



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

บริษัทการบินไทยจำกัด (มหาชน) ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม 2503 เพื่อประกอบธุรกิจการบินระหว่างประเทศ โดยเป็นการรวมทุนกันระหว่างบริษัทเดินอากาศไทยจำกัด และ บริษัท Scandinavian Airlines System (SAS) โดยบริษัทเดินอากาศไทย จำกัด ถือหุ้นร้อยละ 70 บริษัท SAS ถือหุ้นร้อยละ 30 ทุนจดทะเบียนครั้งแรก 2 ล้านบาท เพิ่มทุนจดทะเบียนเป็น 40 ล้านบาทเมื่อเดือนพฤศจิกายน 2505 และ 100 ล้านบาทเมื่อเดือนตุลาคม 2512 ในวันที่ 1 เมษายน 2531 บริษัทการบินไทยได้รวมกิจการกับบริษัทเดินอากาศไทยจำกัดตามมติของคณะรัฐมนตรี ทำให้บริษัทการบินไทยได้ขยายธุรกิจครอบคลุมเส้นทางการบินภายในประเทศด้วย และเมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2537 บริษัทฯ ได้จดทะเบียนแปรสภาพนิติบุคคลตามกฎหมายมาเป็นบริษัทมหาชน

เมื่อสิ้นสุดปีงบประมาณ 2539 (1 ตุลาคม 2537 - 30 กันยายน 2538) บริษัทฯ มีรายได้จากการดำเนินงาน 72,798 ล้านบาท กำไรสุทธิ 3,235 ล้านบาท มีเส้นทางการบินไปยัง 73 เมือง ใน 34 ประเทศ รายได้จากการดำเนินงานนั้นเกิดจากรายได้จากการให้บริการขนส่งเป็นหลัก คิดเป็น 84 เปอร์เซ็นต์ ของรายได้ทั้งหมด

สำหรับในส่วนการดำเนินงานของฝ่ายสินค้าและไปรษณีย์ภัณฑ์นั้น แต่เดิมจัดว่าเป็นกิจการที่เป็นผลพลอยได้ (By - product) จากการดำเนินธุรกิจขนส่งผู้โดยสาร จนกระทั่งปี พ.ศ. 2513 บริษัทฯ จึงได้หันมาสนใจดำเนินกิจการขนส่งสินค้าทางอากาศมากขึ้น โดยได้เปิดใช้คลังสินค้าขึ้นที่ท่าอากาศยานกรุงเทพฯ โดยในชั้นแรกได้ใช้พื้นที่ของโรงซ่อมเครื่องบินเป็นคลังสินค้า ต่อมาปริมาณการขนส่งสินค้าทางอากาศได้เพิ่มมากขึ้น จนคลังสินค้าแห่งนี้ไม่สามารถรองรับปริมาณสินค้าที่ขนส่งได้ ดังนั้น ในปีพ.ศ. 2528 บริษัทฯ ได้เปิดคลังสินค้าแห่งใหม่ขึ้นที่บริเวณคลังสินค้าท่าอากาศยานกรุงเทพฯ โดยเช่าพื้นที่จากการท่าอากาศยานแห่งประเทศไทย ซึ่งคลังสินค้าแห่งใหม่นี้มีพื้นที่ถึง 57,000 ตารางเมตร คิดเป็นร้อยละ 60 ของพื้นที่คลังสินค้าทั้งหมด และในขณะนั้นได้คาดการณ์ว่าจะสามารถรองรับการขนส่งสินค้าทางอากาศได้จนถึง ปี พ.ศ. 2543

ในปีงบประมาณ 2539 บริษัทฯ ได้ให้บริการขนส่งสินค้า พัสดุ และไปรษณียภัณฑ์ ทางอากาศ โดยใช้เครื่องบินของบริษัทฯเอง คิดเป็นน้ำหนักถึง 189,138 ตัน และมีรายได้จากการขนส่งสินค้าทางอากาศสูงถึง 10,430 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 14.3 ของรายได้รวมของบริษัทฯ และคิดเป็นร้อยละ 17 ของรายได้จากการขนส่งของบริษัทฯ ทั้งหมด สำหรับการให้บริการด้านคลังสินค้าที่ทำอากาศยานกรุงเทพฯแก่สายการบินไทยเอง และสายการบินลูกค้าอีก 60 สายการบิน มีปริมาณสูงถึง 419,000 ตัน คิดเป็นร้อยละ 80 ของปริมาณสินค้าทั้งหมดที่ทำอากาศยานกรุงเทพฯ

การให้บริการขนส่งสินค้าพัสดุและไปรษณียภัณฑ์ นับเป็นหนึ่งในกิจการของบริษัทฯที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว คิดเป็นร้อยละ 15 ต่อปี และปริมาณของสินค้าที่มีการขนส่งที่ทำอากาศยานกรุงเทพฯได้เพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 12 ต่อปี แม้ว่าในสถานะที่เศรษฐกิจของโลกตกต่ำลง แต่ความต้องการในการขนส่งสินค้าทางอากาศไม่ได้ลดลงเลยจากปริมาณการขยายตัวอย่างรวดเร็วนี้ ทำให้คลังสินค้าที่มีอยู่ในปัจจุบันไม่สามารถรองรับการขยายตัวได้ทัน ดังนั้นบริษัทฯจึงได้ทำโครงการขยายพื้นที่คลังสินค้าเพิ่มขึ้น โดยการก่อสร้างในช่วงแรกได้เสร็จสิ้นลงเมื่อปลายปี 2537 ซึ่ง การขยายพื้นที่ในช่วงแรกทำให้มีพื้นที่สำหรับให้บริการขนส่งสินค้าเพิ่มขึ้นอีก 7,000 ตารางเมตร และในช่วงที่ 2 อีก 20,000 ตารางเมตร ซึ่งเมื่อแล้วเสร็จจะสามารถรองรับการขนส่งสินค้าได้ถึง 650,000 ตัน หรือถึงปี พ.ศ. 2542

ธุรกิจหลักที่อยู่ในความดูแลรับผิดชอบของ ฝ่ายสินค้าและไปรษณียภัณฑ์ สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน คือ การขนส่งสินค้าและไปรษณียภัณฑ์ทางอากาศ โดยการขายระวางบรรทุกสินค้าระหว่างเมืองต่างๆที่บริษัทฯทำการบิน และการขายระวางบรรทุกสินค้าโดยร่วมมือกับสายการบินพันธมิตร อีกส่วนคือ การให้บริการจัดการสินค้าส่งออก (Export) สินค้านำเข้า (Import) และสินค้าผ่านแดน (Transit) ที่ทำอากาศยานกรุงเทพฯ การบริการประกอบด้วย การตรวจรับสินค้า การขนถ่ายสินค้า การจัดเก็บสินค้า และการจัดเตรียมสินค้าขึ้นเครื่องให้แก่สายการบินต่างๆที่ใช้ทำอากาศยานกรุงเทพฯเป็นศูนย์กลางการขนส่งสินค้าต่อไปยังประเทศต่างๆทั่วโลก สินค้าที่ใช้บริการการขนส่งทางอากาศส่วนใหญ่ ได้แก่ สินค้าที่ต้องการความรวดเร็ว เช่น สินค้าที่เน่าเสียง่าย สินค้าที่มีอายุสั้น เช่น หนังสือพิมพ์ สินค้าที่มีฤดูกาล เช่น เสื้อผ้าแฟชั่น ฯลฯ สินค้าที่เป็นสิ่งมีชีวิต สินค้าที่มีมูลค่าสูง สินค้าที่แตกหักเสียหายได้ง่ายจึง ต้องการการดูแล

อย่างใกล้ชิด เช่น เครื่องแก้ว เป็นต้น สินค้าขาออก ส่วนใหญ่จะเป็นผลิตผลทางการเกษตร เช่น ผัก ผลไม้ ดอกไม้ อาหารสด ฯลฯ เครื่อง นุ่งห่ม และสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนสินค้าขาเข้า เช่น เครื่องจักร ชิ้นส่วนอุปกรณ์ อาหารและเครื่องคั้มจากต่างประเทศ เป็นต้น

รายได้แต่ละปีในส่วนของบริการจัดเก็บสินค้ามีมูลค่า 500 ล้านบาทโดยประมาณ โดยที่รายได้ส่วนใหญ่มาจากการให้บริการจัดเก็บสินค้านำเข้า รายได้รองลงมาคือ รายได้จากบริการสายการบินต่างๆ แนวโน้มของรายได้นี้จะเพิ่มสูงขึ้นตามปริมาณสินค้าที่ให้บริการ

ในปัจจุบันฝ่ายสินค้าและไปรษณีย์ภัณฑ์มีพนักงานกว่า 1,000 คน ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 5 ของพนักงานทั้งหมดของบริษัทฯ โดยพนักงานส่วนใหญ่จะปฏิบัติหน้าที่เกี่ยวกับการให้บริการจัดการสินค้า อยู่ที่ท่าอากาศยานกรุงเทพฯ และการปฏิบัติงานของพนักงานส่วนใหญ่จะทำงานเป็นผลัด ผลัดละ 8 ชั่วโมง และเนื่องจากลักษณะงานที่ปฏิบัติต้องใช้แรงงาน บริษัทฯจึงรับพนักงานที่มีพื้นฐานความรู้ขั้นต่ำระดับมัธยมศึกษาปีที่ 3 เพื่อมาปฏิบัติงานดังกล่าวในตำแหน่ง Porter และรับพนักงานที่มีพื้นฐานความรู้ขั้นต่ำระดับปริญญาตรีมาปฏิบัติงานในตำแหน่ง Cargo Officer เพื่อควบคุมการปฏิบัติงานของ Porter อีกชั้นหนึ่ง

จากการที่บริษัทการบินไทยเป็นองค์กรที่มีขนาดใหญ่ มีพนักงานกว่า 21,000 คน มีโครงสร้างขององค์กรที่ สลับซับซ้อน มีสายงานการบังคับบัญชาหลายชั้น และพนักงานกระจายกันปฏิบัติหน้าที่อยู่ตามสถานที่ต่างๆตามลักษณะงานซึ่งมีความแตกต่างกันอย่างมาก ทำให้การสื่อสารที่เป็นทางการทั้งจากผู้บริหารระดับสูงของบริษัทฯ และผู้บริหารของฝ่ายฯ มาถึงพนักงานนั้น กระทำได้ยากมาก ผู้บริหารของบริษัทฯเช่นเดียวกับผู้บริหารองค์กรใหญ่ๆทั้งหลายจึงได้ ใช้สื่อสิ่งพิมพ์เป็นเครื่องมือหลักในการสื่อสารกับพนักงาน ซึ่งสื่อสิ่งพิมพ์ที่นำมาใช้ในการสื่อสารภายในนั้น จะเป็นสื่อกลางในการกระจายข่าวสารต่างๆที่เกี่ยวข้องกับบริษัทฯให้พนักงานได้ทราบ แม้ว่าในปัจจุบันสื่อที่นำเสนองานได้ทั้งภาพและเสียง (Audio-visual media) จะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น แต่สื่อสิ่งพิมพ์ก็ยังคงเป็นสื่อที่องค์กรนิยมใช้เพื่อให้เข้าถึงพนักงานมากที่สุด

ในปัจจุบันสื่อสิ่งพิมพ์ที่บริษัทฯ จัดทำขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ ในการเผยแพร่ข่าวสาร ขององค์กร มีดังนี้

1. วารสารรักคุณเท่าฟ้า เป็นวารสารภาษาไทย ราย 2 เดือน ซึ่งจัดทำขึ้นเพื่อเสริม สร้างความสัมพันธ์ในหมู่พนักงาน ให้ความรู้แก่พนักงาน เป็นสื่อกลางให้พนักงานได้ แสดงความคิดเห็น เพื่อความบันเทิง

2. TG Update เป็นข่าวสารเผยแพร่ที่บริษัทฯ จัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่ข่าวสารจาก ฝ่ายบริหารถึงพนักงาน ทั้งนี้เพื่อให้พนักงานได้รับข่าวสารที่ถูกต้อง และเพื่อป้องกันความ สับสนของพนักงานที่อาจเกิดขึ้นจากการ ได้รับข่าวสารที่ไม่ถูกต้องจากแหล่งสารภายนอก โดยปรกติจะมีเนื้อหาไม่เกิน 1 แผ่น และไม่มีกำหนดเวลาออกที่แน่นอน

3. ประกาศและคำสั่งของบริษัทฯ
4. Bulletin ของหน่วยงานต่างๆ
5. บอร์ดหรือป้ายประกาศตามจุดต่างๆ

ถึงแม้ว่าบริษัทฯ จะจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ภายในหลายชนิดขึ้นเพื่อเผยแพร่ให้กับ พนักงาน แต่ปัญหาที่พนักงานในหน่วยงานต่างๆ ประสบ คือ การที่พนักงานมีความรู้สึก ว่าสื่อเหล่านั้นไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของพนักงานได้ นอกจากนี้ปัญหา เรื่อง ความล่าช้าในการสื่อสาร ทำให้พนักงานต้องพึ่งพาข่าวสารจากสื่อภายนอกบริษัท แทน เช่น จากหนังสือพิมพ์ และมีบ่อยครั้ง ที่พนักงานได้รับทราบแผนการดำเนินการ ใหม่ของบริษัทฯ หรือการตัดสินใจของผู้บริหารในเรื่องสำคัญๆ จากทางหน้าหนังสือพิมพ์ ก่อน แล้วจึงได้รับข้อมูลจากสื่อสิ่งพิมพ์ภายในของบริษัทฯ ใน ภายหลัง ซึ่งความล่าช้าใน การสื่อสารนี้ ได้มีผู้ทำการศึกษาไว้ว่า เกิดจากการที่ผู้บริหารไม่ได้ให้ความสนใจในการ สื่อสารภายในองค์กร ทำให้หน้าที่การสื่อสารข้อมูลขององค์กรตกไปอยู่ในมือของบุคคล ภายนอก ยิ่งในกรณีที่องค์กรกำลังประสบปัญหา ถ้าพนักงานได้รับข่าวสารข้อมูลจาก บริษัทฯ ซ้ำกว่าได้รับจากบุคคลภายนอก พนักงานจะขาดขวัญกำลังใจ และเกิดความ แคลงใจในผู้บริหาร (Marston, 1979 : 46)

นอกจากนี้ พนักงานยังรับข่าวสารจากแหล่งสารที่ไม่เป็นทางการ เพื่อทดแทน ข่าวสารที่ไม่ได้รับทราบจากผู้บริหาร ซึ่งผลเสียก็คือ เกิดข่าวลือต่างๆ ที่มีผลกระทบ ต่อ

ขวัญกำลังใจของพนักงาน และส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ของพนักงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญๆภายในบริษัทฯ เช่น การโยกย้ายผู้บริหารระดับสูง หรือเรื่องเกี่ยวกับวิกฤติการณ์ที่บริษัทกำลังเผชิญ

สำหรับฝ่ายสินค้าและไปรษณีย์ภัณฑ์ นั้น ถึงจะเป็นเพียงหน่วยงานหนึ่งในบริษัทการบินไทย แต่ก็ มีพนักงานมากถึง 1000 กว่าคน และมีโครงสร้างภายในที่เป็นเอกเทศ พนักงานกระจายกันปฏิบัติงาน อยู่ภายในพื้นที่กว่า 1 ตารางกิโลเมตร ของท่าอากาศยาน กรุงเทพฯ และปฏิบัติหน้าที่แตกต่างไปจากหน่วยงานอื่นๆโดยสิ้นเชิง จะเห็นได้ว่า ฝ่ายสินค้าและไปรษณีย์ภัณฑ์ เป็นเสมือนองค์กรองค์การหนึ่งเลยทีเดียว ดังนั้น ปัญหาในการสื่อสารภายในของฝ่ายสินค้าและไปรษณีย์ภัณฑ์ จึงค่อนข้างซับซ้อน เพราะนอกจากจะประสบปัญหาในการสื่อสารกับผู้บริหารแล้ว ยังต้องเผชิญกับปัญหาการสื่อสารภายในฝ่ายเองด้วย ที่เป็นเช่นนี้เพราะที่ตั้งของ หน่วยงานภายในของฝ่ายนั้นอยู่ไกลกัน และพนักงานเองต้องผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนกันปฏิบัติงานไปในจุดต่างๆของคลังสินค้า จึงทำให้การสื่อสารกับพนักงานทำได้ยากขึ้น

ยิ่งไปกว่านั้นจากลักษณะของงานที่เป็นงานใช้แรงงาน พนักงานมีการศึกษาไม่สูง ทำให้พนักงานในหน่วยงานอื่น เห็นว่าพนักงาน ของฝ่ายคือดีกว่า ประกอบกับการที่ผู้บริหารยังเห็นว่า รายได้ของฝ่ายสินค้าและไปรษณีย์ภัณฑ์ เป็นผลพลอยได้จากการขนส่งผู้โดยสารอยู่ ซึ่งเห็นได้จาก ไม่มีการจัดโครงสร้างของฝ่ายเข้าในโครงสร้างหลักของบริษัท และการมอบหมายให้ผู้บริหารระดับสูงมาควบคุมดูแลการดำเนินการของฝ่ายก็ไม่ชัดเจน และการสื่อสารจากผู้บริหารไปยังหน่วยงานอื่นที่ว่าล่าช้าแล้วนั้น การสื่อสารมายังพนักงานของฝ่ายยังช้ากว่าหน่วยงานอื่นอีก 2-3 เท่า สิ่งเหล่านี้ล้วนทำให้พนักงานในฝ่ายมีความรู้สึกคือดีกว่าพนักงานหน่วยอื่นๆ และขาดขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงาน

สำหรับองค์กรที่มีหน่วยงานซึ่งมีความแตกต่างกันเป็นจำนวนมากนั้น ควรจะมีวิธีการสื่อสารที่เฉพาะเจาะจงกับหน่วยงานแต่ละกลุ่ม (Varilla อ้างถึงใน Lesty, 1983 : 179) ซึ่งอาจอยู่ในรูปสื่อสิ่งพิมพ์ที่จัดทำขึ้นเพื่อหน่วยงาน โดยเฉพาะก็ได้ ซึ่งวิธีการนี้ จะทำให้พนักงานได้รับข่าวสารที่สอดคล้องกับความต้องการของตน และอาจจะเป็นวิธีการสื่อสารภายในที่เหมาะสมกับฝ่ายสินค้าและไปรษณีย์ภัณฑ์ ก็เป็น ได้

การเผยแพร่ข่าวสารต่างๆให้พนักงานได้รับทราบอย่างทั่วถึง มีความสำคัญต่อ การสร้างสัมพันธภาพและความเข้าใจ อันดีระหว่างพนักงานกับองค์กรอย่างยิ่ง และช่วย เสริมสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงาน อันจะนำไปสู่การดำเนินงานอย่างมี ประสิทธิภาพ ช่วยเพิ่มผลผลิต และทำให้องค์กรสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ในการ ดำเนินการได้ในที่สุด ในการเผยแพร่ข่าวสารนั้นผู้บริหารต้องให้ความสนใจในเนื้อหา ของสาร ซึ่งควรจะจัดทำขึ้นอย่างชัดเจน เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน ข่าวสารที่มี เนื้อหากำกวม อาจทำให้เกิดความเข้าใจที่ผิดขึ้นได้ นอกจากนี้เนื้อหาของสารแล้ว ปริมาณ ของข่าวสารและความรวดเร็วในการสื่อสารก็เป็นเรื่องที่ผู้บริหารต้องให้ความสนใจ เพราะทั้งสองประการนี้เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การสื่อสารไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้

การเลือกใช้สื่อเพื่อติดต่อกับพนักงานก็มีความสำคัญ ในบางครั้งสื่อที่มีอยู่อาจไม่ เพียงพอหรือไม่เหมาะสมก็ได้ ปัญหาการสื่อสารในองค์กรที่ขาดประสิทธิภาพอาจเป็น เพราะผู้บริหารมีความมั่นใจว่าองค์กรของคนมีสื่ออย่างเพียงพอ และมีประสิทธิภาพ แต่ ในความเป็นจริงแล้วความเหมาะสมและความเพียงพอของสื่อควรกำหนดโดยพนักงานที่ เป็นผู้รับสาร

ด้วยเหตุผลเหล่านี้ ผู้วิจัยจึงมีความคิดที่จะทำการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าว สารจากสื่อสิ่งพิมพ์ภายในที่บริษัทฯได้จัดทำขึ้น ตลอดจนศึกษาความพึงพอใจในการ สื่อสารของพนักงานฝ่ายสินค้าและไปรษณีย์ภัณฑ์ ทั้งนี้เพื่อจะได้เป็นข้อมูลสำหรับผู้ บริหารในการปรับปรุงหรือเพิ่มเติมสื่อที่ใช้ในการสื่อสารภายในให้เหมาะสมกับพนักงาน เพื่อให้การใช้สื่อต่างๆนั้นมีประสิทธิภาพสูงสุด และป้องกันการขาดการติดต่อระหว่างผู้ บริหารกับพนักงาน อันอาจนำมาซึ่งการขาดความร่วมมือในการปฏิบัติงาน และขาด ความเข้าใจอันดีระหว่างผู้บริหารกับพนักงานได้

1.2 ปัญหานำวิจัย

1. ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรและสถานภาพทางเศรษฐกิจและ สังคมของพนักงานฝ่ายสินค้าและไปรษณีย์ภัณฑ์ กับ พฤติกรรมการรับข่าวสารภายในมี ลักษณะเป็นอย่างไร

2. ลักษณะทางประชากรและสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของพนักงานฝ่าย
สินค้าและไปรษณียภัณฑ์มีอิทธิพลกับระดับความพึงพอใจในการสื่อสารหรือไม่

3. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรับข่าวสารภายในของพนักงานฝ่ายสินค้า
และไปรษณียภัณฑ์ กับ ระดับความพึงพอใจในการสื่อสารมีลักษณะเป็นอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมกรับสารจากสื่อสิ่งพิมพ์ภายในของพนักงานฝ่ายสินค้า
และไปรษณียภัณฑ์

2. เพื่อทราบถึงสภาพปัจจัยอันได้แก่ ลักษณะทางประชากรและสถานภาพทาง
เศรษฐกิจและสังคมที่มีอิทธิพลต่อ พฤติกรรมกรับข่าวสาร และความพึงพอใจในการ
สื่อสาร

3. เพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมในการรับสารกับระดับความ
พึงพอใจในการสื่อสาร

1.4 สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรและสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของพนักงานฝ่าย
สินค้าและไปรษณียภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรับข่าวสารภายใน

2. ลักษณะทางประชากรและสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของพนักงานฝ่าย
สินค้าและไปรษณียภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจในการสื่อสาร

3. พฤติกรรมกรับข่าวสารของพนักงานฝ่ายสินค้าและไปรษณียภัณฑ์มีความ
สัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจในการสื่อสาร

1.5 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาพฤติกรรมกรับสารจากสื่อสิ่งพิมพ์ที่เผยแพร่ข่าวสาร
ภายใน บริษัทการบินไทยจำกัด (มหาชน) ของพนักงานฝ่ายสินค้าและไปรษณียภัณฑ์ที่
ปฏิบัติงานที่คลังสินค้า การบินไทย ท่าอากาศยานกรุงเทพฯ

สื่อสิ่งพิมพ์ภายในเหล่านี้ ประกอบด้วย วารสารรักคุณเท่าฟ้า TG Update ข่าวฝ่ายการ
พนักงาน Cargo Service Bulletin ประกาศและคำสั่งของบริษัทฯ บอร์ดหรือป้าย
ประกาศตามจุดต่างๆในบริเวณคลังสินค้าการบินไทยที่ทำอากาศยานกรุงเทพฯ

1.6 นิยามศัพท์

1. ลักษณะทางประชากรและสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม

หมายถึง ลักษณะของบุคคลที่จำแนกตามคุณสมบัติทางประชากร ซึ่งในที่นี้
ได้แก่ อายุ และจำแนกตามสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งได้แก่ ระดับการศึกษา
ระยะเวลาในการทำงาน ตำแหน่ง และ ประเภทของงาน

2. พฤติกรรมการรับสารจากสื่อสิ่งพิมพ์ภายใน

หมายถึง การแสดงออกของพนักงานในการรับข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์ของ
บริษัทฯ ซึ่งประกอบด้วย วารสาร รักคุณเท่าฟ้า TG Update ข่าวฝ่ายการพนักงาน
Cargo Service Bulletin ประกาศและคำสั่งของบริษัทฯ บอร์ดหรือป้ายประกาศตาม
จุดต่างๆในบริเวณคลังสินค้าการบินไทย โดยพิจารณาในแง่ความบ่อยครั้งในการเปิด
รับสื่อ ความบ่อยครั้งในการเปิดรับสารตามประเภทเนื้อหา และปริมาณของข่าวสารที่ได้
รับจากสื่อสิ่งพิมพ์ภายใน

3. ความพึงพอใจในการสื่อสาร

หมายถึง ระดับความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อตัวแปรต่างๆเหล่านี้ไปใน
ทางบวก คือ ระดับความสนใจในเนื้อหาสาร ความเพียงพอของข่าวสาร ความรวดเร็ว
ของข่าวสาร

3.1 ระดับความสนใจในเนื้อหาสาร หมายถึง ระดับความคิดเห็นของพนักงาน
ที่มีต่อเนื้อหาสารที่ได้รับ ว่ามีความสนใจต่อเนื้อหาสารเหล่านั้นมากน้อยเพียงใด

3.2 ความเพียงพอของข่าวสาร หมายถึง ระดับความคิดเห็นของพนักงานที่มี
ต่อข่าวสาร ต่างๆที่ได้รับจากสื่อภายในต่างๆว่าเพียงพอกับความต้องการหรือไม่

3.3 ความรวดเร็วของข่าวสาร หมายถึง ระดับความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อ
ข่าวสารต่างๆที่ได้รับจากสื่อภายในต่างๆว่าทันต่อเหตุการณ์หรือไม่

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เป็นแนวทางในการปรับปรุง และแก้ไขปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการรับสื่อสิ่งพิมพ์ภายในของพนักงาน
2. เป็นแนวทางในการปรับปรุงเนื้อหาและวิธีการนำเสนอของสื่อสิ่งพิมพ์ภายใน เพื่อให้สามารถเข้าถึงและตอบสนองความต้องการของผู้รับยิ่งขึ้น
3. เสนอแนะการจัดรูปแบบของการประชาสัมพันธ์ภายในเพิ่มเติมจากที่มีอยู่
4. เสนอแนะการปรับปรุงโครงสร้างการไหลเวียนของข่าวสารภายในฝ่ายสินค้า และไปรษณีย์ภัณฑ์



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย