



การเปิดรับ ความต้องการสื่อ และข้อมูลข่าวสาร และความพึงพอใจที่ได้รับจากการเข้าร่วมกิจกรรมฝึกอบรมในโครงการพัฒนาบุคลากร

THE EXPOSURE AND NEEDS OF EMPLOYEES IN MEDIA AND INFORMATION WITH SATISFACTION REGARDING TRAINING ACTIVITY AS HUMAN RESOURCES DEVELOPMENT PROGRAM

นางสาว วฤณ ประเสริฐศรี และ ผศ.ดร.อัจฉรา ปัทมธานวงศ์

สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยวิธีการสำรวจ (Survey Research) ผ่านการเก็บข้อมูลแบบตัดขวาง หรือ การเก็บข้อมูลครั้งเดียว (Cross-Sectional Study) ผ่านการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อศึกษากลุ่มตัวอย่างพนักงานในบริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่ายรถยนต์แห่งหนึ่งสัญชาติญี่ปุ่น จำนวน 300 คน โดยจะขอไม่เปิดเผยชื่อองค์กรต่อสาธารณะ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนแรก ได้แก่ การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อบรรยายข้อมูล โดยวิธีแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) เฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในส่วนที่สอง ใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐานจำนวน 3 ข้อ ได้แก่ สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม Independent- Samples T-test, สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ยหลายกลุ่ม Analysis of variance (one-way ANOVA) และ การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของ เพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะประชากรของพนักงานที่มีผลต่อการเปิดรับสื่อ และข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการฝึกอบรมในโครงการพัฒนาบุคลากรที่แตกต่างกัน ศึกษาความแตกต่างของลักษณะประชากรของพนักงานที่มีผลต่อความต้องการสื่อ และข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการฝึกอบรมในโครงการพัฒนาบุคลากรที่แตกต่างกัน และความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อ และข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจที่ได้รับจากการเข้าร่วมกิจกรรมการฝึกอบรมในโครงการพัฒนาบุคลากร ซึ่งข้อมูลข่าวสารในที่นี้ หมายถึง ข้อมูลเกี่ยวกับตารางการฝึกอบรม การ

ประชาสัมพันธการฝึกอบรม เป็นต้น ส่วนสื่อนั้น หมายถึง ช่องทางที่ใช้ในการสื่อสารที่มีสื่อเก่า และสื่อใหม่ที่ใช้ในองค์กร โดยผลการศึกษานั้น จะนำไปใช้ต่อยอดในการพัฒนาการสื่อสารภายในองค์กรให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย 161 คน และ เพศหญิง 139 คน จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 คน โดยส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 25 – 35 ปี อยู่ในตำแหน่งวิศวกร/เจ้าหน้าที่ ระดับ 4 สังกัดหน่วยงานวิจัยและพัฒนา และมีประสบการณ์การทำงานในองค์กร ระหว่าง 3 – 10 ปี ในส่วนของการเปิดรับสื่อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในระดับมาก โดยเปิดรับสื่อใหม่ ประเภทสื่ออีเมลมากที่สุด รองลงมา มีการเปิดรับสื่อบุคคลในระดับปานกลาง โดยเป็นรับสื่อผ่านทางหัวหน้างานและเพื่อนร่วมงานในระดับเท่าๆ กัน ส่วนสื่อสิ่งพิมพ์ เป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับน้อยที่สุด ด้านการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการฝึกอบรม โดยกลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับอยู่ในเกณฑ์มาก โดยประเภทของข้อมูลข่าวสารที่มีการเปิดรับมากที่สุดคือ การแจ้งเตือนให้เข้าอบรม โดยเปิดรับอยู่ในเกณฑ์มาก

ส่วนความต้องการสื่อ และข้อมูลข่าวสาร กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการสื่อบุคคล และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ อยู่ในเกณฑ์มาก ตามลำดับ โดยสื่อบุคคลที่กลุ่มตัวอย่างต้องการมากที่สุดคือ หัวหน้างาน ส่วนสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ต้องการมากที่สุดคือ Desktop Wallpaper ส่วนสื่อสิ่งพิมพ์ ยังคงเป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างต้องการน้อยที่สุด สอดคล้องกับการเปิดรับ ด้านความต้องการข้อมูลข่าวสาร กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการด้านรูปแบบ และประเภทของข้อมูลข่าวสารอยู่ในเกณฑ์มาก โดยรูปแบบของข้อมูลข่าวสารที่กลุ่มตัวอย่างต้องการมากที่สุด คือ เนื้อหาที่มีประโยชน์ต่อการทำงาน และต่อตัวพนักงานเอง ส่วนประเภทที่มีความต้องการมากที่สุด คือ วิธีการประยุกต์ความรู้ที่ได้จากการฝึกอบรมมาใช้ในการทำงาน อยู่ในเกณฑ์มากเช่นกัน

ด้านความพึงพอใจที่ได้รับจากการเข้าร่วมกิจกรรมฝึกอบรมในโครงการพัฒนาบุคลากร กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์มาก โดยปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจมากที่สุด คือ เนื้อหาการฝึกอบรมมีประโยชน์ต่อพนักงาน รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการสอนของวิทยากรมีความน่าสนใจถ่ายทอดได้ดี

ผลการทดสอบสมมติฐานทางการศึกษา พบว่า ลักษณะประชากรด้านเพศ อายุ ตำแหน่ง และหน่วยงานที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อไม่แตกต่างกัน ขณะที่ประสบการณ์การทำงานในองค์กรที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์การทำงานต่ำกว่า 10 ปี มีการเปิดรับสื่อมากกว่าผู้ที่มีประสบการณ์ตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไป ส่วนเพศ หน่วยงานที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่ไม่แตกต่างกัน แต่อายุ ตำแหน่ง และประสบการณ์การทำงานในองค์กรที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารมากกว่า ผู้ที่มีอายุมากกว่า 26 ปีขึ้นไป ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีอยู่ในระดับวิศวกร/

เจ้าหน้าที่ ระดับ 4 มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารมากกว่าผู้ที่มีตำแหน่งผู้ช่วยผู้จัดการระดับ 6 และผู้ที่มีประสบการณ์ทำงานน้อยกว่า 3 ปี มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารมากกว่า ผู้ที่มีประสบการณ์การทำงานตั้งแต่ 4 ปีขึ้นไป

ส่วนลักษณะประชากรด้านอายุ ตำแหน่ง ประสบการณ์การทำงานในองค์กร ที่แตกต่างกัน มีความต้องการเปิดรับสื่อ และข้อมูลข่าวสารไม่แตกต่างกัน ส่วนเพศ และหน่วยงานที่แตกต่างกัน มีความต้องการสื่อ และข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกัน โดยเพศชายมีความต้องการสื่อและข้อมูลข่าวสารน้อยกว่าเพศหญิง ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดหน่วยงานด้านวิศวกรรม มักจะมีความต้องการสื่อ และข้อมูลข่าวสารน้อยกว่าหน่วยงานอื่นๆ

สุดท้าย การเปิดรับสื่อ และข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่ได้รับจากการเข้าร่วมการฝึกอบรมในโครงการพัฒนาบุคลากรในระดับต่ำ โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก นั่นคือ เมื่อมีการเปิดรับสื่อ และข้อมูลข่าวสารเพิ่มขึ้น ความพึงพอใจที่ได้รับจากการเข้าร่วมการฝึกอบรมในโครงการพัฒนาบุคลากรก็จะเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

คำสำคัญ: การเปิดรับสื่อและข้อมูลข่าวสาร, ความต้องการสื่อและข้อมูลข่าวสาร, ความพึงพอใจ, การฝึกอบรม

ABSTRACT

This Individual study is a Quantitative Research by using Cross-Sectional Study Survey Research. It studies the exposure and needs in media and information with satisfaction regarding training activity as Human Resources Development Program of 300 employees from the anonymous Japanese automobile manufacturer and distributor in Thailand through the questionnaire. There are 2 types of statistics that are used to analyze data; Descriptive Statistics and Inferential Statistics. The Descriptive statistics are used to demonstrate Frequency, Percentage, Mean and Standard Deviation of data. While Inferential Statistics are used to examine the hypotheses. It consists of Independent- Samples T-test, Analysis of variance (one-way ANOVA) and Pearson's Product Moment Correlation Coefficient statistics.

This study aims to examine the differences of demography which have an impact on exposure of media and information relating to training activity as Human Resources Development Program, the differences of demography which have an impact on needs of media and information relating to training activity as Human

Resources Development Program and the relation between the exposure of media and information with the satisfaction received from training activity as Human Resources Development Program. The result of this study will be beneficial to improve the internal organization communication for better quality.

The result of this study comes out that most of the samples are male for 161 persons and female for 139 persons. Most of them are in age of 25 – 35 years old and works as Engineer/ Specialist Level 4 in Research and Development function. Mostly has working experience for 3-10 years. Samples have electronic media exposure in high level and mostly have exposure to email. They have neutral exposure to Personal media which have exposure to supervisor and colleagues in the same level. Printed media have lowest level of exposure. Samples have high level of information exposure which have the highest exposure to the training reminder.

Samples have the high needs in personal and electronic media respectively. They have highest needs in media from supervisor. Desktop wallpaper is needed by samples at most. As same as the media exposure, Printed media is needed in the lowest level. Samples have high level needs in terms of types and formats of information. The format of information that samples mostly need is the content that has benefit towards their job and their life. How to apply the knowledge in workplace is the highest information samples need in terms of information type.

From the hypotheses examination, the differences in sex, age, position and function have no impact on the media exposure. On the other hand, the difference in working experience has impact on media exposure which the employees who work less than 10 years have media exposure higher than employees who work more than 11 years. The differences in sex and function have no impact on information exposure. However, the differences in age, position and working experience have impact on information exposure. Employees whose age are less than 25 have information exposure higher than whose age are older than 25 years old. Samples who is Engineer/ Specialist level 4 have information exposure higher than Assistant Manager level 6. Employees who work in company less than 3 years have information exposure higher than employees who work over than 3 years.

The differences in age, position and working experience have no impact on media and information needs while the differences in sex and function have impact on media and information needs. Male has media and information needs less than female. Samples work in engineering fields tend to have media and information needs more than other fields.

Lastly, media and information exposure have relation with the satisfaction received from training activity as Human Resources Development Program in low level. The relation is in positive. So, if the media and information exposure increase, the satisfaction received from training activity as Human Resources Development Program will also increase.

Keywords: Media and information exposure, Media and Information need, Satisfaction, training activity

บทนำ

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

หน่วยงานจัดการทรัพยากรมนุษย์ เป็นหน่วยงานพื้นฐานหน่วยงานหนึ่งที่พบเห็นได้ในทุก ๆ องค์กรทั่วโลก จากนิยามการจัดการทรัพยากรมนุษย์ของ ไมเคิล อาร์มสตรอง (อาร์มสตรอง, 1992 อ้างถึงโดย ชัจจันต์, 2553) ได้กล่าวไว้ว่า “การจัดการทรัพยากร เป็นแนวทางเชิงกลยุทธ์และมีความเกี่ยวเนื่องกันในการจัดการสินทรัพย์ ที่มีคุณค่ามากที่สุดขององค์กร ซึ่งได้แก่ บุคลากรขององค์กร ที่มีส่วนสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กรในการสร้างความสามารถในการแข่งขัน” โดยการจัดการทรัพยากร แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ การจัดการทรัพยากรมนุษย์แบบหนักที่เน้น การจัดการกับพนักงานตามแนว กลยุทธ์ทางธุรกิจ และการจัดการทรัพยากรมนุษย์แบบเบา ที่มุ่ง สนับสนุนการลงทุนด้านการอบรมและพัฒนาพนักงาน เพื่อให้มั่นใจว่า พนักงานมีความรู้ความสามารถสูง และมีความซื่อสัตย์ต่อองค์กร (John Bratton & Jeffrey Gold, 1999)

องค์กรของผู้ศึกษา เป็นบริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่ายรถยนต์สัญชาติญี่ปุ่นแห่งหนึ่ง ในประเทศไทย ที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นอย่างมาก โดยมุ่งหวังให้พนักงานทุกคน มีความรู้ ความสามารถที่เท่าเทียมกัน และมีการทำงานที่ไปในทิศทางเดียวกันตามวิธีการทำงานเฉพาะตัว เพื่อให้เกิด “ภาษา” ขององค์กร พนักงานถูกคาดหวังให้มีความรู้ ความเข้าใจที่ดี ในเนื้อหาหลักสูตรขององค์กรอันได้มาจากการเข้าฝึกอบรม หากแต่ ณ ปัจจุบัน ก็ยังพบปัญหาการไม่ให้ความ

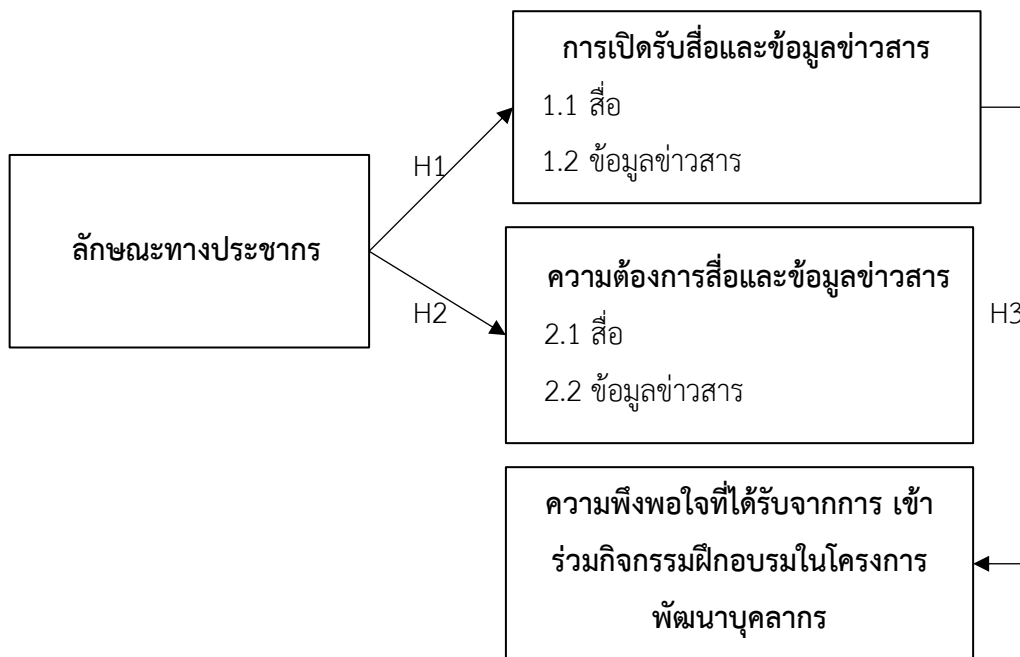
ร่วมมือในการเข้าร่วมกิจกรรมการฝึกอบรมเท่าที่ควร โดยพนักงานหลายคนมองว่า เนื้อหาที่อบรมไม่น่าสนใจ และให้ความสำคัญกับงานมากกว่า เนื้อหาที่สอนไม่มีประโยชน์ หรือสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับงานได้ ดังนั้น ผู้ศึกษา ในฐานะที่ทำงานในหน่วยงานพัฒนาบุคลากรและจัดการฝึกอบรมให้กับพนักงานโดยตรง จึงเห็นว่า ปัญหาที่ ควรได้รับการแก้ไขอย่างรวดเร็ว

การสื่อสารกับพนักงาน นับเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่ผู้ศึกษาสนใจ เพราะคิดว่า การสื่อสารนั้นจะสามารถช่วยสร้างความเข้าใจให้กับพนักงาน และส่งผลต่อการปรับเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมของพนักงานให้หันมาให้ความสำคัญ และเข้าร่วมกิจกรรมด้านการพัฒนาบุคลากรในองค์กรมากขึ้นในระยะยาว ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงมีความประสงค์ที่จะออกแบบการสื่อสารให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยจะต้องศึกษาว่า การสื่อสารควรจะเป็นเช่นไร พร้อมทั้งศึกษาในรายละเอียดทางการสื่อสาร ว่า ในปัจจุบัน พนักงานมีการเปิดรับสื่อ และข้อมูลข่าวสารอย่างไร และต้องการสื่อและข้อมูลข่าวสารแบบใด เพื่อนำไปพัฒนา ปรับปรุงต่อไปในอนาคต และปัจจัยใดที่จะมีผลต่อความพึงพอใจในการเข้าร่วมการฝึกอบรมของพนักงานบ้าง ก่อให้เกิดการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ อันจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะประชากรของพนักงานที่มีผลต่อการเปิดรับสื่อ และข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการฝึกอบรมในโครงการพัฒนาบุคลากรที่แตกต่างกัน
2. เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะประชากรของพนักงานที่มีผลต่อความต้องการสื่อ และข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการฝึกอบรมในโครงการพัฒนาบุคลากรที่แตกต่างกัน
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง การเปิดรับสื่อ และข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจที่ได้รับจากการเข้าร่วมกิจกรรมการฝึกอบรมในโครงการพัฒนาบุคลากร

กรอบแนวคิดการวิจัย



วิธีการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งได้กำหนดวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยวิธีการสำรวจ (Survey Research) ผ่านการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ พนักงานในบริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่ายรถยนต์สัญชาติญี่ปุ่นในประเทศไทย โดยทำการสำรวจพนักงานคนไทยในตำแหน่ง ช่างเทคนิค ถึงระดับผู้อำนวยการฝ่าย จำนวน 300 คน การเก็บข้อมูลจะใช้วิธีการเก็บแบบสอบถามในช่วงระยะเวลาตั้งแต่ช่วงเดือนพฤษภาคม ถึง กรกฎาคม พ.ศ. 2560 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในส่วนที่สอง ใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐานจำนวน 3 ข้อ ได้แก่ สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนค่าเฉลี่ย Independent- Samples T-test, สถิติ Analysis of variance (one-way ANOVA) และ การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของ เพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

ผลการวิจัย และอภิปรายผล

ลักษณะทางประชากร

ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง 300 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้ชาย มีอายุในช่วงระหว่าง 25–35 ปี มากที่สุด รองลงมาคืออายุในช่วง 36-45 ปี ส่วนใหญ่ทำงานในตำแหน่งวิศวกร/ เจ้าหน้าที่ระดับ 4 มากที่สุด รองลงมาอยู่ในตำแหน่งวิศวกรอาวุโส/ เจ้าหน้าที่อาวุโส ระดับ 5 ส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มงานวิจัยและพัฒนามากที่สุด รองลงมาเป็น กลุ่มงานลูกค้าสัมพันธ์ ในส่วนของประสบการณ์การทำงานในองค์กร ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 3-10 ปี มากที่สุด รองลงมาคือ น้อยกว่า 3 ปี ตามลำดับ

การเปิดรับสื่อและข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการฝึกอบรม

การเปิดรับสื่อและข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการฝึกอบรม แบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ ด้านการเปิดรับสื่อจากสื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยความถี่ในการเปิดรับสื่อเท่ากับอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง เมื่อจำแนกตามประเภทของสื่อพบว่า สื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับมากที่สุด ได้แก่ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ รองลงมาคือ สื่อบุคคล และ สื่อสิ่งพิมพ์ น้อยที่สุด ตามลำดับ เมื่อพิจารณารายประเด็น พบว่า สื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับมากที่สุด คือ อีเมล รองลงมาคือ Desktop Wallpaper ซึ่งเป็นสื่อ 2 ประเภทที่พนักงานสามารถเข้าถึงได้ง่าย เข้าถึงได้ในชีวิตประจำวันของการทำงานผ่านคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล ส่วนสื่อบุคคลที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับมากที่สุด คือ หัวหน้างาน และเพื่อนร่วมงาน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน หากศึกษาในแง่ของการทำงาน และโครงสร้างขององค์กร พบว่า กลุ่มคน 2 กลุ่มนี้มีความใกล้ชิดกับพนักงาน จึงก่อให้เกิดการสื่อสารระหว่างกัน ได้มากกว่า ผู้บริหาร ส่วนสื่อสิ่งพิมพ์ ที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับมากที่สุด คือ ป้ายประกาศที่ติดที่บอร์ดประกาศ รองลงมาคือ นิตยสารองค์กร และโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ที่ติดในห้องอบรม ซึ่งผลที่ได้สอดคล้องกับช่วงเวลาในการผลิตและเผยแพร่สื่อ กล่าวคือ สื่อที่มีการประกาศจะอยู่ในสถานที่พบเห็นง่ายเป็นเวลานาน ขณะที่สื่ออื่น ออกตามช่วงเวลา หรือพบเห็นได้ตามวาระโอกาสในการเข้าใช้สถานที่ ถัดมาด้านการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร อยู่ในเกณฑ์มาก เมื่อจำแนกตามประเภทของข้อมูลข่าวสาร พบว่า ข้อมูลข่าวสารที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับมากที่สุด ได้แก่ การแจ้งเตือนให้เข้าอบรม รองลงมา คือ ตารางการฝึกอบรม ข้อมูลข่าวสารที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับนั้น แปรผันตามความถี่ของการผลิตสารต่าง ๆ โดยความถี่ในการสื่อสารนั้น ควรออกแบบอย่างเหมาะสม ไม่ควรมากเกินไป หรือน้อยเกินไป การสื่อสารจึงควรมีความสม่ำเสมอตามความเหมาะสมของรูปแบบสาร

ความต้องการสื่อและข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการฝึกอบรม

ความต้องการสื่อและข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการฝึกอบรม แบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ ด้านความต้องการสื่อจากสื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยความถี่ในความต้องการสื่อ อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง เมื่อจำแนกตามประเภทของสื่อพบว่า สื่อที่กลุ่มตัวอย่างต้องการมากที่สุด ได้แก่ สื่อบุคคล รองลงมาคือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (และสื่อสิ่งพิมพ์ น้อยที่สุด ตามลำดับ เมื่อพิจารณารายประเด็น พบว่า สื่อบุคคลที่กลุ่มตัวอย่างต้องการมากที่สุด ได้แก่ หัวหน้างาน รองลงมา คือ เพื่อนร่วมงาน สื่อบุคคลถือเป็นสื่อที่ก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์กันระหว่างบุคคล ซึ่งถือเป็นหนึ่งในความต้องการ 3 ประเภทจากทฤษฎีความต้องการของเดวิด แมคคลีแลนด์ การสื่อสารทางการพูด เป็นการสื่อสารที่สามารถจูงใจผู้รับสารได้เป็นอย่างดี ส่วนสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่กลุ่มตัวอย่างต้องการมากที่สุด ได้แก่ Desktop Wallpaper รองลงมา คือ Mobile Application ซึ่งเป็นสื่อสมัยใหม่ที่พนักงานสามารถเข้าถึงได้ทุกที่ ทุกเวลา สะดวกในการเปิดรับ ซึ่งเหมาะกับองค์กรที่พนักงานมีการทำงานนอกสถานที่ค่อนข้างบ่อย และสุดท้าย สื่อสิ่งพิมพ์ที่กลุ่มตัวอย่างต้องการมากที่สุด ได้แก่ ประกาศในท้องถิ่น รองลงมา คือ ป้ายไว้นิตตามทางเดิน กลุ่มตัวอย่างได้แสดงความคิดเห็นว่า การมีสื่อในสถานที่ที่พนักงานจำเป็นต้องใช้ในชีวิตประจำวัน อาจจะเป็นตัวช่วยที่ดี ที่ทำให้การสื่อสารในองค์กรเป็นไปอย่างทั่วถึง ถัดมาด้านความต้องการข้อมูลข่าวสารจากรูปแบบของข้อมูลข่าวสาร และประเภทของข้อมูลข่าวสาร ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยความถี่ในความต้องการข้อมูลข่าวสารในเกณฑ์มาก เมื่อจำแนกตามองค์ประกอบของข้อมูลข่าวสารพบว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการประเภทของข้อมูลข่าวสารมากที่สุด รองลงมา คือ รูปแบบของข้อมูลข่าวสาร โดยประเภทของข้อมูลข่าวสารที่กลุ่มตัวอย่างต้องการมากที่สุด ได้แก่ วิธีการประยุกต์ความรู้ที่ได้จากการฝึกอบรมมาใช้ในการทำงาน รองลงมา ความรู้ภายนอกองค์กรที่น่าสนใจ ส่วนของรูปแบบของข้อมูลข่าวสารที่กลุ่มตัวอย่างต้องการมากที่สุด คือ เนื้อหาที่มีประโยชน์ต่อการทำงาน รองลงมา คือ หัวข้อมีความน่าสนใจ เข้าใจง่าย ซึ่งผลการวิจัยของประเภทและรูปแบบข้อมูลข่าวสาร สอดคล้องกับทฤษฎีความต้องการของ เดวิด แมคคลีแลนด์ ประเภทความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ โดยการนำข้อมูลข่าวสารที่ได้ไปใช้เอื้อประโยชน์ในการทำงาน

ความพึงพอใจที่ได้รับจากการฝึกอบรม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยความถี่ในความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์มาก เมื่อพิจารณารายประเด็น พบว่า ประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุด ได้แก่ เนื้อหาการฝึกอบรมมีประโยชน์ สอดคล้องกับปัจจัยด้านความต้องการข้อมูลข่าวสารที่ผู้รับสารให้เน้นประโยชน์ของสิ่งที่ได้รับเป็นสำคัญ เพื่อสนองความต้องการของตนเอง นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับหลักการเรียนรู้ของผู้ใหญ่ ของ มัลคอล์ม โนลส์ (1988) ที่มีความต้องการการเรียนรู้ที่จะเอื้อประโยชน์ต่อตนเอง รองลงมา คือ การสอนของวิทยากรมีความน่าสนใจ ถ่ายทอดได้ดี จากงานวิจัยของ อักเดเรย์ และ ก็องเพียว (2006) ได้พูดถึง ประสิทธิภาพของผู้สอนในการเรียนรู้ของผู้ใหญ่ คือ การถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ที่ตนเองมีให้พนักงานสามารถเข้าใจ สร้างความเชื่อมโยงระหว่างเนื้อหากับผู้เรียน ที่มีผลต่อการสร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้เรียนในการนำความรู้ไปใช้

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะประชากรของพนักงานที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อและข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการฝึกอบรมในโครงการพัฒนาบุคลากร แตกต่างกัน

จากการทดสอบสมมติฐาน อายุที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกัน โดยผู้ที่มียุ่ต่ำกว่า 25 ปี จะมีการเปิดรับข้อมูลมากกว่า ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 25-36 ปี โดยจากการศึกษา การเรียนรู้ของผู้ใหญ่ (Andragogy) ของ มัลคอล์ม เอส. โนลส์(1988) ได้กล่าวถึง ความพร้อมในการเรียนรู้ของผู้ใหญ่ ในแต่ละช่วงอายุ และบทบาทหน้าที่ในสังคมจะมีความพร้อมในการเรียนรู้ของผู้ใหญ่ แตกต่างกัน กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างในช่วงวัยต่ำกว่า 25 ปี ถือเป็นวัยของผู้ใหญ่ตอนต้น เป็นวัยที่เริ่มต้นการทำงาน และมีบทบาทการเป็นพนักงาน ที่จะพยายามรักษาสถานภาพการทำงานของตนเองให้อยู่ได้อย่างมั่นคง เพื่อตอบสนองความต้องการความมั่นคงปลอดภัย ตามทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ ที่กล่าวว่า ความต้องการของคนนั้นมีด้วยกัน 6 ชั้น โดยมนุษย์จะบรรลุระดับขั้นความต้องการขึ้นไปทีละขั้น โดยความมั่นคงปลอดภัย ถือเป็นขั้นที่ 2 ของความต้องการของมนุษย์ ดังนั้น คนกลุ่มนี้จึงมีความสนใจในข้อมูลข่าวสารที่ตนเองได้รับ ต้องการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาตนเองในการทำงานเพื่อสร้างความมั่นคงในหน้าที่การงานให้กับตนเอง ตัวแปรถัดมา ในส่วนของตำแหน่งที่แตกต่าง มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกัน ความแตกต่างของบทบาทที่เกี่ยวข้องกับการฝึกอบรมในแต่ละตำแหน่งมีความแตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์แตกต่างกันจะมีการเปิดรับสื่อ และข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกัน เนื่องจากการสื่อสารส่วนใหญ่ ไม่ได้มีรูปแบบที่แปลกใหม่ หลากหลาย จึงอาจเป็นผลให้พนักงานไม่สนใจที่จะเปิดรับข่าวสาร เพราะไม่มีอะไรใหม่ หรือเปลี่ยนแปลงไปจากสิ่งที่รู้ โดยสอดคล้องกับทฤษฎีการเปิดรับข่าวสารของวิลเบอร์ ชแรมม์ (1973 อ้างถึงใน สุภวัฒน์ สงวนงาม, 2557) ที่กล่าวว่า ประสบการณ์ เป็นองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการเลือก

รับข่าวสารของบุคคล โดยผู้รับสารมักมองหาข่าวสารที่แตกต่าง แต่เมื่อความแตกต่างมีน้อย การเปิดรับก็จะน้อยตามไปด้วย

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะประชากรของพนักงานที่แตกต่างกัน มีความต้องการสื่อ และข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการฝึกอบรมในโครงการพัฒนาบุคลากร แตกต่างกัน

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศและหน่วยงานที่ต่างกันมีความต้องการสื่อและข้อมูลข่าวสารที่ต่างกัน โดยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชายจะมีความต้องการสื่อและข้อมูลข่าวสารมากกว่า กลุ่มตัวอย่างเพศหญิง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องแรงจูงใจ ที่กล่าวว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันในแต่ละบุคคล ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง เพศ อายุ บุคลิก ลักษณะ ความคิด ย่อมมีผลต่อแรงจูงใจที่ต่างกัน ในด้านของหน่วยงานของกลุ่มตัวอย่าง หน่วยงานบริหารงานทั่วไป มีความต้องการสื่อมากกว่า หน่วยงานในสายวิศวกรรม โดยหน่วยงานวิศวกรรมเป็นหน่วยงานที่มีการออกไปทำงานนอกสถานที่บ่อย ทำให้ความสนใจในเรื่องการฝึกอบรมมากขึ้น นอกจากนี้สภาพแวดล้อมของแต่ละหน่วยงานก็มีผลที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการสื่อและข้อมูลข่าวสารที่ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องแรงจูงใจในการสื่อสาร กล่าวคือ เมื่อบุคคลเจอสถานการณ์ หรือสิ่งแวดล้อมที่ต่างกัน เช่น ลักษณะ ธรรมชาติของงาน วัฒนธรรมของหน่วยงาน ก็จะมีแรงจูงใจในการสื่อสารที่ต่างกันสถานการณ์ต่าง ๆ ในสิ่งแวดล้อม

สมมติฐานที่ 3 การเปิดรับสื่อ และข้อมูลข่าวสารที่ต่างกันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่ได้รับจากการเข้าร่วมกิจกรรมการฝึกอบรมในโครงการพัฒนาบุคลากร

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การเปิดรับสื่อและข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่ได้รับจากการเข้าร่วมกิจกรรมการฝึกอบรมในโครงการพัฒนาบุคลากร โดยยิ่งกลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อและข้อมูลข่าวสารเพิ่มขึ้น ความพึงพอใจก็จะมีเพิ่มขึ้นเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับ ประมะสตะเวทิน (2529 อ้างถึงใน มนชนก, 2557) ที่กล่าวว่า การวิเคราะห์ผู้รับสาร เพื่อให้ทราบลักษณะของผู้รับสาร เพื่อที่จะได้นำข้อมูลนั้นมาใช้ในการออกแบบสื่อ และข้อมูลข่าวสารให้เหมาะสมกับผู้รับสาร หากสื่อและข้อมูลข่าวสารมีความเหมาะสม ผู้รับสารก็จะเกิดความพึงพอใจได้ และเมื่อสังเกตจากสถานการณ์จริง หากพนักงานเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการฝึกอบรมที่เหมาะสม เพียงพอ ก็จะก่อให้เกิดความพึงพอใจในการเข้าร่วมกิจกรรมการฝึกอบรม หากแต่มีการเปิดรับที่ไม่เพียงพอ พนักงานก็จะมีทัศนคติต่อการอบรมนั้นในด้านลบมากกว่าด้านบวก การให้คะแนนความพึงพอใจก็จะต่ำลงไปด้วย

ข้อเสนอแนะ

1. หน่วยงานพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ควรมีการปรับเปลี่ยนแนวทางการสื่อสารเพื่อตรงใจ และสนองต่อความต้องการกับกลุ่มเป้าหมาย หรือพนักงานให้มากที่สุด โดยดูจากธรรมชาติของการทำงาน สภาพการทำงานของพนักงานในแต่ละตำแหน่ง หน่วยงาน หรือ โดยอาจจะมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ เพื่อให้เข้าถึงพนักงานได้มากขึ้น ในยุคที่เทคโนโลยีเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน
2. การออกแบบ และผลิตข้อมูลข่าวสารที่ใช้ในการสื่อสารเกี่ยวกับการฝึกอบรม หน่วยงานพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ควรให้ความสำคัญทั้งกับรูปแบบและประเภทกับข้อมูลข่าวสาร โดยในด้านของประเภทข้อมูลข่าวสาร ควรนำเสนอวิธีการประยุกต์ข่าวสาร หรือเนื้อหาความรู้ในการฝึกอบรมกับการทำงานในชีวิตประจำวันของพนักงานให้มากขึ้น โดยต้องมีการระบุอย่างชัดเจน เลือกเนื้อหาที่น่าสนใจ ใช้คำที่เข้าใจง่าย สอดแทรกความบันเทิง ก็สามารถจูงใจให้พนักงานต้องการเปิดรับข้อมูลข่าวสารได้มากขึ้น
3. การออกแบบกิจกรรมฝึกอบรม เนื้อหาที่ประโยชน์ ถือเป็นสิ่งสำคัญอันดับหนึ่ง ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการข้อมูลข่าวสารของพนักงาน ประสานไปกับการศึกษาด้านการเรียนรู้ของผู้ใหญ่ เพื่อให้การฝึกอบรมตรงกับลักษณะการเรียนรู้ของผู้เรียนมากที่สุด
4. การศึกษาวิจัยครั้งต่อไป อาจจะเปลี่ยนเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบการสัมภาษณ์กลุ่มเฉพาะ (Focus Group Interview) โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างให้กระจายในทุกระดับตำแหน่ง และหน่วยงาน เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกถึงรูปแบบสื่อ และข้อมูลข่าวสารที่พนักงานต้องการ
5. ควรมีการศึกษาเฉพาะในเรื่องการออกแบบการอบรมที่น่าสนใจ เพื่อให้พนักงานพึงพอใจ และต้องการที่จะเข้าร่วมการอบรมมากยิ่งขึ้น เพื่อให้การพัฒนาบุคลากรในองค์กรสัมฤทธิ์ผลอย่างแท้จริง

รายการอ้างอิง

Bratton, J. and Gold, J. (1999). *Human Resource Management Theory and Practice*. London, Hampshire, England: Macmillan Press Ltd.

Knowles, M. (1988). *The modern practice of adult education*. Englewood Cliffs, N.J.: Cambridge Adult Education.

สุพานี สฤกษ์วานิช. (2549). *พฤติกรรมองค์กรสมัยใหม่: แนวคิดและทฤษฎี* (1st ed.). โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ซัจจันันต์ ธรรมจินดา. การจัดการทรัพยากรมนุษย์ แผนกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ และการนำแผนฯ ไปสู่การปฏิบัติ. เอกสารความรู้ สตร. 15 (2010): 7. Print.

ดารณี พานทอง พาลุสุข และ สุรเสกข์ พงษ์หาญยุทธ,. (2542). *ทฤษฎีการจูงใจ* (1st ed.). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ปิยะ ศักดิ์เจริญ. (2558). ทฤษฎีการเรียนรู้ผู้ใหญ่และแนวคิดการเรียนรู้ด้วยการชี้นำตนเอง: กระบวนการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต. *วารสารพยาบาลทหารบก*, 16(1), 8-10.

อำนาจ โทบุราณ. (2553). ปัจจัยทางการสื่อสารที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองกับสหภาพแรงงานของสมาชิกสหภาพแรงงานรัฐวิสาหกิจการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (ปริญญาโท). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Goldhaber, G. (1990). *Organizational Communication* (5th ed.). Wm.C.BrownMcLeod, S. (2007). *Maslow's Hierarchy of Needs*. *Simply Psychology*. Retrieved 10 April 2017, from <https://www.simplypsychology.org/maslow.html>

Mind Tools Editorial Team. *McClelland's Human Motivation Theory: Discovering What Drives Your Team*. *Mindtools.com*. Retrieved 10 April 2017, from <https://www.mindtools.com/pages/article/human-motivation-theory.htm>

Pappas, C. (2013). *The Adult Learning Theory - Andragogy - of Malcolm Knowles - eLearning Industry*. *eLearning Industry*. Retrieved 1 August 2017, from <https://elearningindustry.com/the-adult-learning-theory-andragogy-of-malcolm-knowles>