

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สังคมปัจจุบันเป็นสังคมข้อมูลข่าวสารที่มนุษย์สามารถรับรู้ เรียนรู้ และเข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและส่งผลกระทบต่อองค์กร และบุคลากรในองค์กรอย่างไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ องค์กรต่างๆ จึงต้องปรับตัวและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการองค์กรให้สามารถดำเนินต่อไปได้ และเกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน เพื่อความเป็นผู้นำที่ก้าวนำองค์กรอื่นๆ การรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง และสามารถปรับตัวให้ก้าวไปข้างหน้าได้อย่างมั่นคง จึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง ท่ามกลางสภาพการณ์เช่นนี้ ผู้บริหารองค์กรที่ชาญฉลาดและมีภาวะผู้นำ จะต้องหันมาให้ความสำคัญกับการสื่อสาร เพื่อที่จะเป็นพลังขับเคลื่อนองค์กรให้ก้าวไปข้างหน้าอย่างไม่หยุดนิ่ง เพราะในแง่ของการบริหารองค์กร การสื่อสารก็เข้ามามีส่วนสำคัญเช่นกัน การสื่อสารจะทำให้ผู้บังคับบัญชาบริหารงานได้ดียิ่งขึ้น เนื่องจากการสื่อสารจะเป็นสื่อ นำความต้องการ ความรู้สึกนึกคิดความพึงพอใจไปสู่ความเข้าใจในเป้าหมายและวัตถุประสงค์ร่วมกันระหว่างบุคคลต่อบุคคล กลุ่มต่อกลุ่ม ซึ่งจะก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งระหว่าง ผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชา (สุนันทา เลานันท์, 2540, หน้า 132)

การดำเนินงานขององค์กรจะราบรื่นบรรลุวัตถุประสงค์ย่อมขึ้นอยู่กับความร่วมมือร่วมใจของทุกคนเป็นหลัก การให้ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้ใต้บังคับบัญชาเป็นกลไกที่สำคัญ ในการสร้างความเข้าใจที่ดีต่อกัน การเผยแพร่ ข้อมูลข่าวสารทำให้ได้ทราบถึงจุดมุ่งหมายขององค์กร ทราบถึงการดำเนินงาน ขอบเขตหน้าที่ ความรับผิดชอบ รวมถึงลดช่องว่างและกระชับ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใต้บังคับบัญชากับ ผู้บังคับบัญชา และระหว่างเพื่อนร่วมงานด้วยกัน นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างศรัทธาและความ จงรักภักดีต่อองค์กรให้เกิดขึ้นในจิตใจของทุกคน และที่สำคัญการสื่อสารภายในองค์กรยังเป็น เครื่องมือ ในการสะท้อนความรู้สึกนึกคิด และมุมมองของผู้ใต้บังคับบัญชาให้ผู้บังคับบัญชาได้รับ ทราบอีกด้วย (เววัตร สมบัติทิพย์, 2543, หน้า 1)

ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่เป็นสถานที่ทำงานที่ดึงดูดผู้คนโดยการสร้างบรรยากาศในการทำงานที่มีความผูกพันไม่แบ่งแยกและมีความ

ปลอดภัยซึ่งก่อให้เกิดความสำเร็จและสนับสนุนให้พนักงานดูแลการพัฒนาของตนเอง การสื่อสารภายในองค์กรจึงมีความสำคัญต่อการบริหารงาน เพราะองค์กรเป็นที่รวมของหน่วยงานต่างๆ และบุคคลที่จะมาปฏิบัติงานร่วมกันเป็นจำนวนมาก จึงจำเป็นต้องมีระบบการติดต่อสื่อสารที่จะช่วยนำความต้องการ ความคิด ความรู้สึก ระหว่างบุคคลต่อบุคคล หรือกลุ่มต่อกัน ภายในองค์กรไปสู่ความเข้าใจในเป้าหมายร่วมกัน เพื่อสร้างความเข้าใจที่เป็นแนวทางเดียวกัน และเพื่อการดำเนินงานในด้านต่างๆ ขององค์กรให้เป็นไปได้ด้วยดี ตรงตามวัตถุประสงค์ขององค์กร (สุวรรณทองประดิษฐ์, 2521, หน้า 217)

การสื่อสารภายในองค์กรที่ดีจะช่วยสร้างความเข้าใจในนโยบายของผู้บริหาร และเป็นสิ่งเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรในองค์กร เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อองค์กรในทางบวก เพราะนโยบายการบริหารงาน การจัดการขององค์กรเป็นส่วนสำคัญ เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ การสื่อสารภายในองค์กรจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับกิจกรรมและการดำเนินงานต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นในองค์กร ทั้งนี้หากการสื่อสารภายในองค์กรดี ชัดเจน ก็จะส่งผลให้การปฏิบัติงานตามนโยบาย เป็นไปในทิศทางเดียวกัน พนักงานในองค์กรเกิดความพึงพอใจ รวมไปถึงเข้าใจนโยบายได้อย่างชัดเจน และส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน ดังนั้นกระบวนการทำงานขององค์กรเพื่อให้บรรลุเป้าหมายนั้น จะต้องทำให้การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคลากรในฝ่ายต่างๆ ทั้งภายใน และภายนอกองค์กรเป็นไปอย่างคล่องตัว เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน เกิดความร่วมมือ และการประสานงานอย่างมีประสิทธิภาพ

การประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรก็เป็นอีกวิธีการสื่อสารภายในองค์กรที่มีการใช้สื่อต่างๆ หลายประเภท เพื่อสร้างความเข้าใจและสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้บริหาร และผู้ปฏิบัติงานทุกคนในองค์กร ตลอดจนเป็นการเสริมสร้างขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการบริหารงานขององค์กรให้บรรลุเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ที่องค์กรกำหนดไว้ (รุ่งนภา พิตรปรีชา, 2530, หน้า 480)

ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ เป็นองค์กรหนึ่งที่ต้องอาศัยการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในองค์กร เพราะเป็นองค์กรที่ประกอบด้วยหลายหน่วยงาน การประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง เพื่อให้บุคลากรได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ กิจกรรม และนโยบายการดำเนินการต่าง ๆ ขององค์กร เป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างสถาบันกับบุคลากร โดยใช้การประชาสัมพันธ์ภายใน

การประชาสัมพันธ์และสื่อประชาสัมพันธ์ จึงมีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร สำหรับการบริหารพัฒนาองค์กร จะเห็นได้ว่าทั้งภาครัฐและภาคเอกชนต่างจัดให้มี

หน่วยงานประชาสัมพันธ์ สำหรับเป็นเครื่องมือส่งเสริมให้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ ขององค์กร เป็นการส่งเสริมความมั่นคง นำพาองค์กรให้มีเสถียรภาพมากขึ้น พร้อมกับสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เป็นการทำกิจกรรมที่มีการวางแผนดำเนินการอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี เป็นที่ยอมรับและได้รับการสนับสนุนจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมไปถึงพนักงานในแต่ละองค์กรเองก็เป็นอีกส่วนหนึ่งที่ทุกองค์กรให้ความสำคัญ เพราะพนักงานเปรียบเสมือนแรงขับเคลื่อนที่จะนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ได้ แผนกประชาสัมพันธ์จึงมีหน้าที่ประชาสัมพันธ์กิจกรรมข่าวสารขององค์กรให้เป็นที่ทราบถึงบุคลากรภายในองค์กร รวมถึงสื่อต่างๆ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรให้เป็นที่ประจักษ์ และบรรลุตามวัตถุประสงค์ของงานด้านประชาสัมพันธ์

ดังนั้นการประชาสัมพันธ์ที่ดีจะประสบความสำเร็จได้นั้น จะต้องมีจุดเริ่มต้นของการประชาสัมพันธ์ที่ดีคือ การประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรจะต้องประสบความสำเร็จก่อนที่จะดำเนินการประชาสัมพันธ์สู่ภายนอก วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ภายใน คือ การประชาสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในองค์กร เพื่อส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจในวัตถุประสงค์ นโยบาย เป้าหมาย และอุดมการณ์ขององค์กร เพื่อเสริมสร้างขวัญกำลังใจ และความมั่นใจ ในการปฏิบัติงาน ลดช่องว่างระหว่างฝ่ายบริหารและบุคลากร กระตุ้น ชักจูงใจ และส่งเสริม สนับสนุนให้บุคลากรทุกคนทำงานเต็มที่ด้วยความเต็มใจ และทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์องค์กร ไปพร้อมกันด้วย โดยมีความรู้สึกจงรักภักดีต่อองค์กร รู้สึกมีส่วนร่วมในความสำเร็จ มีความภาคภูมิใจในเกียรติยศ และชื่อเสียงขององค์กร (ดวงพร คำณูณวัฒน์ และ คณะ, 2541, หน้า 53)

ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ เป็นองค์กรหนึ่งที่มีความสำคัญในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ภายใน เพื่อจัดเป็นสื่อที่เป็นหัวใจของการสื่อสารภายใน และสามารถเข้าถึงพนักงานของธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ในสำนักงานใหญ่ได้เป็นอย่างดี เพื่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นพนักงานภายในองค์กร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้รับทราบข้อมูลข่าวสาร กิจกรรมต่างๆ รวมถึงนโยบาย และผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ในสำนักงานใหญ่ โดยผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ภายในประเภทต่างๆ เช่น เว็บไซต์ Facebook เว็บบอร์ด บอร์ดประชาสัมพันธ์ วารสารภายใน เสียงตามสาย เป็นต้น ซึ่งธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ได้จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ภายในขึ้น เพื่อเป็นสื่อที่ใช้ในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย

การสื่อสารประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร จึงกลายเป็นปัจจัยสำคัญที่จะเอื้อให้องค์กรประสบความสำเร็จ เพราะเป็นการติดต่อสื่อสารที่นำไปสู่ความเข้าใจในเป้าหมาย ระหว่างผู้บริหารต่อพนักงานในองค์กรร่วมกัน เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างสอดคล้อง หรือตรงกับวัตถุประสงค์ขององค์กร มีการประสานงานที่ดีเกิดความสอดคล้อง และความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันภายในองค์กร ย่อมส่งผลให้เกิดการพัฒนา และการทำงานที่มีประสิทธิภาพ (เมธาวิภัทวาทานนท์, 2552, หน้า 14)

ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ในสำนักงานใหญ่ เป็นองค์กรที่มีบุคลากรจำนวนมาก ดังนั้นการสร้างความร่วมมือกันระหว่างองค์กรและบุคลากร จึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก เพื่อให้บุคลากรได้รับข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับกิจกรรม นโยบายต่างๆ ขององค์กรได้เข้าถึงให้มากที่สุด เป็นการสร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างสถาบัน และบุคลากรในหน่วยงานด้วย แผนกประชาสัมพันธ์จึงเป็นหน่วยงานหนึ่งที่มีช่องทางในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ให้แก่คณะผู้บริหาร บุคลากร เจ้าหน้าที่ ด้วยช่องทางที่หลากหลายขององค์กร ไม่ว่าจะเป็น เว็บไซต์ Facebook เว็บบอร์ด บอร์ดประชาสัมพันธ์ วารสารภายใน เสียงตามสาย เป็นต้น โดยเป็นการส่งข่าวสารต่างๆ ขององค์กร หรือการเชิญชวนพนักงานเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร รวมถึงแจ้งข่าวสารอื่นๆ ที่ต้องการแจ้งให้พนักงานทราบ ดังนั้นเพื่อให้การประชาสัมพันธ์ภายในเข้าถึงบุคลากรทุกฝ่ายอย่างทั่วถึง แผนกประชาสัมพันธ์จึงต้องพัฒนาวิธีการประชาสัมพันธ์ภายในให้ครอบคลุมกับบุคลากรทุกฝ่าย

หากแต่สื่อประชาสัมพันธ์เหล่านี้ก็ยังไม่สามารถเข้าถึงผู้รับสารได้อย่างเต็มประสิทธิภาพนัก อาจเป็นเพราะสื่อประชาสัมพันธ์ที่องค์กรเลือกใช้ยังขาดความน่าสนใจ และมีความล้มเหลวทางการสื่อสารภายในองค์กรเกิดขึ้นอยู่บ้าง และที่ผ่านมาก็ยังไม่เคยมีการสำรวจการใช้ประโยชน์เกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ในสำนักงานใหญ่ เพื่อเป็นการวัดการพฤติกรรม การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรว่าเป็นอย่างไร

จากความเป็นมาและปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงต้องการทราบถึงพฤติกรรม การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของพนักงานธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ในสำนักงานใหญ่ ว่าสื่อแต่ละชนิดนั้น มีผลต่อความพึงพอใจต่างกันหรือไม่ เพราะสิ่งเหล่านี้เป็นเรื่องสำคัญที่ผู้วิจัยต้องทำการศึกษา เพื่อนำไปสู่การพัฒนา และปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ภายในให้เหมาะสม และตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย รวมไปถึงการปรับปรุง และพัฒนาให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร

ปัญหาการวิจัย

1. พนักงานธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ในสำนักงานใหญ่ มีพฤติกรรมการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรหรือไม่/อย่างไร
2. พนักงานธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ในสำนักงานใหญ่ มีการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรหรือไม่/อย่างไร
3. พนักงานธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ในสำนักงานใหญ่ มีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรหรือไม่/อย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ของพนักงานธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ในสำนักงานใหญ่
2. เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ของพนักงานธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ในสำนักงานใหญ่
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของพนักงาน ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ของพนักงานธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ในสำนักงานใหญ่

สมมติฐานการวิจัย

1. พนักงานธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ในสำนักงานใหญ่ ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรที่แตกต่างกัน
2. พนักงานธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ในสำนักงานใหญ่ ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรที่แตกต่างกัน
3. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของพนักงานธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ในสำนักงานใหญ่ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาถึงพฤติกรรม การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของพนักงานธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ในสำนักงานใหญ่ โดยจะศึกษาประชากรที่ทำงานธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ในสำนักงานใหญ่ และศึกษารูปแบบการประชาสัมพันธ์เท่านั้น ซึ่งใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือน มกราคม 2559 - พฤษภาคม 2559

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรม การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของพนักงานธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ในสำนักงานใหญ่ ผู้วิจัยกำหนดกรอบได้ดังภาพประกอบที่ 1.1

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ในสำนักงานใหญ่ จะได้รับประโยชน์จากงานวิจัยชิ้นนี้ เพราะเป็นการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของธนาคาร ซึ่งหน่วยงานลูกค้าสัมพันธ์(สื่อสารองค์กร) สายงานสารสนเทศและปฏิบัติการ สายงานทรัพยากรบุคคลของธนาคารสามารถนำผลการวิจัยชิ้นนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการสื่อสารข้อมูลไปยังพนักงานในองค์กรได้

2. ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของพนักงานธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ในสำนักงานใหญ่ ในการนำสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรไปใช้ประโยชน์มากที่สุด

นิยามศัพท์

ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ในสำนักงานใหญ่ หมายถึง สถานที่ให้บริการด้านการเงิน ปัจจุบันตั้งอยู่ที่เลขที่ 90 ถนนสาทรเหนือ แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ รหัสไปรษณีย์ 10500

สื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร หมายถึง สื่อที่ใช้ในการสื่อสาร หรือแจ้งให้พนักงานทราบภายในธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ในสำนักงานใหญ่ เท่านั้น ได้แก่ (1) เสียงตามสาย (2) Facebook (3) วารสารภายในองค์กร (4) เว็บบอร์ด (5) บอร์ดประชาสัมพันธ์ และ (6) เว็บไซต์

พฤติกรรม หมายถึง การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ได้แก่ ช่วงเวลาในการเปิดรับ ความบ่อยครั้งในการเปิดรับ ความสนใจในการติดตามข่าวประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร

การใช้ประโยชน์ หมายถึง การนำสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ไปใช้ให้เกิดผลเป็นรูปธรรม ก่อให้เกิดประโยชน์เปลี่ยนแปลงที่ดีทั้งต่อตัวบุคคลและองค์กร

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก เช่น ชอบ ไม่ชอบ เฉยๆ ของพนักงานธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ในสำนักงานใหญ่ ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร