

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

สังคมในยุคปัจจุบันเป็นสังคมข้อมูลข่าวสารที่มนุษย์สามารถเรียนรู้และเข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว ส่งผลให้เกิดความเปลี่ยนแปลง และเกิดผลกระทบต่อองค์กร และบุคลากรอย่างไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ องค์กรต่างๆ จึงต้องปรับตัว และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการองค์กรให้สามารถดำเนินต่อไปได้ และเกิดความได้เปรียบในการแข่งขันเพื่อความเป็นผู้นำที่ก้าวหน้านำองค์กรอื่นๆ การรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง และสามารถปรับตัวให้ก้าวหน้าได้อย่างมั่นคง จึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง ท่ามกลางสภาพการณ์เช่นนี้ผู้บริหารองค์กรที่ฉลาด และมีภาวะผู้นำ จะต้องหันมาให้ความสำคัญกับการสื่อสาร เพื่อที่จะเป็นพลังขับเคลื่อนองค์กรให้ก้าวไปข้างหน้าอย่างไม่หยุดนิ่ง เพราะในแง่ของการบริหารองค์กร การสื่อสารก็เข้ามามีส่วนสำคัญเช่นกัน การสื่อสารจะทำให้ผู้บังคับบัญชาบริหารงานได้ดียิ่งขึ้นเนื่องจากการสื่อสารจะเป็นสื่อนำความต้องการ ความรู้สึกนึกคิดความพึงพอใจไปสู่ความเข้าใจในเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ร่วมกันระหว่างบุคคลต่อบุคคล กลุ่มต่อกลุ่ม ซึ่งจะก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งระหว่าง ผู้บังคับบัญชา และผู้ใต้บังคับบัญชา (สุนันทา เลานันท์, 2551, หน้า 132)

การดำเนินงานขององค์กรจะราบรื่นบรรลุวัตถุประสงค์ย่อมขึ้นอยู่กับความร่วมมือร่วมใจของทุกคนเป็นหลัก การให้ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้ใต้บังคับบัญชาเป็นกลไกที่สำคัญ ในการสร้างความเข้าใจที่ดีต่อกัน การเผยแพร่ ข้อมูลข่าวสารทำให้ทราบถึงจุดมุ่งหมายขององค์กร ทราบถึงการดำเนินงาน ขอบเขตหน้าที่ ความรับผิดชอบ รวมถึงลดช่องว่าง และกระชับความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใต้บังคับบัญชา กับผู้บัญชา และระหว่างเพื่อร่วมงานด้วยกัน นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างศรัทธา และความจงรักภักดีต่อองค์กรให้เกิดขึ้นในจิตใจของทุกคน และที่สำคัญการสื่อสารภายในองค์กรยังเป็นเครื่องมือในการสะท้อนความรู้สึกนึกคิด และมุมมองของผู้ใต้บังคับบัญชาให้ผู้บังคับบัญชาได้ทราบอีกด้วย (เรวัต สมบัติทิพย์, 2543, หน้า 1)

การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (Provincial Electricity Authority : PEA) เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ สังกัดกระทรวงมหาดไทย ได้รับการสถาปนาเมื่อวันที่ 28 กันยายน 2503 มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร และสำนักงานสาขาตั้งอยู่ในส่วนภูมิภาค ดำเนินการด้านสาธารณูปโภคพลังงานไฟฟ้า มีหน้าที่การจ่ายกระแสไฟฟ้าให้แก่ประชาชนธุรกิจอุตสาหกรรม

ต่างๆในเขต 74 จังหวัด ยกเว้น กรุงเทพมหานคร นนทบุรี และสมุทรปราการ โดยมีภารกิจคือ การจัดหาให้บริการพลังงานไฟฟ้า และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ทั้งใน และประเทศข้างเคียง ได้รับความมาตรฐานสากล ตอบสนองความต้องการของลูกค้าทั้งในด้านคุณภาพของสินค้า และบริการ โดยการพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง มีการบริหารการจัดการเชิงธุรกิจที่ทันสมัยมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับสภาพตลาด และพร้อมสำหรับการแข่งขันทางธุรกิจในปัจจุบัน และอนาคต (ออนไลน์ , <https://www.pea.co.th>, 2560)

การสื่อสารภายในที่ดีจะช่วยสร้างความเข้าใจในนโยบายของผู้บริหาร และเป็นสิ่งเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรในองค์กรเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลต่อองค์กร ในทางบวก เพราะนโยบายของการบริหารงานการจัดการขององค์กรเป็นส่วนสำคัญ เพื่อให้ดำเนินงานบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ การสื่อสารภายในองค์กรจึงจำเป็นสำหรับกิจกรรม และการดำเนินงานต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นทั้งนี้หากการสื่อสารภายในองค์กรดี ชัดเจน และส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน ดังนั้นกระบวนการทำงานขององค์กรเพื่อให้บรรลุเป้าหมายนั้น จะต้องทำให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน เกิดความร่วมมือ และการประสานงานอย่างมีประสิทธิภาพ การสื่อสารการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร จึงกลายเป็นปัจจัยสำคัญที่จะเอื้อให้องค์กรประสบความสำเร็จ เพราะการสื่อสารที่นำไปสู่ความเข้าใจในเป้าหมาย ระหว่างผู้บริหารกับพนักงาน ร่วมกัน เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างสอดคล้อง หรือตรงกับวัตถุประสงค์ขององค์กร ย่อมส่งผลให้เกิดการพัฒนา และการทำงานที่มีประสิทธิภาพ (รุ่งนภา พิตรปรีชา, 2556, หน้า 480)

การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่ มีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ทั้งภายใน และภายนอก เนื่องจากเป็นสิ่งจำเป็น และมีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อความเจริญพัฒนาองค์กร ฝ่ายประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่ ตระหนักว่าก่อนที่องค์กรจะดำเนินการประชาสัมพันธ์สู่สาธารณชน ควรหันมาให้ความสำคัญกับกลุ่มเป้าหมายภายใน ซึ่งได้แก่ผู้บริหาร และพนักงานทุกคน ดังคำกล่าวที่ว่า การประชาสัมพันธ์ภายนอกองค์กรจะไม่ดี หากการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรยังไร้ประสิทธิภาพ เพราะ ความสัมพันธ์อันดีภายในองค์กร จะเอื้ออำนวยให้การบริหาร และดำเนินงานเป็นไปได้อย่างราบรื่น คล่องตัว และมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการดำเนินงานที่ดีจะเป็นกำลังสำคัญในการสร้างประสิทธิภาพ ขาดความร่วมมือร่วมใจที่จะนำองค์กรให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ และโอกาสที่พนักงานในองค์กร จะนำความรู้สึที่ดีต่อองค์กรของตนเองเผยแพร่ออกสู่ภายนอกนั้นย่อมไม่เกิดขึ้น ดังนั้นการประชาสัมพันธ์ที่ดีที่สุด จะอยู่ภายในอาณาเขตขององค์กรนั่นเอง

การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เป็นองค์กรที่มีบุคลากรจำนวนมาก ดังนั้นการสร้าง ความเข้าใจ ร่วมกันระหว่างองค์กร และบุคลากรจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก เพื่อให้บุคลากรได้รับข้อมูล ข่าวสารกับกิจกรรม นโยบายต่างๆขององค์กรได้เข้าถึงมากที่สุด เป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี ระหว่างองค์กร และบุคลากร ดังนั้นการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จึงจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์หลาย ช่องทางเพื่อวัตถุประสงค์ในการใช้เป็นสื่อกลางในการติดต่อสื่อสารกับประชาชน และบุคลากรทั้ง ภายใน และภายนอก การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคมีการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ทั้งภายใน และภายนอกที่ คล้ายกัน ไม่ว่าจะเป็น สื่อสิ่งพิมพ์ เอกสาร เผยแพร่บทบาท ภารกิจ แผ่นพับเอกสาร ให้ความรู้เรื่อง ของการใช้ไฟฟ้าเมื่อเกิดเหตุการณ์ต่างๆเกิดขึ้น การประชาสัมพันธ์ภาพกิจกรรม การ ประชาสัมพันธ์ทางเว็บไซต์ ศูนย์ข้อมูลข่าวสาร 1129PEA call center สื่อบุคคล สื่อนิทรรศการ สื่อ ภายนอกจะมีป้ายประชาสัมพันธ์ สื่อมวลชนต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ซึ่งการ ประชาสัมพันธ์ภายใน เป็นการทำให้กลุ่มเป้าหมายภายในซึ่งองค์กรมีความใกล้ชิดผูกพัน และ ต้องคำนึงถึงความรู้สึก ดังนั้นองค์กรจะต้องให้กลุ่มคนเหล่านี้ได้รับรู้ข่าวสาร เข้าใจถึงนโยบาย เป้าหมาย วัตถุประสงค์ ตลอดจนมีส่วนร่วมในการรับรู้ และตัดสินใจ ประชาชนกลุ่มนี้ เปรียบเสมือนตัวจักรสำคัญในการผลักดัน กิจกรรมขององค์กรให้เจริญก้าวหน้า มีผลได้ ผลเสีย และมีผลประโยชน์ร่วมกับองค์กร งานประชาสัมพันธ์จึงมีบทบาทในการสร้างความสัมพันธ์ ความ ผูกพัน ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันระหว่างประชาชนกลุ่มต่างๆ ในองค์กรไม่ว่าจะเป็นผู้บริหาร ระดับสูง ผู้บริหารระดับกลาง ผู้บริหารระดับต้น และสมาชิกทั่วไปในองค์กร (ลักษณะ สตะเวทิน, 2542, หน้า 57)

การประชาสัมพันธ์ภายในของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่ จัดทำขึ้นเพื่อสื่อสาร กับกลุ่มเป้าหมาย ภายในองค์กร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้รับทราบข่าวสาร กิจกรรมต่างๆ เช่น เว็บไซต์ Facebook บอร์ดประชาสัมพันธ์ วารสารภายใน เสียงตามสาย เป็นต้น ทั้งนี้การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคสำนักงานใหญ่ ได้จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ขึ้น เพื่อเป็นสื่อที่ใช้สื่อสารกับ กลุ่มเป้าหมาย โดยการส่งข่าวสารต่างๆ ขององค์กร หรือการเชิญชวนพนักงานให้เข้าร่วมกิจกรรม ต่างๆขององค์กร รวมถึงการแจ้งข้อมูล ข่าวสารอื่นๆ ที่ต้องการแจ้งให้พนักงานทราบ ดังนั้นเพื่อให้ การประชาสัมพันธ์ภายใน เข้าถึงบุคลากรทุกฝ่ายอย่างทั่วถึง ฝ่ายประชาสัมพันธ์จึงต้องพัฒนา วิธีการประชาสัมพันธ์ ภายในให้ครอบคลุมกับบุคลากรทุกฝ่ายและเกิดผลสัมฤทธิ์ในการ ประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร

ทั้งนี้หากสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ เหล่านี้ยังไม่สามารถเข้าถึงผู้รับสารได้อย่างเต็มประสิทธิภาพนัก อาจเป็นเพราะสื่อประชาสัมพันธ์ที่องค์กรเลือกใช้งานยังขาดความน่าสนใจ และมีความล้มเหลวทางการสื่อสารภายในองค์กรเกิดขึ้นอยู่บ้าง และที่ผ่านมายังไม่เคยมีการสำรวจผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายในของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคสำนักงานใหญ่ PEA ว่าเป็นอย่างไร

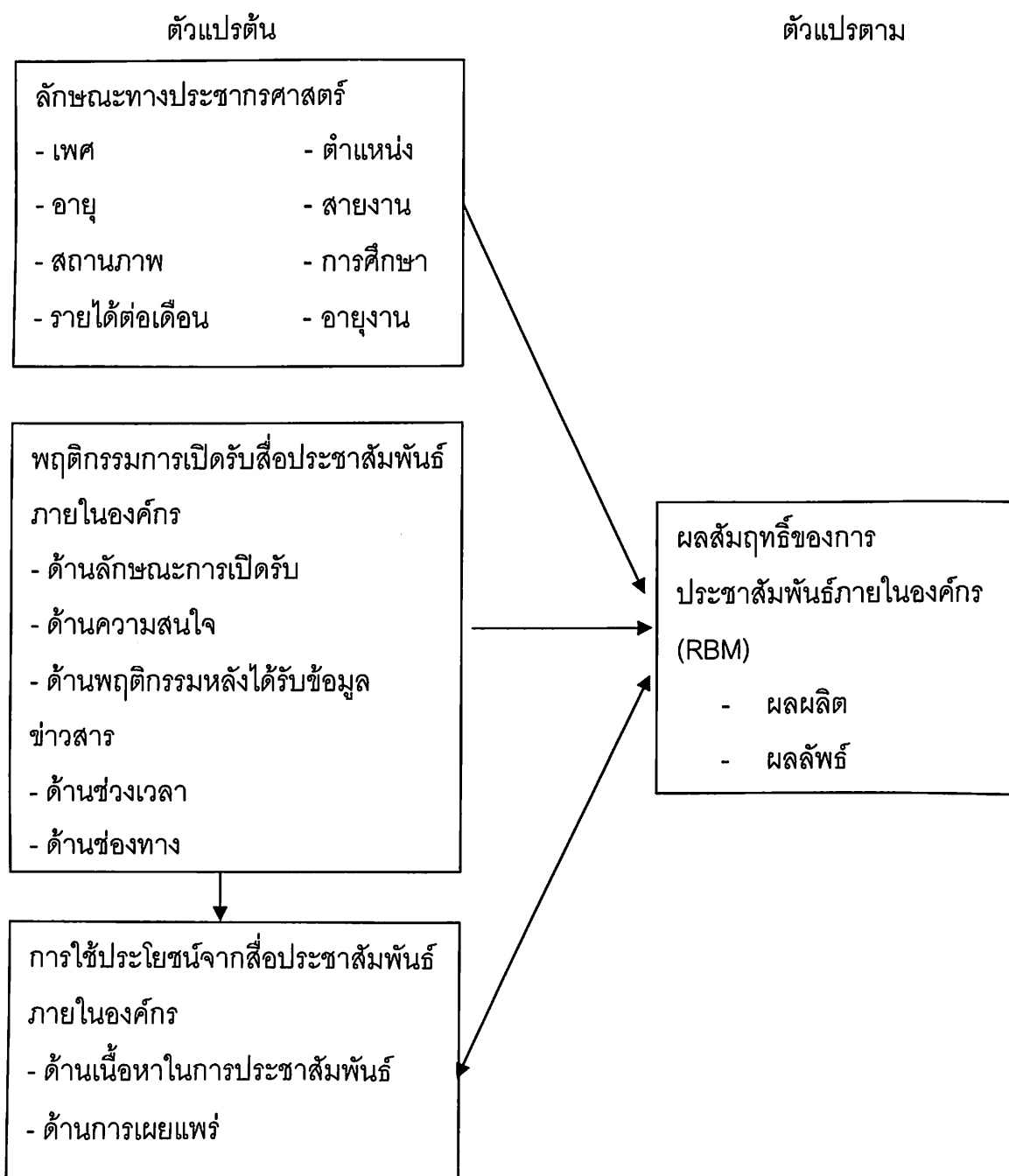
จากความเป็นมาและปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยต้องการทราบถึงผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ ภายในการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่ ว่าพฤติกรรม การเปิดรับ การใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละชนิดส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายในการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่ ต่างกันหรือไม่ เพราะสิ่งเหล่านี้เป็นเรื่องสำคัญที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา เพื่อนำไปสู่การพัฒนา และปรับปรุง สื่อประชาสัมพันธ์ภายในให้เหมาะสม และตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย รวมไปถึง การปรับปรุงและพัฒนาให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่
2. เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคสำนักงานใหญ่
3. เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของพนักงานไฟฟ้าส่วนภูมิภาคสำนักงานใหญ่
4. เพื่อศึกษาผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายในการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายในการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่ ผู้วิจัยกำหนดกรอบได้ดังภาพประกอบที่ 1.1



ภาพประกอบที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน มีผลต่อผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายในการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่ที่แตกต่างกัน
2. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่ต่างกันมีผลต่อการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่ที่แตกต่างกัน
3. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกันมีผลต่อผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายในการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่ที่แตกต่างกัน
4. การใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรมีความสัมพันธ์กับผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายในการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่

ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง ผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายในของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่ เป็นลักษณะงานวิจัยเชิงปริมาณซึ่งมีขอบเขตการศึกษาดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา
 - 1.1 ศึกษาข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่ ได้แก่ เพศตำแหน่ง อายุ สายงานสถานภาพ การศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพงาน
 - 1.2 ศึกษาระดับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน ที่มีผลต่อการประชาสัมพันธ์ภายใน ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่ แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ด้านช่วงเวลา ด้านความถี่และสื่อประชาสัมพันธ์ออกเป็น 6 ประเภท ได้แก่ เสียงตามสาย Facebook วารสารภายในองค์กร เว็บไซต์ E – mail และบอร์ดประชาสัมพันธ์
 - 1.3 ศึกษาระดับการใช้ประโยชน์ที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ภายในของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่โดยแบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ด้านเนื้อหา และด้านการเผยแพร่
 - 1.4 ศึกษาผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายในการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่ โดยแบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ด้านผลผลิต และด้านผลลัพธ์
2. ขอบเขตด้านประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ ได้แก่ พนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สังกัดสำนักงานใหญ่จำนวน 4,183 คน

กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ ได้แก่ พนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สังกัดสำนักงานใหญ่ โดยใช้ตารางสำเร็จรูปคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ที่ระดับความ

เชื่อมั่น 95 % หรือระดับในสำคัญทางสถิติ .05 ของ Taro Yamane ผลการคำนวณได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 365 คน

3. ขอบเขตด้านช่วงเวลาในการศึกษา

การวิจัยเรื่อง ผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายในการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่ในระหว่าง เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2560 จนถึง มีนาคม พ.ศ. 2561

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่
2. ทราบถึงถึงพฤติกรรมกาเปิดรับของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคสำนักงานใหญ่ที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ภายใน เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้สอดคล้องกับพฤติกรรมกาเปิดรับของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่
3. ทราบถึงการใช้อยู่ประโยชน์ของพนักงานที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ภายในการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงเนื้อหา ของการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับการใช้ประโยชน์ของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่

นิยามศัพท์

การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่ หมายถึง การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ตั้งอยู่ 200 ถนนงามวงศ์วาน ลาดยาว จตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900 เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ ที่ตั้งขึ้นเพื่อดำเนินการตามนโยบายของภาครัฐในกลุ่มของการบริการกระแสไฟฟ้าให้แก่ประชาชน

พนักงาน หมายถึง พนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคที่สังกัดสำนักงานใหญ่

การประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความร่วมมือ และสนับสนุนจากประชาชน เพื่อให้ได้การยอมรับ ให้ร่วมมือในการดำเนินงานตามกระบวนการ นโยบาย วัตถุประสงค์ และความเคลื่อนไหวของหน่วยงาน จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคสำนักงานใหญ่

สื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร หมายถึง สื่อที่ใช้ในการสื่อสาร หรือแจ้งให้กับพนักงานทราบภายในการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่ ได้แก่ เสียงตามสาย เฟสบุ๊ค วารสารภายในองค์กร เว็บไซต์ อีเมล และบอร์ดประชาสัมพันธ์

การเปิดรับ หมายถึง วัตถุประสงค์เพื่อการอ่าน ลักษณะการอ่าน เนื้อหาที่สนใจอ่าน ความสนใจจากการเลือกรับข่าวสาร และช่วงเวลาในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่

การใช้ประโยชน์ หมายถึง การที่พนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่ ได้นำ ข้อมูลที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ เพื่อเพิ่มความรู้ของพนักงาน เช่น ความรู้เรื่องการใช้ไฟฟ้าเมื่อเกิด เหตุการณ์ต่างๆ

ผลสัมฤทธิ์ หมายถึง ความสำเร็จในงานประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่

ผลผลิต (Outputs) หมายถึง ทรัพยากรต่าง ๆ ที่นำมาใช้ในการปฏิบัติงาน คือ เงิน คน วัสดุ ครุภัณฑ์ต่าง ๆ โดยเน้นการทำงานตามกฎระเบียบ และความถูกต้องตามกฎหมาย และ มาตรฐาน

ผลลัพธ์ (Outcomes) หมายถึง ผลงานที่ได้จัดทำขึ้น ซึ่งสามารถตอบสนองต่อผู้รับบริการ หรือผู้รับผลงาน