

**การเปิดรับและความพึงพอใจของแฟนเพจที่มีต่อ www.facebook.com/GMM25THAILAND
ของสถานีโทรทัศน์จีเอ็มเอ็ม 25**

Exposure and Satisfaction of Fan Pages toward The Facebook of GMM25 TV Station.

สรพงษ์ วงศ์ธีระธรรณ^{1*} และ อิศรานูวัฒน์ เอื้อจิระกาล²

Sorapong Wongtheerathorn^{1*} and Itsaranuvat Auejirakan²

^{1*}อาจารย์ประจำ หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต (สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์) มหาวิทยาลัยรังสิต

²นักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิตศึกษา (สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์) มหาวิทยาลัยรังสิต

^{1*}Lecturer in Bachelor of Communication Arts, Rangsit University

²Graduate Student in Bachelor of Communication Arts, Rangsit University

^{*}Corresponding author, E-mail : sorapong.w@rsu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการเปิดรับของแฟนเพจที่มีต่อ www.facebook.com/GMM25THAILAND ของสถานีโทรทัศน์จีเอ็มเอ็ม 25 และ 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของแฟนเพจที่มีต่อ www.facebook.com/GMM25THAILAND ของสถานีโทรทัศน์จีเอ็มเอ็ม 25 การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นโดยรวมเท่ากับ 0.79 การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และใช้สถิติเพื่อการวิเคราะห์ผลข้อมูลด้วยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความถี่ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุอยู่ในช่วง 24-29 ปี ปัจจุบันอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จัก www.facebook.com/GMM25THAILAND จากรายการโทรทัศน์ของสถานีจีเอ็มเอ็ม 25 โดยส่วนใหญ่เป็นแฟนเพจเป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า 6 เดือน กลุ่มตัวอย่างรับข่าวสารจาก www.facebook.com/GMM25THAILAND ผ่าน Smartphone มากที่สุด โดยมีวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารเพื่อรับทราบข่าวสารและกิจกรรมของสถานีฯ มากที่สุด และส่วนใหญ่ติดตามข่าวสารในช่วงเวลา 20.00-24.00 น. และมีการติดตาม 1-2 ครั้งต่อวัน กลุ่มตัวอย่างมีการอ่านประเภทข่าวสารกิจกรรม มากที่สุด และมีวิธีการติดตามข่าวสารจาก แฟนเพจ GMM25THAILAND โดยเฉพาะหน้า Feed

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อ www.facebook.com/GMM25THAILAND โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาโดยละเอียด พบว่า ด้านเนื้อหา มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในเรื่องข่าวสารกิจกรรมมีการนำเสนอข่าวสารที่ให้แฟนคลับได้ร่วมสนุกและชิงของรางวัล สร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างสถานีฯและแฟนเพจได้เป็นอย่างดีมากที่สุด รองลงมา คือ คำคมจากละครหรือรายการ ให้แง่คิดที่น่าสนใจที่ตัวละครนำเสนอสร้างความสนใจต่อละครหรือรายการนั้นๆ และการนำเสนอตัวอย่างละคร รายการต่างๆ ก่อนออกอากาศจริง มีความน่าสนใจ และสามารถรับรู้ช่วงเวลาในการเผยแพร่ ตามลำดับ ด้านการเผยแพร่ มีความพึงพอใจ

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาโดยละเอียดพบว่า กลุ่มตัวอย่าง มีความพึงพอใจในเรื่องการเผยแพร่กิจกรรมพิเศษผ่านการถ่ายทอดสด (Live) มากที่สุด รองลงมา คือ คิดว่าการใช้ชื่อ Facebook GMM25THAILAND ง่ายต่อการจดจำและการค้นหา และมีการเผยแพร่ข่าวสารในช่วงเวลา 12.00-18.00 น. และ 20.00-23.00 น. มีความสะดวกต่อการติดตาม ตามลำดับ

คำสำคัญ: การเปิดรับ ความพึงพอใจ สถานีโทรทัศน์จีเอ็มเอ็ม 25

Abstract

This study aims to investigate the exposure as well as satisfaction toward the fan page of www.facebook.com/GMM25THAILAND, administered by GMM25 Television Station. This research was conducted through the questionnaire for data collection. This samples used in the survey consisted of 400 people. The data were statistically analyzed using percentage, means, and standard deviation. The results of the research showed that most of the respondents were male. Most of them were between 24-29 years old. They lived in Bangkok. They worked as private company officers. Most of the respondents were members of "GMM25THAILAND". They learned the Facebook from television programs on GMM25 Station. They were found to have been members for at least 6 months. They used their mobile phones to access to the Facebook during 8.00 p.m.-12.00 a.m. They accessed to it once or twice daily. They read news and updated information in the newsfeed and aimed to use it to keep up to date with information and activities. The respondents' satisfaction toward the Facebook was a high level. In terms of the content, most of them were satisfied with activities and news update which increased their good relationship with the GMM25 Station, followed by useful quotes and trailers of drama series. In terms of publications, the respondents were satisfied with update information via Live on the Facebook Fan Page, followed by the name of the Facebook Fan Page which was memorable and the duration of information presentation during 10.00 a.m. - 6.00 p.m. and 8.00 - 11.00 p.m. which was convenient for them.

Keywords: Exposure, determine, satisfaction, GMM25 Television Station

1. บทนำ

สถานีโทรทัศน์จีเอ็มเอ็ม 25 หรือช่อง GMM 25 เป็นองค์กรด้านธุรกิจสื่อสารมวลชนในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร รายการ วาไรตี้ ดนตรี กีฬาบันเทิง รวมถึงรายการเด็กและครอบครัว โดยผ่านการกระจายสัญญาณด้วยระบบดิจิทัล ดำเนินกิจการโดย บริษัท จีเอ็มเอ็ม แชนแนล จำกัด ซึ่งอยู่ภายในเครือบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด ซึ่งตั้งอยู่ชั้น 24 อาคารจีเอ็มเอ็มแกรมมี่เพลส เลขที่ 50 ถนนอโศกมนตรี แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานครฯ บริหารงานโดย คุณสายทิพย์ มนตรีกุล ณ อรุณดา ค่างตำแหน่ง ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร เริ่มทดลองออกอากาศตั้งแต่วันที่ 24 พฤษภาคม พ.ศ. 2557 จากนั้นเมื่อวันที่ 18 กรกฎาคม พ.ศ. 2557 ได้เปลี่ยนเป็นชื่อ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แชนแนล จำกัด พร้อมเปิดตัวอัตลักษณ์ใหม่ เมื่อวันที่ 25 กันยายน พ.ศ. 2557 โดยเริ่มใช้อัตลักษณ์ใหม่ ตั้งแต่ 15 มกราคม พ.ศ.

2558 แสดงหมายเลขช่อง 25 กำกับไว้ทางขวามือของหน้าจอโทรทัศน์ ภายใต้โลโก้ประจำสถานีฯ ว่า “สนุกทุกวัน อยู่ด้วยกันตลอดเวลา จีเอ็มเอ็ม 25” (https://th.wikipedia.org/wiki/จีเอ็มเอ็ม_25.html, สืบค้นเมื่อวันที่ 18 สิงหาคม พ.ศ. 2559)

สำหรับการดำเนินการประชาสัมพันธ์ของสถานีโทรทัศน์จีเอ็มเอ็ม 25 ซึ่งอยู่ในความรับผิดชอบของฝ่ายประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีหน้าที่คือ การจัดการและวางแผนการประชาสัมพันธ์รายการต่างๆ ให้กับกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ กลุ่มวัยรุ่น อายุตั้งแต่ 18 - 23 ปี และกลุ่มวัยทำงาน อายุตั้งแต่ 24 - 35 ปี และกลุ่มเป้าหมายรอง คือ ประชาชนทั่วไป และมีหน้าที่ดูแลสื่อออนไลน์ต่างๆ ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ของสถานีโทรทัศน์จีเอ็มเอ็ม 25 โดยได้กำหนดสื่อออนไลน์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารความเคลื่อนไหวขององค์กร และเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของผู้ชม สื่อประชาสัมพันธ์ที่ทางฝ่ายประชาสัมพันธ์ของช่อง GMM25 มีหลากหลายช่องทางทั้งทางเว็บไซต์ของสถานีโทรทัศน์จีเอ็มเอ็ม 25 (www.gmm25thailand.com) และช่องทางของสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ ได้แก่ Facebook (www.facebook.com/GMM25THAILAND), Instagram (@gmm25thailand), Twitter (@gmm25thailand) และ Youtube (GMM25Thailand) อีกทั้งยังมีแอปพลิเคชันคือ APPLICATIONS GMM25 โดยสามารถดาวน์โหลดได้ทั้งระบบ IOS และ Android ซึ่งทั้งหมดนี้อยู่ในความรับผิดชอบของฝ่ายประชาสัมพันธ์

สำหรับ www.facebook.com/GMM25THAILAND สถานีโทรทัศน์จีเอ็มเอ็ม 25 ถือเป็นสื่อออนไลน์หลักของสถานีโทรทัศน์จีเอ็มเอ็ม 25 ที่ใช้ในการเผยแพร่ เป็นสื่อที่อยู่ในความดูแลของฝ่ายประชาสัมพันธ์ ก่อตั้งขึ้นเมื่อ 25 กันยายน พ.ศ.2557 โดยมีกลุ่มเป้าหมายของสื่อ คือ บุคคลที่กดไลค์แฟนเพจ GMM25THAILAND ผ่าน Facebook โดยมีเนื้อหา ได้แก่ ข่าวประชาสัมพันธ์ของสถานีโทรทัศน์จีเอ็มเอ็ม 25 ปัจจุบันมีแฟนเพจจำนวน 1,890,104 คน (www.facebook.com/GMM25THAILAND, สืบค้นเมื่อวันที่ 18 สิงหาคม พ.ศ. 2559) โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อแจ้งข่าวสาร และกิจกรรม ไปยังแฟนคลับของสถานีโทรทัศน์จีเอ็มเอ็ม 25 รวมถึงผู้ที่สนใจได้ทราบถึงความเคลื่อนไหวขององค์กรอยู่เสมอ
2. เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างสถานีโทรทัศน์จีเอ็มเอ็ม 25 กับแฟนคลับหรือกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากสื่อสารผ่านสังคมออนไลน์ สามารถเป็นช่องทางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและพูดคุยกับแฟนคลับได้ง่ายขึ้น
3. เพื่อเป็นการสื่อสารอย่างรวดเร็ว และทันต่อเหตุการณ์ ไม่ว่าจะวินาทีนั้นจะเกิดอะไรขึ้นก็จะสามารถเผยแพร่ข่าวสารไปยังแฟนคลับหรือกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว
4. เพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาความเข้าใจผิดเมื่อมีเหตุการณ์หรือข่าวสารในแง่ลบที่ทำให้ภาพลักษณ์ของสถานีโทรทัศน์จีเอ็มเอ็ม 25 เสียหาย ทางฝ่ายประชาสัมพันธ์ของสถานีโทรทัศน์จีเอ็มเอ็ม 25 ก็จะสามารถสื่อสารเพื่อแก้ไขความเข้าใจผิด รวมถึงสามารถแก้ไขสถานการณ์ได้อย่างรวดเร็ว

สำหรับ www.facebook.com/GMM25THAILAND มีรายละเอียดเนื้อหาในการนำเสนอต่อไปนี้

1. ผลงานของนักแสดง – นำเสนอรายละเอียดผลงานของนักแสดงในปัจจุบันและอนาคตเพื่อประชาสัมพันธ์ให้แฟนเพจได้ทราบข้อมูล และติดตามนักแสดงที่ตนเองชื่นชอบ
2. รูปภาพ – รูปภาพนักแสดง รูปภาพประชาสัมพันธ์รายการ และรูปภาพละคร เพื่อเผยแพร่ภาพให้แฟนเพจได้ติดตาม และเห็นความเคลื่อนไหวต่างๆ ของสถานีฯ

3. คลิปวิดีโอ – ประชาสัมพันธ์รายการ โครงการของสถานีฯ นักแสดง ละคร สัมภาษณ์นักแสดง ด้วยรูปแบบวิดีโอ เพื่อให้แฟนเพจได้ทราบความเคลื่อนไหวของนักแสดง หรือรายการที่ตนชื่นชอบ

4. การประชาสัมพันธ์รายการหรือละครต่างๆ- บอกถึงเวลาการออกอากาศของรายการและละคร รายวันและรายสัปดาห์ เพื่อให้แฟนเพจได้ทราบความเคลื่อนไหวของสถานีฯ อยู่เสมอ

5. คำคมจากละครหรือรายการ – วลีที่เป็นแง่คิดที่น่าสนใจที่ตัวละครและรายการได้นำเสนอออกมา เพื่อสร้างความน่าสนใจต่อละครหรือรายการนั้นๆ

6. ข่าวสารกิจกรรม – การนำเสนอข่าวสารที่ทางสถานีฯ มีส่วนเกี่ยวข้อง และกิจกรรมต่างๆ ให้แฟนคลับได้ร่วมสนุก และชิงของรางวัล เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร และสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างสถานีฯ และแฟนเพจ

7. การ Live (ไลฟ์) สดในแฟนเพจ – เป็นการนำเสนอเพื่อประชาสัมพันธ์ละคร รายการ กิจกรรมต่างๆ ในรูปแบบการถ่ายทอดสดงานกิจกรรมต่างๆ ของสถานีฯ เช่น การแถลงข่าว การ บรรจวงละคร ฯลฯ ผ่าน www.facebook.com/GMM25THAILAND เพื่อให้แฟนเพจ ได้เข้าร่วมสนุกกับกิจกรรมสดแบบเรียลไทม์

การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ทาง Facebook เพื่อใช้ติดต่อ เผยแพร่ข่าวสารออกไปให้กับแฟนเพจนั้น ฝ่ายประชาสัมพันธ์จะต้องมีการพัฒนาข่าวสารเป็นประจำทุกวัน โดยระดมเผยแพร่ผลงานของนักแสดง รูปภาพ วิดีโอคลิป การประชาสัมพันธ์รายการหรือละครต่างๆ คำคมจากละครหรือรายการต่างๆ รวมถึงข้อมูลข่าวสารกิจกรรมที่ทางสถานีฯ มีส่วนเกี่ยวข้อง ให้แฟนคลับได้ร่วมสนุก โดยระยะเวลาที่เผยแพร่มีความเคลื่อนไหวตลอดเวลา โดยเฉพาะช่วงเวลา 12.00 - 18.00 น. จะมีการเผยแพร่จำนวน 14-15 ครั้งต่อวัน และช่วงเวลา 20.00-23.00 น. มีการเผยแพร่จำนวน 3-4 ครั้งต่อวัน รวมทั้งวันจะเผยแพร่ประมาณ 20 ครั้งต่อวัน (www.facebook.com/GMM25THAILAND, สืบค้นเมื่อวันที่ 18 สิงหาคม พ.ศ. 2559)

จากการที่สื่อออนไลน์ ได้ถูกนำมาใช้เป็นกลยุทธ์หลักเพียงช่องทางเดียวที่บริษัทฯ ได้นำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์พร้อมกับการก่อตั้งสถานีโทรทัศน์ฯ ผู้วิจัยได้สังเกตเห็นว่าสื่อ Facebook GMM25THAILAND เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่สำคัญและยังไม่มีการศึกษาในประเด็นดังกล่าวนี้มาก่อน ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาเพื่อนำผลวิจัยที่ได้ไปเสนอแก่สถานีโทรทัศน์จีเอ็มเอ็ม 25 ในการนำไปเปลี่ยนแปลงแนวทางในการเผยแพร่ให้สอดคล้องกับความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย และเพื่อให้บุคลากรภายในฝ่ายประชาสัมพันธ์ของสถานีโทรทัศน์จีเอ็มเอ็ม 25 ที่ดูแลเพจ มีความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายมากขึ้นและสามารถพัฒนาเพจให้มีประสิทธิภาพต่อไป

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาถึงการเปิดรับของแฟนเพจที่มีต่อ www.facebook.com/GMM25THAILAND ของสถานีโทรทัศน์จีเอ็มเอ็ม 25

2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของแฟนเพจที่มีต่อ www.facebook.com/GMM25THAILAND ของสถานีโทรทัศน์จีเอ็มเอ็ม 25

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษานี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาการเปิดรับและความพึงพอใจของแฟนเพจที่มีต่อ www.facebook.com/GMM25THAILAND ของสถานีโทรทัศน์จีเอ็มเอ็ม 25 เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ใช้โดยแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลกับแฟนเพจหรือประชาชนที่ก่อกำเนิด www.facebook.com/GMM25THAILAND ของสถานีโทรทัศน์จีเอ็มเอ็ม 25 จำนวน 1,890,104 คน (www.facebook.com/GMM25THAILAND, สืบค้นเมื่อ วันที่ 18 สิงหาคม พ.ศ. 2559) ซึ่งได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณของ Taro Yamane (1973) (อ้างถึงใน ประคอง วรรณสุด, 2528) กำหนดค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และความผิดพลาดจากการสุ่มตัวอย่างไม่เกินร้อยละ 5 ซึ่งมีสูตรดังนี้

$$\begin{aligned}
 N &= \frac{1,890,104}{1+1,890,104 (0.05)^2} \\
 &= \frac{1,890,104}{4,125,27} \\
 &= 399,99
 \end{aligned}$$

ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยมีจำนวน 400 ชุด โดยผู้วิจัยดำเนินการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sammpling) จากผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมออนไลน์ผ่าน www.facebook.com/GMM25THAILAND และร่วมกิจกรรมดูฟรีหนังดังกับ รายการคอบหนังข้างงาน ณ ชั้น 4 โรงภาพยนตร์เอสพานาด รัชดาภิเษก ถนนรัชดาภิเษก เขต รัชดาภิเษก กรุงเทพมหานคร

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การเปิดรับของแฟนเพจที่มีต่อ www.facebook.com/GMM25THAILAND ของสถานีโทรทัศน์จีเอ็มเอ็ม 25

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของแฟนเพจที่มีต่อ www.facebook.com/GMM25THAILAND ของสถานีโทรทัศน์ จีเอ็มเอ็ม 25

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ในการทดสอบเครื่องมือวิจัยโดยการนำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ความเที่ยงตรง ของ โครงสร้าง (Contstruct Validity) และลักษณะของ ภาษาที่ใช้จากนั้นผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) กับบุคลากรในสถานีโทรทัศน์จีเอ็มเอ็ม 25 ซึ่งไม่ตรงกับกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยจำนวน 40 คน โดยคิดจากร้อยละ 10 ของจำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นโดยรวมเท่ากับ 0.79 เพื่อตรวจสอบเนื้อหาของข้อคำถามว่ามีความถูกต้องและครอบคลุม จากนั้นจึงนำแบบสอบถามมาปรับปรุง แก้ไขเพื่อนำมาใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจริง

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

ผู้วิจัยได้เก็บแบบสอบถามกับแฟนเพจที่ร่วมกิจกรรมดูฟรีหนังดังกับ รายการคองกิ้งข้างถนนบน www.facebook.com/GMM25THAILAND เมื่อวันที่ 12 ตุลาคม พ.ศ. 2559 ณ ชั้น 4 โรงภาพยนตร์เอสฟานาดา รัชดาภิเษก ถนนรัชดาภิเษก เขตรัชดาภิเษก กรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง พร้อมรื้อกลับคืนด้วยตนเอง ซึ่งได้แบบสอบถามกลับมาจำนวน 400 ชุด โดยเก็บได้ครบตามจำนวนทั้งหมด คิดเป็น ร้อยละ 100 จากนั้นจึงนำแบบสอบถามมาวิเคราะห์และประมวลผลการวิจัยซึ่งสามารถนำเสนอผลวิจัยได้ดังนี้

4. ผลการวิจัย

4.1 ข้อมูลด้านประชากร

กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 54.25 และเพศหญิง จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.75 กลุ่มตัวอย่างมีอายุช่วง 24 - 29 ปี มากที่สุด จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.25 รองลงมา คือ มีอายุช่วง 18 - 23 ปี จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.25 และมีอายุช่วง 30 - 35 ปี จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร มากที่สุด จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.50 รองลงมา คือ นนทบุรี จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.75 และ ปทุมธานี จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.75 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างมีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มากที่สุด จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 63.50 รองลงมา คือ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.75 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.75 ตามลำดับ มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มากที่สุด จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 รองลงมา คือ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 และธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.75 ตามลำดับ

4.2 การเปิดรับของแฟนเพจที่มีต่อ www.facebook.com/GMM25THAILAND ของสถานีโทรทัศน์จีเอ็มเอ็ม 25

กลุ่มตัวอย่างรู้จัก www.facebook.com/GMM25THAILAND จากรายการ โทรทัศน์ของสถานีจีเอ็มเอ็ม 25 มากที่สุด จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 34.71 รองลงมา คือ รู้จักด้วยตนเอง จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 29.73 และ เพื่อนแนะนำ จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 18.08 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างเป็นแฟนเพจน้อยกว่า 6 เดือน มากที่สุด จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.75 รองลงมา คือ 6 - 12 เดือน จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 และมากกว่า 1 ปี ครึ่งจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างใช้อุปกรณ์ในการรับข่าวสารจาก www.facebook.com/GMM25THAILAND คือ Smartphone มากที่สุด จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.25 รองลงมา คือ คอมพิวเตอร์ PC จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 และ โน้ตบุ๊ก จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75 ตามลำดับ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรับทราบข่าวสารและกิจกรรมของ สถานีฯ มากที่สุด จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 24.93 รองลงมา คือ เพื่อติดตามการประชาสัมพันธ์รายการหรือละคร จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 19.54 และเพื่อติดตามผลงานของนักแสดง จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 17.12 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างติดตามในช่วงเวลา 20.00 - 24.00 น. มากที่สุด จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 34.65 รองลงมา คือ 18.00 - 20.00 น. จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 27.84 และ 13.00 - 18.00 น. จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 13.83

ตามลำดับ ส่วนใหญ่ติดตาม 1 – 2 ครั้ง มากที่สุด จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.50 รองลงมา คือ 3 – 4 ครั้ง จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.25 และมากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.25 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างอ่านเนื้อหาข่าวสารในประเภทข่าวสารกิจกรรม มากที่สุด จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 25.25 รองลงมา คือ การประชาสัมพันธ์ราชการหรือละคร จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 20.68 และผลงานของนักแสดง จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 17.26 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างมีวิธีการติดตามข่าวสารจาก แฟนเพจ Facebook GMM25 โดยเฉพาะหน้า Feed มากที่สุด จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 51.02 รองลงมา คือ คลิกเข้าไปดูยังหน้าแฟนเพจ จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 25.69 และอ่านแต่ละหัวข้อ จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 8.69 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างตอบรับโดยเข้าร่วมกิจกรรม มากที่สุด จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 48.46 รองลงมา คือ กดถูกใจ (Like) จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 19.08 และเก็บข้อมูลเพื่อนำไปใช้ จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 13.82 ตามลำดับ

4.3 ความพึงพอใจของแฟนเพจที่มีต่อ www.facebook.com/GMM25THAILAND ของสถานีโทรทัศน์จีเอ็มเอ็ม 25

จากผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อ www.facebook.com/GMM25THAILAND ของสถานีโทรทัศน์จีเอ็มเอ็ม 25 ในด้านเนื้อหา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.89 เมื่อพิจารณาโดยละเอียดพบว่า มีความพึงพอใจในเรื่องข่าวสารกิจกรรม มีการนำเสนอข่าวสารที่แฟนคลับได้ร่วมสนุกและชิงรางวัล สร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างสถานีฯและแฟนเพจได้เป็นอย่างดี โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.20 รองลงมา คือ คำคมจากละครหรือรายการ ให้แง่คิดที่น่าสนใจที่ตัวละครนำเสนอ สร้างความสนใจต่อละครหรือรายการนั้นๆ อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.02 และการนำเสนอตัวอย่างละคร รายการต่างๆ ก่อนออกอากาศจริง มีความน่าสนใจ และสามารถรับรู้ช่วงเวลาในการเผยแพร่ อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.97 ตามลำดับ

อีกทั้งกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อ www.facebook.com/GMM25THAILAND ของสถานีโทรทัศน์จีเอ็มเอ็ม 25 ในด้านการเผยแพร่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.82 เมื่อพิจารณาโดยละเอียดพบว่า มีความพึงพอใจในเรื่องการเผยแพร่กิจกรรมพิเศษผ่านการถ่ายทอดสด (Live) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.26 รองลงมา คือ คิดว่าการใช้ชื่อ Facebook GMM25THAILAND ง่ายต่อการจดจำและการค้นหา อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.23 และมีการเผยแพร่ข่าวสารในช่วงเวลา 12.00 – 18.00 น. และ 20.00 – 23.00 น. มีความสะดวกต่อการติดตาม อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.90 ตามลำดับ

โดยภาพรวมของการประเมินผลความพึงพอใจของแฟนเพจที่มีต่อ www.facebook.com/GMM25THAILAND ของสถานีโทรทัศน์จีเอ็มเอ็ม 25 อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.86 เมื่อพิจารณาโดยละเอียดพบว่าด้านเนื้อหา มีความเหมาะสมมากที่สุดอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.89 รองลงมา คือ ด้านเผยแพร่ อยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.82 ตามลำดับ

5. การอภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง การเปิดรับและความพึงพอใจของแฟนเพจที่มีต่อ [www.facebook.com/ GMM25THAILAND](http://www.facebook.com/GMM25THAILAND) ของสถานีโทรทัศน์จีเอ็มเอ็ม 25 มีข้อค้นพบที่มีความสอดคล้องเกี่ยวข้อง และเป็นเหตุเป็นผลต่อกัน สามารถนำมาวิเคราะห์และอภิปรายผลในประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

5.1 การเปิดรับข่าวสาร

จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารจาก [www.facebook.com/ GMM25THAILAND](http://www.facebook.com/GMM25THAILAND) ผ่าน โทรศัพท์แบบ Smartphone ผู้วิจัยจึงมีความคิดเห็นว่า การนำเสนอข่าวสารของสถานีโทรทัศน์จีเอ็มเอ็ม 25 ผ่าน www.facebook.com/GMM25THAILAND สามารถเข้าถึงผู้ใช้งาน คือ กลุ่มแฟนเพจ เนื่องจาก www.facebook.com/GMM25THAILAND มีความสะดวกในการใช้เปิดรับข่าวสารของสถานีฯ ผ่าน Facebook โดยผู้ใช้งานไม่ต้องเข้าไปยังเว็บไซต์ของสถานีฯ เพื่อเปิดรับข่าวสารต่างๆ ทำให้เกิดความง่ายและสะดวกรวดเร็วกับการเข้าถึงข้อมูลได้ทันที ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Samuel (1978) (อ้างถึงในศราณี มณี โชติ, 2545) ได้กล่าวว่า บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจ เพื่ออยากรู้ การเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางอินเทอร์เน็ต ผู้รับสารสามารถเลือกรับสื่อที่ตนเองสะดวก

5.2 ความพึงพอใจที่มีต่อ www.facebook.com/GMM25 THAILAND

ก. จากผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจที่มีต่อ www.facebook.com/GMM25 THAILAND ในด้านเนื้อหาในประเด็นเกี่ยวกับข่าวสารกิจกรรมต่างๆของสถานีฯ มีการนำเสนอข่าวสารให้แฟนคลับได้ร่วมสนุกและชิงของรางวัล สร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างสถานีฯ และแฟนเพจได้เป็นอย่างดี ที่นำเสนอตรงกับความต้องการของแฟนเพจเป็นอย่างมาก ได้แก่ การนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรม “คู่มือฟรี กับรายการคองกิ้งข้างถนน” เพื่อให้แฟนเพจได้ร่วมสนุกเล่นเกมชิงรางวัล ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า www.facebook.com/GMM25THAILAND มีการนำเสนอเนื้อหาที่มีประโยชน์ต่อแฟนเพจ ได้แก่ การนำเสนอตัวอย่างละคร รายการต่างๆ ก่อนออกอากาศจริง มีความน่าสนใจ และสามารถรับรู้ช่วงเวลาในการเผยแพร่ได้ ดังนั้น เมื่อข้อมูลข่าวสารสามารถสนองต่อความต้องการของแฟนเพจได้ ทำให้แฟนเพจเกิดความพึงพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ดารา ทีปะปาล (2546) ที่อธิบายไว้ว่า การสร้างเนื้อหาที่ต้องมุ่งเน้นให้ผู้รับสารเกิดความสนใจและสามารถตอบสนองประสบการณ์ของตนเองได้ การสร้างเนื้อหาที่มีลักษณะเด่นเฉพาะหรือข่าวสารที่ตรงกับความสนใจ ได้แก่ การใช้ Facebook เพื่ออำนวยความสะดวกในการเผยแพร่ข่าวสารไปยังผู้รับสารให้สามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็วและรวมถึง การประชาสัมพันธ์ข่าวสาร โดยใช้เนื้อหาที่มีความทันสมัย จึงทำให้ได้รับความนิยมนมากยิ่งขึ้น

ข. กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจที่มีต่อ www.facebook.com/GMM25THAILAND ในด้านการเผยแพร่ ผลการวิจัยพบว่า [www.facebook.com/ GMM25THAILAND](http://www.facebook.com/GMM25THAILAND) สามารถใช้เป็นช่องทางในการเผยแพร่ข่าวสารของสถานีโทรทัศน์จีเอ็มเอ็ม 25 มีความพึงพอใจในระดับมาก ผู้วิจัยมีความคิดว่า การใช้ www.facebook.com/GMM25THAILAND เป็นช่องทางในการนำเสนอข่าวสารของสถานีฯสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายคือแฟนเพจได้เป็นอย่างดี เนื่องจากแฟนเพจส่วนใหญ่พึงพอใจในด้านการเผยแพร่กิจกรรมพิเศษผ่านการถ่ายทอดสด (Live) ซึ่งทำให้สามารถเข้าถึงข่าวสารของสถานีฯได้อย่างรวดเร็วและทันทุกสถานการณ์ มีความสะดวกและกำลังเป็นที่นิยมในการเปิดรับข่าวสารในรูปแบบนี้มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Hunt and Ruben (1933) (อ้างถึงในศศิพรณ บันทรทรัพย์, 2547) ได้กล่าวว่า

ข่าวสารที่สะดวกในการได้มา (Availability) ผู้รับสารนั้นจะต้องการความสะดวกสบายในการได้รับข่าวสารและสอดคล้องกับแนวคิดของพรจิต สมบัติพานิช (2547) ที่อธิบายไว้ว่า สิ่งที่อยู่ประชิดประชิดให้กับผู้รับสารในการติดตามข่าวสารได้อย่างน่าสนใจ คือ สิ่งที่ทำหน้าที่ส่งสารได้หลายอย่างรวมกันคือ ภาพ เสียง และ ข้อความ ซึ่งจะเอื้อประโยชน์ในการติดตามข่าวสารของผู้รับสารได้ อีกทั้งในเรื่องความรวดเร็วและสดใหม่ตลอดเวลาของการเผยแพร่กิจกรรมพิเศษผ่านการถ่ายทอดสด (Live) ได้สอดคล้องกับแนวคิดของ ฌัฐบุรณ ทองโรจน์ (2552) ที่กล่าวถึงการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ที่มีการสื่อสารติดต่อแบบสองทางนำเสนอข่าวสารได้ทั้ง ข้อความ ภาพ เสียง วิดีโอ กราฟฟิก ผ่านช่องทางของสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศและเครื่องมือสื่อสารที่ทันสมัย (คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ ดาวเทียม WIFI) เชื่อมโยงเครือข่ายทั่วโลก เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างรวดเร็ว ทันเหตุการณ์ สามารถแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนประสบการณ์ ไร่พรมแดน ได้อย่างรวดเร็ว และสดทุกสถานการณ์ ในช่วงเวลาพร้อมๆ กัน

6. บทสรุป

การศึกษาวิจัย เรื่อง “การเปิดรับและความพึงพอใจของแฟนเพจที่มีต่อ www.facebook.com/GMM25THAILAND ของสถานีโทรทัศน์จีเอ็มเอ็ม 25” มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงการเปิดรับของแฟนเพจที่มีต่อ www.facebook.com/GMM25THAILAND ของสถานีโทรทัศน์จีเอ็มเอ็ม 25 และเพื่อศึกษาความพึงพอใจของแฟนเพจที่มีต่อ www.facebook.com/GMM25THAILAND ของสถานีโทรทัศน์จีเอ็มเอ็ม 25

6.1 จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการเปิดรับ www.facebook.com/GMM25THAILAND สื่อดังกล่าวนี้ สามารถใช้ประชาสัมพันธ์ข่าวสารของสถานีโทรทัศน์จีเอ็มเอ็ม 25 ได้ ซึ่งเป็นทางเลือกที่ดีของแฟนเพจในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ดังนั้น จึงควรใช้สื่อเพจ facebook GMM25 THAILAND เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารของสถานีฯ เนื่องจากมีความฉับไว และรวดเร็วในการสื่อสาร สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง

6.2 จากการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเรื่องเนื้อหาที่นำเสนอเกี่ยวกับข่าวสารกิจกรรมต่างๆ ของสถานีฯ โดยมีการนำเสนอข่าวสารที่ทำให้แฟนคลับได้ร่วมสนุกและชิงของรางวัล และสามารถสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างสถานีฯ และแฟนเพจได้เป็นอย่างดี ดังนั้น ควรมีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาการจัดกิจกรรมต่างๆ ของสถานีฯ ให้แฟนเพจได้ร่วมสนุกให้มากยิ่งขึ้น เพื่อที่จะได้ตอบสนองตรงตามความพึงพอใจของแฟนเพจ เช่น การเพิ่มกิจกรรมต่างๆ ให้แฟนเพจได้ใกล้ชิดกับศิลปิน นักแสดงที่ตนเองชื่นชอบ หรือ กิจกรรมลุ้นดูคอนเสิร์ต หรือมีการเพิ่มเนื้อหารายละเอียดกิจกรรมที่น่าสนใจ เพื่อร่วมสนุกกับทางสถานีฯ เพิ่มในเพจมากยิ่งขึ้น เป็นต้น

6.3 จากการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการเปิดรับน้อยที่สุดในเรื่องของการแสดงความคิดเห็นของแฟนเพจผ่าน www.facebook.com/GMM25THAILAND อีกทั้งการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับสถานีโทรทัศน์จีเอ็มเอ็ม 25 ก็ยังมีการเปิดรับอยู่ในระดับที่น้อยที่สุด ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่า ควรมีการกระตุ้นการเปิดรับของแฟนเพจในเรื่องการแสดงความคิดเห็นที่ทำให้แฟนเพจ อยากที่จะมาแสดงความคิดเห็นและสามารถเพิ่มความสนใจ ความดึงดูดใจของแฟนเพจ อีกทั้งสามารถสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างแฟนเพจกับสถานีโทรทัศน์จีเอ็มเอ็ม 25 ดังนั้น ควรมีการจัดกิจกรรมตอบคำถามโดยคำตอบมาจากคลิปตัวอย่างของละครหรือรายการ โดยให้แฟนเพจตอบคำถามผ่านการแสดง

ความคิดเห็น เพื่อดึงดูดให้แฟนเพจร่วมแสดงความคิดเห็นเพิ่มขึ้น พร้อมทั้งได้ร่วมสนุกและลุ้นรับของรางวัลจากสถานีโทรทัศน์ฯ

6.4 จากการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจปานกลาง เรื่องการตอบข้อซักถามแก่แฟนเพจ ผ่าน www.facebook.com/GMM25THAILAND ทั้งนี้ โดยมีความสุภาพในการใช้ภาษา ทำให้เกิดการนำติดตามอย่างต่อเนื่องและการค้นหา ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นสมควรยิ่งในการรักษาความสุภาพในการใช้ภาษา ในการตอบข้อซักถามแก่แฟนเพจ และให้รักษามาตรฐานการบริการแฟนเพจด้วยความรวดเร็วในการตอบข้อซักถามแก่แฟนเพจ โดยเฉพาะหากมีกรณีที่เร่งด่วน ควรตอบคำถามแก่แฟนเพจทันทีที่ได้รับข้อมูล ซึ่งสามารถส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่สถานีโทรทัศน์จีเอ็มเอ็ม 25 ยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาวิจัยอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากมีความเกี่ยวข้องกับสื่อออนไลน์ที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนา ปรับปรุงใน www.facebook.com/GMM25 THAILAND ให้มีความทันสมัย และสอดคล้องกับความพึงพอใจของแฟนเพจมากยิ่งขึ้น อีกทั้งการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาในประเด็นการเปิดรับ และความพึงพอใจของแฟนเพจที่มีต่อ www.facebook.com/GMM25Thailand ซึ่งสามารถทำการศึกษาเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) หรือ สัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Group) กับแฟนเพจ www.facebook.com/GMM25 THAILAND ของสถานีโทรทัศน์จีเอ็มเอ็ม 25 เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกและครอบคลุมเกี่ยวกับด้านเนื้อหา และด้านการเผยแพร่ของการเปิดรับและความพึงพอใจของแฟนเพจที่มีต่อ www.facebook.com/GMM25 THAILAND ในเพื่อใช้ในการพัฒนาสื่อดังกล่าวนี้ให้เกิดประสิทธิภาพที่ดี และสอดคล้องกับความพึงพอใจของผู้ใช้มากยิ่งขึ้น

7. กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยดี โดยได้รับความอนุเคราะห์จาก ผศ.ดร.สรพงษ์ วงศ์ธีระธรณ์ อาจารย์ที่ปรึกษา พร้อมด้วย ผศ.ดร.เรศ กาศโอสถ ประธานการประชุมประเมินผลงานวิจัย และอาจารย์ชนกฤต เติจจินดา กรรมการประเมินผลงานวิจัย ที่ท่านได้เสียสละเวลาให้คำปรึกษาคำแนะนำ พร้อมกับแนวคิด ให้แนวทางในการพัฒนาและแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ และขอขอบคุณ คุณสุนิษฐ์ ณ สงขลา ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ สถานีโทรทัศน์จีเอ็มเอ็ม 25 ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลและให้ความช่วยเหลือประสานงานในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการทำวิจัยฉบับนี้ ทั้งนี้ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้

8. เอกสารอ้างอิง

ณัฐบุรณ์ ทองโรจน์. (2552). การประชาสัมพันธ์ออนไลน์. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
ดารา ทีปะปาล. (2546). การสื่อสารการตลาด. กรุงเทพมหานคร : อมรการพิมพ์.

พรจิต สมบัติพานิช. (2547). โฆษณาในทศวรรษที่ 2000-2010 : การศึกษาถึงปัจจัยด้านสื่อที่มีต่อรูปแบบโฆษณา. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศราณี มณีโชติ. (2545) การเปิดรับและความพึงพอใจของกลุ่มผู้ฟังข่าวต้นชั่วโมงของสถานีวิทยุกระจายเสียงในเครือ กองทัพบก:ศึกษาเฉพาะกรณีข้าราชการกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศศิพรรณ บัวทรัพย์. (2547). ความคิดเห็นของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหงต่อปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียง. ภาคนิพนธ์สังคมศาสตรมหาบัณฑิต คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

สถานีโทรทัศน์จีเอ็มเอ็ม 25. (ม.ป.ป.). ประวัติขององค์กร. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก https://th.wikipedia.org/wiki/จีเอ็มเอ็ม_25.html. สืบค้นเมื่อ 5 กันยายน 2559.

สถานีโทรทัศน์จีเอ็มเอ็ม 25. (ม.ป.ป.). เกี่ยวกับองค์กร. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก www.facebook.com/GMM25THAILAND. สืบค้นเมื่อ 18 สิงหาคม 2559.