

**ความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กรของธุรกิจผลิตเครื่องสำอาง  
ในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางปู จังหวัดสมุทรปราการ**  
**Employee Satisfaction Affecting to Organization Communication of Cosmetic  
Manufacturer at the Bang Pu Industrial Estate, Samut Prakan.**

บุษมากร ทองบ่อ<sup>1</sup>

สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย  
\*ผู้รับผิดชอบบทความ

Bootsamakorn Thongbor<sup>1</sup>

E-mail: [boosamakorn@gmail.com](mailto:boosamakorn@gmail.com)

Industrial Management, Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University, Thailand

\*Corresponding author

**บทคัดย่อ**

การค้นคว้าอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กรของธุรกิจผลิตเครื่องสำอาง ในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางปู จังหวัดสมุทรปราการ โดยศึกษาความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กร ทั้งหมด 6 ด้าน คือ ความสำคัญในการสื่อสาร ความสามารถในการสื่อสาร ทิศทางการสื่อสาร กระบวนการในการสื่อสาร ความพึงพอใจด้านแรงจูงใจและด้านความสามารถเสนอแนะปรับปรุงให้ดีขึ้น และ การสื่อสารเพื่อให้ข้อมูล และการสื่อสารกับเพื่อนร่วมงาน เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์กรให้ดียิ่งขึ้น

การศึกษาค้นคว้าอิสระของพนักงานที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กรของธุรกิจผลิตเครื่องสำอาง ในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางปู จังหวัดสมุทรปราการ จะศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล โดยกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานภายในองค์กรของธุรกิจผลิตเครื่องสำอาง ในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางปู จังหวัดสมุทรปราการ มีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน และเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามจำนวน 3 ชุด คือ แบบสอบถามข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล แบบสอบถามรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร และแบบสอบถามความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กร เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยระบบคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS เพื่อหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน T-Test และ F-test (one way ANOVA) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**คำสำคัญ:** ความพึงพอใจ; การสื่อสารภายในองค์กร; ธุรกิจผลิตเครื่องสำอาง

ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กรของธุรกิจผลิตเครื่องสำอาง ในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางปู จังหวัดสมุทรปราการ พนักงานมีความพึงพอใจอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก เมื่อพิจารณาความพึงพอใจเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร เป็นรายด้านพบว่าพนักงานมีความพึงพอใจด้านทิศทางการสื่อสารอยู่ในระดับมากที่สุดรองลงมาคือด้านความพึงพอใจด้านแรงจูงใจและด้านความสามารถเสนอแนะปรับปรุงให้ดีขึ้น ด้านกระบวนการในการสื่อสาร ด้านความสามารถของการสื่อสารการสื่อสารเพื่อให้ข้อมูลและการสื่อสารกับเพื่อนร่วมงาน ด้านความสำคัญในการสื่อสาร และความสำคัญในการสื่อสารตามลำดับ

ผลการศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กร พนักงานที่มีเพศ อายุ สถานภาพ และการศึกษาที่ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กร โดยรวมแต่ละรายด้าน ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนพนักงานที่มีระดับตำแหน่งงาน และรายได้เฉลี่ยต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กร โดยรวมแต่ละรายด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### Abstract

This independent study aimed to study the level of employee satisfaction with the communication within the organization of the cosmetic manufacturing business. In the Bangpoo Industrial Estate Samut Prakan Province By studying the satisfaction of employees with communication within the organization in all 6 aspects: the importance of communication, Communication capabilities Communication direction Communication process Satisfaction, motivation and competence, suggestion, improvement, and communicative information. And communicating with colleagues To improve the efficiency of communication within the organization even further

A Study of Employee Satisfaction on Internal Communication in Cosmetic Manufacturing Business In the Bangpoo Industrial Estate Samut Prakan Province Will study personal factors The sample group is the employees within the organization of the cosmetic manufacturing business. In the Bangpoo Industrial Estate Samut Prakan Province There were a total of 400 people and the research tool was 3 sets of questionnaires, which were personal characteristics. Questionnaire forms of communication within the organization And a questionnaire on employee satisfaction towards internal communication. The data were collected by using a computerized data analysis questionnaire using the SPSS statistical package to find the percentage, mean, standard deviation, T-Test and F-test (one way ANOVA). 0.05 level

The results of the study on the level of employee satisfaction towards the internal communication of the cosmetic manufacturing business In the Bangpoo Industrial Estate Samut Prakan Province The employees were satisfied at a very satisfied level. When considering the satisfaction of the communication

style within the organization on a individual side, it was found that the employees had the highest level of satisfaction in the direction of communication, followed by satisfaction, motivation and competence. Get better Communication process Aspects of the ability to communicate, communicate, to provide information and communicate with colleagues The importance of communication And the importance of communication respectively

The results of a study comparing employee satisfaction with internal communication. Employees of different sex, age, status and education There is a level of employee satisfaction with communication within the organization. Overall each side No different With statistical significance at 0.05 level. Job level And average income is different There is a level of employee satisfaction with communication within the organization. Overall, each side is different. Statistically significant at a level of 0.05.

Keywords: Satisfaction; Communication within the organization; Cosmetics manufacturing business

## บทนำ

ในปัจจุบันมีการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรรูปแบบต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลาโดยไม่ว่าจะเป็น การสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารระหว่างกลุ่มหรือองค์กรของพนักงานที่มีอำนาจหน้าที่ หรือ บุคลิกลักษณะที่แตกต่างกัน การสื่อสารภายในองค์กรที่ดี ที่จะช่วยสร้างความเข้าใจในนโยบายของ ผู้บริหาร และเป็นสิ่งเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรในองค์กร และเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและ ประสิทธิภาพต่อองค์กรในทางบวก เพราะนโยบายการบริหารงานการจัดการขององค์กรเป็นส่วน สำคัญ และเพื่อให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมาย ที่วางไว้ การสื่อสารภายในองค์กร จึงเป็นสิ่งจำเป็น สำหรับกิจกรรมและการดำเนินงานต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นในองค์กร ทั้งนี้หากการสื่อสารภายในองค์กรดี ชัดเจน ก็จะส่งผลให้การปฏิบัติงานตามนโยบายเป็นไปในทิศทางเดียวกัน บุคลากรในองค์กรเกิดความพึง พอใจ และเข้าใจนโยบายได้อย่างชัดเจน และส่งผลต่อประสิทธิภาพ ในการทำงาน ดังนั้น กระบวนการ ทำงานขององค์กรเพื่อให้บรรลุเป้าหมายจะต้องทำให้การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคลากรในฝ่ายต่าง ๆ ทั้ง ภายใน และภายนอกองค์กรเป็นไปอย่างคล่องตัว เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันเกิดความร่วมมือ การ ประสานงานอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้การทำงานขององค์กรสามารถบรรลุเป้าหมาย การสื่อสาร ระหว่างบุคคลหรือระหว่างกลุ่ม ทำให้เกิดการรวมตัวของบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ซึ่งเรียกว่า “องค์กร” เพราะฉะนั้นในแต่ละองค์กร ก็มีการสื่อสารภายในที่มีรูปแบบเฉพาะ ซึ่งการสื่อสารนับว่าเป็นสายงานที่ สำคัญต่อประสิทธิภาพ และสัมฤทธิ์ผลของการจัดการหรือการบริหารขององค์กร นอกจากนี้ การสื่อสาร ยังมีความสำคัญในการช่วยให้คนที่อยู่รวมกันรู้ความหมายจากการที่ได้ดู ได้ฟัง ได้สัมผัสบ่อย ๆ ทำให้ เข้าใจเรื่องนั้น ๆ มากขึ้น การติดต่อสื่อสารไม่ว่าจะเป็นระหว่าง ผู้ปฏิบัติงานด้วยกัน ระหว่างหัวหน้ากับ ผู้ใต้บังคับบัญชา และระหว่างกลุ่มทำงานกับบุคคลภายนอก เพื่อสร้างความเข้าใจระหว่างกัน และทำให้

เกิดการแลกเปลี่ยนทัศนคติและความคิดซึ่งกันและกันในการบริหารงานในองค์กร เพื่อให้เกิดประสิทธิผลและบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือของบุคคลในองค์กร และการสื่อสารนับเป็นกระบวนการที่สำคัญในการบริหารงาน เพราะช่วยในการตัดสินใจของหัวหน้าหน่วยงานให้บังเกิดผลที่ชัดเจน ดังนั้น บทบาท ของการสื่อสารจึงมีความสำคัญยิ่งสำหรับนักบริหารหรือหัวหน้างานในองค์กรหรือหน่วยงานทั่วไป ลักษณะการสื่อสารที่ดีเป็นส่วนหนึ่งของการบริหาร สิ่งที่ผู้บริหารและผู้ใต้บังคับบัญชาควรคำนึงถึง คือ การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพต้องมีลักษณะ น่าเชื่อถือ มีความหมายต่อผู้รับ และใช้วิธีการสื่อสารที่เหมาะสมในเนื้อหาแม้ว่า การสื่อสารภายในองค์กรในฐานะที่เป็นเครื่องมือสำคัญของการบริหารและการจัดการของฝ่ายบริหาร ในการที่จะให้บุคลากรภายในองค์กรปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายและให้ความร่วมมือกับฝ่ายบริหาร เพื่อให้การปฏิบัติงานบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร (นพดล พูลพุทธพงษ์, ปฏิพัทธ์ ดอกแย้ม, 2559)

จากข้อมูลข้างต้น เขตเทศบาลตำบลบางปู มีโรงงานอุตสาหกรรมที่ได้รับการจดทะเบียนทั้งสิ้นจำนวน 412 แห่ง และมีคนจำนวน 120,458 คน แบ่งเป็นเพศชายจำนวน 57,917 คน และเพศหญิง 61,541 คน นับได้ว่าเป็น จังหวัดที่มีโรงงานอุตสาหกรรมเป็นจำนวนมาก ด้วยเหตุที่ธุรกิจผลิตเครื่องสำอาง ในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางปู จังหวัดสมุทรปราการ มีพนักงานหลากหลายภูมิภาค ด้วยความแตกต่างทางด้านบุคคลทำให้บางครั้งการสื่อสารในธุรกิจมีความเข้าใจไม่ตรงกัน มีผลให้ความเข้าใจในนโยบาย ข่าวสาร ข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้รับนั้น เกิดความเบี่ยงเบนในเนื้อหาสาระ (เทศบาลตำบลบางปู, สืบค้นวันที่ 19 กันยายน 2563 , <http://www.bangpoocity.com/main/>)

ดังนั้นผู้วิจัยสรุปได้ว่า จากความสำคัญของการสื่อสารในธุรกิจที่กล่าวมา ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษา ความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กรของธุรกิจผลิตเครื่องสำอาง ในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางปู จังหวัดสมุทรปราการ ว่าระบบการสื่อสารภายในธุรกิจผลิตเครื่องสำอาง พนักงานมีความพึงพอใจมากน้อยเพียงใด เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงรูปแบบในการติดต่อสื่อสารในธุรกิจผลิตเครื่องสำอาง เพื่อให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กรของธุรกิจผลิตเครื่องสำอาง ในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางปู จังหวัดสมุทรปราการ

### สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กรของธุรกิจผลิตเครื่องสำอาง ในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางปู จังหวัดสมุทรปราการ
2. รูปแบบการสื่อสารที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กรของธุรกิจผลิตเครื่องสำอาง ในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางปู จังหวัดสมุทรปราการ

## แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง จากตำรา เอกสารและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยสรุปนำเสนอสาระสำคัญ ในประเด็นเป็นลำดับ ดังต่อไปนี้

### 1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ 2538, (อ้างถึงใน สรพันธ์ เลอสุมิตรกุล, 2557 หน้า 5) กล่าวว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ (Demographic) ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่ง ส่วนตลาด ลักษณะด้านประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญที่ช่วยกำหนดตลาดเป้าหมาย ตัวแปรด้าน

### 2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความหมายการสื่อสารภายในองค์กร

นรินทร์ชัย พัฒนพงศา , 2542 (อ้างถึงใน จันทิรา มังกรศักดิ์สิทธิ์, 2556 หน้า 8) กล่าวถึงความหมายของการสื่อสารว่า เป็นการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยใช้สื่อหรือช่องทางต่าง ๆ เพื่อมุ่งหมายโน้มน้าวจิตใจให้เกิดผลในการให้เกิดการรับรู้ หรือเปลี่ยนทัศนคติ หรือให้เปลี่ยนพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง

### 3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสำคัญของการสื่อสารและทิศทางการสื่อสาร

การสื่อสารในองค์กรนี้มีความสำคัญอย่างยิ่ง ต่อการบริหารงานขององค์กรต่างๆ การบริหารงาน จะประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใดส่วนหนึ่งเกิดจากการสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ เนื่องจาก การสื่อสารภายในองค์กรจะช่วยให้สามารถนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับนำมาประกอบการตัดสินใจหรือ ดำเนินการใด ๆ ในการบริหารงานและการปฏิบัติงาน

สุพานี สฤษฏ์วานิช, 2552 (อ้างถึงใน สัญชาติ พรมดง, นันทนา นิจอหอ, นารถพี ชัยมงคล , 2561 หน้า 6) ได้อธิบายว่าการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร มีทิศทางของการสื่อสาร ภายในองค์กรดังนี้

1. การติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง ( Downward Communication) เป็นการสื่อสารจากผู้บังคับบัญชาไปยังผู้ใต้บังคับบัญชา เช่น การสั่งงาน มอบหมายงาน ด้วยวิธีการการประชุมงาน การจัดทำการสื่อสารภายในองค์กร ประกาศต่าง ๆ การสื่อสารมีแบบทั้งเป็นการพูด การเขียน และการสื่อสารทางด้านการร่างกาย

2. การติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน (Upward Communication) เป็นการสื่อสารจากพนักงานไปยังผู้บังคับบัญชาหรือผู้บริหาร เช่น การขอคำแนะนำปัญหา การรายงานผลการปฏิบัติงานต่อผู้บังคับบัญชา การ สื่อสารรูปแบบนี้ส่วนใหญ่จะเป็นการพูดคุยกันต่อหน้า

3. การสื่อสารในแนวนอน (Horizontal Communication) เป็นการสื่อสารในระหว่างคนระดับเดียวกัน กลุ่มงานเดียวกัน เช่น การปรึกษาหารือในการแก้ไขปัญหาร่วมกันระหว่างปฏิบัติงาน แลกเปลี่ยน ข้อมูลข่าวสาร ความร่วมมือในการทำงาน

4. การติดต่อสื่อสารในแนวทแยงมุม (Diagonal Communication) เป็นการสื่อสารกันข้ามแผนก ข้ามระดับสายงาน เช่น ผู้จัดการฝ่ายขายติดต่อไปยังพนักงานฝ่ายบัญชีเพื่อแจ้งข้อมูลลูกค้า โดยวิธีการพูด การเขียน โดยต้องสื่อสารแบบเป็นทางการ

#### 4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ริชาร์ด ลิววิธ, 2548 (อ้างถึงใน ปิ่นแก้ว พิศาลวิทย์, 2558 หน้า 7) ความหมายของความพึงพอใจ เป็นพฤติกรรมของมนุษย์คือ ความพยายามที่จะจัดความเครียดหรือความกระวนกระวายหรือภาวะ ไม่ได้ดุลยภาพในร่างกาย ซึ่งเมื่อมนุษย์สามารถจัดสิ่งต่าง ๆ ดังกล่าวได้แล้วมนุษย์ย่อมได้รับความพึงพอใจในสิ่งที่ตนต้องการ ความพึงพอใจตามความหมายของพจนานุกรมด้านจิตวิทยา คือ ความรู้สึกของผู้ที่มารับบริการต่อ สถานบริการตามประสบการณ์ที่ได้รับจากการเข้าไปติดต่อขอรับบริการในสถานบริการ นั้นหรือ ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกส่วนตัวที่รู้สึกเป็นสุขหรือยินดีที่ได้รับการตอบสนองความต้องการ ในสิ่งที่ขาดหายไปหรือสิ่งที่ทำให้เกิดความไม่สมดุล ความพึงพอใจเป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมที่จะ แสดงออก ของบุคคล ซึ่งมีผลต่อการเลือกที่จะปฏิบัติในกิจกรรมใด ๆ นั้น

#### 5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการในการสื่อสาร

กระบวนการสื่อสาร การสื่อสารต้องเริ่มต้นด้วยผู้ส่งสารกำหนดลักษณะของข่าวสารและส่งข่าวสารนั้นไปยังผู้รับสาร ซึ่งจะเป็นผู้ทำความเข้าใจข่าวสารนั้น การสื่อสารจึงประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 3 ส่วน คือผู้ส่งสาร การส่งสารและผู้รับสาร (เทคนิคการสื่อสารภายในองค์กร, สืบค้นวันที่ 06 สิงหาคม 2563 ,<http://203.157.7.7/KM/blog/myfile/>)

#### 6. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน

ทวีพงษ์ หินคำ, 2541 (อ้างถึงใน ยศนันท์ อ่อนสันทด, 2560 หน้า 6) ได้ให้ความหมายว่า สิ่งที่ทำให้เกิดความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน ปัจจัยเหล่านี้จะนำไปสู่ความพอใจในงานที่ทำ ได้แก่ ความสำเร็จ การยกย่อง ลักษณะงาน ความรับผิดชอบ และความก้าวหน้า หากปัจจัยที่กล่าวมา ขาดสิ่งใดอย่างใด อาจก่อให้เกิดความไม่พอใจในงานที่ทำ ถ้าหากงานที่ ปฏิบัติให้ความก้าวหน้า ความท้าทาย ความรับผิดชอบ ความสำเร็จและ การยกย่องแก่ผู้ปฏิบัติงานแล้ว พวกเขาจะพอใจและมีแรงจูงใจในการทำงานเป็นอย่างมาก

## วิธีการดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนแยกตามหัวข้อวิธีการดำเนินการศึกษา ดังต่อไปนี้

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

1. ประชากร (Population) กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ ประชากรในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางปู จังหวัดสมุทรปราการ จำนวนทั้งหมด 120,458 คน (ข้อมูลจากประชากรในเขตเทศบาลตำบลบางปู ณ วันที่ 17 กันยายน 2563)
2. กลุ่มตัวอย่าง (Sampling) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ มีจำนวนเท่ากับจำนวนประชากรทั้งหมด คือ จำนวนประชากรในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางปู 120,458 (ข้อมูลจากข้อมูลจากประชากรในเขตเทศบาลตำบลบางปู ณ วันที่ 17 กันยายน 2563) ซึ่งกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรในการคำนวณกลุ่มตัวอย่างตาม สูตรยามาเน Taro Yamane (Taro Yamane, 1973 : 125, อ้างถึงใน ธำนิทร ศิลปจักร, 2549, หน้า 47) ที่ใช้ช่วงความเชื่อมั่น 95% และมีความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5%
3. วิธีการสุ่มตัวอย่าง การศึกษาค้างนี้ จะเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบใช้ความสะดวก (Convenience Sampling) คือ ประชากรในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางปู จังหวัดสมุทรปราการ จำนวนทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

### เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและศึกษา

เครื่องมือ ที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยนั้นเป็นแบบสอบถาม เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กรของธุรกิจผลิตเครื่องสำอาง ในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางปู จังหวัดสมุทรปราการ ที่ผู้วิจัย ศึกษารวบรวมและดัดแปลง ปรับปรุงจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามแบบถามที่ต้องการทราบสถานภาพข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ ประกอบด้วยคำถาม 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ระดับตำแหน่งงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) เป็นคำถามแบบปลายปิด (Close-Ended questions)

ตอนที่ 2 เป็นคำถามในแบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราประเมิน (Rating Scale) โดยแบ่งเป็น 4 รูปแบบ ดังนี้ ความสำคัญในการสื่อสาร จำนวน 5 ข้อ ความสามารถในการสื่อสาร จำนวน 5 ข้อ ทิศทางการสื่อสาร จำนวน 5 ข้อและกระบวนการในการสื่อสาร จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นคำถามในแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กร โดยข้อคำถาม ดังต่อไปนี้ ความพึงพอใจด้านแรงจูงใจและด้านความสามารถเสนอแนะปรับปรุงให้ดีขึ้น จำนวน 5 ข้อ การสื่อสารกับเพื่อนร่วมงานและการสื่อสารเพื่อให้ข้อมูล จำนวน 5 ข้อ

### การสร้างและทดสอบเครื่องมือเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ศึกษาค้นคว้า ข้อมูลจาก ตำรา เอกสารทางวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วทั้งในประเทศ และต่างประเทศเพื่อรวบรวมข้อมูล และรายละเอียดต่างๆ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือ แบบสอบถาม โดยให้เนื้อหาครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

2. นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ให้อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิ ที่มีความเชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) และนำค่าของคะแนนที่ผู้เชียวัดขึ้นความสอดคล้อง (Index of Congruence) โดยจะคัดเลือก คำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับหรือมากกว่า 0.5 ขึ้นไป และหาความเที่ยงตรงเชิงประจักษ์ (Face Validity) นำแบบสอบถามเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษา ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา

3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือแบบสอบถามตามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ตัวเลือกที่มีการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น คือ สถิติเชิงพรรณนาได้แก่ ค่าความถี่ (frequencies) ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard division) เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง และสถิติเชิงอ้างอิงเพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ การทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว (One-way ANOVA หรือ F-test) รวมถึงใช้การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) โดยใช้ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 (ระดับความเชื่อมั่นที่ 95%)

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บข้อมูลในระหว่างเดือนสิงหาคม ถึงเดือน ตุลาคม พ.ศ. 2563 โดยการแจกแบบสอบถาม เมื่อได้ข้อมูลครบจำนวนแล้ว จึงเก็บรวบรวมแบบสอบถาม เพื่อนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์แล้วนำมาวิเคราะห์ตามหลักสถิติต่อไป วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการ ดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล ในการตอบแบบสอบถามของประชากรในธุรกิจผลิตเครื่องสำอาง ใน เขตนิคมอุตสาหกรรมบางปู จังหวัดสมุทรปราการ ผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถามและเก็บรวบรวมข้อมูล ด้วยตนเอง

2. จำนวนแบบสอบถามที่ส่งให้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ฉบับ ได้รับคืนเป็นฉบับที่สมบูรณ์และนำไปใช้ในการวิเคราะห์ครั้งนี้ 400 ฉบับ

3. นำแบบสอบถามที่ถูกต้องสมบูรณ์ มาวิเคราะห์ทางสถิติ

## ผลการศึกษาวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้ ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 65.50% มีอายุ 20-30 ปี จำนวน 277 คน คิดเป็นร้อยละ 69.3% มีสถานภาพโสด จำนวน 289 คน คิดเป็นร้อยละ 72.3% มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3% เป็นพนักงานระดับปฏิบัติการ/เจ้าหน้าที่/พนักงาน จำนวน 316 คน คิดเป็นร้อยละ 79.0% มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0%

ผลการศึกษาข้อมูลระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรของธุรกิจผลิตเครื่องสำอาง ในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางปู จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า มีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรของธุรกิจผลิตเครื่องสำอาง ในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางปู จังหวัดสมุทรปราการ ในระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ยรวม ( $\bar{X} = 3.51$ ) เมื่อพิจารณาถึงด้านความพึงพอใจมากที่สุด คือ ทิศทางการสื่อสาร มีระดับความพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.70$ ) และเมื่อพิจารณาถึงด้านที่มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ความสำคัญในการสื่อสาร ระดับความพึงพอใจปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.24$ )

ผลการศึกษาข้อมูลระดับความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กรของธุรกิจผลิตเครื่องสำอาง ในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางปู จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า มีระดับความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กรของธุรกิจผลิตเครื่องสำอาง ในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางปู จังหวัดสมุทรปราการ ในระดับความพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ยรวม ( $\bar{X} = 3.58$ ) เมื่อพิจารณาถึงด้านความพึงพอใจมากที่สุด คือ ความพึงพอใจด้านแรงจูงใจและด้านความสามารถเสนอแนะปรับปรุงให้ดีขึ้น มีระดับความพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.66$ ) และเมื่อพิจารณาถึงด้านที่มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ การสื่อสารเพื่อให้ข้อมูล และการสื่อสารกับเพื่อนร่วมงาน ระดับความพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.49$ )

## สรุปผลการวิจัย

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พนักงานที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กรของธุรกิจผลิตเครื่องสำอาง ในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางปู จังหวัดสมุทรปราการ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน พบว่า พนักงานเพศชายและหญิง มีระดับความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กร โดยรวมแต่ละรายด้าน ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พนักงานที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กรของธุรกิจผลิตเครื่องสำอาง ในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางปู จังหวัดสมุทรปราการ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน พนักงานที่มีอายุต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กร โดยรวมแต่ละรายด้าน ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 พนักงานที่มีสถานภาพต่างกัน มีความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กรของธุรกิจผลิตเครื่องสำอาง ในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางปู จังหวัดสมุทรปราการ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน พบว่า พนักงานที่มีสถานภาพต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กร โดยรวมแต่ละรายด้านไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4 พนักงานที่มีการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กรของธุรกิจผลิตเครื่องสำอาง ในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางปู จังหวัดสมุทรปราการ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน พบว่า พนักงานที่มีการศึกษาต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กร โดยรวมแต่ละรายด้านไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 5 พนักงานที่มีระดับตำแหน่งงานต่างกัน มีความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กรของธุรกิจผลิตเครื่องสำอาง ในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางปู จังหวัดสมุทรปราการ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน พนักงานที่มีระดับตำแหน่งงานต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กร โดยรวมแต่ละรายด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 6 พนักงานที่มีรายได้เฉลี่ยต่างกัน มีความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กรของธุรกิจผลิตเครื่องสำอาง ในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางปู จังหวัดสมุทรปราการ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน พบว่า พนักงานที่มีรายได้เฉลี่ยต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กร โดยรวมแต่ละรายด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### อภิปรายผลการศึกษา

ผลการศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กร จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา ระดับตำแหน่งงาน รายได้ ผู้วิจัยขอเสนอผลการเปรียบเทียบ ดังนี้

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ระดับความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กรของธุรกิจผลิตเครื่องสำอาง ในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางปู จังหวัดสมุทรปราการ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน พบว่า พนักงานเพศชายและหญิง มีระดับความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กร โดยรวมแต่ละรายด้าน ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของศิริวรรณ เสรีรัตน์ 2538, (อ้างถึงใน สรพันธ์ เลอสุมิตรกุล, 2557 หน้า 5) กล่าวว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ (Demographic) ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่ง ส่วนตลาดที่สำคัญเพราะปัจจุบันนี้ตัวแปรด้านเพศมีการ เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคมาก เพศที่แตกต่างกันมักจะมีทัศนคติการรับรู้และการ

ตัดสินใจต่างกัน ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ จีราวรรณ ยัมป्लीม (2561) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารในองค์กรของสำนักงาน คณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (ป.ป.ช.) พบว่าเพศที่แตกต่างกัน ในภาพรวม มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารในองค์กรของสำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (ป.ป.ช.)

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ระดับความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กรของธุรกิจผลิตเครื่องสำอาง ในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางปู จังหวัดสมุทรปราการ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน พบว่า พนักงานที่มีอายุต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กร โดยรวมแต่ละรายด้านไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของ คุณกิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์, 2546 (อ้างถึงใน นายสิทธิชัย วงศ์นิล, 2559 หน้า 18) จากการศึกษาของ Tarrance เรื่องความคิด ละเอียดละอ อ ซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งของความคิดสร้างสรรค์พบว่า อายุที่เพิ่มขึ้นของเด็กจะทำให้มีความคิดที่รอบคอบเพิ่มมากขึ้น อายุหรือวัยเป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างในเรื่อง ความคิด และพฤติกรรม บุคคลที่มีอายุมากจะมีพฤติกรรมการตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารต่างจาก บุคคลที่มีอายุน้อยและบุคคลที่มีอายุน้อยจะมีพฤติกรรมการตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสาร เปลี่ยนไปเมื่อตนเองมีอายุมากขึ้น ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ จันทิรา มังกรศักดิ์สิทธิ์ (2556) ได้ศึกษาความคิดเห็นของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กร : กรณีศึกษาโรงพยาบาลนนทเวช พบว่า พนักงานที่มีอายุแตกต่างกัน มีความคิดเห็นโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ระดับความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กรของธุรกิจผลิตเครื่องสำอาง ในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางปู จังหวัดสมุทรปราการ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน พบว่า พนักงานที่มีสถานภาพต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กร โดยรวมแต่ละรายด้านไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ 2538, (อ้างถึงใน สรพันธ์ เลอสุมิตรกุล, 2557 หน้า 5) กล่าวว่าสถานภาพครอบครัว (Marital Status) ในอดีตจนถึงปัจจุบันสถานภาพครอบครัวเป็นเป้าหมายที่สำคัญ และมีความสำคัญยิ่งขึ้นในส่วนที่เกี่ยวกับหน่วยผู้บริโภค นักการตลาดจึงสนใจจำนวนและลักษณะของ บุคคลในครัวเรือนที่ใช้สินค้าใดสินค้านี้หนึ่งและยังสนใจในการพิจารณาลักษณะด้านประชากรศาสตร์เพื่อช่วย ในการพัฒนากลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสม ซึ่งผลการศึกษาที่มีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อภิชา วัฒนะเสวีและชนะเกียรติ สมานบุตร ได้ศึกษารูปแบบการสื่อสารและปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์กร : กรณีศึกษา บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนไทยพาณิชย์ จำกัด (2557) พบว่าสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน โดยรวมแต่ละรายด้านไม่แตกต่างกัน และไม่มีผลต่อประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์กร : กรณีศึกษา บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนไทยพาณิชย์

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ระดับความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กรของธุรกิจผลิตเครื่องสำอาง ในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางปู จังหวัดสมุทรปราการ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน พบว่า พนักงานที่มีการศึกษาต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กร โดยรวมแต่ละรายด้านไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของ มัลลิกา คณานุรักษ์ (2547, น. 128) ที่ว่าการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลให้มนุษย์มีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์และความต้องการแตกต่างกัน มนุษย์ที่มีการศึกษาสูงจะมีความสนใจในข่าวสารที่กว้างขวาง ไม่เชื่อสิ่งใดง่ายๆ จะเชื่อเมื่อมีเหตุผล หรือมีหลักฐานสนับสนุนเพียงพอ ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ นางสาวภัทราวรรณ แก้วมะยมและรศ.กิตติมา สุรสนธิ ที่ศึกษารูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรและความพึงพอใจต่อการสื่อสารภายในองค์กรของพนักงานเจ้าหน้าที่สำนักงานเลขาธิการคุรุสภา พบว่า พนักงานเจ้าหน้าที่สำนักงานเลขาธิการคุรุสภาที่มีการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการสื่อสารภายในองค์กรไม่แตกต่างกัน

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับตำแหน่งงานที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ระดับความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กรของธุรกิจผลิตเครื่องสำอาง ในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางปู จังหวัดสมุทรปราการ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน พบว่า พนักงานที่มีระดับตำแหน่งงานต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กร โดยรวมแต่ละรายด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของ รวิวรรณ เสรีรัตน์ 2538, (อ้างถึงใน สรพันธ์ เลอสุมิตรกุล, 2557 หน้า 5) รายได้ระดับการศึกษาและอาชีพ (Income Education and Occupation) เป็นตัวแปรที่สำคัญ ในการกำหนดส่วนของตลาด มีแนวโน้มความสัมพันธ์ใกล้ชิดกันในเรื่องเหตุและผล ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีระดับ การศึกษาสูง บุคคลที่มีการศึกษาต่ำโอกาสที่จะหางานระดับสูงยาก จึงทำให้มีรายได้ต่ำ ในขณะที่เดียวกันการ เลือกซื้อสินค้าที่แท้จริงอาจเป็นเกณฑ์รูปแบบการดำรงชีวิต ค่านิยม อาชีพ ระดับการศึกษา ทั้งนี้ขัดแย้งกับงานวิจัยของ นางฉฐอร กิริติลาภิน (2560) เรื่องรูปแบบและปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารในองค์กร พบว่า ระดับตำแหน่งงานที่แตกต่างกันมีประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กรโดยรวมไม่แตกต่างกัน

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ระดับความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กรของธุรกิจผลิตเครื่องสำอาง ในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางปู จังหวัดสมุทรปราการ โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน พบว่า พนักงานที่มีรายได้เฉลี่ยต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กร โดยรวมแต่ละรายด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของ ชีระภัทร์ เอกผาชัยสวัสดิ์, 2551 (อ้างถึงใน นางสาวภัทรพร ธนสารโสภณ , 2558 หน้า 20) ความมั่นคงทางเศรษฐกิจและครอบครัว รายได้ของ บุคคลแสดงถึงฐานะทางเศรษฐกิจซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญแสดงถึงการมีศักยภาพในการดูแล 21 คนเอง บ่งบอกถึงอำนาจการใช้จ่ายในการบริโภคข่าวสาร ผู้ที่มีรายได้สูงจะมีโอกาสที่ดีกว่าในการ แสวงหาสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อการดูแลตนเอง ผู้ที่มีรายได้ต่ำจะมีการศึกษาน้อย ทำให้มีข้อจำกัดใน การรับรู้ เรียนรู้

ตลอดจนการแสวงหาความรู้และประสบการณ์ในการดูแลตนเอง ผู้มีรายได้สูงมัก สามารถเข้าถึงสื่อได้มากกว่าและนิยมเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีราคาแพง หรือสื่อต่างประเทศ สนใจ เนื้อหาที่ค่อนข้างหนัก ไม่ค่อยสนใจเนื้อหาฉบับบันเทิงมากนัก นอกจากนั้นคนที่มีความรู้ดีก็มักมีโอกาส การศึกษาดี สะท้อนให้เห็นฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมทั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ นางสาวพรรณปพร โกดัง และคณะ (2554) ได้ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กรของคณะเทคโนโลยีการเกษตร พบว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีโอกาที่จะได้รับข่าวสารจากช่องทางการสื่อสารภายในองค์กรที่แตกต่างกัน

#### ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

องค์กรของธุรกิจผลิตเครื่องสำอาง ในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางปู จังหวัดสมุทรปราการ ควรเพิ่มประสิทธิภาพช่องทางการสื่อสารภายในองค์กรทางด้านความสำคัญในการสื่อสาร เนื่องจากการศึกษาค้นคว้าพบว่า ด้านความสำคัญในการสื่อสารและการสื่อสารเพื่อให้ข้อมูล และการสื่อสารกับเพื่อนร่วมงาน อยู่ใน 2 ลำดับสุดท้าย จำเป็นต้องมีการปรับปรุง

ทางด้านความสำคัญในการสื่อสารอยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลาง มีด้านองค์กรแจ้งให้พนักงานทราบเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวและสถานการณ์แวดล้อมที่มีผลกระทบต่อองค์กรเสมอ น้อยที่สุด ทางด้านการสื่อสารเพื่อให้ข้อมูล และการสื่อสารกับเพื่อนร่วมงานอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก มีด้านท่านคิดว่าวิธีการที่ใช้สื่อสารภายในองค์กรของท่าน สามารถแจ้งข่าวสาร ได้อย่างทั่วถึง น้อยที่สุด

จากผลการศึกษา การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้นทางองค์กรควรมีการเพิ่มช่องทางการสื่อสารให้ทั่วถึงมากกว่านี้ เช่น มีการประชุมกับพนักงานในองค์กรสัปดาห์ละ 1 ครั้ง เพิ่มช่องทางการแจ้งในกลุ่มไลน์ของบริษัทและบอร์ดประกาศต่างๆควรอยู่ในตำแหน่งที่พนักงานทุกคนมองเห็นได้ง่าย

#### ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาวิจัยความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กรใดองค์กรหนึ่งเท่านั้น เพื่อจะได้ทราบว่าพนักงานมีความพึงพอใจต่อการสื่อสารภายในองค์กรมากน้อยเพียงใด
2. ควรศึกษาวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคทางการสื่อสารภายในองค์กร ซึ่งเป็นปัจจัยทางการสื่อสารที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กร

## บรรณานุกรม

- นางสาวกชกร เอี่ยมวิม้งสา. (2558). การสื่อสารภายในองค์กรของศูนย์นาโนเทคโนโลยีแห่งชาติ. วารสารศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กิติคุณ แยมบาน (2559). ความสามารถในการสื่อสารองค์กร รูปแบบการดำเนินชีวิต และแรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อ ประสิทธิภาพในการทำงานเป็นทีม ของพนักงานที่มีวัยต่างกันในองค์กร กรณีศึกษา ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- จิราวรรณ ยัมปล้ม. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารในองค์กรของสำนักงาน คณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ(ป.ป.ช.). นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- จันทร์รา มังกรศักดิ์สิทธิ์. (2556). ความคิดเห็นของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กร : กรณีศึกษา โรงพยาบาลนนทเวช. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- จิตติรัตน์ นุ่มน้อย. (2554). วิจัยเรื่องการสื่อสารเพื่อการจัดการ การเปลี่ยนแปลงในองค์กร กรณีศึกษา ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ เพื่อรายย่อย จำกัด (มหาชน). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- นพดล พูลพุทพงษ์, ภูมิพัทธ์ ดอกแย้ม และผู้ช่วยศาสตราจารย์สุณีย์ วรรณโกมล. (2559). การศึกษา พฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรธุรกิจอุตสาหกรรม บทความวิจัย วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
- นางสาวแพมมาลา วัฒนเสถียรสินธุ์. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อปัญหาการสื่อสารในองค์กร กรณีศึกษา บริษัทยูไนเต็ด แสตนด์การ์ด เทอร์มินัล จำกัด (มหาชน). บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- นายสิทธิชัย วงศ์นิล. (2559). การใช้สื่อแบบบูรณาการเพื่อการสื่อสารภายในองค์กรของพนักงานการทางพิเศษแห่งประเทศไทย. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- นางสาวสุภา นานาพลสิน. (2546). ความพึงพอใจของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กร กรณีศึกษา บริษัทไฮไฟ โอเรียนท์ (ไทย) จำกัด . สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อภิษฎา วัฒนะเสวี และชนะเกียรติ สมานบุตร. (2557). รูปแบบการสื่อสารและปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อ ประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์กร : กรณีศึกษา บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนไทยพาณิชย์ จำกัด วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ ปีที่ 4 ฉบับที่ 2, บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต ,มหาวิทยาลัยรังสิต