

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรขนาดใหญ่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรขนาดใหญ่ ซึ่งศึกษาในกรณีกลุ่มชินวัตร และสื่อประชาสัมพันธ์ภายในทั้ง 8 ชนิด คือวารสาร SC&C Today จุลสาร SC&C Update บอร์ดประชาสัมพันธ์ภายใน วารสาร Phonelink Family ของบริษัทชินวัตร เพจจึงจำกัด วารสาร Thaicom News ของบริษัทชินวัตรเซทเทลไลท์ จำกัด วารสาร INT Sight ของบริษัทชินวัตร อินเทอร์เน็ตชั้นนำ จำกัด วารสาร Together we build the future ของบมจ. แอดวานซ์ อินโฟร์เซอร์วิส และบริษัทชินวัตร ไวร์เลส มาร์เก็ตติ้ง จำกัด วารสาร Yellow Tips ของบริษัทชินวัตร ไคเร็คทอริส จำกัด โดยศึกษากลุ่มตัวอย่างจากผู้บริหารและพนักงานของกลุ่มชินวัตร จำนวน 400 คน จากบริษัทในเครือ 10 บริษัท แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ พนักงานที่มีค่างาน ระดับ 1-7 จำนวน 321 คน และพนักงานที่มีค่างานระดับ 8 ขึ้นไป จำนวน 79 คน การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธี Quota Sampling และ Stratified Random Sampling

การวิจัยเรื่องนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โปรแกรม SPSS/PC เพื่อหาค่าสถิติพื้นฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation) และ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (ANOVA) สำหรับการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

1. การวิเคราะห์โดยค่าสถิติพื้นฐาน เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน การเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน

การใช้ประโยชน์ข่าวสาร ความพึงพอใจในรูปแบบ และปริมาณเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน และความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหา และการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภายใน

2. การทดสอบสมมติฐาน

1. การวิเคราะห์โดยค่าสถิติพื้นฐาน

1.1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีจำนวน 400 คน โดยแบ่งเป็นพนักงานที่มีค่างานระดับ 1-7 จำนวน 316 คน พนักงานที่มีค่างานขึ้นไปจำนวน 84 คน กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 26-30 ปีมากที่สุด ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอายุงานระหว่าง 1-3 ปีมากที่สุด และเป็นพนักงานด้านบริการมากที่สุด

1.2 การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในและข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในกลุ่มชินวัตร

วารสารภายในที่มีการเปิดรับมากที่สุดคือ วารสาร INT Sight ซึ่งเป็นวารสารสำหรับพนักงานของบริษัทชินวัตร อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.000 ซึ่งอยู่ในระดับสูงที่สุด รองลงมาได้แก่ จุลสาร Yellow tips ซึ่งเป็นวารสารของพนักงานบริษัทชินวัตร ไคเรคทอรีส์ จำกัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.267 ตามด้วยวารสาร Together we build the future ซึ่งเป็นวารสารของพนักงานบมจ. แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส และบริษัทชินวัตรไวร์เลส มาร์เกตติ้ง จำกัด มีการเปิดรับคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.933 และบอร์ดประชาสัมพันธ์ภายในมีการเปิดรับคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.904 ส่วนสื่อประชาสัมพันธ์ภายในซึ่งกลุ่มตัวอย่างเปิดรับน้อยได้แก่ จุลสาร SC&C update คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.220

สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับวารสารภายในบริษัทของตน มากกว่าวารสารของกลุ่มชินวัตรซึ่งมีการเปิดรับคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.792

สำหรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับมากที่สุด ได้แก่ ข่าวสารการดำเนินงานของหน่วยของตน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในกลุ่ม 3.823 รองลงมาได้แก่ ด้านสินค้า/บริการของกลุ่มชินวัตร และการดำเนินงานของกลุ่มชินวัตรอยู่ในระดับปานกลาง 3.420, 3.368 ตามลำดับ สำหรับข่าวสารที่มีการเปิดรับน้อยที่สุดในกลุ่ม ได้แก่ ข่าวชุมชนพนักงานซึ่งอยู่ในระดับปานกลางคือมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.708

1.3 การใช้ประโยชน์ข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน

กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์ข่าวสารเพื่อให้ทราบข่าวคราวความเคลื่อนไหวของหน่วยงานของตนเองมากที่สุดคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.813 รองลงมาได้แก่ การใช้เพื่อรับทราบสิ่งที่เป็นประโยชน์สำหรับตนเอง เพื่อปรับตัวให้สอดคล้องกับนโยบายองค์การ คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.678, 3.600 ตามลำดับ สำหรับการใช้ประโยชน์เพื่อวางแผนหน่วยงาน และเพื่อพักผ่อนคลายเครียดคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.110, 3.123 ตามลำดับ

1.4 ความพึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอ และปริมาณเนื้อหาจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของพนักงานกลุ่มชินวัตร

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอของจุลสาร Yellow Tips ของพนักงานบริษัทชินวัตร ไคเร็คทอรี่ส์ จำกัด มากกว่าสื่อประชาสัมพันธ์ภายในอื่นๆ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.533 รองลงมาได้แก่วารสาร SC&C Today ซึ่งเป็นวารสารของกลุ่มชินวัตรคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.528 สำหรับบอร์ดประชาสัมพันธ์ภายใน และวารสารของบริษัทในเครืออื่นๆ ได้รับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ส่วนจุลสาร SC&C Update ได้รับความพึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอน้อยกว่าสื่อประชาสัมพันธ์ภายในอื่นๆ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.920

สำหรับในด้านความพึงพอใจในปริมาณเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ภายในกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในปริมาณในเรื่องต่างๆ ในระดับปานกลาง โดยมีความพอใจในปริมาณเนื้อหาด้านกิจกรรมต่างๆ ของกลุ่มชินวัตรสูงสุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.328 รองลงมาคือด้านสินค้า/บริการของกลุ่มชินวัตร และการดำเนินงานของกลุ่มชินวัตรซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3.283 ตามด้วยเนื้อหาด้านการดำเนินงานของหน่วยงาน กิจกรรมต่างๆ

ของพนักงาน นโยบายจากผู้บริหารระดับสูง บทสัมภาษณ์ความคิดเห็นพนักงาน 3.258, 3.175, 3.118, 3.035 ตามลำดับ ส่วนปริมาณเนื้อหาที่มีความพึงพอใจต่ำที่สุดในกลุ่มได้แก่ ข่าวชุมชนพนักงาน $X=2.695$

ผลการทดสอบสมมุติฐาน 4 ข้อมีดังนี้

2.1 การทดสอบสมมุติฐานที่ว่า พนักงานที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในแตกต่างกัน

2.1.1 พนักงานกลุ่มชินวัตรที่มีอายุแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานข้อที่ 1 โดยพนักงานที่มีอายุระหว่าง 31-35 และ 36-46 ปี มีการเปิดรับข่าวสารสูงกว่าพนักงานที่มีอายุ 20-25 ปี กล่าวคือพนักงานที่มีอายุ 31-35 ปี และ 36-46 ปี มีการเปิดรับข่าวสารด้านนโยบายของผู้บริหารระดับสูง และข่าวสารเรื่องการแต่งตั้ง/โยกย้ายผู้บริหาร/พนักงานมากกว่าพนักงานที่มีอายุ 20-25 ปี

2.1.2 พนักงานกลุ่มชินวัตรที่มีเพศแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงไม่เป็นไปตามสมมุติฐานข้อที่ 1 แต่เมื่อพิจารณาแยกเป็นข่าวสารแต่ละประเภท พบว่าพนักงานกลุ่มชินวัตรที่มีเพศแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวประเภทชุมชนพนักงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือพนักงานหญิงมีการเปิดรับข่าวสารประเภทชุมชนพนักงานมากกว่าเพศชาย

2.1.3 พนักงานกลุ่มชินวัตรที่มีการศึกษาแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐานข้อที่ 1

2.1.4 พนักงานที่มีลักษณะงานแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานข้อที่ 1 นั่นคือพนักงานที่ทำงานด้านการขายจะมีการเปิดรับข่าวสารมากที่สุด 3.4091 รองลงมาได้แก่

พนักงานที่ทำงานด้านบริหารงานทั่วไป ส่วนพนักงานที่ทำงานด้านสื่อ และรายการมีการเปิดรับข่าวสารน้อยที่สุด 2.9966

พนักงานกลุ่มชินวัตรที่มีลักษณะงานต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกันในเรื่องการแต่งตั้ง/โยกย้ายพนักงาน การดำเนินงานของหน่วยงานของตนเอง ด้านการเงิน กิจกรรมของกลุ่มชินวัตร กิจกรรมพนักงาน โดยพนักงานที่ทำงานด้านบริหารงานทั่วไปมีการเปิดรับข่าวสารเรื่องการแต่งตั้ง/โยกย้ายผู้บริหารพนักงานมากกว่าพนักงานที่ทำงานด้านอื่น ($X=3.4419$) รองลงมาได้แก่พนักงานด้านการขาย ด้านสื่อและรายการ สำหรับพนักงานที่มีการเปิดรับข่าวสารเรื่องการแต่งตั้ง/โยกย้ายผู้บริหารพนักงานน้อยคือพนักงานที่ทำงานด้านคอมพิวเตอร์ แต่โดยรวมมีการเปิดรับข่าวสารด้านนี้ในระดับปานกลาง

ในส่วนของข่าวสารด้านการดำเนินงานของหน่วยงานของตนนั้น มีพนักงานเปิดรับในระดับมาก โดยพนักงานด้านการขายมีการเปิดรับมากกว่าพนักงานด้านอื่นๆ ($X=4.250$) รองลงมาได้แก่พนักงานที่ทำงานบริหารทั่วไป

สำหรับข่าวสารด้านการเงิน มีพนักงานเปิดรับในระดับปานกลาง โดยพนักงานบัญชีมีการเปิดรับสูงกว่าพนักงานอื่นๆ ($X=3.3944$) รองลงมาได้แก่พนักงานด้านการขาย ($X=3.0833$) ส่วนพนักงานด้านการตลาดมีการเปิดรับน้อยกว่าพนักงานอื่นๆ ($X=2.4889$)

ข่าวสารด้านกิจกรรมต่างๆ ของกลุ่มชินวัตร พนักงานขายมีการเปิดรับสูงกว่าพนักงานอื่นๆ ($X=3.5833$) รองลงมาได้แก่พนักงานบริหารงานทั่วไป ($X=3.5233$) สำหรับพนักงานด้านสื่อและรายการมีการเปิดรับน้อยกว่าพนักงานอื่นๆ

ข่าวสารด้านกิจกรรมพนักงานมีการเปิดรับโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีพนักงานบริหารงานทั่วไปเปิดรับสูงกว่าพนักงานอื่นๆ ($X=3.4186$) รองลงมา

ได้แก่พนักงานการเงิน ($X=3.3854$) ส่วนพนักงานการตลาดมีการเปิดรับข่าวสารด้านนี้ น้อยกว่าพนักงานอื่นๆ ($X=2.9111$)

2.1.5 พนักงานกลุ่มชินวัตรที่มีอายุงานแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสาร จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในโดยรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.1.6 พนักงานกลุ่มชินวัตรที่มีค่างานแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสาร จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

2.2 สมมติฐานว่าพนักงานกลุ่มชินวัตรที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในแตกต่างกัน

2.2.1 พนักงานกลุ่มชินวัตรที่มีอายุแตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในโดยรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2

2.2.2 พนักงานกลุ่มชินวัตรที่มีเพศแตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2

2.2.3 พนักงานกลุ่มชินวัตรที่มีการศึกษาแตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2

2.2.4 พนักงานที่มีลักษณะงานแตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์ข่าวสารไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2

2.2.5 พนักงานกลุ่มชินวัตรที่มีอายุงานแตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในโดยรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2

2.2.6 พนักงานกลุ่มชินวัตรที่มีค่างานแตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2 โดยพนักงานที่มีค่างาน 1-7 ใช้ประโยชน์ข่าวสารเพื่อเพิ่มพูนความรู้ในส่วนที่เกี่ยวกับการประกอบอาชีพ เพื่อเป็นการพักผ่อนคลายเครียด เพื่อเป็นข้อมูลในการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนร่วมงาน และเพื่อรับทราบสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อตนเองมากกว่า พนักงานที่มีค่างาน 8 ขึ้นไป

2.3 สมมติฐานว่า พนักงานกลุ่มชินวัตรที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีความพึงพอใจในด้านปริมาณเนื้อหาจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในแตกต่างกัน

2.3.1 พนักงานกลุ่มชินวัตรที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในเรื่องปริมาณของเนื้อหา จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในโดยรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2

2.3.2 พนักงานกลุ่มชินวัตรที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจในปริมาณเนื้อหาจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3

2.3.3 พนักงานกลุ่มชินวัตรที่มีการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจในด้านปริมาณเนื้อหาจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3

2.3.4 พนักงานที่มีลักษณะงานแตกต่างกันมีความพึงพอใจในด้านปริมาณเนื้อหาข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3

2.3.5 พนักงานกลุ่มชินวัตรที่มีอายุงานแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านปริมาณเนื้อหาจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในโดยรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงไม่เป็นไปตามสมมุติฐานข้อที่ 3

2.3.6 พนักงานกลุ่มชินวัตรที่มีค่างานแตกต่างกันมีความพึงพอใจในด้านปริมาณเนื้อหาจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงเป็นไปตามสมมุติฐานข้อที่ 3 โดยพนักงานกลุ่มชินวัตรที่มีค่างาน 1-7 มีความพึงพอใจในด้านปริมาณเนื้อหาจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมากกว่าพนักงานที่มีค่างาน 8 ขึ้นไป ในเรื่องข่าวด้านสินค้า/บริการของกลุ่มชินวัตร ข่าวด้านการดำเนินงานของกลุ่มชินวัตร และข่าวด้านการเงิน ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง

2.4 จากการทดสอบด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในกับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในพบว่า การเปิดรับข่าวสาร และการใช้ประโยชน์มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูง ($r = .6470$) ที่ระดับนัยสำคัญ .001 จึงเป็นการยอมรับสมมุติฐานข้อที่ 4

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับปัญหาในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน

5.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในที่ควรเพิ่มเติมจากสื่อที่มีอยู่ในปัจจุบัน

พนักงานกลุ่มชินวัตรต้องการให้มีการนำสื่อ Intranet มาใช้ให้ทัดเทียมกับสื่ออื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 17.5 ซึ่งมากเป็นอันดับ 1 รองลงมาได้แก่สื่อเสียงตามสายคิดเป็นร้อยละ 7.5

5.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับเนื้อหาสาระของสื่อประชาสัมพันธ์ภายในที่ควรเพิ่มเติม

พนักงานกลุ่มชินวัตรเห็นว่า ควรเพิ่มเนื้อหาสาระด้านความรู้ทั่วไปมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 7.25 รองลงมาได้แก่นโยบายจากผู้บริหารระดับสูง และการดำเนินงานของกลุ่มชินวัตรคิดเป็นร้อยละ 7 ตามด้วยข่าวความเคลื่อนไหว กิจกรรมต่างๆ ของกลุ่มชินวัตร และบริษัทในเครือ ร้อยละ 6.75

5.3 ความคิดเห็นในเรื่องปัญหาในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของพนักงาน

พนักงานกลุ่มชินวัตรเห็นว่า ไม่มีปัญหาการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน เนื่องจากเพียงพอ และเหมาะสมแล้ว คิดเป็นร้อยละ 23.25 สำหรับปัญหาในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในที่พนักงานเห็นว่ามีมากที่สุดได้แก่ การได้รับข่าวสารไม่ทั่วถึงร้อยละ 15 รองลงมาได้แก่ปัญหาความล่าช้า ไม่ทันเหตุการณ์ของข่าวสารคิดเป็นร้อยละ 5.25

อภิปรายผล

1. การอภิปรายผลจากค่าเฉลี่ย

1.1 การเปิดรับสื่อ และข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในกลุ่มชินวัตร

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า พนักงานกลุ่มชินวัตรมีการเปิดรับวารสารภายในของบริษัทในเครือของตนมากกว่าวารสารของกลุ่มชินวัตร โดยเฉพาะวารสาร INT Sight ของบริษัทชินวัตร อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัดซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงมากคือ 5.000 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะบริษัทชินวัตร อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด มีพนักงานที่ กระจายปฏิบัติงานอยู่ในประเทศต่างๆ หลายประเทศ ดังนั้น ความต้องการรับทราบข่าวสาร ความเป็นไปในบริษัทของตน มากกว่าบริษัทอื่นๆ จึงเกิดการคาดคะเนผลที่จะได้รับจากสื่อ (INT Sight) ว่าจะสามารถให้ข้อมูลที่ตนต้องการได้ นอกจากนั้น อาจเป็นเพราะพนักงานจะเลือกเปิดรับสื่อตามคุณสมบัติของสื่อ กล่าวคือ เลือกสื่อที่สามารถจัดหามาได้ (Availability) และเลือกสื่อที่ตนสะดวก (Convenience) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ลีนา ลิ้มอภิชาติ, 2537 การที่พนักงานของบริษัทในเครือต่างๆ ที่มีวารสารภายในเฉพาะของบริษัทตนมีการเปิดรับวารสารภายในเฉพาะของบริษัทตนมากกว่าวารสารของกลุ่มชินวัตร อาจเป็นเพราะพนักงานได้รับความสะดวกในการได้รับวารสารของบริษัทตน ซึ่งแจกจ่ายได้อย่างทั่วถึงกลุ่มเป้าหมาย และรวดเร็วกว่า วารสารของกลุ่มชินวัตรที่ต้องแจกจ่ายให้กับพนักงานทุกๆ บริษัท จึงอาจทำให้ไม่สามารถเข้าถึงพนักงานทุกๆ คนที่อยู่ในบริษัทในเครือได้

นอกจากนั้น (Schramm, 1954) ยังได้กล่าวถึงเหตุผลในการเลือกเปิดรับสื่อว่า ขึ้นอยู่กับความต้องการของแต่ละบุคคล สภาพแวดล้อม และความจำเป็นของตน โดยบุคคลย่อมจะเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least Effort) และได้ประโยชน์ตอบแทนดีที่ สุด (Promise of Reward) โดยความพยายามน้อยที่สุดอาจหมายถึงความพร้อมความ สะดวก ซึ่งพนักงานอาจมีความสะดวกในการได้รับวารสารของบริษัทในเครือของตนมากกว่าวารสารของกลุ่มชินวัตร

ในเรื่องการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของพนักงานกลุ่มชินวัตร นั้น พบว่าพนักงานกลุ่มชินวัตร มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในในเรื่อง ข่าวสารการดำเนินงานของหน่วยงานของตนเองมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.823 รองลงมาได้แก่ข่าวสารด้านสินค้า/บริการของกลุ่มชินวัตร และข่าวสารการดำเนินงานของกลุ่ม ชินวัตรซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ซึ่งอาจอธิบายได้ว่า พนักงานเลือกเปิดรับข่าวสารดังกล่าว เพราะเป็นประโยชน์ใช้สอยของตนเอง (Self Aggrandizement) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ของ ชวรรัตน์ ชิดชัย, 2523 กล่าวคือ โดยพื้นฐานมนุษย์เป็นคนเห็นแก่ตัว ในฐานะเป็นผู้รับ สารจึงต้องการแสวงหา และใช้ข่าวสารบางอย่างที่จะใช้เป็นประโยชน์แก่ตนเอง เพื่อช่วย ให้ความคิดของตนบรรลุผล เพื่อให้ข่าวสารที่ได้มาเสริมสร้างบารมี เพื่อให้ได้ข่าวสารที่ จะช่วยให้ตนเองได้รับความสะดวกสบาย รวมทั้งให้ได้ข่าวสารที่ทำให้ตนเองเกิดความ สนุกสนานบันเทิง นอกจากนี้ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ยังเกิดจากความอยากรู อยากรู้ในสิ่งต่างๆ ซึ่งเป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์ โดยปกติมนุษย์จะอยากรู อยากรู้โดยเริ่มจากสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวเองที่สุดไปจนถึงสิ่งที่อยู่ไกลตัวมากที่สุดตามลำดับ ทั้งนี้ไม่ใช่เพราะว่า สิ่งเหล่านั้นจะมีผลกระทบต่อตนเองทั้งทางตรง และทางอ้อมเท่านั้น แต่เป็นความอยากรูอยากรู้ในสิ่งที่เกิดขึ้นในแง่ต่างๆ เช่นสาเหตุของเหตุการณ์ ผู้ที่ เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์นั้น รวมทั้งผลกระทบซึ่งอาจจะเกิดขึ้นกับตนเองหรือผู้อื่นด้วย

นอกจากนั้น Evans (1962) ยังได้กล่าวถึงความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารว่า คือความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับ (Information Satisfaction) เพราะข่าวสารต่างๆ ที่ได้รับนั้น ผู้ปฏิบัติงานสามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจ และการวางแผนปฏิบัติงานต่างๆ ให้ สำเร็จลุล่วงไปได้ นั่นก็คือพนักงานกลุ่มชินวัตรมีความพึงพอใจในข่าวสารที่เกี่ยวกับการ

ดำเนินงานของตน เนื่องจากจะเป็นประโยชน์ในการวางแผนการปฏิบัติงานได้ และเป็นไปตามความต้องการของพนักงาน

ส่วนข่าวสารประเภทซุบซิบพนักงานซึ่งมีการเปิดรับน้อยที่สุดนั้น อาจเป็นเพราะว่ากลุ่มชินวัตรมีพนักงานทั้งหมดกว่า 5000 คน พนักงานที่ได้ลงในข่าวซุบซิบนั้น จึงเป็นส่วนน้อย และไม่เกี่ยวข้องกับคนส่วนใหญ่ การอ่านข่าวประเภทนี้ จึงจำกัดอยู่ในกลุ่มคนที่รู้จักกับพนักงานท่านนั้นๆ หรือพนักงานท่านนั้นๆ ที่ได้รับการลงข่าวซุบซิบนั่นเอง

1.2 การใช้ประโยชน์ข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของพนักงานกลุ่มชินวัตร

จากการวิจัยพบว่า พนักงานมีการใช้ประโยชน์ข่าวสารเพื่อให้ทราบข่าวคราวความเคลื่อนไหวของหน่วยงานของตนเองมากที่สุด รองลงมาได้แก่ การใช้เพื่อรับทราบสิ่งที่เป็ประโยชน์สำหรับตนเอง เพื่อปรับตัวให้สอดคล้องกับนโยบายองค์การ ตามด้วยการใช้ประโยชน์เพื่อวางแผนหน่วยงาน และเพื่อพักผ่อนคลายเครียด ซึ่งสามารถอธิบายได้ด้วยทฤษฎีการใช้ประโยชน์ (Utilitarian Theories) ที่กล่าวว่า บุคคลพยายามแสวงหาข้อมูลที่เป็นประโยชน์ หรือความชำนาญใหม่ๆ เพื่อที่จะนำไปใช้ในการดำเนินชีวิตซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของลูวิมิล อังคุสิงห์, 2539

2. การทดสอบสมมุติฐาน

2.1 สมมุติฐานข้อที่ 1 พนักงานกลุ่มชินวัตรที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในแตกต่างกัน จากผลการวิจัยพบว่า

2.1.1 พนักงานที่มีอายุมากมีการเปิดรับข่าวสารมากกว่าพนักงานที่มีอายุน้อยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ในด้านข่าวสารนโยบายจากผู้บริหารระดับสูง และข่าวสารด้านการแต่งตั้ง/โยกย้ายผู้บริหารพนักงาน อาจเป็นเพราะอายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิด และพฤติกรรม กล่าวคือ ผู้มีอายุมาก

มักยึดถือการปฏิบัติ มีความระมัดระวัง จึงมักแสวงหาข่าวสารหนักๆ มากกว่าเพื่อความบันเทิงซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปรมะ สตะเวทิน,2533

2.1.2 เกี่ยวกับตัวแปรเพศนั้น ไม่พบว่ามีความแตกต่างในการเปิดรับข่าวสารโดยทั่วๆ ไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 แต่พบว่าพนักงานหญิงชอบอ่านข่าวประเภทซุบซิบมากกว่าชาย ทั้งนี้เพราะผู้หญิงมีจิตใจอ่อนไหว และใช้ข่าวสารที่เป็นเหตุผลน้อยกว่าผู้ชาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปรมะ สตะเวทิน, 2533

2.1.3 สำหรับพนักงานกลุ่มชินวัตรที่มีลักษณะงานแตกต่างกัน จากการวิจัยพบว่า มีการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 กล่าวคือ พนักงานชายมีการเปิดรับข่าวสารมากที่สุด รองลงมาได้แก่พนักงานบริหารงานทั่วไป ส่วนพนักงานด้านสื่อ และรายการมีการเปิดรับข่าวน้อยที่สุด ซึ่งอาจอธิบายได้ว่า พนักงานชาย และพนักงานบริหารงานทั่วไป เป็นพนักงานที่ต้องติดต่อประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ มากกว่าพนักงานที่ทำงานด้านอื่นๆ ดังนั้น จึงมีความสนใจในข่าวสารมากกว่าพนักงานอื่นๆ สำหรับพนักงานด้านสื่อ และรายการที่มีการเปิดรับข่าวน้อยกว่าพนักงานด้านอื่นๆ นั้น อาจเป็นเพราะลักษณะงานด้านสื่อ และรายการ ไม่จำเป็นต้องติดต่อประสานงานกับหน่วยงานอื่นๆ ขององค์กรมาก มักจะเป็นการติดต่อภายในหน่วยงานของตนเอง หรือองค์กรภายนอก พนักงานจึงไม่มีความสนใจในข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมากนัก

2.1.4 พนักงานกลุ่มชินวัตรที่มีอายุงานแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่พนักงานที่มีอายุงานมาก (4 ปีขึ้นไป) มีการเปิดรับข่าวสารด้านนโยบายจากผู้บริหารระดับสูงมากกว่าพนักงานที่มีอายุงานน้อยกว่า ซึ่งอาจเป็นเพราะพนักงานที่มีอายุงานมาก จะเกิดความผูกพันกับหน่วยงาน และยอมรับในสภาพความเป็นอยู่ กฎเกณฑ์ระเบียบแบบแผนที่ใช้ปฏิบัติอยู่มากกว่าพนักงานที่มีอายุงานน้อย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชนินาถ เจริญผล,2538

2.1.5 พนักงานกลุ่มชินวัตรที่มีค่างานแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารโดยรวมไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05

2.2 สมมติฐานข้อที่ 2 พนักงานกลุ่มชินวัตรที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในแตกต่างกัน

2.2.1 ในเรื่องความแตกต่างของอายุกับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในนั้น จากการวิจัยพบว่า พนักงานที่มีอายุแตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์ข่าวสารโดยรวมไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 แต่พบว่าพนักงานที่มีอายุน้อย (20-25 ปี) มีการใช้ประโยชน์เพื่อเป็นการพักผ่อนคลายเครียดมากกว่าพนักงานที่มีอายุมากกว่า ซึ่งอาจเป็นเพราะว่า คนที่อายุน้อยจะมองโลกในแง่ดีกว่าคนที่อายุมาก และใช้ข่าวสารเพื่อหาความบันเทิงมากกว่าคนที่อายุมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรมะ สตะเวทิน, 2533

2.2.2 พนักงานที่มีเพศต่างกันมีการใช้ประโยชน์ข่าวสารโดยรวมไม่แตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ.05 แต่พนักงานที่เป็นเพศหญิงมีการใช้ประโยชน์ข่าวสารเพื่อพัฒนาความรู้เกี่ยวกับสินค้า/บริการมากกว่าเพศชาย ทั้งนี้เป็นเพราะพนักงานชายและพนักงานด้านบริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

2.2.3 พนักงานที่มีลักษณะงานแตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์ข่าวสารโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 แต่พนักงานชาย และพนักงานบริหารงานทั่วไปมีการใช้ประโยชน์ข่าวสารมากกว่าพนักงานอื่นๆ ส่วนพนักงานคอมพิวเตอร์ และพนักงานด้านสื่อ และรายการมีการใช้ประโยชน์น้อยกว่าพนักงานอื่นๆ ทั้งนี้เป็นเพราะพนักงานชาย และพนักงานบริหารงานทั่วไป มีลักษณะงานที่ต้องติดต่อมีปฏิสัมพันธ์กับหน่วยงานอื่นๆค่อนข้างสูง ในขณะที่พนักงานคอมพิวเตอร์ และพนักงานด้านสื่อและรายการจะมีลักษณะงานที่มีการติดต่อกับหน่วยงานอื่นๆ น้อยกว่า

2.2.4 พนักงานที่มีอายุงานแตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์ข่าวสารโดยรวมไม่แตกต่างกันทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 แต่พนักงานที่มีอายุงานตั้งแต่ 7 ปีขึ้นไปมีการใช้ประโยชน์เพื่อปรับตัวให้สอดคล้องกับนโยบายขององค์กรมากกว่าพนักงานที่มีอายุงานน้อยกว่า เนื่องจากพนักงานที่มีอายุงานมากจะมีความผูกพันกับองค์กรมากกว่า จึงใช้ประโยชน์ในการปรับตัวให้สอดคล้องกับองค์กรมากกว่าพนักงานที่มีอายุงานน้อย (ชนินาด เจริญผล, 2538)

2.2.5 สำหรับพนักงานที่มีค่างานแตกต่างกันนั้น จากการวิจัยพบว่าพนักงานที่มีค่างาน ระดับ 1-7 มีการใช้ประโยชน์ข่าวสารมากกว่า พนักงานที่มีค่างานระดับ 8 ขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้ เป็นเพราะพนักงานที่มีค่างานระดับ 8 ขึ้นไป เป็นพนักงานระดับบริหารจึงมีโอกาสนในการรับข่าวสารจากช่องทางอื่นๆ นอกเหนือจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน ในขณะที่พนักงานที่มีค่างานระดับ 1-7 มีโอกาสได้รับรู้ความเป็นไปในบริษัทน้อยกว่า จึงต้องอาศัยข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในเพื่อใช้ประโยชน์ในด้านต่างๆ มากกว่า

2.3 สมมุติฐานข้อที่ 3 พนักงานกลุ่มชินวัตรที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีความพึงพอใจในด้านปริมาณเนื้อหาจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในแตกต่างกัน

จากการวิจัย พบว่า พนักงานที่มีค่างานระดับ 8 ขึ้นไป มีความพึงพอใจในปริมาณเนื้อหาจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในต่ำกว่าพนักงานที่มีค่างานระดับ 1-7 ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะพนักงานที่มีค่างานระดับ 8 ขึ้นไปนั้นเป็นพนักงานระดับบริหาร จึงมีทางเลือกในการเปิดรับข่าวสารต่างๆ จากช่องทางการสื่อสารอื่นๆ มากกว่าพนักงานที่มีค่างานต่ำ ที่ไม่ค่อยมีโอกาสได้รับข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับองค์กรมากนัก พนักงานที่มีค่างานสูงจึงค่อนข้างมีความคาดหวังสูงในเรื่องปริมาณเนื้อหาต่างๆ มากกว่าพนักงานที่มีค่างานต่ำ ซึ่งในเรื่องนี้ Bailey (อ้างถึงใน Lesly, 1983) ว่าเนื้อหาของสื่อสิ่งพิมพ์ภายในควรเป็นข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับตัวพนักงาน และงานของพนักงาน

3. สมมุติฐานว่า การเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ข่าวสาร จากการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ในระดับสูง ($r=6470$) ซึ่งหมายความว่า พนักงานที่เปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมากจะมีการใช้ประโยชน์ข่าวสารมากในเชิงบวกในระดับสูง ทั้งนี้ อาจอธิบายได้จากทฤษฎีการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากสื่อมวลชน กล่าวคือ ผู้รับสารจะมีสภาวะทางสังคม และจิตใจ ซึ่งก่อให้เกิดความต้องการจำเป็นของบุคคล และเกิดมีความคาดหวังจากสื่อมวลชน หรือแหล่งสารแล้วจึงนำไปสู่ การเปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบต่างๆ กัน อันก่อให้เกิดผลคือ การได้รับความพึงพอใจ หรือผลอื่นๆ ตามมา (Katz.E. and others, 1974) ในที่นี้ พนักงานกลุ่มชินวัตรได้เปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน เพราะมีความต้องการของตนเองในด้านต่างๆ จึงเกิดมีความคาดหวังว่าจะสามารถใช้ประโยชน์ข่าวสารดังกล่าวได้

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ในเรื่องการเพิ่มสื่อประชาสัมพันธ์ภายในนั้น เพื่อเป็นการสนองความต้องการของพนักงานที่มีความรู้ความสามารถในการใช้ Information Technology ควรเพิ่มสื่อ Intranet เข้ามาเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ภายในให้เท่าเทียมกับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในอื่นๆ ที่มีอยู่ เนื่องจากสื่อ Intranet สามารถเปิดรับเวลาใดก็ได้ พนักงานจึงสามารถเลือกเปิดรับข่าวสาร หรือแสวงหาข่าวสารได้ตามที่ต้องการ โดยการกดเข้าไปดูใน web site นั้นๆ พนักงานจึงอาจได้รับความสะดวกสบายในการเปิดรับข่าวสาร โดยไม่ต้องรอสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากหน่วยงานกลาง ซึ่งอาจแจกได้ไม่ทั่วถึง อีกทั้งสื่อ Intranet ยังมีภาพที่สวยงาม และมีเสียง นอกจากนี้ ยังเห็นควรให้เพิ่มสื่อเสียงตามสายให้มีใช้อย่างทั่วถึงทุกอาคาร เนื่องจากในขณะนี้สื่อเสียงตามสายใช้อยู่เพียงอาคารเดียวเท่านั้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเสียงตามสายสามารถให้ข้อมูลได้รวดเร็วทันเหตุการณ์ และสะดวกในการเปิดรับมากกว่าวารสารซึ่งอาจมีปัญหาในการได้รับไม่ทั่วถึง หรือไม่มีเวลาที่จะเปิดอ่าน

2. เพื่อให้การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ภายในเป็นไปอย่างทั่วถึง ควรมีวารสาร SC&C Today และจุลสาร SC&C Update ซึ่งเป็นวารสารของกลุ่มชินวัตร วางไว้ตาม

เคาน์เตอร์ หรือจุดต่างๆ เพื่อให้พนักงานสามารถหยิบอ่านได้ ในกรณีที่พนักงานกลุ่มชินวัตรในบางอาคารซึ่งไม่ใช่อาคารสำนักงานใหญ่อาจได้รับวารสารนี้ไม่ทั่วถึง

3. ควรปรับปรุงเนื้อหาสาระของสื่อประชาสัมพันธ์ภายในให้สอดคล้องกับความต้องการของพนักงานส่วนใหญ่ ซึ่งผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าพนักงานกลุ่มชินวัตรมีความต้องการให้เพิ่ม เนื้อหาทางด้านนโยบายจากผู้บริหารระดับสูง และการดำเนินงานของกลุ่มชินวัตร รวมทั้งข่าวสารที่เป็นความรู้ต่างๆ ไปซึ่งเป็นประโยชน์กับพนักงาน เพื่อการรับรู้ และเข้าใจในนโยบายจากผู้บริหารระดับสูง และการดำเนินงาน ความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับการดำเนินงานของหน่วยงานต่างๆ สำหรับความรู้ทั่วไปนั้น ก็เพื่อการส่งเสริมความรู้ และประสบการณ์อันจะเป็นประโยชน์ในการการทำงานและการดำรงชีวิต

4. การปรับปรุงประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน นอกจากความครอบคลุมทั่วถึงของสื่อประชาสัมพันธ์แล้ว ยังควรพิจารณาเนื้อหาให้มีความทันต่อเหตุการณ์ และข่าวสารที่มีควรทันสมัย ใหม่สด สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้รวดเร็ว มากกว่าข้อมูลข่าวสารที่ล้าสมัย

นอกจากนี้ เพื่อลดปัญหาเวลาอ่านไม่เพียงพอ หรือแม้แต่ไม่มีเวลาอ่านสื่อประชาสัมพันธ์ภายในแต่ละฉบับไม่จำเป็นจะต้องมีปริมาณของเนื้อหาในแต่ละเรื่องมาก หรือนำเสนอข้อมูลข่าวสารอย่างยาว ควรเสนอข้อมูลข่าวสารที่กระชับ และตรงประเด็น เลือกสรรเฉพาะข้อมูลข่าวสารที่มีคุณค่า มีประโยชน์ใช้สอย และจัดทำออกมาให้ตรงเวลา

5. ควรให้มีวารสารเฉพาะของบริษัทในเครือทุกๆ บริษัท ซึ่งในขณะนี้บริษัทในเครือกลุ่มชินวัตรส่วนใหญ่มีอยู่แล้ว มีบางบริษัทเท่านั้นซึ่งยังไม่มีวารสารเฉพาะของบริษัท ทั้งนี้ เนื่องจากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า พนักงานเปิดรับวารสารภายในของบริษัทของตนมากกว่าวารสารของกลุ่มชินวัตร

6. ในการวางแผนการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เพื่อการประชาสัมพันธ์ภายในใน ส่วนของเนื้อหาสาระ ควรจัดลำดับความสำคัญของเนื้อหาโดยพิจารณาจาก ความ ต้องการ การนำไปใช้ประโยชน์ ของพนักงาน ซึ่งเนื้อหาที่พนักงานมีการเปิดรับ และใช้ ประโยชน์มากที่สุดคือ เนื้อหาเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวของหน่วยงานที่พนักงานนั้นๆ สังเกต

7. ควรจัดให้มีเนื้อหาที่เป็นที่ต้องการของพนักงานที่มีค่างานต่างกัน กล่าวคือ พนักงานที่มีค่างาน ระดับ 1-7 มีการใช้ประโยชน์ข่าวสารในด้านเพื่อการพักผ่อนคลาย เครียด เพื่อเพิ่มพูนความสามารถที่เกี่ยวกับการประกอบอาชีพ เพื่อให้มีข้อมูลพูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนร่วมงาน เพื่อรับทราบสิ่งที่เป็นประโยชน์สำหรับตนเอง มากกว่า พนักงานที่มีค่างานระดับ 8 ขึ้นไป ดังนั้น เนื้อหาที่ควรนำเสนอ ได้แก่ข้อมูลข่าว สารเกี่ยวกับสวัสดิการพนักงาน

8. ในส่วนของรูปแบบการนำเสนอ เห็นควรให้ปรับปรุงจุลสาร SC&C Update และบอร์ดประชาสัมพันธ์ภายในให้มีความดึงดูดใจ และดูน่าสนใจมากขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้ไม่ได้ศึกษาความต้องการ ความคาดหวัง และความพึงพอใจใน ข้อมูลข่าวสารโดยจำแนกตามลักษณะทางประชากร อาทิ ค่างาน (Job Grade) จึงเสนอ ให้ทำอื่นๆ ที่สนใจได้ศึกษา

2. ควรมีการศึกษาความสนใจของผู้อ่านที่มีต่อเนื้อหาที่นำเสนอในสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน ซึ่งได้แก่ ข่าวสารเกี่ยวกับนโยบาย และการดำเนินงานของหน่วยงาน รวมถึงเกร็ดความรู้ต่างๆ