

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “การจัดการสื่อสารความรับผิดชอบต่อสังคม : กรณีศึกษา โครงการ CAT DNA สำนึกดีต่อสังคมของ บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)” ซึ่งการศึกษานี้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) ผู้เกี่ยวข้องเกี่ยวกับโครงการ CAT DNA สำนึกดีต่อสังคม และใช้วิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) จากการที่ผู้ศึกษาเป็นพนักงานคนหนึ่งในองค์กร เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากทั้งสองวิธีการมารวบรวมเป็นผลการศึกษา โดยการบรรยายเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) พร้อมทั้งสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และนำเสนอข้อเสนอแนะ ซึ่งสรุปผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ศึกษาโครงการ CAT DNA สำนึกดีต่อสังคม และการจัดการสื่อสารภายในของโครงการ CAT DNA สำนึกดีต่อสังคมของ กสท โทรคมนาคม จำกัด

สรุปผลการศึกษา

โครงการ CAT DNA สำนึกดีต่อสังคม

กสท โทรคมนาคม เริ่มดำเนินธุรกิจความรับผิดชอบต่อสังคมจากการที่ทางองค์กรได้ตระหนักและมีความต้องการที่จะมีส่วนร่วมในการรับผิดชอบต่อสังคม ผนวกกับเป็นช่วงเวลาที่มีการปรับเปลี่ยนการดำเนินงานเป็นรัฐวิสาหกิจ และได้มีการปรับเปลี่ยนตราสัญลักษณ์องค์กร จึงมีความคิดที่จะสะท้อนภาพลักษณ์ขององค์กรในด้านใหม่ ๆ ออกสู่สายตาประชาชน จึงได้มีแนวคิดและนโยบายการดำเนินธุรกิจด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขึ้น เพื่อสร้างภาพลักษณ์องค์กรให้เข้มแข็ง สร้างสังคมให้มีความมั่นคง สมดุล และเติบโตอย่างยั่งยืน ส่งผลให้นโยบายการดำเนินธุรกิจด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ถูกผนวกเข้าเป็นหนึ่งในนโยบายขององค์กร และมีการแต่งตั้งคณะทำงานโครงการดำเนินธุรกิจกับความรับผิดชอบต่อสังคม และมีแนวคิดหลัก (Core Concept) คือ การดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมอยู่บนพื้นฐานด้านการศึกษา ชุมชน และสิ่งแวดล้อม ภายใต้แนวความคิด “สื่อสาร เรียนรู้ สู่ชุมชน” จึงก่อให้เกิดยุทธศาสตร์การพัฒนางิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ชื่อว่า “โครงการ CAT DNA สำนึกดีต่อสังคม” (ปี พ.ศ. 2551-2553) แบ่งออกเป็น 3 ระยะ คือ ระยะที่ 1 ยุทธศาสตร์การสร้าง DNA สำนึกดีต่อสังคมให้เติบโตในองค์กร (Grow DNA)

เป็นยุทธศาสตร์ที่สร้างให้เกิดการตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมจากภายในจิตใจพนักงานทุกคนทุกระดับ ระยะที่ 2 ยุทธศาสตร์การแพร่ขยาย DNA สำนึกดีต่อสังคมสู่ภายนอก (Spread DNA) เป็นการขยายผลการสร้าง DNA สำนึกดีต่อสังคมที่เติบโตให้แพร่หลายไปสู่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่อยู่ภายนอกองค์กร โดยมุ่งเน้นที่ลูกค้าและคู่ค้า รวมถึงครอบครัวของพนักงาน หน่วยราชการ และประชาสังคมที่เกี่ยวข้อง ระยะที่ 3 ยุทธศาสตร์การเชื่อมร้อย DNA สำนึกดีต่อสังคมให้ยั่งยืน (Connect DNA) เป็นการเชื่อมต่อที่มี DNA สำนึกดีต่อสังคม ทั้งในด้านธุรกิจ ชุมชน และธรรมชาติเข้าด้วยกันอย่างเป็นเนื้อเดียว วิธีการดำเนินงานโดยสายงานที่รับผิดชอบคือ สายงานส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร มีการแบ่งโครงการเป็น 2 ลักษณะคือ โครงการเฉพาะกิจตามสถานการณ์ทางสังคม และโครงการต่อเนื่องระยะยาว

การดำเนินธุรกิจโครงการ CAT DNA สำนึกดีต่อสังคมของ กสท โทรคมนาคม มีปัญหาและอุปสรรคที่พบดังนี้

1. งบประมาณ เนื่องจากการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในการสร้างภาพลักษณ์ เป็นการดำเนินงานที่ให้ผลตอบแทนในเชิงนามธรรม ซึ่งไม่ใช่ผลตอบแทนที่เป็นตัวเงิน ประกอบกับต้องใช้เวลาในการสั่งสมภาพลักษณ์ ทำให้ต้องใช้งบประมาณที่มากกว่าควร ทางองค์กรจึงมองว่า การใช้งบประมาณไปกับสิ่งที่ให้ผลตอบแทนที่ชัดเจนไม่ได้นั้นเป็นการสิ้นเปลือง
2. วัฒนธรรมองค์กรและระบบการทำงาน องค์กรรัฐวิสาหกิจที่มีระบบการทำงานแบบข้าราชการ ทำให้การสื่อสารบางครั้งยังคงยึดติดอยู่กับความเป็นระบบราชการอยู่บ้าง ซึ่งอาจทำให้เกิดความล่าช้าในการสื่อสาร จึงกลายเป็นอุปสรรคหนึ่งที่มีผลต่อการสื่อสารด้านความรับผิดชอบต่อสังคม
3. พฤติกรรมการเปิดรับสารของบุคลากร คือ พนักงานมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารภายในค่อนข้างน้อย ทำให้รับทราบข่าวสารด้านความรับผิดชอบต่อสังคมน้อย ส่งผลให้ได้รับความร่วมมือจากพนักงานไม่มากเท่าที่ควร ประกอบกับข้อจำกัดของสื่อบางประเภทที่ไม่ครอบคลุม เช่น เสี่ยงตามสาย

การจัดการสื่อสารภายในของโครงการ CAT DNA สำนึกดีต่อสังคม

ขั้นตอนการสื่อสารภายในโครงการ CAT DNA สำนึกดีต่อสังคมนั้น เนื่องจาก กสท โทรคมนาคม เป็นองค์กรขนาดใหญ่ที่มีพนักงานกว่า 6,000 คน ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค โครงสร้างองค์กรที่มีกรรมการผู้จัดการใหญ่มีอำนาจสูงสุด มีจำนวนระดับในลำดับชั้น 6 ลำดับชั้น

ด้วยกัน ได้แก่ กรรมการผู้จัดการใหญ่, รองกรรมการผู้จัดการใหญ่, ฝ่าย, ผู้ช่วยฝ่าย, ส่วน, พนักงาน) ขอบข่ายการควบคุมแบ่งเป็น 10 สายงาน กระจายออกเป็นกว่า 70 ฝ่าย พนักงานและลูกจ้างกว่า 6,000 คน ความสลับซับซ้อน การรวมอำนาจของโครงสร้างองค์การบริหารงานจึงมีมาก รวมถึงระบบการทำงานที่มีความเป็นทางการมากถึงมากที่สุด การสื่อสารภายในที่ใช้คือ การสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ผ่านไปตามสายการบังคับบัญชา เพื่อให้ข่าวสารที่ส่งมาเป็นระเบียบ มีทิศทาง และเป็นไปตามลำดับชั้นที่สังกัดอยู่ในแต่ละสายงาน โดยมีการใช้สื่อและกิจกรรมควบคู่กันไปตามความเหมาะสมของแต่ละโครงการ เครื่องมือในการสื่อสารภายในที่เลือกใช้มี 2 ประเภทคือ สื่อและกิจกรรม คือ สื่อและกิจกรรม ดังนี้

สื่อ ฝ่ายส่งเสริมภาพลักษณ์ได้เลือกใช้สื่อที่มีความหลากหลายเพื่อการเข้าถึงพนักงานทุกระดับ สื่อที่ใช้ได้แก่ สื่อบุคคล ถือว่ามีความสำคัญมากที่สุดและเป็นสื่อที่มีการใช้มากที่สุด โดยเป็นการสื่อสารแบบปากต่อปาก สื่อบุคคลมีหน้าที่ในการเป็นผู้ให้ความรู้ ความเข้าใจ ประชาสัมพันธ์ในการดำเนินธุรกิจกับการความรับผิดชอบต่อสังคมแก่พนักงานในองค์กร (เช่น ฝ่ายบริหารองค์กร คือ ผู้บริหาร คณะกรรมการ รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ ส่วนแผนงานโครงการฯ คือ ผู้จัดการส่วนแผนงานโครงการ ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร และฝ่ายปฏิบัติการ นักประชาสัมพันธ์ ผู้นำทางความคิด และจิตอาสา) สื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อการเผยแพร่รายละเอียดโครงการ และการจัดกิจกรรมต่าง ๆ สื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้ ได้แก่ วารสารภายในองค์กรชื่อ วารสาร CAT CLUB ไปสเตอร์ ใบปลิว แผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ ป้ายประกาศ สติกเกอร์ธงงค์ จดหมายข่าว รายงานประจำปี เอกสาร หนังสือเวียนที่ประกาศข่าวสารต่าง ๆ ภายในองค์กร หนังสือขอความช่วยเหลือจากฝ่ายและแผนกต่าง ๆ และรายงานการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคม สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ เสียงตามสายรายการวิทยุ CAT Radio, Intranet, ตัววีซี และเว็บไซต์องค์กร (www.cattелеcom.com)

กิจกรรม กิจกรรมภายในที่ฝ่ายส่งเสริมภาพลักษณ์เลือกใช้นั้น จะเลือกใช้กิจกรรมตามความเหมาะสมของวัตถุประสงค์ข่าวสารที่ต้องการเผยแพร่ กิจกรรมที่ใช้ในการสื่อสารภายใน ได้แก่ การจัดประชุม อบรมสัมมนา การจัดตั้งฝ่ายร้องเรียน การเข้าพบผู้บริหาร และการจัดกิจกรรมทางเสียงตามสาย

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “การจัดการสื่อสารความรับผิดชอบต่อสังคม : กรณีศึกษา โครงการ CAT DNA สำนึกดีต่อสังคมของ บริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน)” ผู้ศึกษาสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. การจัดการสื่อสารโครงการ

กสท โทรคมนาคม มีการดำเนินการรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีแนวคิดหลัก คือ การดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมอยู่บนพื้นฐานด้านการศึกษา ชุมชน และสิ่งแวดล้อม ภายใต้แนวความคิด “สื่อสาร เรียนรู้ สู่ชุมชน” มีวิสัยทัศน์เพื่อสนับสนุนการเติบโตของสังคมและการเพิ่มศักยภาพการใช้ไอซีทีผ่านกิจกรรม 3 ด้าน คือ การพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน การพัฒนาสังคมทางด้านการศึกษา และการพัฒนาสิ่งแวดล้อม ส่งผลให้โครงการ CAT DNA สำนึกดีต่อสังคมเป็นโครงการที่มียุทธศาสตร์ 3 ระยะ ได้แก่ การสร้าง DNA สำนึกดีต่อสังคมให้เติบโตในองค์กร การแพร่ขยาย DNA สำนึกดีต่อสังคมสู่ภายนอก และการเชื่อมโยง DNA สำนึกดีต่อสังคมให้ยั่งยืน มีการจัดการสื่อสารทั้งภายในและภายนอก ซึ่งการสื่อสารภายในใช้การสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสายการบังคับบัญชาและลำดับชั้นของอำนาจสั่งการ และการสื่อสารภายนอกที่ใช้การประชาสัมพันธ์และการโฆษณา ซึ่งทั้งสองรูปแบบการสื่อสารใช้เครื่องมือการสื่อสาร ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ควบคู่กับการทำกิจกรรม โดยจะเห็นได้ว่าการดำเนินงานต่าง ๆ ขององค์กรที่เกิดขึ้นจากแนวคิดและวิสัยทัศน์ที่ให้ความสำคัญกับการศึกษา ชุมชน และสิ่งแวดล้อม ซึ่งจากวิสัยทัศน์ที่ยึดถือนี้เองที่สอดคล้องกับคำกล่าวของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ที่กล่าวถึงขอบเขตการรับผิดชอบต่อสังคมที่มีอยู่ 7 ด้าน ได้แก่ ชุมชน สุขภาพและสวัสดิการ การศึกษา สิทธิมนุษยชน สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ สิทธิของผู้บริโภค และวัฒนธรรม ซึ่ง กสท โทรคมนาคม ได้แสดงให้เห็นถึงการยึดตามหลักขอบเขตการรับผิดชอบต่อสังคมออกมาให้เห็นในรูปของกิจกรรมการรับผิดชอบต่อสังคม ไม่ว่าจะเป็น ด้านการศึกษา ได้แก่ โครงการ CAT2LEARN สำหรับ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ โครงการ Young Web Designer ด้านชุมชน ได้แก่ โครงการน้ำใจ กสท สู่โรงเรียนในถิ่นทุรกันดาร โครงการน้ำใจชาว CAT และโครงการ CAT 100 ร่วมสมทบทุนโครงการบริหารจัดการเรื่องน้ำมูลนิธิชัยพัฒนา และด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ โครงการโครงการ 80 พรรณไม้ถวายในหลวง โครงการประหยัดพลังงาน โครงการเฝ้าฟังเหตุฉุกเฉินจากเรือในทะเลและรับแจ้งเหตุน้ำมันรั่วในทะเล เป็นต้น นอกจากนี้ การดำเนินโครงการการรับผิดชอบต่อสังคมและการจัดการสื่อสารยัง

ครอบคลุมทั้งมิติภายในและมิติด้านนอกอีกด้วย โดยมิติภายในเป็นการรับผิดชอบต่อพนักงานในองค์กรในด้านต่าง ๆ เช่น การจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีการรับผิดชอบต่อสังคม สุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน การจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในองค์กร การเป็นบรรษัทภิบาล และความโปร่งใสในการดำเนินกิจการ และมิติด้านนอก ได้แก่ การดูแลผู้บริโภค การรับผิดชอบต่อชุมชนใกล้เคียง และการรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวม เป็นต้น ซึ่งการดำเนินการรับผิดชอบต่อ 2 มิติดังกล่าวได้ยึดหลักการจาก จอห์น เอลมสเอด ที่กล่าวถึงการรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมีอยู่ 2 มิติหลัก คือ มิติภายในอันเป็นการดูแลกิจกรรมต่าง ๆ ที่ธุรกิจดำเนินอยู่และจัดการได้โดยตรง และมิติด้านนอก ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางธุรกิจที่องค์กรอาจจะควบคุมไม่ได้โดยตรง เช่น การดูแลลูกค้า การรับผิดชอบต่อคู่ค้า และการสนับสนุนกิจกรรมพัฒนาสังคม สำหรับเป้าหมายของการดำเนินการรับผิดชอบต่อสังคมก็เพื่อต้องการสร้างภาพลักษณ์ของการเป็น “องค์กรที่มีการรับผิดชอบต่อสังคม” ให้ปรากฏแก่สายตาของประชาชน ซึ่งองค์กรเห็นว่าภาพลักษณ์เป็นสิ่งสำคัญที่จะเอื้อประโยชน์ให้องค์กรทั้งในด้านธุรกิจและชื่อเสียงองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ คอตเลอร์ (Kotler) กล่าวไว้ว่า ภาพลักษณ์เป็นองค์รวมของความเชื่อ ความคิด และความประทับใจที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งทัศนคติและการกระทำใด ๆ ที่คนเรามีต่อสิ่งนั้นจะมีความเกี่ยวพันอย่างสูงกับภาพลักษณ์ของสิ่งนั้น กสท โทรคมนาคมมีการวางเป้าหมายไว้ให้องค์กรมีภาพลักษณ์สะท้อนออกมาว่า “คุณภาพของบริการในการช่วยเหลือสังคม” หมายความว่า ต้องการแสดงให้เห็นว่า สินค้าและบริการขององค์กรไม่ได้เป็นเพียงแค่สินค้าที่มีประโยชน์ใช้สอยที่มีคุณภาพ แต่ต้องเป็นสินค้าและบริการที่มีการรับผิดชอบต่อสังคมควบคู่กันไปด้วย ส่งผลให้รูปแบบของกิจกรรมการรับผิดชอบต่อสังคมมุ่งเน้นไปที่กิจกรรมที่สะท้อนถึงคุณภาพของสินค้าและการรับผิดชอบต่อสังคมในกิจกรรมเดียว ทั้งนี้ ผลจากการดำเนินกิจกรรมการรับผิดชอบต่อสังคมพบว่า ภาพลักษณ์ขององค์กรในด้านการรับผิดชอบต่อสังคมนั้นยังไม่ตรงกับเป้าหมายที่วางไว้มากนัก คือ ประชาชนภายนอกยังรับทราบว่าองค์กรมีการส่งเสริมด้านการรับผิดชอบต่อสังคม แต่ยังไม่ชัดเจนในแนวคิดหลักของการทำการรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร เนื่องจากกิจกรรมการรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ยังไม่ตอบโจทย์ และทำให้เห็นตัวภาพลักษณ์ของการรับผิดชอบต่อสังคมได้ชัดเจนเหมือนกับองค์กรอื่น ๆ เช่น ปตท. หรือปูนซีเมนต์ไทย เป็นต้น

2. ปัญหาและอุปสรรคของโครงการ

โครงการ CAT DNA สำนึกดีต่อสังคมที่ กสท โทรคมนาคม ดำเนินการอยู่นั้น พบว่ามีปัญหาและอุปสรรคเกิดขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่ปัญหาและอุปสรรคที่พบเกิดขึ้นจากภายในองค์กรเอง

ได้แก่ ปัญหาเรื่องทัศนคติของพนักงานที่มีต่อการใช้งบประมาณของโครงการ ปัญหาด้านพฤติกรรม การเปิดรับสารของพนักงาน และปัญหาด้านวัฒนธรรมและระบบการทำงาน ซึ่งทั้ง 3 ปัญหาที่เกิดขึ้นนี้เป็นปัญหาที่ฝังรากฐานในองค์กร ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับการยึดติดกับค่านิยมและวัฒนธรรมจากโครงการสร้างการบริหารองค์กรในระบบเก่าหรือดั้งเดิม เป็นที่ทราบกันดีว่าก่อนหน้านี้ กสท โทรคมนาคม นั้นเป็นส่วนหนึ่งของการสื่อสารแห่งประเทศไทย ที่มีโครงสร้างองค์กรและระบบการทำงานเป็นแบบราชการ แม้จะมีการแยกกิจการออกมาแล้วแต่พนักงานในองค์กรก็ยังคงมีระบบ ความเชื่อ ค่านิยม และวัฒนธรรมองค์กรเป็นแบบเดิมอยู่ ส่งผลให้เป็นอุปสรรคอย่างยิ่งในการ ดำเนินนโยบายที่เกิดขึ้นใหม่ ๆ ในองค์กร ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจน คือ นโยบายด้านการรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งตามปกติแล้วระบบราชการไม่มีความจำเป็นที่จะต้องดำเนินการด้านการรับผิดชอบต่อสังคมและมักจะพบเห็นแต่ในองค์กรธุรกิจเอกชน เนื่องจากธุรกิจเอกชนมีการแข่งขันทางตลาดค่อนข้างสูง จึงต้องใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ เข้าช่วยเพิ่มผลกำไร แต่องค์กรราชการนั้นไม่เน้นในเรื่องผลกำไรมากนัก จึงมองว่าไม่มีความจำเป็นที่จะต้องดำเนินการด้านการรับผิดชอบต่อสังคม หากแต่ในปัจจุบันพบว่า แม้แต่องค์กรภาครัฐก็หันมาให้ความสำคัญกับการรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น ซึ่ง กสท โทรคมนาคม ก็เช่นกันที่ให้ความสำคัญกับเรื่องนี้ด้วยเหตุผลหลาย ๆ ประการ อาทิเช่น เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร ประกอบกับการที่เป็นองค์กรมหาชน ส่งผลให้มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องสร้าง รักษา ดำรงภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาประชาชนอย่างสม่ำเสมอ ดังนั้น การเปลี่ยนความคิด ความเชื่อ ค่านิยม และวัฒนธรรมองค์กรของพนักงานภายในองค์กรจึงเป็นเรื่องที่ค่อนข้างยาก และต้องใช้ระยะเวลาในการปลูกฝังความคิด ความเชื่อ และค่านิยมใหม่เข้าไป ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของ เสนาะ ดีเยาว์ที่ว่า บรรยากาศการสื่อสาร เป็นปัจจัยทางการสื่อสารที่มีผลต่อการประเมินเกี่ยวกับเหตุการณ์ทางการสื่อสาร พฤติกรรมมนุษย์ การตอบสนองต่อกันของพนักงาน ความคาดหวัง ความขัดแย้ง และโอกาสในการก้าวหน้าในองค์กร

ข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะจากงานวิจัยฉบับนี้ ดังนี้

1. เสนอแนะให้ กสท มีการจัดสัมมนาถ่ายทอดความรู้ CSR และเวทีกิจกรรมเชิงปฏิบัติให้แก่นักศึกษา และประชาชน เพื่อสร้างให้เกิดช่องทางของการมีส่วนร่วมในกิจกรรม CSR และเป็นประโยชน์ต่อสังคม ซึ่งเมื่อประชาชนได้รับข้อมูลเหล่านี้ ทำให้การดำเนินงานใด ๆ ของโครงการได้รับผลตอบกลับตามเป้าหมายที่วางไว้ และสะท้อนภาพลักษณ์ได้เป็นอย่างดี

2. เสนอแนะให้ กสท จัดโครงการประกวดแนวคิดและกิจกรรมด้านการรับผิดชอบต่อสังคมภายใต้โครงการ CAT DNA สำคัญดีต่อสังคม โดยให้พนักงานภายในองค์กรเป็นผู้ส่งเข้าประกวด เพื่อสร้างความเข้าใจและก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของพนักงานให้เกิดการจดจำและต่อยอดภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรเพื่อนำไปสู่ภายนอกให้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. เสนอแนะให้มีการศึกษาถึงความคิดเห็น ผลตอบรับ และความคาดหวังจากการจัดการสื่อสารของ กสท โทรคมนาคม เช่น พนักงาน ประชาชน คู่ค้า และชุมชนใกล้เคียงที่ได้รับผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจ เพื่อนำผลที่ได้มาปรับปรุงการจัดการสื่อสารและโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมให้ตรงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

2. เสนอแนะให้มีการศึกษาอย่างครอบคลุมไปถึงเครื่องมือการสื่อสารและกิจกรรมที่ใช้ว่ามีความสอดคล้องกับโครงการและกลุ่มเป้าหมายมากน้อยเพียงไร เพื่อลดข้อจำกัดที่เกิดจากการเครื่องมือการสื่อสารและกิจกรรม

3. เสนอแนะให้มีการศึกษาการจัดการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกโดยมีกรณีศึกษาเพราะจะทำให้มองเห็นการจัดการสื่อสารได้ชัดเจนมากกว่าการศึกษาภาพรวมทั้งองค์กร

4. เสนอแนะให้มีการศึกษาเปรียบเทียบการจัดการการสื่อสารระหว่างองค์กรรัฐวิสาหกิจ องค์กรรัฐบาล และองค์กรเอกชน เพื่อทราบถึงการจัดการการสื่อสารองค์กรในแต่ละประเภท พร้อมทั้งอาจเกิดการจัดการการสื่อสารรูปแบบใหม่ที่มีการบูรณาการการสื่อสารองค์กรทั้งสามประเภทที่เป็นการจัดการการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสมได้