

แนวทางการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของพนักงาน บริษัท เอสอีดับเบิลยูที กาญจนบุรี จำกัด

ญาณิกร เสาศีสวัสดิ์^{1*} และมาริษา สุจิตวนิช¹

¹ภาควิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

*Voon58@hotmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของพนักงานบริษัท เอสอีดับเบิลยูที กาญจนบุรี จำกัด 2. เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์ของสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของพนักงาน บริษัท เอสอีดับเบิลยูที กาญจนบุรี จำกัด และ 3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของพนักงาน บริษัทเอสอีดับเบิลยูที กาญจนบุรี จำกัด เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เครื่องมือแบบสอบถาม

ผลการวิจัยพบว่า 1) ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของพนักงานบริษัทเอสอีดับเบิลยูที กาญจนบุรี จำกัด อยู่ในเกณฑ์มากที่สุด (\bar{X} = 4.7) เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ การใช้เทคนิค แสง สี เสียง ในสื่อวิดีโอเป็นอย่างดีต่อด้วยเรื่องมีความทันสมัย ทำให้สื่อวิดีโอไม่น่าเบื่อ (\bar{X} = 4.7) สื่อวิดีโอเก็บรายละเอียดเนื้อหาได้เป็นอย่างดี (\bar{X} = 4.7) การรับชมสื่อวิดีโอทำให้ลดระยะเวลาการศึกษาผ่านตัวอักษร หรือสื่อบุคคลได้ (\bar{X} = 4.7) ตามลำดับ 2) การใช้ประโยชน์ของสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของพนักงานบริษัท เอสอีดับเบิลยูที กาญจนบุรี อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.6) เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ สื่อวิดีโอสามารถเป็นตัวกลางในการสื่อสารทำงานความเข้าใจกับพนักงาน (\bar{X} = 4.7) การใช้สื่อวิดีโอในการ Training ทั้งพนักงานเก่า และพนักงานใหม่ (\bar{X} = 4.7) การใช้สื่อวิดีโอช่วย save เวลาจากการอ่านคู่มือ (\bar{X} = 4.7) และ 3) แนวทางการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของพนักงานบริษัทเอสอีดับเบิลยูที กาญจนบุรี จำกัด ประกอบด้วย การนำเสนอภาพและเสียง ภาพประกอบจะต้องคมชัด สวยงาม และสื่อความหมายได้ดี ส่วนเสียงทั้งเพลงประกอบ เสียงพากย์ และเสียงสัมภาษณ์ ต้องชัดเจน และการใส่เทคนิคการนำเสนอจะทำให้คลิปน่าสนใจมากขึ้น ใช้สื่อประเภทอินโฟกราฟิก ภาพกราฟิกที่สามารถสื่อความหมายได้เข้าใจง่าย เข้ามาร่วมด้วยเพื่อช่วยในการสร้างความเข้าใจ การนำเสนอในรูปแบบวิดีโอบล็อกหรือวล็อก ที่ผ่านการคิดประเด็น วิธีการเล่าเรื่อง การลำดับภาพและการตัดต่ออย่างดีเสมือนการเขียนไดอารี่ จะทำให้เข้าใจได้ง่ายยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: สื่อประชาสัมพันธ์ ความพึงพอใจ การใช้ประโยชน์



Guidelines for developing internal public relations media for SEWT-W employees Kanchanaburi limited

Yaneekorn Saosrisawat^{1*} and Marisa Sujittavanich¹

¹Department of Communication Arts Faculty of Management Science NakhonPathom Rajabhat University

*Voon58@hotmail.com

Abstract

The objectives of this research are 1. To study the satisfaction of the company's internal public relations media. SEWT Kanchanaburi Company Limited 2. To study the use of internal public relations media by employees of SEWT Kanchanaburi Company Limited and 3. To study guidelines for developing internal employee public relations media. SEWT Kanchanaburi Company Limited is a quantitative research company. Using a method to collect data from a sample of 30 people, a questionnaire tool was used.

The results of the research found that 1) Satisfaction with the internal public relations media of employees of SEWT Kanchanaburi Company Limited was in the highest criteria (\bar{X} = 4.7), arranged from highest to lowest as follows: use of light, color, and sound techniques. in video media very well Continuing with the matter of being modern. Makes video media not boring (\bar{X} = 4.7). Video media captures content details very well (\bar{X} = 4.7). Watching video media shortens the time spent studying through text. or person can be communicated (\bar{X} = 4.7) respectively 2) Utilization of internal public relations media by company employees SEWT Kanchanaburi is at the highest level (\bar{X} =4.6), arranged from highest to lowest as follows. Video media can be a medium for communication and understanding with employees (\bar{X} = 4.7). Using video media to train both former and former employees. and new employees (\bar{X} = 4.7) Using video media helps save time from reading manuals (\bar{X} = 4.7) and 3) Guidelines for developing internal public relations media for employees of SEWT Kanchanaburi Company Limited, consisting of audiovisual presentations. Illustrations must be sharp, beautiful, and well conveyed. As for the sound, including background music, voiceovers, and interview sounds, they must be clear, and adding presentation techniques will make the clip more interesting. Use infographic media Graphics that can convey meaning and are easy to understand Come join in for easy understanding. Presentation in the form of a video blog or vlog. that has been thought through How to tell a story The sequencing and editing are as good as writing a diary. It will make it easier to understand.

Keywords: Public relations media, Satisfied, Capitalization

1. บทนำ

การสื่อสารภายในองค์กรเป็นการสื่อสารที่ใช้ทักษะการสื่อสารเชิงวัจนะ (verbal communication) หรือการสื่อสารด้วยภาษาพูดและภาษาเขียน กับการสื่อสารเชิงอวัจนะ (nonverbal communication) เช่น การใช้สัญลักษณ์ การแสดงท่าทาง ระดับเสียงที่ใช้ การสัมผัส การจัดระยะ เสื้อผ้า และเรื่องขงเวลา ซึ่งเป็นการติดต่อระหว่างบุคคลในองค์กรหรือหน่วยงานที่เป็นทางการ ซึ่งจัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ นโยบาย มีการจัดองค์กร มีการแบ่งงานกันทำ เพื่อปฏิบัติภารกิจขององค์กรหรือหน่วยงานให้บรรลุเป้าหมาย เพิ่มความสำเร็จในอาชีพโดยอาศัยการสื่อสารเพื่อสร้างคุณธรรม เพิ่มการผลิต และสิ่งที่ต้องปฏิบัติต่อองค์กร Piriya Siriwan [1] การสื่อสารภายในองค์กรมีลักษณะเป็นเครือข่ายและเกี่ยวข้องกับชีวิตการทำงาน การสัมมนา โครงสร้างขององค์กร ภาวะผู้นำและการตัดสินใจ วัฒนธรรมองค์กร เป็นสิ่งที่สมาชิกขององค์กรต้องเข้าใจและถือปฏิบัติร่วมกัน เนื่องจากในการจัดองค์กรนั้น มีการแบ่งสายงานและลำดับชั้นของความรับผิดชอบและการบังคับบัญชา ดังนั้นลักษณะของการสื่อสารภายในองค์กรจึงจำเป็นต้องจัดให้สอดคล้องกับโครงสร้างขององค์กรด้วยและเมื่อใดก็ตามที่การสื่อสารภายในองค์กรมีประสิทธิภาพ Kanlayarat Theerathanachaiikul [2] สามารถเชื่อมโยงทุก ๆ หน่วยขององค์กรให้เข้ากันได้ด้วยดี มีทิศทางของการสื่อสารที่ตอบสนองต่อวิสัยทัศน์ขององค์กร พร้อม ๆ กับการถ่ายทอดอัตลักษณ์องค์กรเป็นเอกภาพอย่างต่อเนื่อง จะก่อให้เกิดคุณค่า 2 ประการ 1) พนักงานเข้าใจและตระหนักในทิศทางขององค์กรอย่างเป็นรูปธรรม เกิดความรู้สึกในองค์กรที่ตื่นร่วมแรงอยู่ เนื่องจากสามารถสัมผัสได้ถึงตัวตนหรืออัตลักษณ์ที่สง่างามและมีคุณค่าขององค์กร ซึ่งได้รับการถ่ายทอดอย่างเป็นระบบผ่านสื่อ กิจกรรม และวัฒนธรรมองค์กรที่ฝ่ายบริหารสร้างขึ้น 2) พนักงานเกิดความรู้สึกผูกพันและมีส่วนร่วมกับองค์กร (engagement) พร้อมให้ความร่วมมือกับการดำเนินงานขององค์กรเสมอหากเราพูดถึงการสื่อสาร ก็จะถูกแบ่งออกเป็นการสื่อสารภายในองค์กรและภายนอกองค์กร เนื่องจากมีจุดประสงค์ต่างกัน กลุ่มเป้าหมายก็ต่างกัน

โดยการสื่อสารถูกแบ่งเป็น 2 ลักษณะคือ การสื่อสารภายในและภายนอกองค์กร แต่ก่อนที่เราจะทำการสื่อสารไปยังภายนอกองค์กรได้นั้น ภายในองค์กรที่เปรียบเสมือนบ้าน จะต้องมีการจัดการการสื่อสารที่ดีให้ได้ก่อน ซึ่งผู้จัดทำหมายถึงผู้บริหารต้องสื่อสารกับพนักงานได้ และพนักงานก็ต้องสื่อสารกับผู้บริหารได้เช่นกัน เพราะหากอยู่ในช่วงที่มีปัญหา ผู้บริหาร นายจ้างและลูกน้องไม่มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่เกิดขึ้นภายในองค์กร ก็จะไม่สามารถหาทางออกเพื่อแก้ไขปัญหาให้ดีขึ้นได้ ทำให้ส่งผลกระทบต่อส่วนงานอื่น ๆ ด้วย ทั้งเรื่องของความน่าเชื่อถือที่คนภายนอกอาจมองเข้ามาแล้วเห็นว่า องค์กรนี้มีปัญหาในเรื่องของการสื่อสารที่ตีระหว่างผู้บริหาร นายจ้าง และลูกน้อง ทำให้ภาพลักษณ์ติดลบไปด้วย ต้องใช้เวลาในการรื้อฟื้นและพัฒนาภาพลักษณ์ขึ้นมาใหม่อีกครั้งเพื่อให้ได้มาซึ่งความอยู่รอดขององค์กร หรือในช่วงที่องค์กรได้รับโอกาสพิเศษหรือข่าวดีต่าง ๆ จำเป็นจะต้องกระจายข่าวสารนั้นให้พนักงานรับทราบข้อมูลเพื่อเป็นการเตรียมพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในทุก ๆ ด้าน เพราะการสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญท่ามกลางสภาพแวดล้อมทางการบริหารที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว แม้กระทั่งในองค์กรภาครัฐที่ต้องแข่งขันกับตัวเองเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน สามารถส่งต่อนวัตกรรมหรือบริการที่ดีที่สุดให้กับประชาชน Bu-nga Posew [3] ดังนั้น การสื่อสารภายในจึงเป็นหนึ่งในปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จ เป็นสิ่งสำคัญในการบริหารหรือผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงขององค์กร เพื่อช่วยให้พนักงานยอมรับการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้น

ในปัจจุบันสามารถแบ่งการสื่อสารออกได้หลากหลายรูปแบบผ่านสื่อต่าง ๆ ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อบุคคล สื่อโซเชียล (เฟซบุ๊ก, ไลน์, อินสตาแกรม, ทวิตเตอร์) มีความรวดเร็ว สามารถถ่ายทอดข่าวสารได้อย่างทันที่กับสถานการณ์ อีกทั้งยังมีความชัดเจนและเข้าใจได้ง่าย แต่เราต้องเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อที่จะให้ผลลัพธ์ออกมาตรงตามวัตถุประสงค์ของผู้ผลิตสื่อ อย่างในองค์กรใหญ่ ๆ ก็ต้องเลือกหาวิธีในการใช้สื่อให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มพนักงาน โดยอาจใช้เป็นการส่งไลน์เพื่อชี้แจงข้อมูลให้กับพนักงานนำไปกระจายข่าวสารต่อ หรือใช้สื่อบุคคล เป็นตัวกลางในการสื่อสารระหว่างนายจ้างและพนักงานให้เข้าใจซึ่งกันและกัน เป็นการสื่อสารจากบนลงล่าง และเปิดโอกาสให้กับพนักงานสื่อสารกับตัวนายจ้างเพื่อแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน เพื่อนำข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาต่าง ๆ มาประเมิน เปรียบเทียบหาข้อดีข้อเสียเพื่อแก้ไขต่อไป

Phakit Trisukon, Wiphamanin, and Rewadee Waiyavasana [4] นั่นคือลักษณะของการสื่อสารภายในองค์กรที่ดีเพราะ การติดต่อสื่อสาร สร้างความสัมพันธ์ในการทำงานร่วมกัน การสื่อสารภายในองค์กรมีความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะงานจะ สำเร็จลุล่วงได้ต้องได้รับความร่วมมือ ช่วยเหลือซึ่งและกัน และทำงานให้สอดคล้องกัน ดังนั้น การสื่อสารให้เกิดความเข้าใจ และสร้างความรู้สึกที่ดีร่วมกัน จะทำให้งานส่วนรวมบรรลุเป้าหมายได้ โดยที่ทุกฝ่ายต่างพยายามที่จะต่อเชื่อมแนวความคิดให้ เข้าใจตรงกัน และการพัฒนาทักษะการสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์ในการทำงานให้สามารถติดต่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ เกิด ความเข้าใจซึ่งกันและกัน มองเห็นเป้าหมายเดียวกันและทำงานเป็นทีม จะทำให้ปัญหาที่เกิดขึ้นในองค์กรลดน้อยลงและเพิ่ม ผลผลิตตามความต้องการได้ สามารถเอาชนะปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่เกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

การสื่อสารภายในองค์กรมีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการบริหารองค์กร ช่วยสร้างความเข้าใจและสร้างวัฒนธรรม ตลอดจนสามารถสร้างความมั่นคงให้กับองค์กร การบริหารงานจะประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใด ส่วนหนึ่งเกิดจากการ สื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากการสื่อสารภายในองค์กรจะช่วยให้สามารถนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมา ประกอบการตัดสินใจ หรือดำเนินการใด ๆ ในการบริหารงานและการปฏิบัติงาน อีกทั้งยังเป็นศูนย์รวมให้องค์กรนั้น ๆ ทำงาน ร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสมาชิกจะต้องเข้าใจและเข้าถึงกระบวนการสื่อสารเป็นอย่างดี Kancharana Meesinlapikapai [5] การสื่อสารในองค์กรเปรียบเสมือนโลหิต ซึ่งเป็นศิลปะอย่างหนึ่งในการบริหารที่บุคคลพยายามหา ช่องทางที่จะทราบความต้องการของฝ่ายหนึ่ง เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือ เสริมสร้างความเข้าใจระหว่างกันโดยอาศัย การพูดการส่งสัญญาณหรือข้อความที่เป็นสื่อแต่ในขณะเดียวกันการสื่อสารที่ไม่มีประสิทธิภาพ ก็อาจจะก่อให้เกิดความเข้าใจ ผิดระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารได้ในสภาวะการแข่งขันทางธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วความสำเร็จทางธุรกิจ ส่วน หนึ่งขององค์กรคือการได้ข้อมูลข่าวสารที่ทันต่อเหตุการณ์เพื่อนำมาวิเคราะห์ปรับใช้ในกระบวนการบริหาร อีกทั้งเสริมสร้าง โอกาสทางธุรกิจที่นำมาซึ่งผลตอบแทนขององค์กรในที่สุด Ratchanok Chuphaet [6] การสื่อสารถือเป็นรากฐานสำคัญของ กิจกรรมทุกอย่างในองค์กร ซึ่งมีผลสำเร็จหรือความล้มเหลวของกิจการองค์กรจะบริหารงานด้านต่างๆ ได้มากหรือน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับระบบติดต่อสื่อสารองค์กรทั้งองค์กรขนาดใหญ่ขนาดกลาง และ ขนาดเล็ก ซึ่งการที่แต่ละองค์กรจะทำงานได้มี ประสิทธิภาพจำเป็นต้องอาศัยการสื่อสารที่ดีจึงจะทำให้การทำงานมีความราบรื่นแต่การที่องค์กรมีบุคลากรเป็นจำนวนมาก บางครั้งการสื่อสารที่ไม่มีประสิทธิภาพก็อาจเป็นสาเหตุให้บุคลากรในองค์กรไม่เข้าใจงานที่มอบหมายหรือไม่เข้าใจใน วัตถุประสงค์ที่ตรงกันทำให้เกิดปัญหาในการบริหารงานได้

การทำงานร่วมกับบุคคลหมู่มาก ยิ่งเป็นองค์กรที่ใหญ่ มีพนักงานหลายคน ทางผู้บริหารและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ควร จะมีการวางแผนในเรื่องของการสื่อสารภายในองค์กรให้เป็นระบบ ตั้งแต่ระดับพนักงานลูกจ้างทั่วไป ไปจนถึงระดับผู้บริหาร สูงสุด เพราะการที่องค์กรจะเคลื่อนตัวต่อไปในเส้นทางต่าง ๆ ได้นั้น ต้องเริ่มจากการสื่อสารกันภายในองค์กรก่อนสื่อในยุค ปัจจุบันมีมากมายหลายรูปแบบ มีลักษณะเฉพาะและการใช้งานแตกต่างกันออกไปตามบริบทและสถานการณ์นั้น ๆ เพื่อให้ ได้มาซึ่งผลลัพธ์ของผู้ที่ผลิตสื่อต้องการสื่อสารออกไป ไม่ว่าจะเป็น สื่อที่เป็นภาพ เสียง หรือสื่อวิดีโอ อินโฟกราฟฟิกต่าง ๆ ล้วนต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์เพื่อให้ผลงานออกมาในรูปแบบที่ตรงโจทย์และประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์เมื่อถูก ส่งไปยังผู้รับสารแล้ว ในขณะเดียวกัน Poj Jaichansukkit [7] การทำงานที่ต้องแข่งขันกับเวลาเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ตามที่ต้องการ นั้น ภายในองค์กรหรือสถานประกอบการจะต้องอาศัยแรงงานคนจำนวนมากในการขับเคลื่อนสิ่งต่าง ๆ ให้สำเร็จตาม เป้าหมายที่กำหนดไว้

หากเราพูดถึงสถานประกอบการหรือองค์กรที่ต้องใช้แรงงานคนจำนวนมากสำหรับการผลิตงาน นอกจากแรงงาน ไทยแล้วนั้นปฏิเสธไม่ได้ที่จะต้องมีการจ้างงานชาวเมียนมาร์เข้ามาทำงานด้วย ดังเช่นภายในบริษัท เอสอีดับเบิ้ลยูที กาญจนบุรี จำกัด เป็นสถานประกอบการที่ผลิตชุดสายไฟในสำเร็จรูปในรถยนต์-มอเตอร์ไซค์ จำหน่ายให้กับลูกค้านำไปเป็นส่วนประกอบ ในรถยนต์-มอเตอร์ไซค์ ยี่ห้อที่เราคุ้นเคยเป็นอย่างดีหลายราย และด้วยความต้องการของลูกค้าที่มีมากนั้น ทางบริษัทจึงต้องมี นโยบายการรับแรงงานต่างด้าวเข้ามาทำงานเพื่อให้ได้ชิ้นงานตามเป้าหมาย ส่งทันเวลาและมีอัตราค่าจ้างที่ถูกกว่าแรงงานไทย ซึ่งแน่นอนว่าปัญหาที่ตามมาสำหรับมนุษย์ที่ใช้ภาษาต่างกัน คือ สื่อสารเข้าใจผิดพลาดกับสิ่งที่ต้องการให้อีกฝ่ายรับรู้ จน

ยุทธในการประยุกต์และนำมาใช้อย่างถูกต้อง ดังนั้น ทางผู้จัดทำจึงมีความเห็นว่า จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องหาทางแก้ไขปัญหานี้เพื่อให้ได้มาในสิ่งที่ดีขึ้น โดยการนำสื่อเดิมที่มีอยู่ภายในบริษัทมาพัฒนาให้เข้ากับบริบทของพนักงานมากยิ่งขึ้น โดยสื่อเดิมที่มีอยู่จะอยู่ในรูปแบบของ PowerPoint หรือคู่มือที่ถูกจัดอยู่ในรูปแบบของเอกสาร ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของกฎระเบียบพื้นฐานต่าง ๆ ที่พนักงานทุกคนจะต้องได้รับการ Training จากครูเทรนของบริษัท (technical training center) ก่อนเข้ามาทำงานทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติจริง แต่สื่อเดิมที่มีอยู่นั้นอาจไม่ตอบโจทย์ในการ Training มากนัก เพราะต้องใช้เวลาในการอธิบายสิ่งต่าง ๆ ให้พนักงานชาวเมียนมาร์เข้าใจ ถึงแม้ว่าจะมีล่ามที่ช่วยแปลภาษาได้แต่ก็ยังไม่ประสบความสำเร็จมากเท่าที่ควร ด้วยเนื้อหาใน PowerPoint และคู่มือที่จัดอยู่ในรูปแบบของเอกสารค่อนข้างเยอะแยะและดูไม่น่าสนใจ

ดังนั้น จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาข้างต้นทำให้ ผู้จัดทำโครงการนอกเทศจึงสนใจที่จะศึกษาเรื่อง “แนวทางการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของพนักงาน บริษัท เอสอีดับเบิ้ลยูที กาญจนบุรี จำกัด เพื่อช่วยแก้ไขปัญหานี้อีกครั้งต่อไป

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของพนักงาน บริษัทเอสอีดับเบิ้ลยูที กาญจนบุรี จำกัด
- 2.2 เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์ของสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของพนักงาน บริษัท เอสอีดับเบิ้ลยูที กาญจนบุรี จำกัด
- 2.3 เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของพนักงาน บริษัท เอสอีดับเบิ้ลยูที กาญจนบุรี จำกัด

3. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

- 3.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร
- 3.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์
- 3.3 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อวิดีโอ
- 3.4 บริษัท เอสอีดับเบิ้ลยูที กาญจนบุรี จำกัด

4. วิธีวิจัย/วิธีการศึกษา

4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากร ได้แก่ พนักงานภายในบริษัท เอสอีดับเบิ้ลยูที กาญจนบุรี จำกัด และกลุ่มตัวอย่าง คือ Manager sec.HR และพนักงานภายในบริษัท เอสอีดับเบิ้ลยูที กาญจนบุรี จำกัด จำนวน 30 คน โดยเลือกแบบเฉพาะเจาะจง ประกอบไปด้วย Manager sec.HR จำนวน 1 คน, พนักงานระดับ Staff จำนวน 25 คน และล่ามกลุ่ม Training จำนวน 4 คน

4.2 เครื่องมือ ผู้วิจัยได้กำหนดเครื่องมือที่ใช้สำหรับการวิจัย ดังนี้ 1) วิดีโอสื่อประชาสัมพันธ์ภายในบริษัท เอสอีดับเบิ้ลยูที กาญจนบุรี จำกัด ประกอบไปด้วย วิดีโอเกี่ยวกับกฎระเบียบภายในบริษัทที่พนักงานพึงต้องปฏิบัติตาม วิดีโอ Work Introduction วิดีโอประมวลภาพกิจกรรมที่ทำทั้งภายในและภายนอกบริษัท และ 2) แบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อสื่อวิดีโอประชาสัมพันธ์ภายในบริษัทเอสอีดับเบิ้ลยูที กาญจนบุรี จำกัด

4.3 การหาคุณภาพเครื่องมือ ผู้วิจัยได้กำหนดการสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาสำหรับการวิจัยไว้ดังนี้

1) วิดีโอเพื่อการชี้แนะแนวทางการปฏิบัติงานและกฎระเบียบต่าง ๆ สำหรับพนักงาน ภายในบริษัท เอสอีดับเบิ้ลยูที กาญจนบุรี จำกัด โดยมีขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม ดังนี้

(1.1) ศึกษาข้อมูลที่มีอยู่ภายในบริษัท เอสอีดับเบิ้ลยูที กาญจนบุรี จำกัดเพื่อเตรียมการดำเนินการพัฒนา

สื่อ



(1.2) ดำเนินการสร้างเพื่อการชี้แนะแนวทางการปฏิบัติงานและกฎระเบียบต่าง ๆ สำหรับพนักงาน ภายในบริษัท เอสอีดับเบิลยูที กาญจนบุรี จำกัด

(1.3) รวบรวมข้อมูล เนื้อหา เกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์เดิมที่มีอยู่ (PowerPoint) ภายในบริษัท เอสอีดับเบิลยูที กาญจนบุรี จำกัด

(2) เขียนสตอรี่บอร์ด เพื่อกำหนดแนวทางการบันทึกภาพ กำหนดคำบรรยาย เสียงประกอบ รวมทั้งตัวอักษรต่างๆ โดยให้สอดคล้องกับเนื้อหา และตรงตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

(3) บันทึกภาพ โดยบันทึกภาพตามแนวทางของสตอรี่บอร์ดที่กำหนดไว้

(4) นำภาพที่บันทึกได้มาตัดต่อและลำดับภาพ ใส่เสียงบรรยายและเสียงประกอบ ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการตัดต่อ

(5) นำวิดีโอไปให้ Manager และพนักงานระดับ Staff และล่าม ของบริษัท เอสอีดับเบิลยูที กาญจนบุรี จำกัด ตรวจสอบความถูกต้องและให้ข้อเสนอแนะ โดยมีข้อเสนอแนะให้ปรับปรุงคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ จากนั้นนำข้อเสนอแนะมาปรับแก้ไขตามคำแนะนำ

(6) วิดีโอเพื่อการชี้แนะแนวทางการปฏิบัติงานและกฎระเบียบต่าง ๆ สำหรับพนักงาน ภายในบริษัท เอสอีดับเบิลยูที กาญจนบุรี ไปทดลองเปิดให้กับกลุ่มพนักงาน MOU ได้รับชม จากนั้นได้ดำเนินการให้ Manager และพนักงานระดับ Staff และล่าม จำนวน 30 คน ทำการตอบแบบสอบถามความพึงพอใจ เพื่อหาประสิทธิภาพว่าตรงตามวัตถุประสงค์หรือไม่

(7) ศึกษารูปแบบและกระบวนการสร้างแบบประเมินคุณภาพของวิดีโอ

(8) กำหนดรูปแบบของแบบประเมินสำหรับเป็นแนวทางในการสร้างเพื่อให้ผลลัพธ์ของการประเมินเป็นไปตามความต้องการ

(9) สร้างแบบประเมินคุณภาพวิดีโอเพื่อการชี้แนะแนวทางการปฏิบัติงานและกฎระเบียบต่าง ๆ สำหรับพนักงาน ภายในบริษัท เอสอีดับเบิลยูที กาญจนบุรี จำกัด โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 แบบประเมินความพึงพอใจในคุณภาพวิดีโอ (แสง สี เสียง เอฟเฟกต์ในวิดีโอ) ส่วนที่ 2 แนวทางการใช้ประโยชน์จากวิดีโอ ส่วนที่ 3 แนวทางการพัฒนาต่อยอดสื่อวิดีโอ และการปรับปรุงแก้ไขมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่ากำหนดระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ

(10) นำแบบประเมินไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการเอกเทศได้ตรวจสอบความถูกต้อง โดยอาจารย์ที่ปรึกษาแนะนำให้ปรับปรุงข้อคำถามให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

4.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการดังนี้

1. เตรียมสถานที่และเครื่องมือที่ใช้ในการทดลอง คือ ห้อง Training พนักงานภายในบริษัท เอสอีดับเบิลยูที กาญจนบุรี จำกัด

2. ผลิตวิดีโอสื่อประชาสัมพันธ์ภายในบริษัท เอสอีดับเบิลยูที กาญจนบุรี จำกัด ให้กับกลุ่มพนักงาน MOU Manager และพนักงานระดับ Staff และล่าม โดยใช้โปรแกรมสำหรับเล่นวิดีโอ ผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์

3. หลังจากกลุ่มตัวอย่างรับชมวิดีโอจะเปิดโอกาสให้กลุ่มตัวอย่างได้ซักถามในประเด็นต่างๆ ที่ยังไม่เข้าใจ

4. ให้ Manager และพนักงานระดับ Staff และล่าม ทำแบบประเมินความพึงพอใจหลังจากรับชมวิดีโอสื่อประชาสัมพันธ์ภายในบริษัท เอสอีดับเบิลยูที กาญจนบุรี จำกัด

5. ดำเนินการบันทึกข้อมูลที่ได้จากแบบประเมินความพึงพอใจ จากกลุ่มตัวอย่างและนำผลมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

4.5 การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

5. ผลการวิจัย

5.1 ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของพนักงานบริษัทเอสดีบีเบิ้ลยูที กาญจนบุรี จำกัด พบว่า อยู่ในเกณฑ์มากที่สุด (\bar{X} = 4.7) สรุปเกณฑ์การประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ในส่วนของ การใช้เทคนิค แสง สี เสียง ในสื่อวิดีโอเป็นอย่างดี ต่อด้วยเรื่องมีความทันสมัย ทำให้สื่อวิดีโอดูน่าเบื่อ อยู่ในเกณฑ์ประเมินมากที่สุด (\bar{X} = 4.7) ต่อด้วยเรื่องสื่อวิดีโอเก็บรายละเอียดเนื้อหาได้เป็นอย่างดี อยู่ในเกณฑ์ประเมินระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.7) ตามด้วยเรื่องของการรับชมสื่อวิดีโอทำให้น่าสนใจระยะเวลาการศึกษาผ่านตัวอักษร หรือสื่อบุคคลได้ อยู่ในเกณฑ์ประเมินระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.7) ต่อด้วยเรื่องของสื่อวิดีโอมีความสั้นกระชับ ไม่ซับซ้อน สามารถเข้าใจได้ง่าย อยู่ในเกณฑ์ประเมินระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.7) ตามด้วยสื่อวิดีโอตอบโจทย์ในเรื่องการ Training ให้กับบริษัทได้เป็นอย่างดี อยู่ในเกณฑ์ประเมินมากที่สุด (\bar{X} = 4.7) ต่อด้วยเรื่องเสียงบรรยาย ในวิดีโอ มีความชัดเจน น่าสนใจฟัง อยู่ในเกณฑ์ประเมินระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.7) ในส่วนของ การจัดวางตำแหน่งคำบรรยายในวิดีโอมีความเหมาะสม อยู่ในเกณฑ์ประเมินระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.6) มุมกล้องในการถ่ายวิดีโอมีความชัดเจน ภาพในวิดีโอมีความคมชัด ภาพไม่แตก ไม่ฟุ้ง อยู่ในเกณฑ์ประเมินระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.7) และตามด้วย เรื่องการเลือกผู้แสดงเหมาะสมกับเรื่องที่ต้องการจะสื่อ อยู่ในเกณฑ์ประเมินระดับมาก (\bar{X} = 4.5) ตามลำดับ

5.2 การใช้ประโยชน์ของสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของพนักงานบริษัท เอสดีบีเบิ้ลยูที กาญจนบุรี จำกัด พบว่า สรุปเกณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.6) โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ เริ่มที่สื่อวิดีโอสามารถเป็นตัวกลางในการสื่อสารทำงานความเข้าใจกับพนักงานอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.7) ต่อด้วยการใช้สื่อวิดีโอในการ Training ทั้งพนักงานเก่า และพนักงานใหม่ อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.7) ต่อด้วยการใช้สื่อวิดีโอช่วย save เวลาจากการอ่านคู่มือ อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.7) เรื่องของการใช้สื่อวิดีโอชี้แจงให้เห็นภาพ เมื่อพนักงานไม่เข้าใจเรื่องการทำงาน ปฏิบัติงาน อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.7) ในส่วนของ การใช้สื่อ วิดีโอเป็นผลงานเชิงประจักษ์ ในด้านการแสดงความสามารถของพนักงานที่ร่วมผลิตสื่อวิดีโอ อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.7) สื่อวิดีโอเป็นผลงานตรงตามความต้องการของผู้บริหาร อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.7) ตามด้วยการใช้สื่อวิดีโอเป็นตัวบ่งชี้ความสามารถของนักศึกษาฝึกงาน อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.7) ใช้สื่อวิดีโอเผยแพร่ผ่านระบบภายในบริษัทได้อย่างสะดวกแทนการแจกเล่มคู่มือเอกสาร อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.7) รองลงมาเป็นเรื่องของพนักงานรับชมสื่อวิดีโอแล้วสามารถถ่ายทอดความรู้ให้กับพนักงานคนอื่นได้ อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.6) และสามารถนำเทคนิคในสื่อวิดีโอไปปรับใช้ในการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.5) ตามลำดับ

5.3 แนวทางพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของพนักงาน บริษัท เอสดีบีเบิ้ลยูที กาญจนบุรี จำกัด พบว่า 1. การนำเสนอภาพและเสียง ภาพประกอบจะต้องคมชัด สวยงาม และสื่อความหมายได้ดี ส่วนเสียงทั้งเพลงประกอบ เสียงพากย์ และเสียงสัมภาษณ์ ต้องชัดเจน และการใส่เทคนิคการนำเสนอจะทำให้คลิปน่าสนใจมากยิ่งขึ้น 2. อาจใช้สื่อประเภทอินโฟกราฟิก ภาพกราฟิกที่สามารถสื่อความหมายได้เข้าใจง่าย เข้ามาร่วมด้วยเพื่อช่วยในการสร้างความเข้าใจ 3. การนำเสนอในรูปแบบวิดีโอบล็อกหรือวล็อก ที่ผ่านการคิดประเด็น วิธีการเล่าเรื่อง การลำดับภาพและการตัดต่อมาอย่างดีเหมือนการเขียนไดอารี่ จะทำให้เข้าใจได้ง่ายยิ่งขึ้น 4. การนำสื่อโซเชียลใหม่ ๆ เข้ามาใช้ เช่น tiktok ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันที่นิยมและตอบโจทย์การสื่อสารมากในตอนนี้ เนื่องจาก tiktok เป็นสื่อวิดีโอสั้น ๆ เขาถึงได้ทุกเพศทุกวัยทั่วโลก มีการอัปเดตข้อมูลที่รวดเร็ว ทำให้เกิดกระแสและความนิยมใหม่ ๆ อยู่เสมอ และ 5. การติดตามกระแสเทรนด์ในแต่ละวันให้มากกว่าเดิม เพื่อนำมาปรับใช้กับสื่อวิดีโอให้น่าสนใจมากยิ่งขึ้น

6. อภิปรายผล

6.1 ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของพนักงาน บริษัท เอสดีบีเบิ้ลยูที กาญจนบุรี จำกัด อาจมีสาเหตุมาจากสื่อวิดีโอที่ผลิตนั้น เป็นสิ่งแปลกใหม่ที่เพิ่งเกิดขึ้น ซึ่งมาจากการนำเอาสื่อที่มีอยู่มาเปลี่ยนแปลงให้อยู่ในรูปแบบใหม่

ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริหาร อีกทั้งยังเป็นตัวกลางที่ทำให้สามารถสื่อสารกันภายในองค์กรได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย Suriyakarn et al. [10] เรื่อง การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มผ้าทอปกะญอบ้านมอทะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอกำสองยาง จังหวัดตาก งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความต้องการใช้สื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มผ้าทอปกะญอบ้านมอทะ ตำบลแม่อุสุ อำเภอกำสองยาง จังหวัดตาก 2) พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มผ้าทอปกะญอบ้านมอทะ ตำบลแม่อุสุอำเภอกำสองยาง จังหวัดตาก และ3) ศึกษาความพึงพอใจของสื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มผ้าทอปกะญอบ้านมอทะตำบลแม่อุสุ อำเภอกำสองยาง จังหวัดตากงานวิจัยนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่แบบสอบถามความต้องการและแบบสอบถามความพึงพอใจ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มผ้าทอปกะญอบ้านมอทะ ตำบลแม่อุสุอำเภอกำสองยาง จังหวัดตาก มีความต้องการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อนำสินค้าของกลุ่มผ้าทอปกะญอบ้านมอทะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ 2) สื่อประชาสัมพันธ์ถูกพัฒนาขึ้นในรูปแบบวิดีโอและ3) ความพึงพอใจในการประชาสัมพันธ์สื่ออยู่ในระดับมาก

6.2 การใช้ประโยชน์ของสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของพนักงาน บริษัท เอสอีดับเบิ้ลยูที กาญจนบุรี จำกัด เนื่องจากผลมาจากสื่อวิดีโอที่นำข้อมูลในสื่อเก่ามาตัดแปลงให้เข้าใจง่ายขึ้น ซึ่งข้อมูลนั้นเป็นสิ่งที่ใช้ Training พนักงานอยู่ก่อนแล้วและมาปรับให้อยู่ในรูปแบบของสื่อวิดีโอ ก็สามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริหารได้อย่างดีเยี่ยม อีกทั้งหลังจากที่พนักงานรับชมสื่อแล้วก็สามารถนำความรู้ที่ได้ไปปรับใช้กับการทำงานของตนเองได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย Supak Thawornnitikul [11] เรื่อง การศึกษาแนวทางเพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ของคณะเกษตร กำแพงแสน มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์วิทยาเขตกำแพงแสน สรุปผลจากแบบสอบถาม ความคิดเห็น การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ผลการวิจัยพบว่า 1) สื่อประชาสัมพันธ์มีความเหมาะสมในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ได้แก่ แบนเนอร์บนเว็บเพจ ป้ายประชาสัมพันธ์ขนาดใหญ่ และโปสเตอร์ การประเมินคุณภาพสื่อ ประชาสัมพันธ์ทั้ง 3 ประเภท โดยผู้เชี่ยวชาญ พบว่า แบนเนอร์บนเว็บเพจ มีคุณภาพระดับดี ป้ายประชาสัมพันธ์ขนาดใหญ่ มีคุณภาพระดับดี และโปสเตอร์มีคุณภาพระดับดีมาก 3. ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่า ความคิดเห็นและความพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ดังนี้ 1) แบนเนอร์บนเว็บเพจ ป้าย ประชาสัมพันธ์ขนาดใหญ่ และ3) โปสเตอร์ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ จีรนานา ธัญรัตน์ (2557) เรื่อง ความคาดหวัง และความพึงพอใจต่อสื่อ ประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ สำนักงานใหญ่ พบว่า ความคาดหวังที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรอยู่ที่ระดับความคาดหวังมากที่สุด ทั้ง 3 สื่อ ได้แก่ ข่าวสารจากอินทราเน็ต (Intranet) จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) และจากบอร์ดกิจกรรม โดย พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อสื่ออินทราเน็ต ด้านรูปแบบและเนื้อหามากที่สุด ในเรื่อง “เนื้อหาสามารถสร้างการรับรู้และความเข้าใจที่ตรงกันให้กับพนักงาน” และความคาดหวังด้าน การใช้ประโยชน์มากที่สุดในเรื่อง “เพื่อรับข่าวสารที่รวดเร็วทันต่อเหตุการณ์” และในส่วนของความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรอยู่ที่ระดับพอใจมาก ทั้ง 3 สื่อ โดยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อสื่ออินทราเน็ต ด้านรูปแบบและเนื้อหาที่สุดในเรื่อง “เนื้อหาสาระน่าติดตาม” และความพึงพอใจด้านการใช้ประโยชน์มากที่สุด ในเรื่อง “เพื่อประกอบการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับตนเองและการปฏิบัติงาน”

6.3 แนวทางพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของพนักงาน บริษัท เอสอีดับเบิ้ลยูทีกาญจนบุรี จำกัด ได้แก่ 1. การนำเสนอภาพและเสียง ภาพประกอบจะต้องคมชัด สวยงาม และสื่อความหมายได้ดี ส่วนเสียงทั้งเพลงประกอบ เสียงพากย์ และเสียงสัมภาษณ์ ต้องชัดเจน และการใส่เทคนิคการนำเสนอจะทำให้คลิปน่าสนใจมากยิ่งขึ้น 2. อาจใช้สื่อประเภทอินโฟกราฟิก ภาพกราฟิกที่สามารถสื่อความหมายได้เข้าใจง่าย เข้ามาร่วมด้วยเพื่อช่วยในการสร้างความเข้าใจ 3. การนำเสนอในรูปแบบวิดีโอบล็อกหรือวล็อก ที่ผ่านการคิดประเด็น วิธีการเล่าเรื่อง การลำดับภาพและการตัดต่อมาอย่างดีเสมือนการเขียนไดอารี่ จะทำให้เข้าใจได้ง่ายยิ่งขึ้น 4. การนำสื่อโซเชียลใหม่ ๆ เข้ามาใช้ เช่น tiktok ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันที่นิยมและตอบโจทย์การสื่อสารมากในตอนนี้ เนื่องจาก tiktok เป็นสื่อวิดีโอสั้น ๆ เขาถึงได้ทุกเพศทุกวัยทั่วโลก มีการอัพเดทข้อมูลที่รวดเร็ว ทำให้

เกิดกระแสและความนิยมใหม่ ๆ อยู่เสมอ และ 5. การติดตามกระแสเทรนด์ในแต่ละวันให้มากกว่าเดิม เพื่อนำมาปรับใช้กับสื่อวิดีโอให้น่าสนใจมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย Panpaporn Phokang [12] เรื่อง แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กรของ คณะเทคโนโลยีการเกษตร วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัญหาการสื่อสาร และแนวทางในการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารภายในคณะเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กรของคณะเทคโนโลยีการเกษตร มากที่สุดคือบุคลากร มี 8 ประสิทธิภาพด้านการกำหนดภารกิจและเป้าหมายของการสื่อสาร คือการที่ผู้บริหารให้ความสำคัญกับการติดต่อสื่อสาร ร่วมกันในการวางแผนกำหนดทิศทางภารกิจเป้าหมายของการสื่อสาร

7. กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของพนักงานบริษัท เอสอีดับเบิ้ลยูที กาญจนบุรี จำกัด สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีตามกระบวนการและขั้นตอนที่วางแผนไว้ ด้วยความอนุเคราะห์จาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มาริษา สุจิตวนิช อาจารย์นิเทศก์และอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ ได้สละเวลาและให้คำแนะนำ ตรวจสอบต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไข ทำให้โครงการเอกเทศฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ครบถ้วนตามหลักการ ขอขอบคุณ บริษัท เอสอีดับเบิ้ลยูที กาญจนบุรี จำกัด สถานที่ฝึกประสบการณ์วิชาชีพในครั้งนี้ รวมไปถึง Manager และพี่เลี้ยงแผนก Human Resource ทุกท่าน ที่ได้ให้ความร่วมมือในการทำเล่มโครงการ โดยการให้ข้อมูลและให้ประสบการณ์ในช่วงฝึกประสบการณ์วิชาชีพ นำมาจัดทำเป็นรายงาน โครงการเอกเทศในครั้งนี้ ขอขอบคุณกลุ่มประชากรตัวอย่างที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามความพึงพอใจ สำหรับการทำรายงานฉบับนี้มาด้วยใจจริง

8. เอกสารอ้างอิง

- [1] Piriya Siriwan. (2016). Communication within the organization. Retrieved April 8, 2024, <https://n9.cl/uhr2yd>. (In Thai)
- [2] Kanlayarat Theerathanachaikul. (2019). Organizational behavior and organizational development. Bangkok: SE-ED Education. (In Thai)
- [3] Bu-nga Posew. (2003). Strategic management: internal organizational communication. Faculty of Humanities University of the Thai Chamber of Commerce. Retrieved April 8, 2024, bunga.pdf. (In Thai)
- [4] Phakit Trisukon, Wiphamanin, and Rewadee Waiyavasana. (2020). Principles of Communication Arts. Retrieved April 10, 2024, <https://n9.cl/w0ikl>. (In Thai)
- [5] Kanchana Meesinlapikapai. (2014). Basic knowledge and theories of communication. Retrieved April 5, 2024, https://book.pbru.ac.th/cgi-bin/koha/opacdetail.pl?biblionumber=60791&shelfbrowse_itemnumber=150661. (In Thai)
- [6] Ratchanok Chuphaet. (2020). Effective internal communication model of companies in Rojana Industrial Estate, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. Master's Thesis Business Administration major Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University. Online. Retrieved April 6, 2024, http://etheses.aru.ac.th/PDF/1256362013_11.PDF, (In Thai)
- [7] Poj Jaichansukkit. (2015). Communication strategies for brand management and marketing communications in the digital age. 1st printing. Bangkok: Thai Public Relations Association. (In Thai)
- [8] Piyadanai Vikian. (2017). Basic knowledge about videotapes. Retrieved April 12, 2024, . <https://krupiyadanai.wordpress.com/computer4/>. (In Thai)



- [9] Subin Ekajit. (2018). Development of video media for guidance on publicizing guidelines for further study at Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi. For Mathayom 6 students. Thesis for the Master of Education degree. Faculty of Industrial Education Rajamangala University of Technology Thanyaburi. Retrieved April 9, 2024, <https://eresearch.rbru.ac.th/pdf-uploads/thesis-2036-file06-2023-03-08-15-37-07.pdf>. (In Thai)
- [10] Suriyakarn, S. Anyada, K. and Thiphathai, T. (2021). Development of public relations media for the Pakayo woven cloth group, Ban Mo Tha, Mae U Su Subdistrict, Tha Song Yang District, Tak Province. [Presentation document]. A follow-up report from the 1st National Academic Conference for Students: Kamphaeng Phet Rajabhat University, Kamphaeng Phet, Thailand. (In Thai)
- [11] Supak Thawornnitikul. (2013). A study of guidelines for developing public relations media of the Faculty of Agriculture, Kamphaeng Saen, Kasornsaart University, Kamphaeng Saen University. Independent research. Master of Education degree. Silpakorn University. (In Thai)
- [12] Panpaporn Phokang. (2011). Guidelines for developing the efficiency of communication within the organization of the Faculty of Agricultural Technology. Research report, Rajamangala University of Technology Thanyaburi. (In Thai)