

พฤติกรรมการสื่อสารในองค์กรของพนักงาน
บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด สำนักงานใหญ่
Organizational Communication Behavior of Employees in
Boonrawd Brewery Company Limited Headquarter

¹ธวัชชัย ผสมทรัพย์ (Thawatchai Pasomsup)

²อนิรุทธ์ ผ่องแผ้ว (Aniruth Phongpaew)

³สุขจิตต์ ณ นคร (Sukhajit Na-nakorn)

⁴ธนัตถ์นันท์ สุขโชคนิธิโกศล (Thanatnan Sukchokenithipokhin)

คณะบริหารธุรกิจ สถาบันรัชต์ภาคย์ (Faculty of Business Administration, Rajapark Institute)

Email: Aniruthpp@hotmail.com

Received September 22, 2021; **Revised** October 31, 2021; **Accepted** November 19, 2021

Abstract

The purposes of this quantitative research were (1) to study the communication behaviors of employees and (2) to compare the different backgrounds of communication behaviors of employees. The population consisted of employees at the Boonrawd Brewery Company Limited Headquarter. The samples were 278 informants. The research instrument was a questionnaire. The reliability was 0.914. The statistics used to analyze the data were percentage, mean, standard deviation, independent sample t-test, and one-way ANOVA. The results of the research were found as follows: 1. The communication behavior of employees in Boonrawd Brewery Company Limited Headquarter was at high level in overall. 2. The comparison of the communication behaviors of employees in Boonrawd Brewery Company Limited Headquarter classified by gender, marriage status, and salary showed no statistically significant difference. Meanwhile, the level of communication behavior of employees in Boonrawd Brewery Company Limited Headquarter, classified by age, education, duration of work, and position was statistically significant at the 0.05 level.

Keywords: Communication; Behavior; SMCR Model

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารในองค์กรของพนักงาน บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด สำนักงานใหญ่ (2) พฤติกรรมการสื่อสารในองค์กรของพนักงาน บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด สำนักงานใหญ่ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ พนักงาน บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด สำนักงานใหญ่ สุ่มกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified random sampling) ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 278 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.914 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยด้วย t – test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One – way ANOVA ผลการวิจัยพบว่า 1. พฤติกรรมการสื่อสารในองค์กรของพนักงาน บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด สำนักงานใหญ่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2. พฤติกรรมการสื่อสารในองค์กรของพนักงาน บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด สำนักงานใหญ่ จำแนกตามเพศ สถานภาพ และเงินเดือน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนพฤติกรรมการสื่อสารในองค์กรของพนักงาน บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด สำนักงานใหญ่ จำแนกตามอายุ การศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงานและตำแหน่งงาน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: การสื่อสาร; พฤติกรรม; แบบจำลอง SMCR

บทนำ

การสื่อสารเป็นสิ่งที่มนุษย์ทุกคนต้องใช้ในชีวิตประจำวันและในการทำงานร่วมกันและมีความสำคัญต่อทุกองค์กรเนื่องจากการเชื่อมโยงความคิดเห็นของคนทำงานในระดับต่าง ๆ (Swasburi, 2012) ดังนั้นเพื่อให้การบริหารงานในองค์กรให้เกิดประสิทธิผลและบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนด จำเป็นต้องอาศัยการสื่อสารเป็นกระบวนการที่สำคัญในการบริหารงานและสร้างความร่วมมือของบุคคลในองค์กร (Wongsamut, Kachentaraphan & Lomchawakarn, 2019)

อย่างไรก็ตาม ปัญหาของการสื่อสารในองค์กรมักจะเกิดขึ้นได้เสมอ ในทุกองค์ประกอบของการสื่อสารโดยจะเห็นว่า ตามหลักแบบจำลอง SMCR ซึ่งประกอบด้วย ผู้ส่งสาร ช่องทางการสื่อสาร ข่าวนสาร ผู้รับสาร (Berlo, 1960) สามารถพบปัญหาได้ในทุกองค์ประกอบ ซึ่งอาจเกิดจากองค์ประกอบพื้นฐานในการสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็นบุคลิกภาพของผู้ส่งสาร ข้อมูลข่าวสารที่ไม่ชัดเจนทำให้ยากแก่การเข้าใจและสับสน ข้อมูลข่าวสารที่มากเกินไปภาษาที่ใช้เข้าใจยาก การเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารที่ไม่เหมาะสมระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร และความไม่พร้อมในการรับสารในขณะทำการสื่อสารหรือการขาดประสบการณ์ของผู้รับสาร (Kriangtaweewsup & Nimchit, 2019) รวมถึงรูปแบบกระบวนการและวิธีการของการสื่อสารเอง และมีปัญหาของผู้รับสารและผู้ส่งสารซึ่งมีความแตกต่างกันทั้งระดับการศึกษา เพศ วัย ประสบการณ์ พื้นฐานทางสังคม ประเพณี พื้นฐานทางครอบครัว แม้กระทั่งระบบการบริหารก็สามารถทำให้เกิดปัญหาในการสื่อสารได้เช่นเดียวกัน (Pulputtapong, Dokyam & Wantanakomol, 2016) ดังนั้น ผู้บริหารควรให้ความสำคัญอย่างมากเกี่ยวกับการสื่อสารภายในองค์กร เพราะจะส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานและความพึงพอใจของบุคลากรในองค์กรด้วย

บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด ดำเนินธุรกิจด้านอาหารและเครื่องดื่มมาเป็นเวลายาวนานกว่า 80 ปี มีโครงสร้างองค์กรขนาดใหญ่และบุคลากรในองค์กรจำนวนมาก แต่ด้วยความแตกต่างด้านบุคคล บ่อยครั้งทำให้เกิดปัญหาในการสื่อสารภายในองค์กร เกิดความเข้าใจไม่ตรงกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร มีความไม่เข้าใจในนโยบายและแนวปฏิบัติ หรือข้อมูลข่าวสารเกิดการเบี่ยงเบนในสาระสำคัญ ส่งผลให้การสื่อสารระหว่างสมาชิกขององค์กรขาดประสิทธิภาพและการปฏิบัติงานไม่เป็นไปตามเป้าหมายขององค์กรในที่สุด

ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาว่าพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรของพนักงานกรีนศึกษา บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด สำนักงานใหญ่มีลักษณะเช่นใดและมีองค์ประกอบใดที่เป็นปัญหาและอุปสรรคต่อการสื่อสารซึ่งควรได้รับการแก้ไขและปรับปรุงเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารและการบริหารงานภายในองค์กรต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารในองค์กรของพนักงาน บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด สำนักงานใหญ่
2. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการสื่อสารในองค์กรของพนักงาน บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด สำนักงานใหญ่ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตงานวิจัยไว้ดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากร คือ พนักงาน บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด สำนักงานใหญ่ จำนวน 1,024 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified random sampling) ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 278 คน
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา คือ
 - 2.1 การสื่อสารในองค์กรที่เป็นทางการโดยมีทิศทางทางการไหลของข่าวสาร 4 ทิศทาง ประกอบไปด้วย (1) การสื่อสารแนวดิ่ง (2) การสื่อสารแนวตั้ง (3) การสื่อสารแนวราบ และ (4) การสื่อสารต่างหน่วยและต่างระดับ (Wijitjammaree, 2010)
 - 2.2 องค์ประกอบของการสื่อสารหรือแบบจำลอง SMCR ประกอบไปด้วย (1) แหล่งของสารหรือผู้ส่งสาร (Source or Senders) (2) ข้อมูลข่าวสาร (Message) (3) ช่องทางในการส่งข้อมูลสาร (Channel) และ (4) ผู้รับสาร (Receiver) (Berlo, 1960)
3. ขอบเขตด้านเวลา คือ ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนกรกฎาคม – สิงหาคม พ.ศ. 2564

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดของการสื่อสาร

การสื่อสาร เป็นการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยใช้สื่อหรือช่องทางต่าง ๆ เพื่อวัตถุประสงค์สำคัญคือการบรรลุถึงเป้าหมายที่วางเอาไว้ของผู้ส่งสารและผู้รับสาร เพื่อให้เกิดการรับรู้ หรือเปลี่ยนทัศนคติ หรือเพื่อให้เปลี่ยนพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง รวมถึงการสร้างและรักษาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Chantrapitorn, 2014)

Berlo (1960) เสนอว่าการสื่อสารมีลักษณะเป็นกระบวนการอย่างหนึ่งเช่นเดียวกับการพัฒนาหรือการเปลี่ยนแปลงทางสังคม โดยมีองค์ประกอบพื้นฐานหลัก 4 ประการ หรือแบบจำลอง SMCR ประกอบไปด้วย

(1) แหล่งของสารหรือผู้ส่งสาร (Source or Senders) หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มคนซึ่งเป็นผู้ริเริ่มหรือเป็นจุดเริ่มต้นในการส่งสารไปยังผู้รับสาร ต้องเป็นผู้ที่มีทักษะความชำนาญในการสื่อสาร โดยมีความสามารถในการเข้ารหัส (Encode) เนื้อหาข่าวสาร มีเจตคติที่ดีต่อผู้รับสารเพื่อผลในการสื่อสาร มีความรู้เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารที่จะส่ง และควรจะสามารถในการปรับระดับของข้อมูลให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องระดับความรู้ของผู้รับสาร ตลอดจนพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรมของผู้รับ

(2) ข้อมูลข่าวสาร (Message) หมายถึง ผลผลิตที่เกิดจากการเข้ารหัสของผู้ส่งสาร เพื่อส่งไปยังผู้รับสารและกระตุ้นให้ผู้รับสารเกิดการตอบสนอง โดยมีปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ เนื้อหาของข้อมูลข่าวสาร สัญลักษณ์ และวิธีการส่งข้อมูลข่าวสาร

(3) ช่องทางในการส่งข้อมูลสาร (Channel) หมายถึง พาหนะในการนำข้อมูลข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารโดยผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 หรือเพียงส่วนใดส่วนหนึ่ง คือ การได้ยิน การดู การสัมผัส การลิ้มรส และการได้กลิ่น หรือเครื่องมือหรือตัวกลางที่ข่าวสารสามารถเดินทางจากแหล่งที่กำเนิด อาจเป็นสัญญาณเสียงจากเครื่องขยายเสียง วิทยุ โทรศัพท์ Website หรือ e-mail เป็นต้น

(4) ผู้รับสาร (Receiver) หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ได้รับข้อมูลข่าวสาร ซึ่งส่งมาจากผู้ส่งสารหรืออีกนัยหนึ่งผู้รับสารก็คือจุดหมายปลายทางของข้อมูลข่าวสาร ซึ่งต้องเป็นผู้มีทักษะความชำนาญในการสื่อสาร โดยมีความสามารถในการถอดรหัสสาร (Decode) เป็นผู้ที่มีเจตคติ ระดับความรู้ และพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรม เช่นเดียวหรือคล้ายคลึงกันกับผู้ส่งสารจึงจะทำให้การสื่อความหมายหรือการสื่อสารได้ผลตามที่กำหนดไว้

โดยสรุป แบบจำลอง SMCR แสดงให้เห็นว่าการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์ต่อบุคคลองค์กร และสังคม ต้องประกอบด้วยผู้ส่งสารส่งข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับสาร โดยสามารถเลือกวิธีการต่างๆ ไปยังผู้รับสาร เพื่อให้ได้รับข้อมูลที่ถูกต้องตรงตามจุดประสงค์หรือเป้าหมายที่กำหนดไว้

การสื่อสารในองค์กร

การสื่อสารคือเครื่องมืออย่างหนึ่งของผู้บริหาร ที่จะทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีภายในองค์กร ถ้าผู้บริหารเปิดโอกาสให้บุคลากรทุกระดับมีส่วนร่วมในการบริหาร ถ้าขาดการสื่อสารก็ไม่สามารถที่จะทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพและก่อให้เกิดคุณภาพชีวิตแก่บุคลากรได้ การสื่อสารในองค์กรนั้นเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจะหลีกเลี่ยงได้และเป็นปัจจัยสำคัญยิ่งที่จะเอื้อให้องค์กรประสบความสำเร็จในการบริหารจัดการองค์กร การสื่อสารในองค์กร จึงมีลักษณะเป็นกระบวนการอย่างหนึ่งซึ่งเป็นการผ่านข้อมูลข่าวสารและความเข้าใจเพื่อที่จะให้ผู้ใต้บังคับบัญชาหรือบุคคลอื่นเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมตามที่ต้องการ (Tanchaen, 2019)

การสื่อสารในองค์กรเป็นกิจกรรมที่ทุกคนจะต้องปฏิบัติอยู่เสมอไม่ว่าจะต้องตำแหน่งใดในองค์กร ทั้งนี้การสื่อสารที่เป็นทางการ (Formal Communication) ตามทิศทางการไหลของข่าวสารมีอยู่ 4 ทิศทางด้วยกัน คือ (Wijitjammaree, 2010)

(1) การสื่อสารแนวตั้ง (Downward Communication) เป็นการติดต่อจากผู้บังคับบัญชาไปยังผู้ใต้บังคับบัญชาเป็นลักษณะของการสั่งงาน บอกเป้าหมายวัตถุประสงค์ การมอบหมายงาน การให้ข้อมูลย้อนกลับในการทำงาน (Performance Feedback) ในปัจจุบันการสื่อสารจากบนลงล่างที่ผู้บริหารนิยมใช้มากที่สุดคือ การประชุมงาน การจัดทำ

วารสารภายใน ตลอดจนการสื่อสารเพื่อให้บุคลากรเห็นความสัมพันธ์ว่างานของเขามีความสำคัญและมีผลต่อแผนงานโครงการขององค์กรอย่างไรบ้าง เพื่อจะได้ช่วยกันสร้างสรรค์ผลงานให้สูงขึ้น

(2) การสื่อสารแนวตั้ง (Upward Communication) เป็นการสื่อสารจากบุคลากรไปยังผู้บริหาร เช่น การขอคำแนะนำ การรายงานผลการปฏิบัติงานให้ผู้บริหารได้ทราบ ซึ่งการสื่อสารแบบนี้มักจะสั้นและไม่ค่อยเกิดขึ้น เพราะบุคลากรไม่กล้าพอที่จะติดต่อกับผู้บริหารเพราะกลัวว่าผู้บริหารจะประเมินตนเองว่า ไม่มีความสามารถ ไม่เก่ง หรือกลัวว่าจะได้รับผลในทางลบกลับคืนมา หรือถ้าจะสื่อก็อาจจะสื่อข้อมูลที่เป็นเรื่องดีเพื่อเอาใจผู้บริหาร

ผู้บริหารจึงควรส่งเสริมให้บุคลากรมีการสื่อสารกับผู้บริหารมากขึ้นในรูปแบบต่างๆ เช่น จัดให้มีกล่องรับความคิดเห็น จัดสำรวจทัศนคติของบุคลากรในเรื่องต่างๆ ใช้นโยบายเปิดประตูกว้างให้สามารถเข้าพบผู้บริหารได้สะดวกขึ้น การประชุมนัดพิเศษ และการพูดคุยกันอย่างไม่เป็นทางการ

(3) การสื่อสารแนวราบ (Horizontal Communication) เป็นการสื่อสารในแนวทางเดียวกัน กลุ่มงานเดียวกัน หรือในระดับเดียวกันจะมีความเป็นมิตร เป็นกันเอง จะช่วยให้การประสานงานได้ดีขึ้น ซึ่งช่วยลดเวลาการสื่อสารตามสายงาน และยังเป็นช่องทางในการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ในองค์กรเพราะได้มีโอกาสรับรู้ข่าวสารข้อมูลระหว่างกันทำให้เห็นโอกาสต่างๆ มากขึ้น

(4) การสื่อสารต่างหน่วยงานและต่างระดับ (Diagonal Communication) มักเป็นการสื่อสารข้ามแผนกและข้ามระดับ โดยปกติมักจะเป็นการสื่อสารของฝ่ายให้คำแนะนำ (Staff) กับฝ่ายปฏิบัติการ (Line) เช่น ผู้จัดการฝ่ายบุคคลติดต่อไปยังพนักงานฝ่ายการผลิตเพื่อแจ้งข้อมูลด้านกฎระเบียบที่ประกาศใช้ให้พนักงานได้ทราบ หรือเพื่อการแลกเปลี่ยนความรู้

โดยสรุป การที่จะเลือกใช้กระบวนการสื่อสารอย่างใดให้มีความเหมาะสมกับวัฒนธรรมองค์กรและสามารถเห็นความแตกต่างของบุคลากรโดยเฉพาะองค์กรที่มีบุคลากรจำนวนมากและต่างสาขาวิชาชีพ เนื่องจากการทำงานต้องอาศัยส่วนงานหลายๆ ฝ่าย จึงจำเป็นต้องอาศัยการสื่อสารที่สามารถสื่อให้เข้าใจถึงภารกิจแต่ละด้านได้เป็นอย่างดี และเป็นการช่วยลดทอนปัญหาภายในองค์กร ซึ่งผู้บริหารจะต้องรู้จักบุคคลกรในแต่ละฝ่ายให้มากขึ้น รู้จักสภาพที่แท้จริงขององค์กรเป็นอย่างดี จึงจะเอื้อประโยชน์ให้กับองค์กรได้อย่างสมบูรณ์

จากการทบทวนวรรณกรรมแสดงให้เห็นว่า การสื่อสารในองค์กรถือเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่มีความสำคัญเนื่องจากจะเป็นเครื่องมือที่จะนำบุคลากรในองค์กรไปสู่การรับรู้ เกิดความเข้าใจที่มีความถูกต้องตรงกันของบุคลากรทั้งองค์กร ไม่ว่าจะเป็นการถ่ายทอดนโยบายของผู้บริหารไปยังบุคลากรในองค์กร (Jamchomroon, 2015) การปรับกลยุทธ์การบริหารและการสื่อสารภายในองค์กรที่ดีที่จะช่วยสร้างความเข้าใจในนโยบายของผู้บริหาร เชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรในองค์กร และเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อองค์กรในทางบวก (Sapappong, 2020) ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารในองค์กรของพนักงาน กรณีศึกษา บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด สำนักงานใหญ่ โดยใช้รูปแบบการสื่อสาร กับ แบบจำลอง SMCR

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงาน บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด สำนักงานใหญ่ จำนวน 1.024 คน กำหนดกลุ่มตัวอย่างตามตารางกำหนดขนาดของ เครจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970) สุ่มกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified random sampling) ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 278 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บแบบสอบถามโดยมีการดำเนินการเป็นขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำข้อมูลมาประกอบในการสร้างเครื่องมือสำหรับการวิจัย
2. สร้างแบบสอบถามเพื่อการวิจัย ตามวัตถุประสงค์การวิจัย โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 เป็นปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ตำแหน่งงาน ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับรูปแบบของการสื่อสารของพนักงาน บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด สำนักงานใหญ่ คำถามแบบปลายเปิดและกำหนดข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าตามหลักของ Likert Scale 5 ระดับ
3. นำแบบสอบถามเพื่อการวิจัยไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) และหาความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถาม ได้ค่าระดับความเชื่อมั่นทั้งฉบับ 0.914
4. นำแบบสอบถามเพื่อการวิจัยไปเก็บข้อมูลด้วยตัวเองจำนวน 278 ชุด
5. นำแบบสอบถามเพื่อการวิจัยที่ได้รับกลับมา พร้อมตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูล และบันทึกข้อมูลทั้งหมดเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมคำนวณทางคอมพิวเตอร์

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษามาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ได้แก่ (1) การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นด้วยสถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบไปด้วยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา เงินเดือน ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และตำแหน่งงาน ข้อมูลปัญหาและอุปสรรคด้านการสื่อสาร ได้แก่ ผู้ส่งสาร ตัวข่าวสาร ช่องทางข่าวสาร และผู้รับสาร และข้อมูลที่ประเมินตามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ได้แก่ พฤติกรรมการสื่อสารในองค์กร โดยมีสถิติที่ใช้ประกอบไปด้วย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ (2) การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยด้วย t – test (Independent sample) และการทดสอบ F-test หรือวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – way ANOVA)

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการสื่อสารในองค์กรของพนักงานบริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด สำนักงานใหญ่

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และพฤติกรรมการสื่อสารในองค์กรของพนักงานบริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด สำนักงานใหญ่

ด้านที่	การสื่อสารภายใน	$\bar{x}$	SD	ระดับการปฏิบัติ
1	การสื่อสารแนวดิ่ง	3.63	.451	มาก
2	การสื่อสารแนวนิ่ง	3.60	.656	มาก
3	การสื่อสารแนวราบ	3.73	.613	มาก
4	การสื่อสารต่างหน่วยงานและต่างระดับ	3.67	.516	มาก
	ค่าเฉลี่ยรวม	3.66	.417	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า พฤติกรรมการสื่อสารในองค์กรของพนักงานบริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด สำนักงานใหญ่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.66$, $SD = .417$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมากทั้ง 4 ด้าน

โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ด้านการสื่อสารแนวราบ ($\bar{X}$ = 3.73, SD = .613) รองลงมา คือ ด้านการสื่อสารต่างหน่วยงานและต่างระดับ ($\bar{X}$ = 3.67, SD = .516) ด้านการสื่อสารแนวตั้ง ($\bar{X}$ = 3.63, SD = .451) และด้านการสื่อสารแนวตั้ง ($\bar{X}$ = 3.60, SD = .656) ตามลำดับ

2. ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการสื่อสารในองค์กรของพนักงานบริษัท บุคลากรบรวิเวอรี่ จำกัด สำนักงานใหญ่ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการสื่อสารในองค์กรของพนักงานบริษัท บุคลากรบรวิเวอรี่ จำกัด สำนักงานใหญ่ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

	การสื่อสารภายในองค์กร				
	แนวตั้ง	แนวตั้ง	แนวราบ	ต่างหน่วยงาน	ภาพรวม
เพศ	0.447	0.253	0.025	0.039	0.629
อายุ	0.017*	0.018*	0.462	0.835	0.170
สถานภาพ	0.354	0.066	0.135	0.148	0.102
ระดับการศึกษา	0.033*	0.196	0.036*	0.158	0.013*
เงินเดือน	0.210	0.385	0.494	0.472	0.784
ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน	0.000*	0.535	0.000*	0.037*	0.032*
ตำแหน่งงาน	0.529	9.787	0.011*	0.014*	0.036*

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการสื่อสารในองค์กรของพนักงานบริษัท บุคลากรบรวิเวอรี่ จำกัด สำนักงานใหญ่ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

2.1 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมกรรมการสื่อสารในองค์กรของพนักงานบริษัท บุคลากรบรวิเวอรี่ จำกัด สำนักงานใหญ่ จำแนกตามเพศ สถานภาพ และเงินเดือน พบว่า พฤติกรรมการสื่อสารในองค์กรของพนักงานบริษัท บุคลากรบรวิเวอรี่ จำกัด สำนักงานใหญ่ ทั้งในภาพรวมและรายด้าน แตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

2.2 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมกรรมการสื่อสารในองค์กรของพนักงานบริษัท บุคลากรบรวิเวอรี่ จำกัด สำนักงานใหญ่ จำแนกตามอายุ พบว่า พฤติกรรมการสื่อสารในองค์กรของพนักงานบริษัท บุคลากรบรวิเวอรี่ จำกัด สำนักงานใหญ่ ในภาพรวม แตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการสื่อสารแนวตั้ง และด้านการสื่อสารแนวตั้ง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.3 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมกรรมการสื่อสารในองค์กรของพนักงานบริษัท บุคลากรบรวิเวอรี่ จำกัด สำนักงานใหญ่ จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า พฤติกรรมการสื่อสารในองค์กรของพนักงานบริษัท บุคลากรบรวิเวอรี่ จำกัด สำนักงานใหญ่ ในภาพรวม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการสื่อสารแนวตั้ง และด้านการสื่อสารแนวราบ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.4 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการสื่อสารในองค์กรของพนักงานบริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด สำนักงานใหญ่ จำแนกตามระยะเวลาในการปฏิบัติงาน พบว่า พฤติกรรมการสื่อสารในองค์กรของพนักงานบริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด สำนักงานใหญ่ ในภาพรวม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการสื่อสารแนวดิ่ง ด้านการสื่อสารแนวราบ และด้านการสื่อสารต่างหน่วยงานและต่างระดับ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.5 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการสื่อสารในองค์กรของพนักงานบริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด สำนักงานใหญ่ จำแนกตามตำแหน่งงาน พบว่า พฤติกรรมการสื่อสารในองค์กรของพนักงานบริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด สำนักงานใหญ่ ในภาพรวม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการสื่อสารแนวราบ และด้านการสื่อสารต่างหน่วยงานและต่างระดับ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ผลการศึกษาปัจจัยที่เป็นปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารของพนักงานบริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด สำนักงานใหญ่

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และปัจจัยที่เป็นปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารของพนักงานบริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด สำนักงานใหญ่

ด้านที่	องค์ประกอบการสื่อสาร	$\bar{x}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1	ผู้ส่งข่าวสาร	3.13	.559	ปานกลาง
2	ตัวข่าวสาร	3.38	.381	ปานกลาง
3	ช่องทางข่าวสาร	2.64	.377	ปานกลาง
4	ผู้รับข่าวสาร	2.97	.352	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม		3.03	.342	ปานกลาง

จากตารางที่ 3 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่เป็นปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารของพนักงานบริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด สำนักงานใหญ่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.03$, $SD = .342$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับปานกลางทั้ง 4 ด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ด้านตัวข่าวสาร ($\bar{x} = 3.38$, $SD = .381$) รองลงมา คือ ด้านผู้ส่งข่าวสาร ($\bar{x} = 3.13$, $SD = .559$) ด้านผู้รับข่าวสาร ($\bar{x} = 2.97$, $SD = .352$) และด้านช่องทางข่าวสาร ($\bar{x} = 2.64$, $SD = .377$) ตามลำดับ

อภิปรายผล

1. จากผลการศึกษาที่พบว่าพฤติกรรมการสื่อสารในองค์กรของพนักงานบริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด พบว่า พฤติกรรมการสื่อสารในองค์กรของพนักงานบริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด อยู่ในระดับมากทั้งหมด เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ การสื่อสารแนวราบ การสื่อสารต่างหน่วยงานและต่างระดับ การสื่อสารแนวดิ่ง และการสื่อสารแนวตั้ง ตามลำดับ สอดคล้องกับ Panangkaew (2019) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรของนักธุรกิจบริษัท แด็กชิน (ประเทศไทย) จำกัด พบว่า รูปแบบพฤติกรรมการสื่อสารของนักธุรกิจบริษัท แด็ก

กชิน (ประเทศไทย) จำกัด อยู่ในระดับปฏิบัติมากทุกด้าน เรียงลำดับ ได้แก่ ด้านการสื่อสารแบบแนวนอน ด้านการสื่อสารแบบล่างขึ้นบน และด้านการสื่อสารแบบบนลงล่าง ทั้งนี้ที่ผลการศึกษาเป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะพนักงานมองว่าการสื่อสารทุกรูปแบบล้วนมีความสำคัญ เช่น การสื่อสารแบบแนวราบ ทำให้พนักงานได้แลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างพนักงานที่ทำงานในหน่วยงานเดียวกัน มีผู้บังคับบัญชาคนเดียวกัน และมีหน้าที่การงานในลักษณะเดียวกันทำให้บุคคลากรรู้สึกมีความใกล้ชิดกัน รับฟังความคิดเห็น ให้ความร่วมมือในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี เมื่อมีปัญหาเรื่องงานก็จะปรึกษาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อหาแนวทางแก้ไขปัญหาร่วมกัน และการสื่อสารแบบข้ามสายงาน ทำให้บุคคลากรที่อยู่ต่างสายงานกันสามารถสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการทำงานจากเพื่อนร่วมงานหรือบุคคลอื่นที่อยู่ต่างหน่วยงานได้ สอดคล้องกับ Sirirat (2015) ที่ได้ศึกษาปัญหาการสื่อสารของบุคลากรในองค์กร: กรณีศึกษา สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ พบว่า บุคลากรสำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มีปัญหาการสื่อสารโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งผลการศึกษาเป็นแบบนี้ อาจเป็นเพราะองค์ประกอบของการสื่อสารด้านตัวข่าวสารมีความละเอียดเข้าใจง่าย ข้อความครบถ้วนสมบูรณ์ไม่มีความผิดพลาดในเรื่องการพิมพ์ ไม่มีความบิดเบือนของข่าวสารสามารถเชื่อถือได้ ด้านผู้ส่งข่าวสารสามารถส่งข่าวสารได้ครอบคลุม ชัดเจน วิธีการสื่อสารเหมาะสม ทำให้พนักงานเมื่อรับสารแล้วสามารถตีความและเข้าใจได้ง่าย ด้านผู้รับข่าวสาร พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในข่าวสารนั้นและสามารถโต้ตอบข่าวสารหรือข้อมูลที่ได้รับได้อย่างถูกต้อง ด้านช่องทางข่าวสาร มีอุปกรณ์ที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการสื่อสารมีครบถ้วนและมีประสิทธิภาพทำให้การสื่อสารไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารด้วยลายลักษณ์อักษรหรือการสื่อสารด้วยวาจาไม่มีอุปสรรคใดๆ

2. จากผลการศึกษาพบว่าเพศ สถานภาพ และเงินเดือน แตกต่างกัน พฤติกรรมการสื่อสารในองค์กรของพนักงานบริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด สำนักงานใหญ่ไม่แตกต่างกัน และพบว่าตามอายุ การศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และตำแหน่งงาน แตกต่างกัน พฤติกรรมการสื่อสารในองค์กรของพนักงานบริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด สำนักงานใหญ่ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับ Mangkornsaksit (2013) ที่ได้ศึกษาความคิดเห็นของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กร: กรณีศึกษาโรงพยาบาลนนทเวช พบว่า ความคิดเห็นของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กรของโรงพยาบาลนนทเวช จำแนกตามเพศ อายุ และระดับการศึกษา แตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แต่พบความแตกต่างกันเมื่อจำแนกตามอายุงาน และฝ่ายงานที่สังกัด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งผลการศึกษาเป็นแบบนี้ อาจเป็นเพราะพนักงานมีโอกาสที่จะรับรู้ข่าวสารจากช่องทางการสื่อสารภายในองค์กรอย่างเท่าเทียมกันจึงทำให้มีพฤติกรรมการสื่อสารในองค์กรไม่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตามพนักงานที่มีประสบการณ์หรือมีตำแหน่งงานที่ไม่เหมือนกันก็จะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะการสื่อสารข้ามสายงานที่ต้องอาศัยความรู้จักหรือความใกล้ชิดกันมาอย่างยาวนานภายในองค์กร

สรุปผล

พฤติกรรมการสื่อสารในองค์กรของพนักงาน กรณีศึกษา บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด สำนักงานใหญ่ อยู่ในระดับมากทั้งในรูปแบบของการสื่อสารแนวราบ การสื่อสารข้ามสายงาน การสื่อสารแบบบนลงล่าง การสื่อสารแบบล่างขึ้นบน โดย พนักงานที่มีเพศ สถานภาพ และเงินเดือน แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการสื่อสารในองค์กรคล้ายกัน ในขณะที่พนักงานที่มี อายุ การศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และตำแหน่งงาน แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการสื่อสารในองค์กรที่แตกต่างกันไปตามทิศทางของการสื่อสารในองค์กร

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้เป็นประโยชน์

1. ด้านการสื่อสารแนวดิ่ง ควรสร้างความใกล้ชิดระหว่างผู้บริหารและบุคลากร ลดขั้นตอนการสื่อสารที่ไม่จำเป็นและยุ่งยาก และผู้บริหารควรให้คำแนะนำปรึกษากับบุคลากรในเรื่องงานอยู่เสมอ
2. ด้านการสื่อสารแนวดิ่ง ควรเปิดโอกาสให้บุคลากรระดับล่างมีโอกาสได้เข้าพบ ร่วมแสดงความคิดเห็น ตัดสินใจได้บ้างในเรื่องต่าง ๆ และเป็นผู้ที่คอยช่วยเหลือให้คำแนะนำ ปรึกษาในเรื่องงานได้ตลอดเวลา
3. ด้านการสื่อสารแนวราบ ในหน่วยงานควรมีการประชุมปรึกษาหารือกันในเรื่องงานเป็นกลุ่มเล็ก ๆ อย่างเป็นกันเองมากขึ้น
4. ด้านการสื่อสารต่างหน่วยงานและต่างระดับ ควรมีการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานอื่นๆอย่างเป็นประจำสม่ำเสมอ คอยติดตามข่าวสารและแลกเปลี่ยนข้อมูลเพื่อความสำเร็จของงานในหน่วยงาน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษานี้มุ่งศึกษาเฉพาะพนักงานในบริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด สำนักงานใหญ่เท่านั้น ดังนั้นควรศึกษาในเรื่องนี้กับพนักงานบริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด ที่อยู่สาขาอื่น ๆ เพื่อดูว่าพนักงานในสาขาอื่น ๆ มีพฤติกรรมในการสื่อสารภายในองค์กรอย่างไร
2. ควรศึกษาปัญหาและอุปสรรคและวิธีการที่จะทำให้การสื่อสารประสบความสำเร็จ

องค์ความรู้ใหม่

จากการวิจัยในครั้งนี้ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการสื่อสารในองค์กรของพนักงาน กรณีศึกษาบริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด สำนักงานใหญ่ โดยพบว่าพนักงานที่มีอายุ การศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และตำแหน่งงานแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการสื่อสารในองค์กรแตกต่างกัน ซึ่งสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการปรับกลยุทธ์ในการบริหารองค์กรและรูปแบบในการสื่อสารในองค์กร เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อองค์กรในทางบวก

References

- Berlo, D. K. (1960). *The Process of Communication; An Introduction to Theory and Practice*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Chantrapirom, T. (2014). Effective Communications during the Millennium. *Journal of Rattana Bundit University*, 9(1), 89–99.
- Jamchomroon, B. (2015). *Communication Climate in Workplace, Communication Process, and Social Media Affecting Communication Efficiency of Private Company's Employees in Bangkok*(Master of Business Administration). Bangkok University.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607–610.

- Kriangtaweewsup, P., & Nimchit, S. (2019). Communication's Pattern Relating Work Efficiency within Organization: A Case Study of Public Debt Management Office. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*. 11(3), 3374–3394.
- Mangkornsaksit, C. (2013). *The Official's Opinions towards Communication in Organization: A Case Study of Nontavej Hospital*(Master of Business Administration). Dhurakij Pundit University.
- Panangkaew, K. (2019). The Study of Organizational Communication Behavior in Daxin Company (Thailand) Limited. *Journal of Suvarnabhumi Institute of Technology (Humanities and Social Sciences)*, 5(2), 281–297.
- Pulputtpong, N., Dokyam, P., & Wantanakomol, S. (2016). The Study of Internal Communication Behavior in Industrial Organizations. *Journal of Humanities and Social Sciences, Rajaprak University*, 2(1), 24–35.
- Sapappong, O. (2020). Internal Organization Communication Affecting the Efficiency of Academics' Performance of Southeast Asia University. *Rajamangala University of Technology Tawan-ok Social Science Journal*, 9(2), 119–127.
- Sirirat, C. (2015). *Problems of Communication among Staff at Central Library, Srinakharinwirot University*. Bangkok: Srinakharinwirot University.
- Srisa-ard, B. (2017). *Basic Research*. Bangkok: Suweeriyasan.
- Swasburi, O. (2012). *Behavior and Communication in Organization*. Bangkok: Chula Press.
- Tancharoen, B. (2019). The Internal Corporate Communication Strategy for Small and Medium-Sized Corporate. *Lumpang Rajabhat University Journal*, 8(1), 192–205.
- Wijitjammaree, N. (2010). *Communication in Organization*. Bangkok: KU-Press.
- Wongsamut, P., Kachentaraphan, P., & Lomchawakarn, P. (2019). Organizational Communication of the Software Industry Promotion Agency (Public Organization). *Pathumthani University Academic Journal*, 11(2), 314–324.