การเปิดรับและความพึงพอใจของบุคลากรที่มีต่อสื่อเฟซบุ๊ก ของ บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)

Exposure and Satisfaction towards CAT Telecom Public Company Limited's Facebook Page among Staff

สรพงษ์ วงศ์ธีระธรณ์[1*] และ ธิดารัตน์ สุพโส[2]

Sorapong Wongtheerathorn[1*] and Thidarat Suphaso[2]

[1]อาจารย์ประจำหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต (สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์) วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต*

[2]นักศึกษาปริญญาตรี หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต (สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์) วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

[1]Lecturer in Bachelor of Communication Arts, Rangsit University*

[2]Graduate Student Bachelor in of Communication Arts, Rangsit University

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

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสาร และความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 301 ชุด จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป ผลการวิจัยพบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุตั้งแต่ 31 – 40 ปี มากที่สุด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานอยู่ในตำแหน่งพนักงาน ระดับ 6-7 มีระยะเวลาการทำงาน 6 – 10 ปี และสังกัดสายงานเทคโนโลยีสารสนเทศมากที่สุด

2. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารจากเฟซบุ๊ก ฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร กลุ่มตัวอย่างใช้โทรศัพท์มือถือในการเปิดรับข้อมูลในช่วงเวลา 12.01 - 15.00 น. มีความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเฟซบุ๊กจำนวน 3 - 4 ครั้งต่อวัน มีระยะเวลาในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเฟซบุ๊ก 11 - 20 นาที โดยเลือกเปิดรับข่าวสารจากกลุ่มข้อมูลแจ้งข่าวสารภายใน มีลักษณะการอ่านข่าวสารจากเฟซบุ๊ก ส่วนใหญ่อ่านทุกโพสต์ข่าวอย่างละเอียด มีวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ คือ เพื่อรับทราบข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ภายในองค์กร และภายหลังจากการได้รับทราบข้อมูลข่าวสารกลุ่มตัวอย่างได้มีการกดถูกใจ (Like)

3. กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊ก ฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านการเผยแพร่มากที่สุด และด้านเนื้อหา ตามลำดับ

3.1 ความพึงพอใจของพนักงานในด้านการเผยแพร่ของเฟซบุ๊ก ฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร

โดยรวมอยู่ในระดับมาก ในเรื่องการนำเสนอข่าวสารเป็นประจำทุกวันจันทร์ - ศุกร์ ทำให้สามารถติดตามอย่างสม่ำเสมอมีความพึงพอใจ มากที่สุด รองลงมา คือ ชื่อของเฟซบุ๊ก “ฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร” แสดงถึงความเป็นองค์กรและง่ายต่อการจดจำ และการใช้สื่อเฟซบุ๊ก จะสามารถช่วยในการสื่อสารภายในองค์กร มีความรวดเร็วและเข้าถึงพนักงานได้ดีขึ้นด้วย ตามลำดับ

3.2 ความพึงพอใจของพนักงานในด้านเนื้อหาของเฟซบุ๊ก ฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ในเรื่องการแจ้งข่าวสารมีความทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ ซึ่งทำให้เกิดความเข้าใจอันดีมีความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมา คือ การนำเสนอสื่อภาพโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ข่าวสาร และการนำเสนอภาพกิจกรรม (30 – 50 ภาพ) ต่อ 1 กิจกรรม มีจำนวนมากพอต่อความเข้าใจ และมีความน่าสนใจ ตามลำดับ

คำสำคัญ: *การเปิดรับ, ความพึงพอใจ, บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)*

Abstract

This study aims to investigate the exposure and satisfaction towards CAT Telecom Public Company Limited’s Facebook Page among its staff. This research was conducted through the questionnaire for data collection. The samples used in this survey consisted of 301 people. The data were statistically analyzed using percentage, means, and standard deviation. The results of the research showed that most of the respondents were female. Most of them were between 30-40 years old. They were bachelor’s degree graduates. Most of the respondents’ positions were level 6-7. Their employment duration was between 6-10 years. They were staff at the Office of Information Technology.

Most respondents were members of “Public Relations and Corporate Communication” of Facebook Page. They used mobile phones to access the Facebook page during 12:01 to 15:00 a.m. They read third or fourth times daily. Most of them spent 11 to 20 minutes. They aimed to use Facebook to learn information on the CAT Telecom Public Company Limited. After accessing the Facebook page, most of them clicked the “like” button.

The respondents’ satisfaction towards the Facebook page was at a high level. 1) In terms of the content, most of them were satisfied with news update as they were timely, modern, and interesting every day. The second was the presentation of pictures that aided them to understand where the pictures were placed and designed in which the contents were related to the causes. 2) In terms of publications, the respondents were satisfied with the duration of information presentation during Monday to Friday which was convenient for them, followed by the name of the Facebook Fan Page which was memorable, and its viewers could follow information continuously.

Keywords: *Exposure, Attitudes, CAT Telecom Public Company Limited.*

1. บทนำ

บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) หรือ Cat Telecom Public Company Limited (CAT) เป็นองค์กรรัฐวิสาหกิจที่ดำเนินกิจการด้านการสื่อสารโทรคมนาคม มีบริการที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการด้านการสื่อสารทั้งในและต่างประเทศ สโลแกนของ CAT คือ Sense of Communication หมายถึง สุนทรีภาพแห่งการสื่อสาร คือ การเป็นองค์กรที่เข้าถึงการสื่อสารในทุกด้าน มองการสื่อสารเป็นเรื่องของความงาม ปัจจุบัน บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ได้ดำเนินกิจการต่าง ๆ ได้แก่ บริการอินเทอร์เน็ต บริการอิเล็กทรอนิกส์ (E-Business) บริการสื่อสารไร้สาย บริการ IT Security บริการวิทยุคมนาคม ตลอดจนบริการให้เช่าพื้นที่อาคาร CAT Tower และสถานีดาวเทียม สิรินธร เป็นต้น

บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) มีที่ตั้งสำนักงานใหญ่อยู่ที่ 99 หมู่ 3 ถนนแจ้งวัฒนะ แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ปัจจุบันมีพนักงานปฏิบัติงานในสำนักงานใหญ่ จำนวนประมาณ 2,000 คน (ณัฐธยาน์ ฉิมพลี, นักประชาสัมพันธ์ ระดับ 6 บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน), สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2560)

จากการที่บริษัทมีพนักงานจำนวนมาก ดังนั้น ในการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ ของ บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) อยู่ในความรับผิดชอบของฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ซึ่งมีส่วนในการทำงาน ดังนี้ 1) ส่วนสื่อสารองค์กร 2) ส่วนสื่อสารการตลาด 3) ส่วนบริหารแบรนด์องค์กร 4) ส่วนบริหารผลิตสื่อทั่วไป 5) ส่วนบริหารความรับผิดชอบต่อสังคม 6) ส่วนกิจกรรม 7) ส่วนประเมินผลและสนับสนุนการตลาด และ 8) ส่วนประชาสัมพันธ์และสนับสนุนภาพลักษณ์องค์กร

ในการดำเนินงานของฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กรมีหน้าที่รับผิดชอบการวางแผนและดำเนินการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์องค์กร การสื่อสารการตลาด บริการต่าง ๆ การบริหาร แผนงานโครงการกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) และแผนประชาสัมพันธ์โครงการที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างผลการรับรู้ ความเข้าใจ และการยอมรับ ในนโยบาย กิจกรรม ประกาศต่าง ๆ ซึ่งมีสื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้ในการสื่อสารภายในองค์กร ดังต่อไปนี้

- รายการวิทยุเสียงตามสาย คือ การจัดรายการวิทยุเพื่อให้ข้อมูล / ข่าวสาร แก่พนักงาน, รายการเสียงตามสายออกอากาศ - ทุกเช้า 09.00 - 09.30 น. และสามารถแทรกระหว่างวันได้ กรณีที่ต้องการสื่อสารอย่างเร่งด่วน หรือต้องการกระตุ้น แจ้งให้ทราบในประเด็นสำคัญ ของ บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)

- วารสาร CAT CLUB Online คือ เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ในรูปแบบวารสารเพื่อการประชาสัมพันธ์รายเดือน เพื่อเผยแพร่ให้พนักงานภายในองค์กรได้เห็นถึงข้อมูล และภาพกิจกรรมต่าง ๆ ของ บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)

- เว็บไซต์ภายใน อินทราเน็ต https://intranet.cattelecom.com คือ ช่องทางการสื่อสารอย่างเว็บไซต์ที่เอาไว้สื่อสารกับพนักงานทุกคนในองค์กร และแจ้งข่าวสารต่าง ๆ เช่น แจ้งนโยบาย เผยแพร่ภาพกิจกรรมต่างๆ ข่าวเกี่ยวกับสวัสดิการ ข้อมูลพนักงาน และกระดาษข่าวสำหรับ ถาม - ตอบ บอกกล่าว เป็นต้น

- ไลน์ กลุ่มระดับผู้บริหาร, ก็จะมีระดับผู้บริหาร ผู้จัดการฝ่าย มีไว้ให้ผู้บริหารสื่อสาร กรณีที่ต้องมอบนโยบายเร่งด่วน ซึ่งฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ก็ได้ใช้ช่องทางนี้ ในการเชิญชวนผู้บริหารเข้าร่วมกิจกรรมที่เป็นภาพลักษณ์องค์กร

- เฟซบุ๊ก ฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร คือ ช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ใน เฟซบุ๊ก ซึ่งเป็นเพจที่ใช้เผยแพร่ข่าวสารความเคลื่อนไหว และภาพกิจกรรมต่าง ๆ ภายในองค์กรเป็นหลัก

ในปัจจุบัน ซึ่งเป็นยุคแห่งข้อมูลข่าวสารที่เน้นในเรื่องเทคโนโลยีทางการสื่อสารมาใช้ ในการสื่อสาร และประชาสัมพันธ์องค์กร ทางฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) กำหนดแนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่เน้นในการใช้สื่อออนไลน์เป็นช่องทางการสื่อสาร ซึ่งการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเตอร์เน็ตให้ความรวดเร็ว และสามารถลดค่าใช่จ่ายในการดำเนินงานในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารขององค์กร จึงได้ใช้สื่อเฟซบุ๊ก โดยใช้ชื่อเพจว่า “ฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร” เริ่มใช้งานในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2559 โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อเผยแพร่ข่าวสารต่างๆภายในองค์กร 2) เพื่อความรวดเร็วในการนำเสนอเผยแพร่ภาพกิจกรรมขององค์กร 3) เพื่อเผยแพร่งานสื่อสิ่งพิมพ์มาสู่ระบบออนไลน์ เช่น โปสเตอร์กิจกรรม, อินโฟกราฟฟิค 4) เพื่อเป็นช่องทางในการแสดงความคิดเห็น ให้ความรู้ ข้อเสนอแนะ และความต้องการของพนักงาน ในการปฏิบัติงาน ปัจจุบันมีสมาชิกแฟนเพจ ประมาณ 1,210 คน (ณัฐธยาน์ ฉิมพลี, นักประชาสัมพันธ์ ระดับ 6 บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน), สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2560)

เฟซบุ๊ก ฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) มีผู้ที่รับผิดชอบได้แก่นายเกษม มุขแจ้ง, นายสายธาร สมาทอง, นายวิทวัส ลิ้มประเสริฐ และนายนนท์ รัชดาธนวัฒน์ ส่วนผลิตสื่อ ฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) (เกษม มุขแจ้ง, สัมภาษณ์, วันที่ 23 สิงหาคม 2560)

ในการดำเนินงานของ เฟซบุ๊ก ฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) มีเนื้อหาข่าวสาร เฟซบุ๊ก ซึ่งมีเนื้อหาแบ่งเป็น 6 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มข้อมูลกิจกรรมภายใน นำเสนอกิจกรรมที่ผู้บริหารและพนักงานได้มีส่วนร่วมใน การทำกิจกรรมเหล่านั้น เพื่อให้ทุกคนได้แสดงถึงศักยภาพและความสามารถ รวมไปถึงมีประสิทธิภาพ ความจงรักภักดีต่อองค์กร เพื่อให้พนักงานสามารถนำภาพกิจกรรมไปใช้ต่อได้ กิจกรรมที่นำเผยแพร่ ได้แก่ กิจกรรมอบรม IT สำหรับผู้สูงอายุ "IT วัยเก๋า", กสท ร่วมปฏิบัติงานจิตอาสาโรงครัว, CAT Learning Center นวัตกรรมดิจิทัลเพื่อเกษตรพอเพียง, Free Training, การแข่งขัน "ฟุตบอลเชื่อมความสัมพันธ์" เป็นต้น

2. กลุ่มข้อมูลแจ้งข่าวสารภายใน นำเสนอการแจ้งข่าวสารให้พนักงานภายในองค์กรรับทราบ เพื่อสามารถให้ข้อมูลข่าวสารในเรื่องต่าง ๆ นั้นได้ส่งต่อไปยังพนักงานภายในองค์กรให้ทราบและเข้าใจถึงข้อมูลนั้น ๆ ไม่ว่าจะเป็นรายละเอียด วัตถุประสงค์เป้าหมายและผลงาน หรือการนัดหมายต่าง ๆ เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีต่อกัน เช่น ขอเชิญชวนผู้บริหารและพนักงาน กสทร่วมปฏิบัติงาน ณ โรงครัวท้องสนามหลวง, ขอเชิญชวนผู้บริหารและพนักงาน กสท ทุกท่านร่วมพิธีถวายพระพรชัยมงคล

3. กลุ่มข้อมูลภาพกิจกรรม นำเสนอข่าวสารผ่านรูปภาพกิจกรรมขององค์กรที่ได้ดำเนิน การไปแล้ว โดยหนึ่งข่าวจะนำเสนอภาพกิจกรรมจำนวน 30-50 ภาพ

4. วิดีโอสรุปกิจกรรมรายเดือน นำเสนอการนำข่าวสารหรือภาพกิจกรรมต่าง ๆ ภายในองค์กรที่ได้ดำเนินงานไปแล้วมาเผยแพร่ในรูปแบบวิดีโอโดยจะสรุปข่าวสารเป็นรายเดือน (1 คลิปวิดีโอต่อเดือน)

5. กลุ่มสื่อภาพโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ข่าวสาร นำเสนอ การนำเสนอสื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์ ได้แก่ โปสเตอร์ อินโฟกราฟฟิค เป็นต้น ซึ่งสามารถอำนวยความสะดวกใน การรับรู้ข่าวสารขององค์กรได้เป็นอย่างดี

6. วิดีโอสกู๊ปข่าวประชาสัมพันธ์ นำเสนอเป็นวีดีโอที่รายงานข่าวประชาสัมพันธ์ ที่เพิ่มเติมรายละเอียดมากขึ้นกว่าการรายงานข่าวธรรมดา อีกทั้งอาจมีการสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ลายละเอียดเพิ่มยิ่งขึ้น

การเผยแพร่ เฟซบุ๊ก ฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) จะมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร กิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งจะเผยแพร่ข้อมูลหลังเสร็จงานในทันทีผ่านเพจเฟซบุ๊ก ในทุกวันทำการ (จันทร์ – ศุกร์) ช่วงเวลาระหว่าง 08.30น. - 16.30 น. ซึ่งจะมีการนำเสนอข่าวสารไม่เกิน 5 ข่าวต่อวัน

จากข้อมูลข้างต้น การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อเฟซบุ๊ก เป็นระยะเวลาประมาณ 1 ปี เพื่อให้เป็นไปตามแนวทางในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ขององค์กรที่ได้ใช้สื่อออนไลน์เป็นช่องทางในการสื่อสาร ซึ่งถือว่าเป็นประชาสัมพันธ์ที่ใหม่ต่อบุคลากร การหาข้อมูลในการปรับปรุงพัฒนาจึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจ และจากการสอบถามผู้รับผิดชอบ พบว่า ยังไม่มีการศึกษาเกี่ยวกับสื่อเฟซบุ๊กนี้มาก่อน ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการการเปิดรับและความพึงพอใจของบุคลากรที่มีต่อสื่อเฟซบุ๊ก ของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) เพื่อนำผลวิจัยที่ได้เสนอต่อองค์กร ในการนำเสนอข้อมูลไปพัฒนาสื่อเฟซบุ๊ก ดังกล่าวนี้ให้เกิดประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์ที่ดียิ่งขึ้น

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารทางเฟซบุ๊ก ฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ของพนักงาน

2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊ก ฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ของพนักงาน

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานที่ปฏิบัติงานอยู่ ณ บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ที่มีแฟนเพจเฟซบุ๊ก ฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร โดยมีจำนวนประมาณ 1,200 คน (เกษม มุขแจ้ง, สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม 2560)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ Taro Yamane (1973) (อ้างถึงในปิติพร อุบล, 2558) โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ค่าความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ดังนั้นจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ 301 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การเปิดรับของพนักงานที่มีต่อเฟซบุ๊ก ฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของพนักงานที่มีเฟซบุ๊ก ฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 301 ชุด โดยผู้วิจัยขอความร่วมมือจาก คุณโชติกา ไพจ์ศรี บรรณาธิการบริหารฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) เพื่อขอแจกแบบสอบถามกับพนักงานที่ปฏิบัติงานในบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) บริเวณจุดพักผ่อน คือ อาคารโรงอาหาร ร้านกาแฟ ลานกิจกรรม อาคาร 2 ของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) การเก็บแบบสอบถามครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลประมาณ วันที่ 24 - 27 ตุลาคม พ.ศ. 2560 ระหว่างเวลา 11.30 – 14.00 น. รวมเป็นระยะเวลา 4 วัน หลังจากนั้นผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามมาตรวจสอบความถูกต้องและนำกลับมาวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมแบบสอบถามและนำข้อมูลมาวิเคราะห์ โดยใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อคำนวณหาสถิติที่ใช้ในการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ซึ่งมีผลการวิจัยดังนี้

4. ผลการวิจัย

4.1 ข้อมูลทั่วไปลักษณะทางประชากรศาสตร์

จากผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุตั้งแต่ 31 – 40 ปี มากที่สุด รองลงมา คือ ช่วงอายุ 21 – 30 ปี และอายุ มากกว่า 41 ปี โดยมีระดับการศึกษาปริญญาตรี มากที่สุด รองลงมา คือ สูงกว่าปริญญาตรี และต่ำกว่าปริญญาตรี เป็นพนักงานอยู่ในตำแหน่งพนักงาน ระดับ 6 – 7 มากที่สุด รองลงมา คือ พนักงาน ระดับ 3 – 5 และลูกจ้างชั่งคราว / ลูกจ้างประจำ กลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาการทำงาน 6 – 10 ปี มากที่สุด รองลงมา คือ ระยะเวลาการทำงาน 1 – 5 ปี และระยะเวลาการทำงาน 11 – 15 ปี กลุ่มตัวอย่างสังกัดสายงานเทคโนโลยีสารสนเทศ มากที่สุด รองลงมา คือ สายงานธุรกิจและบริการ และสายงานการสื่อสารไร้สาย ตามลำดับ

4.2 การเปิดรับข่าวสารของพนักงานที่มีต่อเฟซบุ๊ก ฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กรของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)

จากผลการวิจัย พบว่า การเปิดรับของพนักงานที่มีต่อเฟซบุ๊ก ฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยอ่านข่าวสาร จากเฟซบุ๊ก ฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร และมีกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยอ่านข่าวสารจากเฟซบุ๊ก ฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ซึ่งได้ให้เหตุผลว่าไม่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊ก รองลงมา คือ ไม่สะดวกในการใช้งาน และไม่รู้จักชื่อเฟซบุ๊ก ฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร โดยกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับข่าวสารจากเฟซบุ๊ก ฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร

ส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์มือถือในการเปิดรับข้อมูล มากที่สุด รองลงมา คือ คอมพิวเตอร์PC และTablets / IPad ตามลำดับ ช่วงเวลาเปิดรับข้อมูล คือช่วงเวลา 12.01 - 15.00 น. มากที่สุด รองลงมา คือ ช่วงเวลา 09.01 - 12.00 น. และช่วงเวลาก่อน 08.00 น. ตามลำดับ โดยมีความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเฟซบุ๊ก ฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร จำนวน 3 - 4 ครั้งต่อวัน มากที่สุด รองลงมา คือ 5 - 6 ครั้งต่อวัน และ 1 - 2 ครั้งต่อวัน ตามลำดับ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเฟซบุ๊ก ฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร 11 - 20 นาที มากที่สุด รองลงมา คือน้อยกว่า 10 นาที และ 21-30 นาที โดยเลือกเปิดรับข่าวสารจากกลุ่มข้อมูลแจ้งข่าวสารภายใน มากที่สุด รองลงมา คือ VDO สรุปกิจกรรมรายเดือน และสื่อภาพโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ข่าวสาร ตามลำดับ ลักษณะการอ่านข่าวสารจากเฟซบุ๊ก ส่วนใหญ่อ่านทุกโพสต์ข่าวอย่างละเอียด มากที่สุด รองลงมา คือ อ่านผ่าน ๆ เฉพาะหัวข้อกระทู้ข่าว และดูเฉพาะภาพ ตามลำดับ โดยมีวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ เพื่อรับทราบข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ภายในองค์กร มากที่สุด รองลงมา คือ เพื่อติดต่อสื่อสารกับพนักงานภายใน และเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรที่รวดเร็วขึ้น และภายหลังจากการได้รับทราบข้อมูลข่าวสารกลุ่มตัวอย่างทำการกด Like มากที่สุด รองลงมา คือ แสดงความคิดเห็น และอ่านข่าวสารอย่างเดียว ตามลำดับ

4.3 ความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อเฟซบุ๊ก ฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)

จากผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจที่มีต่อเฟซบุ๊ก ฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ซึ่งภาพรวม อยู่ในระดับมาก สามารถนำเสนอแต่ละด้าน ได้ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจที่มีต่อด้านเนื้อหาจากเฟซบุ๊ก ฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ในเรื่อง การแจ้งข่าวสารมีความทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ ซึ่งทำให้เกิดความเข้าใจอันดี รองลงมา คือการนำเสนอสื่อภาพโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ข่าวสาร อาทิ โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ออนไลน์ อินโฟกราฟฟิก สามารถอำนวยความสะดวกในการรับรู้ข่าวสารขององค์กรได้เป็นอย่างดี และการนำเสนอภาพกิจกรรม (30 – 50 ภาพ) ต่อ 1 กิจกรรม มีจำนวนมากพอต่อความเข้าใจ และมีความน่าสนใจ ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจที่มีต่อด้านการเผยแพร่เฟซบุ๊ก ฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็น รายข้อสามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในเรื่องการนำเสนอข่าวสารเป็นประจำทุกวันจันทร์ - ศุกร์ ทำให้สามารถติดตามอย่างสม่ำเสมอ รองลงมา คือ ชื่อของเฟซบุ๊ก “ฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร” แสดงถึงความเป็นองค์กรและง่ายต่อการจดจำ และการใช้สื่อเฟซบุ๊ก จะสามารถช่วยในการสื่อสารภายในองค์กรมีความรวดเร็ว และเข้าถึงพนักงานได้ดีขึ้นด้วย ตามลำดับ

5. การอภิปรายผล

จากผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารเฟซบุ๊ก ฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ผ่านเครื่องมือสื่อสาร คือ โทรศัพท์มือถือ (Mobile) มากที่สุด

โดยผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ปัจจุบันโทรศัพท์มือถือซึ่งเป็นแบบสมาร์ทโฟนและระบบเครือข่ายพื้นฐานทางโทรคมนาคมมีการพัฒนาเพื่อตอบสนองการใช้งานของคนในสังคมมากขึ้นโดยปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัยสามารถรองรับการใช้งานสื่อ ต่าง ๆ ได้ดียิ่งขึ้น รวมไปถึงสื่อเฟซบุ๊ก ที่สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งปัจจุบันในการใช้สมาร์ทโฟนทำให้เกิดความสะดวกสบายและง่ายต่อการพกพาสามารถนำติดตัวไปได้ง่าย สื่อสารกันได้อย่างรวดเร็ว การติดตามข่าวสารที่ตนเองต้องการได้ทันต่อเหตุการณ์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของกรรณิการ์ อัศวดรเดชา (2556) กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงไปในเรื่องของการใช้สื่อเพื่องานประชาสัมพันธ์ เช่น โทรศัพท์มือถือ ที่สามารถสื่อสารและเชื่อมโยงถึงกลุ่มบุคคลในสื่อสังคมออนไลน์บนโทรศัพท์มือถือจึงทำให้เกิดการพัฒนาแอพพิเคชั่น อุปกรณ์เสริมต่าง ๆ มากมาย เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความต้องการใหม่ ๆ ให้แก่ผู้ที่ใช้งานได้มากขึ้น ดังนั้น โทรศัพท์มือถือแบบ Smart Phone จะเข้ามามีบทบาทสำคัญในการทำงาน สร้างสรรค์ผลงานการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ มากขึ้น

นอกจากนี้ผลการวิจัยพบว่า วัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เพื่อรับทราบข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ภายในองค์กร ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ภายในองค์กร ไม่ว่าจะเป็นรายละเอียด วัตถุประสงค์เป้าหมายและผลงาน หรือการนัดหมายต่าง ๆ พนักงานจึงเล็งเห็นความสำคัญต่อการรับทราบข้อมูลข่าวสารเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีต่อกัน และทำงานไปตามนโยบายขององค์กรที่ได้วางไว้หรือทำงานให้ตรงตามวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานต่าง ๆ ขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Merrill and Lowenstein (1971) (อ้างถึงในภริดา โกเชก, 2541) อธิบายว่า ความอยากรู้อยากเห็น มนุษย์ทุกคนอยากรู้อยากเห็นโดยเริ่มจากสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวที่สุดจนไปถึงที่อยู่ห่างตัวเองมากที่สุดและเลือกให้เกิดประโยชน์ใช้สอยของตนเอง มนุษย์ทุกคนจะแสวงหาและใช้ข่าวสารให้เป็นประโยชน์แก่ตนเอง

ความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อเฟซบุ๊ก ฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) แบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ ความพึงพอใจด้านเนื้อหา และด้านเผยแพร่

ด้านเนื้อหา จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊ก ฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ในเรื่องการแจ้งข่าวสารกิจกรรมมีรายละเอียดครบถ้วน ที่เข้าใจและสามารถนำไปปฏิบัติงานได้ ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า การแจ้งข่าวสารภายในองค์กรผ่านสื่อเฟซบุ๊ก มีเนื้อหารายละเอียดข้อมูลข่าวสารอย่างครบถ้วนและชัดเจน ทำให้พนักงานภายในองค์กรรับทราบแล้วเข้าใจถึงวัตถุประสงค์ของกิจกรรม และทำให้พนักงานได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม ซึ่งบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ได้เลือกสื่อเฟซบุ๊ก เป็นช่องทางในการแจ้งข่าวสารกิจกรรมต่าง ๆ ให้กับพนักงาน เพื่อให้พนักงานได้ดำเนินงานไปในทิศทางตามวัตถุประสงค์ขององค์กรที่ได้วางไว้เป็นอย่างดี ทำให้ติดตามความเคลื่อนไหวข้อมูลข่าวสารกิจกรรมอย่างสม่ำเสมอมากยิ่งขึ้น พนักงานมีความพึงพอใจต่อเรื่องนี้อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ปุณณรัตน์ พิงคานนท์ (2548) กล่าวว่า ข่าวเป็นข้อมูลที่ช่วยให้ประชาชนได้รับทราบเกี่ยวกับเหตุการณ์ และความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในสังคมเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันตลอดจนเป็นข้อมูลช่วยในการตัดสินใจกระทำการใด ๆ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ขวัญเรือน ทองแดงดี (2558) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การเปิดรับและความพึงพอใจของบุคลากรสำนักโทรทัศน์และวิทยุองค์การกระจายเสียงแห่งประเทศไทยที่มีต่อเฟซบุ๊ก “Friends@สำนักโทรทัศน์ฯ” ซึ่งพบว่า

การแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับคำสั่งงาน มีรายละเอียดครบถ้วนต่อการนำไปปฏิบัติงาน และเนื้อหาในการติดต่อสอบถามการปฏิบัติมีความต่อเนื่องและก่อให้เกิดผลสำเร็จของการทำงานได้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้ยังมีประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจมากในเรื่องของการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์ที่รวดเร็วขึ้น ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า องค์กรมีพนักงานจำนวนมากมีหลายสายงานแยกออกไป ซึ่งทำให้พนักงานแต่ละสายงานแทบจะไม่ค่อยได้ทำงานร่วมกันและไม่ค่อยรู้จักกันการที่องค์กรได้จัดกิจกรรมขึ้นมา ก็เพื่อส่งเสริมทัศนคติที่ดีต่อการทำงาน สร้างความสามัคคี เสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีของพนักงาน รวมถึงปลูกฝังความเป็นผู้นำและพัฒนาทักษะต่าง ๆ ให้พนักงานมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ กริช สืบสนธิ์ (2540) อธิบายว่า การแจ้งข่าวสารประชาสัมพันธ์ให้บุคลากรมีส่วนร่วมในกิจกรรมภายในองค์กร จะช่วยทำให้เกิดความเข้าใจอันดี ส่งเสริมทัศนคติที่ดีต่อการทำงาน และความสัมพันธ์อันดีกับบุคลากรและกลุ่มเป้าหมายภายในองค์กร

ด้านการเผยแพร่ จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊ก ฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ในเรื่องการนำเสนอข่าวสารเป็นประจำทุกวันจันทร์ - ศุกร์ ทำให้สามารถติดตามอย่างสม่ำเสมอ ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) เป็นองค์กรขนาดใหญ่ ซึ่งมีการติดต่อสื่อสารกับพนักงานตลอดเวลา จึงต้องมีการเผยแพร่ข่าวสารทุกวันจันทร์ – ศุกร์ เพราะเป็นช่วงเวลาทำงานขององค์กร ซึ่งพนักงานภายในองค์กรจำเป็นต้องรับรู้ข่าวสารความเคลื่อนไหวขององค์กร ซึ่งการที่เผยแพร่ข่าวสารในวันจันทร์ - ศุกร์ นั้นจะทำให้พนักงานมีความกระตือรือร้นในการเปิดรับข่าวสารเพิ่มขึ้น และช่วงเวลาของการทำงานเป็นช่วงเวลาที่พนักงานภายในองค์กรจะรับรู้ข่าวสารได้อย่างเต็มที่ ซึ่งข้อมูลข่าวสารขององค์กรจึงมีความสำคัญต่อการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ภายในองค์กร และการทำงานของพนักงาน โดยข้อมูลข่าวสารในลักษณะนี้จะช่วยให้การทำงานสามารถที่จะขับเคลื่อนไปได้และเพื่อสร้างความเข้าใจให้กับพนักงานภายในองค์กรหลังจากรับทราบข้อมูลข่าวสารนั้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ McLuhan (1960) (อ้างถึงในกาญจนา แก้วเทพ, 2552) อธิบายว่า สื่อเป็นสิ่งที่ขยายประสบการณ์ของบุคคลให้กว้างขวางขึ้น ทำให้รับรู้ข่าวสารได้กว้างขึ้น มีความทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ และลดข้อจำกัดด้านเวลาและระยะทางในการสื่อสาร นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของศิรพรรษ ตาด้วง (2560) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง "การเปิดรับและความพึงพอใจของบุคลากรสถานีโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมนิวส์วัน (เอเอสทีวี) ผู้จัดการออนไลน์ที่มีต่อ เฟซบุ๊ก "Manager Online Center" ซึ่งพบว่า ชื่อเฟซบุ๊ก "Manager Online Center" แสดงให้เห็นถึงความเป็นองค์กรได้อย่างชัดเจน และการนำเสนอข่าวเป็นประจำทุกวันจันทร์ - ศุกร์ ทำให้มีการติดตามอย่างสม่ำเสมอ

6. บทสรุป

6.1 ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์มือถือ (Mobile) ติดตามข่าวสารมากที่สุด ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ควรมีการจัดทำแอพพลิเคชั่นอัพเดทข่าวสาร รูปภาพกิจกรรม สำหรับองค์กรโดยเฉพาะขึ้นเพื่อเป็นทางเลือกในการสื่อสารหรือประชาสัมพันธ์ข่าวสารองค์กรเพื่อทำให้พนักงานได้ติดตามข่าวสารของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ได้อีกช่องทางอย่างสะดวกรวดเร็วในการรับทราบข้อมูลข่าวสารภายในองค์กร

2. ผลการวิจัย พบว่า การนำเสนอข่าวสารที่ต้องการความร่วมมือกับพนักงานในการเข้าร่วมกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น ควรมีการจัดเอกสารเพื่ออธิบายข้อมูลข่าวสารเพิ่มเติมอาจจะมีภาพประกอบในการประชาสัมพันธ์เพื่อที่พนักงานจะได้สามารถเข้าใจข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็วขึ้น และเมื่อใกล้ถึงวันจัดกิจกรรม ควรมีการประชาสัมพันธ์อีกครั้ง อาจจะมีการประชาสัมพันธ์ในสื่อต่าง ๆ เช่น เสียงตามสาย เพื่อกระตุ้นให้พนักงานได้รับทราบข่าวสารกิจกรรมอีกครั้งว่าวันจัดกิจกรรมใกล้เข้ามาถึงแล้ว ซึ่งจะทำให้พนักงานได้เห็นถึงความสำคัญในการจัดกิจกรรมและอยากเข้าร่วมกิจกรรมมากยิ่งขึ้น

3. ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในเรื่องการแจ้งข่าวสารสามารถโน้มน้าวใจในการให้พนักงานเข้าร่วมกิจกรรมขององค์กรได้ ต่ำกว่าประเด็นอื่น ๆ ดังนั้น ฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ควรมีการปรับเปลี่ยนวิธีการเขียนข่าวใหม่ให้ดูน่าสนใจมากขึ้น โดยการเพิ่มรายละเอียดข้อมูลข่าวสารกิจกรรมให้น่าสนใจมากขึ้น เช่น การเพิ่มข้อมูลของวัตถุประสงค์ รูปแบบกิจกรรม รายละเอียดของสถานที่และวันเวลาในการจัดกิจกรรม เป็นต้น เพื่อให้พนักงานมีความรู้สึกว่าอยากมีส่วนร่วมต่อกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทางองค์กรได้นำเสนอออกไป หรืออาจจะให้ผู้ที่มีความน่าเชื่อถือภายในองค์กรมีส่วนช่วยในการนำเสนอข่าวสารนั้น ได้แก่ ผู้บริหาร/หัวหน้าฝ่ายและหัวหน้าส่วน เป็นต้น ซึ่งจะทำให้พนักงานภายในองค์กรรู้สึกน่าเชื่อถือ น่าสนใจกับข้อมูลข่าวสาร และอยากเข้าร่วมกิจกรรมนั้นยิ่งมากขึ้น

4. ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจ ในเรื่อง มีการเปิดให้ถาม - ตอบ แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเนื้อหาโดยให้ข้อมูลเพิ่มเติมอย่างสม่ำเสมอและถูกต้องครบถ้วน ต่ำกว่าประเด็นอื่น ๆ ดังนั้น ผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการดูแลสื่อเฟซบุ๊ก ฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กรควรปรับแนวทางการตอบข้อสักถาม เพื่อสร้างความเข้าใจกับพนักงานภายในองค์กร ซึ่งการสร้างความเข้าใจร่วมกันจะก่อให้เกิดการพัฒนาองค์กรไปในทิศทางที่ดียิ่งขึ้น หรือควรระบุระยะเวลาสำหรับช่วงการ ถาม - ตอบ เพื่อการตอบคำถามที่ทั่วถึงและครบถ้วน

6.2 ข้อเสนอนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่อง “การเปิดรับและความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อเฟซบุ๊ก ฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)” เพื่อให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนาต่อสื่อประชาสัมพันธ์ดังกล่าวนี้ ซึ่งการวิจัยในครั้งต่อไปควรมีการศึกษาวิจัยเป็นประจำ และต่อเนื่องเพื่อที่จะได้ทราบถึงการเปิดรับและความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อเฟซบุ๊ก ฝ่ายประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) เนื่องจากสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว การฝึกงานจะทำให้มีข้อมูลในการนำไปปรับปรุงสื่อออนไลน์ (เฟซบุ๊ก) ให้มีประสิทธิภาพต่อการประชาสัมพันธ์แก่พนักงานภายในองค์กร และสอดคล้องกับความพึงพอใจของพนักงานภายในองค์กร

2. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยรวบรวมข้อมูลการวิจัยด้วยแบบสอบถาม ซึ่งในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาในประเด็นดังกล่าวนี้ โดยการใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ การวิเคราะห์เนื้อหา การสัมภาษณ์รายบุคคลและการสัมภาษณ์กลุ่ม เพื่อที่จะได้ข้อมูลในเชิงลึกในการนำมาพัฒนาสื่อเฟซบุ๊ก ของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ให้มีประสิทธิภาพต่อไป

7. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ธิราภรณ์ กลิ่นสุคนธ์ และดร.พงศ์ภัทร อนุมัติราชกิจ คณะกรรมการประเมินผลปริญญานิพนธ์ ในการตรวจสอบการเรียบเรียงปริญญานิพนธ์และให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดทำปริญญานิพนธ์

8. เอกสารอ้างอิง

กรรณิการ์ อัศวดรเดชา. บทเรียนสำคัญในงานประชาสัมพันธ์กับสื่อสังคมออนไลน์. [ออนไลน์]. 2556. แหล่งที่มา http://thaiprmatter.blogspot.com/2014/09/2556.html. [18 กันยายน 2560]

กริช สืบสนธิ์. (2540). การสื่อสารภายในองค์กร. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กาญจนา แก้วเทพ. (2552). สื่อสารมวลชน : ทฤษฎี. กรุงเทพมหานคร **:** คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เกษม มุขแจ้ง. (2560). นักประชาสัมพันธ์ ระดับ 6 ส่วนผลิตสื่อ บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน), สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม.

ขวัญเรือน ทองแดงดี. (2558). การเปิดรับและความพึงพอใจของบุคลากรสำนักโทรทัศน์และวิทยุองค์การกระจายเสียงแห่งประเทศไทยที่มีต่อ เฟซบุ๊ก "Friends@สำนักโทรทัศน์ฯ. ปริญญานิพนธ์นิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต.

ณัฐธยาน์ ฉิมพลี. (2560). นักประชาสัมพันธ์ ระดับ 6 ส่วนผลิตสื่อ บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน). สัมภาษณ์, 23 สิงหาคม.

ปิติพร อุบล. (2558)."การเปิดรับและความพึงพอใจของบุคลากรที่มีต่อ เฟซบุ๊ก เรารักชลประทาน ของกรมชลประทาน". ปริญญานิพนธ์นิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต.

ปุณณรัตน์ พิงคานนท์. (2548). การสื่อข่าวและการเขียนข่าวหนังสือพิมพ์. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภริดา โกเชก. (2541). การศึกษาความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการเรียนภาษาอังกฤษแนวใหม่ : ศึกษาเฉพาะกรณีรายการ “อี ฟอทีน”. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศิรพรรษ ตาด้วง. (2560). "การเปิดรับและความพึงพอใจของบุคลากรสถานีโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมนิวส์วัน (เอเอสทีวี) ผู้จัดการออนไลน์ที่มีต่อ เฟซบุ๊ก"Manager Online Center”. ปริญญานิพนธ์นิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต.