางผู้บริหารก็ได้มีการตั้งเป็นหน่วยงานสื่อสารองค์กรขึ้นมาใหม่ และนอกจากนี้ผู้ส่งสารก็ยังรวมถึงตัวบุคคลซึ่งหมายความว่าทั้งผู้บริหารและพนักงานเอง ซึ่งจากผลการศึกษา นั้นจะพบว่า ผู้ส่งสารของบริษัท นั้นยังคุณลักษณะบางอย่างที่จะทำให้การสื่อสารนั้นประสบความสำเร็จและมีประสิทธิภาพ ตามแบบจำลองของ เบอร์โล ซึ่งก็ได้แก่

- ทักษะในการสื่อสาร

ทักษะในการสื่อสาร (Communication Skills) ได้แก่ ความสามารถ ความชำนาญในการเข้ารหัสสาร (Encoder) เช่น ความสามารถ ความชำนาญในด้านการพูด และการเขียน รวมทั้งการตีความข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ

สำหรับในส่วนของทักษะในการสื่อสารนั้นผู้ส่งสารในกลุ่มที่เป็นหน่วยงานของฝ่ายบุคคลจะเป็นหน่วยงานที่ถือได้ว่ามีทักษะในการสื่อสารมากที่สุดเมื่อเทียบกับอีกสองกลุ่ม ทั้งนี้เพราะเป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรมาเป็นเวลานาน แต่ในขณะที่ในส่วนของผู้สื่อสารองค์กรนั้นยังถือได้ว่าขาดทักษะในการสื่อสารองค์กรเป็นอย่างมาก โดยในขณะนี้ก็ได้มีการศึกษาดูงานจากหน่วยงานสื่อสารองค์กรหรือหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของบริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์ เพื่อเป็นการนำกลยุทธ์หรือวิธีการสื่อสารต่าง ๆ ของบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์มาเพื่อประยุกต์ใช้สำหรับการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร และอีกกลุ่มหนึ่งของผู้ส่งสาร ซึ่งก็คือ กลุ่มผู้บริหารและพนักงานนั้นก็ยังมีทักษะในการสื่อสารที่ยังน้อย

- ความรู้

ความรู้ (Knowledge) หมายถึง ความรู้ในเรื่องข้อมูลข่าวสารที่ผู้ส่งสารจะถ่ายทอดหรือส่งไป จะมีผลต่อความเชื่อถือความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารในสายตาของผู้รับสาร (Source Credibility) และนอกจากความรู้ในเรื่องข้อมูลหรือเรื่องที่ผู้ส่งจะส่งแล้ว ยังรวมถึงความรู้เกี่ยวกับกระบวนการสื่อสาร ที่ทำให้ผู้ส่งสารสร้างและปรับองค์ประกอบต่าง ๆ ในกระบวนการสื่อสารให้สมบูรณ์ ลดอุปสรรคหรือสิ่งขัดขวางการสื่อสารที่จะเกิดขึ้นให้หมดไปหรือน้อยลง

ความรู้ในเรื่องของข้อมูลข่าวสารนั้น ผู้ส่งสารทุกกลุ่มล้วนจะต้องมีความรู้ในเรื่องของข่าวสารนั้นเป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นส่วนของฝ่ายบุคคล หรือฝ่ายสื่อสารองค์กรเองซึ่งจะต้องมีความรู้ในเรื่องราวหรือข่าวสารนั้นเป็นอย่างดี จึงจะสามารถส่งข้อมูลนั้น ๆ ได้ เพราะเมื่อส่งไปแล้วหากพนักงานมีข้อสงสัยก็จะสามารถสอบถามกลับไปยังผู้ส่งสารได้ จึงทำให้ผู้รับสารหรือพนักงานในบริษัท ค่อนข้างให้ความเชื่อถือต่อผู้ส่งสารกลุ่มต่าง ๆ ได้ หรือไม่ว่าจะเป็นในกลุ่มที่เป็นกลุ่มของผู้บริหารและพนักงานเองเช่นกัน ก็จะต้องมีความเข้าใจในข่าวสารนั้นเป็นอย่างดีจึงจะสามารถทำการสื่อสารไปได้เช่นกัน

- ทศนคติ

ทัศนคติ (Attitudes) หมายถึง ความรู้ ความคิดเห็น และความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อบุคคลหรือเหตุการณ์หนึ่ง ที่จะมีผลต่อพฤติกรรมและการแสดงออกของบุคคล ในกระบวนการสื่อสารนั้นผู้ส่งสารจะต้องมีทัศนคติที่ดีต่อ 3 สิ่งด้วยกัน การสื่อสารจึงจะสำเร็จ

1. ทักษะที่ดีต่อตนเอง (Attitude Toward Self) ได้แก่ ความรู้สึกในทางที่ดีต่อตนเองของบุคคล อันจะทำให้ผู้ส่งสารนั้นเกิดความเชื่อมั่นในตนเอง (Self Confidence) ว่าจะสามารถเป็นผู้ส่งสารที่มีประสิทธิภาพได้

2. ทักษะที่ดีต่อเนื้อหาข่าวสาร (Attitude Toward Matters) ได้แก่ ความรู้สึกที่ดีต่อเนื้อหาสาระที่จะส่งสารออกไป มีผลให้ผู้ส่งสารมีการติดตามข่าวสารที่ส่งออกไป และทำให้ผู้ส่งสารมีความรู้ดีในเรื่องนั้น ๆ ทำให้เป็นบุคคลที่น่าเชื่อถือเลื่อมใสในสายตาของผู้รับสารได้

3. ทักษะที่ดีต่อผู้รับสาร (Attitude Toward Receiver) ได้แก่ ความรู้สึกในทางที่ดีต่อผู้รับสารของผู้ส่งสาร เป็นสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งที่จะทำให้การสื่อสารประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวได้ เนื่องจากผู้รับสารเป็นบุคคลที่สำคัญในการสื่อสาร การสื่อสารจะสำเร็จได้หรือไม่ขึ้นอยู่กับ การตีความ (Interpret) การทำความเข้าใจหรือการถอดรหัสสาร (Decoder) ของผู้รับสาร หากผู้ส่งสารมีความรู้สึกที่ดีต่อผู้รับสารก็จะทำให้ความตั้งใจกระตือรือร้นและความพยายามในการสื่อสาร ในทางตรงกันข้าม หากผู้ส่งสารมีความรู้สึกที่ไม่ดีต่อผู้รับสารก็จะทำให้ผู้ส่งสารขาดความตั้งใจ ไม่กระตือรือร้น และไม่ใช้ความพยายามเท่าที่ควรในการส่งสาร ทำให้การสื่อสารไม่มีประสิทธิภาพ

จากการศึกษาของ โอริลลี และ โรเบิร์ต (O'Reilly & Roberts, 1976 p. 99) พบว่า “การที่ผู้ส่งสารไม่ไว้วางใจผู้รับสารจะทำให้ผู้ส่งสารบิดเบือนข่าวสารที่ถ่ายทอดสู่ผู้รับสาร ดังนั้นข่าวสารที่ผู้รับสารได้รับจะมีความถูกต้องน้อยและผู้ส่งสารจะเปิดโอกาสในการติดต่อสื่อสารน้อยเช่นกัน” จะเห็นได้ว่า ผู้ส่งสารหากไม่ไว้วางใจผู้รับสารหรือมีทัศนคติที่ไม่ได้ต่อผู้รับสารแล้วนั้นก็จะทำให้ข่าวสารที่ได้รับนั้นถูกบิดเบือนไป ในส่วนของฝ่ายบุคคล, ฝ่ายสื่อสารองค์กรและผู้บริหาร เองก็จะมีทัศนคติที่ดีทั้งต่อตนเอง และต่อเนื้อหาข่าวสาร และผู้รับสาร เพราะเป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่ในการส่งหรือแจ้งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ภายในองค์กร แต่ในส่วนของพนักงานนั้น ในบางคนอาจยังมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อข่าวสารหรือต่อผู้รับสารจึงอาจเป็นผลให้เกิดการบิดเบือนข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ได้

- ระบบสังคมและวัฒนธรรม

ระบบสังคมและวัฒนธรรม (Social and Culture System) ผู้ส่งสาร เป็นผู้ที่อยู่อาศัยอยู่ในสังคม มีกรอบ ระเบียบ ตลอดจนวิถีชีวิต ความเชื่อ ค่านิยม ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี จะเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรู้ ประสบการณ์ ความเชื่อ และค่านิยม รวมทั้งพฤติกรรมของผู้ส่งสารด้วย สิ่งเหล่านี้จะเป็นตัวหล่อหลอมถึงบุคลิกลักษณะของพฤติกรรมบุคคล ในการออกต่อบุคคลอื่นด้วย เช่น คนที่มาจากครอบครัวที่แตกแยก อาจมองโลกในแง่ร้าย ไม่ชอบพูดคุยกับบุคคลอื่น เป็นต้น ระบบสังคมและวัฒนธรรมจะเป็นตัวกำหนดรูปแบบวิธีการสื่อสารของผู้ส่งสาร เช่น คนไทยยก

มือไหว้เพื่อทักทายกัน คนตะวันตกมักจะสัมผัสมือกัน เป็นต้น นอกจากนี้ระบบสังคม และวัฒนธรรม ยังเป็นตัวกำหนดในการคัดเลือกเนื้อหาข่าวสารที่ผู้ส่งจะส่งออกไป ส่วนใหญ่มักจะเป็นเนื้อหาที่ตนเองชื่นชอบ เป็นเนื้อหาที่ตนเองมีประสบการณ์มาก่อน เหล่านี้เป็นต้น

ระบบสังคมและวัฒนธรรมทั้งผู้ส่งสารนั้น แน่นอนว่าจะต้องมีความแตกต่างกันเนื่องจากพนักงานเองก็มาจากในสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน จึงทำให้เป็นการยากที่ผู้ส่งสาร จะทำการสื่อสารได้ให้เป็นที่ยอมรับของพนักงานทุกกลุ่ม แต่ก็ยังมีพนักงานที่เป็นกลุ่มที่ทำงานที่ บริษัทมานานซึ่งก็จะมีประสบการณ์ต่าง ๆ ขององค์กรไปมากกว่าพนักงานรุ่นใหม่ ๆ และก็สอดคล้องกับที่เบอร์โลได้กล่าวไว้ คือพนักงานนั้นยังมีการเลือกเปิดรับเนื้อหาที่ตนเองชื่นชอบ หรือ เกี่ยวข้องกับหน่วยงานของตนเอง ซึ่งจะพบมากในกลุ่มพนักงานรุ่นใหม่ ๆ

2. สาร (Message)

สาร (Message) ได้แก่ ผลผลิต (Output) ของความรู้สึกนึกคิด ความต้องการ อารมณ์ ความรู้สึกต่าง ๆ หรือเนื้อหาสาระที่ผู้ส่งต้องการจะส่งออกไป อาจปรากฏออกมาในรูปของภาษา พูด ภาษาเขียน หรือกิริยาท่าทาง

สารของบริษัท เจียไต๋ จำกัด ก็จะมีเนื้อหาต่าง ๆ ที่แตกต่างกันออกไปตามประเด็นที่ ต้องการจะสื่อสาร คือ จากผลการศึกษา เห็นได้ว่าการแบ่งประเด็นในการสื่อสารหลัก ๆ เป็นสอง ส่วน คือ ส่วนของงานบุคคล กับส่วนของงานธุรการ โดยเนื้อหาภายในก็จะแตกต่างกันไปด้วย นั่น คือ เนื้อหาสาระของฝ่ายบุคคลอาจเป็นในรูปแบบของคำสั่งต่าง ๆ เช่น การเลื่อนตำแหน่ง หรือ ประกาศในเรื่องกฎระเบียบต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งก็จะเป็นข้อความที่ค่อนข้างเป็นทางการ แต่สำหรับใน ส่วนของงานธุรการส่วนใหญ่แล้วนั้นก็จะเป็นการแจ้งให้ทราบ เช่น การแจ้งเข้ากำจัดปลวกภายใน สำนักงานเพื่อให้พนักงานเก็บของให้เรียบร้อย เป็นต้น โดยจะมีเนื้อหาของสารที่ไม่ค่อยเป็น ทางการมากนัก

3. ช่องสาร (Channel)

ช่องสาร (Channel) คือ ตัวกลางในการส่งหรือถ่ายทอดข่าวสาร เบอร์โลเชื่อว่า มนุษย์เรา มีประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การมองเห็น การได้ยิน การดมกลิ่น การลิ้มรส และการสัมผัส

สำหรับช่องสารหรือตัวกลางในการสื่อสารของบริษัท เจียไต๋ จำกัด นั้นจะมีการ เลือกใช้ช่องทางทั้งที่เป็นประกาศที่จะพิมพ์ลงในกระดาษแล้วนำไปแปะไว้ที่บอร์ดประชาสัมพันธ์ และนอกจากนั้นยังใช้คอมพิวเตอร์หรือเว็บเมลในการส่งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ด้วยรวมทั้งยังมีการ สื่อสารโดยใช้บุคคล คือ เมื่อบุคคลได้รับทราบหรือพบเห็นประกาศต่าง ๆ ที่ผู้ส่งสารส่งไปนั้น ก็จะมีการบอกต่อไปยังผู้รับสาร หรือพนักงานคนอื่น ๆ ซึ่งก็จะทำให้ผู้รับสารหรือพนักงานได้รับทราบ ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ได้อย่างทั่วถึงมากที่สุด

4. ผู้รับสาร (Receiver)

ผู้รับสาร (Receiver) ได้แก่ บุคคลที่เป็นผู้รับข้อมูลข่าวสารจากผู้ส่งสาร ผู้รับสารของบริษัท เจียไต๋ จำกัด ก็คือ พนักงานของบริษัทฯนั่นเอง ซึ่งในส่วนของผู้รับสารตามแบบจำลองของของเบอร์โกลีนัน ก็จะต้องมีคุณสมบัติเช่นเดียวกันกับผู้ส่งสาร เพื่อให้การสื่อสารนั้นประสบความสำเร็จและมีประสิทธิภาพมากที่สุด นั่นคือ ต้องมีความสามารถในการสื่อสาร ความรู้ ทักษะ และระบบสังคมและวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับผู้ส่งสารด้วย

- ความสามารถ ความชำนาญในการสื่อสาร

สำหรับความสามารถ ความชำนาญ ในการถอดรหัสสาร หรือการตีความ การจับใจความของผู้รับสารหรือพนักงานของบริษัทฯ นั้นแน่นอนว่าทุกคนจะมีความรู้ความสามารถในการอ่าน และจับใจความข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ แต่ในส่วนของการตีความในสารนั้นก็มีความแตกต่างกันออกไปซึ่งอาจแตกต่างด้วยประสบการณ์ในการทำงาน กล่าวคือ พนักงานที่มีประสบการณ์ในการทำงานที่นานกว่าก็อาจมีการตีความข้อมูลข่าวสารได้ดีกว่าพนักงานที่มีประสบการณ์น้อยกว่า ทั้งนี้ก็เพราะว่าผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงานเยอะกว่านั้น อาจมีการได้รับข้อมูลข่าวสารในลักษณะเดียวกันมาก่อนข้างมากจึงทำให้ใช้เวลาไม่นานในการทำทำความเข้าใจกับสารนั้น ๆ แต่ในขณะที่พนักงานที่มีประสบการณ์ในการทำงานน้อยกว่านั้นยังไม่รับข่าวสารน้อยกว่าจึงอาจต้องใช้เวลาในการทำทำความเข้าใจมากกว่า

- ความรู้

สำหรับความรู้ในความหมายที่เบอร์โกลีนันได้ให้ไว้ก็คือ ประสบการณ์ ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารและกระบวนการในการสื่อสาร ซึ่งก็แน่นอนว่าพนักงานที่มีประสบการณ์ในการทำงานมากนั้นจะมีความรู้ความเข้าใจในข้อมูลข่าวสารมากกว่าพนักงานที่มีประสบการณ์ทำงานที่น้อยกว่า แต่ในเรื่องของกระบวนการในการสื่อสารนั้นพนักงานที่มีประสบการณ์มากกว่าอาจไม่ได้มีความรู้ในเรื่องนี้มากนักเนื่องจากการสื่อสารบางอย่างต้องอาศัยเทคโนโลยีใหม่ ๆ ในการสื่อสาร เช่น เว็บเมล เป็นต้น โดยพนักงานรุ่นใหม่ ๆ อาจมีความรู้ความเข้าใจในกระบวนการสื่อสารมากกว่าก็เป็นได้

- ทักษะ

สำหรับทักษะของพนักงานของบริษัท เจียไต๋ จำกัด โดยส่วนใหญ่แล้วบางคนอาจมีทักษะที่ไม่ค่อยดีนักในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ โดยอาจมาจากหลายสาเหตุด้วยกัน เช่น ความล่าช้าของข้อมูลข่าวสาร หรืออาจมีทัศนคติที่ไม่ดีนักต่อผู้ส่งสาร เป็นต้น จากเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้การสื่อสารภายในองค์กรนั้นยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าใดนัก นั่นคือ พนักงานบางคนยังไม่เปิดรับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่ส่งมา หากไม่เกี่ยวข้องกับตนหรืองานที่ตนรับผิดชอบ โดย

ทางบริษัทก็ควรที่จะมีการสร้างทัศนคติที่ดีต่อผู้ส่งสารซึ่งก็มีทั้งฝ่ายบุคคลและฝ่ายสื่อสารองค์กรก็จะทำให้การสื่อสารนั้นประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น

- ระบบสังคมและวัฒนธรรมของผู้รับสาร

ผู้รับสารหรือพนักงานของบริษัท เจียไต๋ จำกัด นั้นแน่นอนว่ามาจากหลากหลายสังคมหลากหลายสภาพแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งพนักงานรุ่นใหม่ ๆ ที่จะมีระบบสังคมและวัฒนธรรมที่ค่อนข้างแตกต่างจากผู้ส่งสารของบริษัท ซึ่งก็ทำให้สื่อสารไปยังกลุ่มคนเหล่านี้ได้ไม่มากนัก แต่ในส่วนของผู้พนักงานที่มีประสบการณ์ทำงานที่เจียไต๋มานานกว่านั้นก็จะเป็นกลุ่มที่จะได้รับการซึมซับในส่วนของสังคมและวัฒนธรรมของบริษัท ที่มากพอสมควรจึงทำให้การสื่อสารไปยังกลุ่มนี้จะทำได้ง่ายกว่า

จากผลการศึกษาของ กานต์มณี แสงศรีจิราภัก (2550) ได้มีการศึกษาเรื่อง “การสื่อสารภายในองค์กรของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)” ที่พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการสื่อสารภายในองค์กร คือ ความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาของเรื่องที่จะสื่อสารของผู้ที่ทำการสื่อสาร การใช้สื่ออย่างมีประสิทธิภาพ เนื้อหาสาระของข้อมูลข่าวสารต้องน่าสนใจ ตัวพนักงานต้องมีจิตสำนึก มีความสนใจอยากรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และวัฒนธรรมการเรียนรู้ภายในองค์กร ซึ่งก็จะสอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากการอภิปรายตามแบบจำลองการสื่อสารของเบอร์โลว ผู้ส่งสารควรจะมี ความรู้ ความเข้าใจในตัวเนื้อหาของข่าวสารก่อนจึงจะสามารถทำการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งเนื้อหาของข่าวสารที่จะทำการสื่อสารภายในองค์กรเองก็ควรจะต้องมีความน่าดึงดูดใจเพื่อให้ผู้รับสารหรือพนักงานเพื่อให้พนักงานมีการเปิดรับ และสนใจในข่าวสารนั้น ๆ มากขึ้น แต่ทางบริษัท เจียไต๋ จำกัด ยังมีเนื้อหาของสารที่ไม่ค่อยน่าดึงดูดใจเท่าที่ควรจึงควรมีการปรับปรุงให้มีความน่าดึงดูดใจมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

1. การศึกษาในครั้งนี้มิได้มีการศึกษาในส่วนของกลยุทธ์การบริหารงานด้านอื่น ๆ ภายในบริษัท จึงอาจมีการศึกษาในส่วนนี้การวิจัยครั้งต่อไป เพื่อศึกษาว่ากลยุทธ์นั้นประสบความสำเร็จเพียงใด และนำผลที่ได้ไปใช้ในการปรับปรุงกลยุทธ์นั้นต่อไป

2. การศึกษาครั้งนี้ยังไม่ได้มีการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ที่ทางบริษัท เจียไต๋ จำกัด ได้มีการยึดแนวทางการดำเนินงานมาใช้ ซึ่งจะทำให้เข้าใจถึงการสื่อสารในภาพรวมของบริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์มากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการดำเนินงาน

1. จากการศึกษาพบว่า ทางบริษัท เจียไต๋ จำกัด ควรมีการเพิ่มช่องทางในการติดต่อสื่อสาร โดยอาจนำรูปแบบการสื่อสารของบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์มาเพื่อประยุกต์ใช้ในองค์กร เพื่อให้การติดต่อสื่อสารภายในองค์กรมีประสิทธิภาพมากขึ้น
2. จากการศึกษาพบว่า ทางบริษัท เจียไต๋ จำกัด ควรมีการปรับปรุงรูปแบบของสื่อที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร ให้มีรูปแบบที่น่าดึงดูดใจมากขึ้น เพื่อให้พนักงานสนใจและเปิดรับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ มากขึ้นด้วย
3. จากการศึกษาพบว่า ทางผู้บริหารควรให้ความสำคัญในการสื่อสารภายในองค์กรมากขึ้น เพื่อเป็นส่วนหนึ่งที่จะสามารถสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงาน และจะส่งผลให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานให้กับองค์กรได้อย่างเต็มที่ และมีประสิทธิภาพมากขึ้นด้วย
4. จากการศึกษาพบว่า ผู้บริหารควรมีการสื่อสารในเรื่องของนโยบายและในการดำเนินงานของบริษัทให้มากขึ้น เพื่อเป็นการสร้างความเข้าใจต่อพนักงานให้เข้าใจไปในทิศทางเดียวกันว่าควรจะดำเนินงานอย่างไรเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายนั้น

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. อาจมีการศึกษาเพิ่มเติมในส่วนของความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กร เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุงการสื่อสารภายในองค์กรให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
2. อาจศึกษาเพิ่มเติมในส่วนของสื่อที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรแต่ละสื่อว่ามีลักษณะหรือคุณสมบัติอย่างไรบ้างเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้สื่อนั้น ๆ
3. อาจทำการศึกษาเพิ่มเติมในส่วนของกลยุทธ์การสื่อสารของบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์เพื่อให้ทราบและเข้าใจถึงกลยุทธ์ที่ทางบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์เลือกใช้ เนื่องจากบริษัท เจียไต๋ จำกัด เองได้มีการแนวทางการสื่อสารจากเครือเจริญโภคภัณฑ์มาใช้อยู่แล้ว จึงควรศึกษาเพิ่มเติมเพื่อให้เข้าใจกลยุทธ์ของเครือเจริญโภคภัณฑ์อย่างละเอียดขึ้น