การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ การรับรู้ การใช้ประโยชน์ และการมีส่วนร่วมของข้าราชการกองทัพอากาศ

Media Exposure, Perception, Utilization and Participation of Public Relations Informations among the Royal Thai Air Force Personnel

บทความวิจัย

สันนิภา โลหะสุวรรณ์[1], ศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว[2] และ วราพรรณ อภิศุภะโชค[3]
Sunnipa Lohasuwan, Saranthorn Sasithanakornkaew and Warapan Apisuphachok
ภาควิชานิเทศศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กรุงเทพฯ ประเทศไทย 10900[1-3]
Department of Communication Arts and Information Science, Faculty of Humanities,
Kasetsart University, Bangkok, Thailand 10900
E-mail: pairpraew22@gmail.com[1], E-mail: Saranthorn41@gmail.com[2]
and E-mail: Warapan.a@ku.th[3]

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ การรับรู้ การใช้ประโยชน์ และการมีส่วนร่วมของข้าราชการกองทัพอากาศ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากร พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ การรับรู้ การใช้ประโยชน์ และการมีส่วนร่วมของข้าราชการกองทัพอากาศ โดย 1) ศึกษาความแตกต่างระหว่างการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์จำแนกตามลักษณะทางประชากรของข้าราชการกองทัพอากาศ 2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ และการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของข้าราชการกองทัพอากาศ 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และการใช้ประโยชน์ของข้าราชการกองทัพอากาศ และ 4) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ประโยชน์และการมีส่วนร่วมของข้าราชการกองทัพอากาศ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ด้วยวิธีการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ ข้าราชการกองทัพอากาศ จำนวน 400 คน

---

[1] นักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์และสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
Student of Master of Arts Program in Communication Arts and Information, Kasetsart University

[2] ผศ. ดร., อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยหลักสูตร สาขาวิชานิเทศศาสตร์และสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
Asst. Prof. Dr., Advisor of Master of Arts Program in Communication Arts and Information, Kasetsart University

[3] ดร., หัวหน้าภาคสาขาวิชานิเทศศาสตร์และสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
Dr., Head of Department of Master of Arts Program in Communication Arts and Information, Kasetsart University

วันที่รับบทความ: 20 ก.ค.65 วันที่แก้ไขบทความ: 19 ก.ย.65 วันที่ตอบรับบทความ: 29 ก.ย.65

ผลการวิจัยพบว่า 1) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของข้าราชการกองทัพอากาศอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 2) การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของข้าราชการกองทัพอากาศอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 3) การใช้ประโยชน์ของข้าราชการกองทัพอากาศอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 4) การมีส่วนร่วมของข้าราชการกองทัพอากาศอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้ของข้าราชการกองทัพอากาศ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของข้าราชการกองทัพอากาศมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้ประโยชน์ของข้าราชการกองทัพอากาศ และการใช้ประโยชน์ของข้าราชการกองทัพอากาศมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมของข้าราชการกองทัพอากาศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ: ข้าราชการกองทัพอากาศ, การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์, การรับรู้, การใช้ประโยชน์, การมีส่วนร่วม

Abstract

This study explores media exposure, perception, utilization and participation of public relations information among the Royal Thai Air Force personnel. Key objectives are 1) Understanding demographic factors influencing individual behaviors media exposure, perception, utilization and participation of public relations information among the group of informants 2) Understanding the difference of media exposure, perception, utilization and participation of public relations information among informants categorized by demographic factors 3) Studying the correlation between behaviors towards media exposure and individual perception among the informants 4) Examining the correlation between perception and utilization of the perceived information among the informants 5) Examining the correlation between utilization and participation of the informants. Additionally, this study employs a quantitative approach through the use of a questionnaire survey. The sampling is focused primarily on a group of 400 Royal Thai Air Force personnel. The study determined statistically significant at the 0.05 level.

The findings indicate that 1) The behaviours of informants regarding media exposure to public relations information fell into the 'High' segment, with an average of 3.46 2) The perception of informants regarding to public relations information fell into the 'High' segment, with an average of 3.70 3) The utilization of public relations information among the informants fell into the 'High' segment, with an average of 3.92 4) The participation of informants regarding public relations information fell into the 'Medium' segment, with an average of 3.00 Furthermore,

the hypothesis testing results indicate that demographic factors such as educational attainment and years of work experience have a minor effect on individual behaviours regarding media exposure. Individual behaviours involving media exposure have a positive correlation with how the Royal Thai Air Force personnel perceive public relations information, The perception of public relations information by Royal Thai Air Force personnel is positively correlated with information utilization, Lastly, with a statistical significance of .05, information utilization among personnel is positively correlated with Royal Thai Air Force personnel participation after the perception of provided information. which indicated statistically significance level of 0.5.

Keywords: Royal Thai Air Force Personnel, Media Exposure, Perception, Utilization, Participation

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การสื่อสารภายในองค์กรเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างหนึ่ง นับตั้งแต่ส่วนที่เล็กที่สุดไปจนถึงส่วนที่ใหญ่ที่สุด ซึ่งการสื่อสารที่ตรงตามวัตถุประสงค์และมุ่งเน้นที่ผลลัพธ์จะสามารถยกระดับยุทธศาสตร์ด้านการสื่อสารขององค์กรต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในกลุ่มผู้รับสารจำนวนมากและมีความหลากหลาย รวมถึงสิ่งแวดล้อมที่มีการสื่อสารที่เปิดกว้างเป็นวิธีหนึ่งทำให้บุคลากรทุกคนในองค์กรรู้สึกอิสระที่จะแบ่งปันข้อมูลป้อนกลับ (Feedback) แนวคิดและข้อคิดเห็นเชิงวิพากษ์ในทุกระดับ กล่าวคือ การสื่อสารแบบเปิดกว้างสามารถสร้างบรรยากาศแห่งความไว้เนื้อเชื่อใจซึ่งกันและกันเป็นพื้นฐานสำหรับความสำเร็จขององค์กร ยุทธศาสตร์ในการสื่อสารต้องมีขั้นตอนที่ชัดเจนเพื่อรับประกันว่าบุคลากรทุกคนรู้สึกว่าตนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจต่าง ๆ ที่มีผลต่อการทำงานของตนเอง องค์กรที่มีบรรยากาศหรือสิ่งแวดล้อมในการสื่อสารแบบปิดจะทำให้บุคลากรในองค์กรนั้นปิดปากเงียบซึ่งเป็นอุปสรรคสำหรับการมีส่วนร่วมของคนในองค์กร รวมถึงส่งผลต่อความพึงพอใจตลอดจนความสำเร็จขององค์กรด้วย (ไชเยศ ชนะกุล, 2558)

กองทัพอากาศมีกลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ 2 กลุ่ม คือ กลุ่มเป้าหมายภายในองค์กร และกลุ่มเป้าหมายภายนอกองค์กร โดยมีรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย ทั้งการใช้สื่อมวลชน สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อบุคคล สื่อกิจกรรม สื่อออนไลน์ โดยมุ่งหวังให้ข้าราชการ ลูกจ้าง พนักงานราชการ นักเรียนทหาร และทหารกองประจำการ ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายภายใน ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกิดความรู้ความเข้าใจและเกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างกัน สร้างวัฒนธรรมและค่านิยมให้เป็นไปในทิศทางที่ต้องการ สร้างความผูกพัน ให้มีความรักใคร่กลมเกลียว สามัคคี รวมทั้งเสริมสร้างขวัญกำลังใจและความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

นอกจากนี้การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของกองทัพอากาศ ที่ต้องการให้ข้าราชการในองค์กรมีส่วนร่วมในกิจกรรมในองค์กร แต่มีข้าราชการเข้าร่วมหรือให้ความสนใจในจำนวนที่ค่อนข้างน้อย ทั้งที่หน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการประชาสัมพันธ์ คือ กรมกิจการพลเรือนทหารอากาศ ได้มีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมดังกล่าวผ่านทุกช่องทางก็ตาม อาจมาจากสาเหตุของจำนวนข้าราชการที่มีจำนวนมาก และมีความหลากหลายของช่วงอายุ วัย รวมทั้งกระจายอยู่ตามภูมิภาค ซึ่งอาจได้รับผลกระทบจากข้อจำกัดในการรับรู้และการเข้าถึงข่าวสาร

และสื่อประชาสัมพันธ์ภายในก็เป็นได้ ในปัจจุบันนี้ได้เข้าสู่ยุคดิจิทัลองค์กรภาครัฐและเอกชนได้มีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาช่วยในการสื่อสารภายในองค์กร เช่น สื่อออนไลน์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของข้าราชการมากขึ้น เพราะเป็นสื่อที่เข้าถึงได้ง่าย รวดเร็ว ทำให้ข้าราชการสามารถเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบที่ตนเองต้องการได้ นำไปสู่การกระตุ้นให้ข้าราชการเกิดการมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เกิดขึ้นในองค์กรต่อไป

อีกทั้งการมีส่วนร่วมของข้าราชการเป็นกระบวนการปฏิสัมพันธ์เชิงสังคมระหว่างข้าราชการและองค์กรเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง การที่กองทัพอากาศจะพัฒนาไปข้างหน้าได้อย่างประสบความสำเร็จนั้น ควรที่จะมีบทบาทให้ข้าราชการเกิดการมีส่วนร่วมด้วย ไม่ว่าจะเป็นการเข้าร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อช่วยในการสนับสนุน วางแผน ตัดสินใจ กำหนดวิธีการ รวมไปถึงการประเมินกิจกรรมภายในองค์กรร่วมกัน ซึ่งในหลายองค์กรที่เป็นหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชน จะพบว่ามีการนำแนวคิดการมีส่วนร่วมในองค์กรมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการระดับองค์กร เพื่อสร้างมาตรฐานที่ดีให้เกิดขึ้นในองค์กร นำไปสู่ความสำเร็จของการกระตุ้นการมีส่วนร่วมของพนักงานในองค์กรได้ในอนาคตต่อไป (ธัญมน กำแสง, 2558)

ดังนั้น การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารไม่ว่าจะเป็นข้อมูลทางวิชาการ ข้อมูลทางทหาร ข้อมูลการปฏิบัติงาน และรูปแบบการประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการ จึงมีความสำคัญต่อกลุ่มเป้าหมายที่จะนำไปสู่การรับรู้ของข้อมูลข่าวสาร การใช้ประโยชน์และทำให้เกิดการมีส่วนร่วมภายในองค์กรมากขึ้น ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยสนใจศึกษาการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ การรับรู้ การใช้ประโยชน์ และการมีส่วนร่วมของข้าราชการกองทัพอากาศ เพื่อนำข้อมูลจากผลการวิจัยดังกล่าวไปใช้ในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรเป็นข้อมูลในการดำเนินงาน ปรับปรุง และวางแผนการกำหนดสื่อประชาสัมพันธ์ให้เกิดประสิทธิภาพตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ข้าราชการเกิดการรับรู้และกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วม ทั้งยังเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ เพื่อการวางแผนการนำเสนอข้อมูลให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของข้าราชการกองทัพอากาศ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ เพื่อส่งเสริมภารกิจของกองทัพอากาศต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์จำแนกตามลักษณะทางประชากรของข้าราชการกองทัพอากาศ
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ และการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของข้าราชการกองทัพอากาศ
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และการใช้ประโยชน์ของข้าราชการกองทัพอากาศ
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ประโยชน์และการมีส่วนร่วมของข้าราชการกองทัพอากาศ

สมมติฐาน

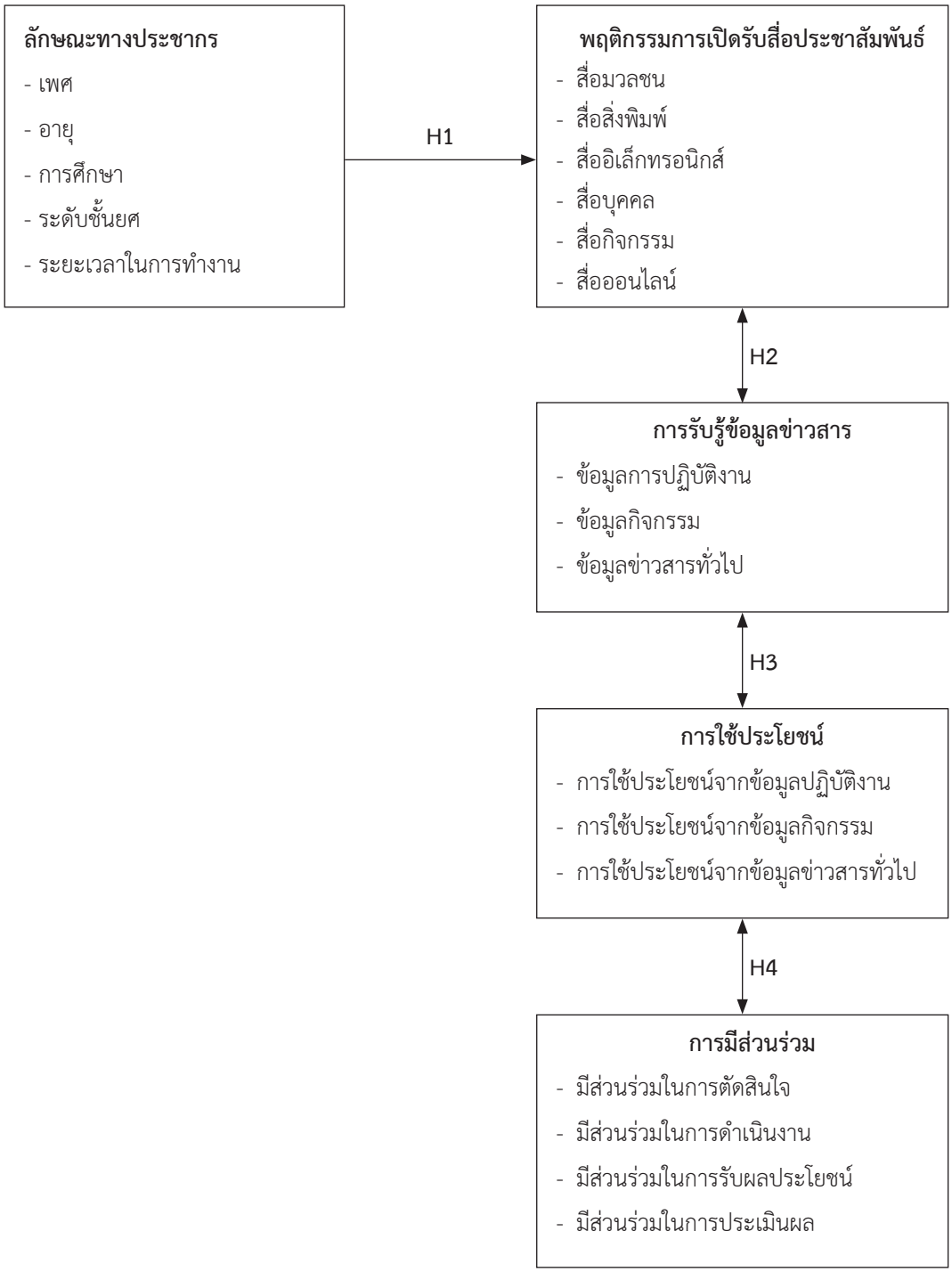
(H1) ลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในกองทัพอากาศที่แตกต่างกัน

(H2) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ของข้าราชการกองทัพอากาศ

(H3) การรับรู้ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ของข้าราชการกองทัพอากาศ

(H4) การใช้ประโยชน์มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของข้าราชการกองทัพอากาศ

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพ กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ ข้าราชการกองทัพอากาศ จำนวน 28,808 คน โดยใช้สูตรของ Taro Yamane (วิเชียร เกตุสิงห์, 2537) ที่ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับร้อยละ 95 ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกินร้อยละ 5 หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง โดยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) แบ่งออกเป็นนายทหารชั้นสัญญาบัตร จำนวน 158 คน นายทหารชั้นประทวน จำนวน 242 คน รวม 400 คน จากนั้นใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ในการเก็บข้อมูลด้วยการใช้แบบสอบถามออนไลน์ Google form แล้วนำไปเผยแพร่ผ่านการสแกน QR code หรือนำลิงก์แบบสอบถามที่จัดทำขึ้นมาไปเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ประเภท Facebook: *"กองทัพอากาศไทย Royal Thai Air Force"* และ Line กลุ่มของหน่วยงาน

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยนี้ ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของข้อมูลกลุ่มตัวอย่างในด้านลักษณะประชากร การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ การรับรู้ การใช้ประโยชน์ และการมีส่วนร่วมของข้าราชการกองทัพอากาศ รวมทั้งวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inference Statistics) ในการทดสอบสมมติฐาน โดยกำหนดค่าความต้องการในการทดสอบสมมติฐานในระดับ 0.05 ในการทดสอบค่าที (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เพื่ออธิบายความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่างที่จำแนกตามลักษณะทางประชากร และใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การใช้ประโยชน์ของข้าราชการกองทัพอากาศ โดยกำหนดค่าความต้องการในการทดสอบสมมติฐานในระดับ 0.01 และใช้เกณฑ์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ที่มีค่าตั้งแต่ -1 ถึง 1 โดยค่าลบแสดงความสัมพันธ์ทางลบหรือตรงข้ามกัน และค่าบวกแสดงความสัมพันธ์ทางบวกหรือทางเดียวกัน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามที่มีคำถามชนิดปลายปิด (Close-Ended Questions) และได้ทำการทบทวนวรรณกรรมแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อศึกษาความแตกต่างการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์จำแนกตามลักษณะทางประชากรของข้าราชการกองทัพอากาศ รวมถึงศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของข้าราชการกองทัพอากาศ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข้อมูลข่าวสารกับการใช้ประโยชน์ของข้าราชการกองทัพอากาศ และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ประโยชน์กับการมีส่วนร่วมของข้าราชการกองทัพอากาศ โดยแบบสอบถามได้แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบไปด้วย เรื่อง เพศ อายุ การศึกษา ระดับชั้นยศ ระยะเวลาในการทำงาน ตำแหน่งงาน โดยใช้รูปแบบคำถามให้เลือกตอบ (Multiple Choice) และกลุ่มตัวอย่างต้องตอบแบบสอบถามตามสภาพความเป็นจริง

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับระดับความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในกองทัพอากาศ ได้แก่ สื่อมวลชน สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อบุคคล สื่อกิจกรรม สื่อออนไลน์ โดยหลักเกณฑ์ในการให้คะแนน

เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ผู้วิจัยได้กำหนดให้ และใช้มาตรวัด Five Point Scale โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน และแปลความหมายการเฉลี่ย ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์เพื่อแปลความหมาย ดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง เปิดรับสื่อมากที่สุด = 5 คะแนน

ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง เปิดรับสื่อมาก = 4 คะแนน

ระดับคะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง เปิดรับสื่อปานกลาง = 3 คะแนน

ระดับคะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง เปิดรับสื่อน้อย = 2 คะแนน

ระดับคะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง เปิดรับสื่อน้อยที่สุด =1 คะแนน

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของข้าราชการกองทัพอากาศ โดยประเภทของข้อมูลข่าวสาร ประกอบไปด้วย ข้อมูลการปฏิบัติงาน ข้อมูลกิจกรรม ข้อมูลข่าวสารทั่วไป โดยหลักเกณฑ์ในการให้คะแนนเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ผู้วิจัยได้กำหนดให้ และใช้มาตรวัด Five Point Scale โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน และแปลความหมายการเฉลี่ย ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์เพื่อแปลความหมาย ดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง การรับรู้ข้อมูลข่าวสารมากที่สุด = 5 คะแนน

ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง การรับรู้ข้อมูลข่าวสารมาก = 4 คะแนน

ระดับคะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง การรับรู้ข้อมูลข่าวสารปานกลาง = 3 คะแนน

ระดับคะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง การรับรู้ข้อมูลข่าวสารน้อย = 2 คะแนน

ระดับคะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง การรับรู้ข้อมูลข่าวสารน้อยที่สุด = 1 คะแนน

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับระดับการใช้ประโยชน์ของข้าราชการกองทัพอากาศ โดยประเภทของการใช้ประโยชน์ ประกอบด้วย การใช้ประโยชน์จากข้อมูลปฏิบัติงานการใช้ประโยชน์จากข้อมูลกิจกรรม การใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารทั่วไป โดยหลักเกณฑ์ในการให้คะแนนเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ผู้วิจัยได้กำหนดให้และใช้มาตรวัด Five Point Scale โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน และแปลความหมายการเฉลี่ย ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์เพื่อแปลความหมาย ดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง การใช้ประโยชน์มากที่สุด = 5 คะแนน

ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง การใช้ประโยชน์มาก = 4 คะแนน

ระดับคะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง การใช้ประโยชน์ปานกลาง = 3 คะแนน

ระดับคะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง การใช้ประโยชน์น้อย = 2 คะแนน

ระดับคะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง การใช้ประโยชน์น้อยที่สุด = 1 คะแนน

ส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับระดับการมีส่วนร่วมของข้าราชการกองทัพอากาศ โดยประเภทของการมีส่วนร่วม ประกอบด้วย มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ มีส่วนร่วมในการดำเนินงาน มีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ มีส่วนร่วมในการประเมินผล โดยหลักเกณฑ์ในการให้คะแนนเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ผู้วิจัยได้กำหนดให้ และใช้มาตรวัด Five Point Scale โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน และแปลความหมายการเฉลี่ย ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์เพื่อแปลความหมาย ดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง การมีส่วนร่วมมากที่สุด = 5 คะแนน

ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง การมีส่วนร่วมมาก = 4 คะแนน

ระดับคะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง การมีส่วนร่วมปานกลาง = 3 คะแนน

ระดับคะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง การมีส่วนร่วมน้อย = 2 คะแนน

ระดับคะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง การมีส่วนร่วมน้อยที่สุด = 1 คะแนน

คุณภาพของเครื่องมือ

1. การหาความเที่ยงตรง (Validity) ได้นำแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาจัดทำแบบสอบถามนำส่งมอบเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาการวิจัยเพื่อพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) และความเหมาะสมของภาษา (Wording) เพื่อปรับปรุงแก้ไขและนำไปวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา

2. การทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยนำเครื่องมือที่ได้รับการปรับปรุงแล้วไปทดสอบกับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน ก่อนถึงกระบวนการที่จะนำแบบสอบถามไปใช้ในการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อคำนวณหาความน่าเชื่อถือ โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่า (Cocfficient Alpha) ของครอนบาก (Cronbach) ที่แบบสอบถามมีระดับ 0.70 ขึ้นไป โดยจากผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ได้ผล ดังนี้

คำถามพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของข้าราชการกองทัพอากาศ α = 0.873

คำถามการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของข้าราชการกองทัพอากาศ α = 0.922

คำถามการใช้ประโยชน์ของข้าราชการกองทัพอากาศ α = 0.938

คำถามการมีส่วนร่วมของข้าราชการกองทัพอากาศ α = 0.890

ผลการวิจัย

1. ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 262 คน คิดเป็น ร้อยละ 65.50 และเพศหญิงจำนวน 138 คน คิดเป็น ร้อยละ 34.50 มีอายุ 18-20 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็น ร้อยละ 1.50 มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 123 คน คิดเป็น ร้อยละ 30.75 มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 156 คน คิดเป็น ร้อยละ 39.00 มีอายุ 41-50 ปี จำนวน 47 คน คิดเป็น ร้อยละ 11.75 และมีอายุ 51-60 ปี จำนวน 68 คน คิดเป็น ร้อยละ 17.00 ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 225 คน คิดเป็น ร้อยละ 56.30 รองลงมาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 115 คน คิดเป็น ร้อยละ 28.70 และมีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 60 คน คิดเป็น ร้อยละ 15.00 ระดับชั้นยศ จ่าอากาศเอก-จ่าอากาศตรี จำนวน 124 คน คิดเป็น ร้อยละ 31.00 รองลงมาพันจ่าอากาศเอก-พันจ่าอากาศตรี จำนวน 118 คน คิดเป็น ร้อยละ 29.50 นาวาอากาศเอก-นาวาอากาศตรี จำนวน 80 นาย คิดเป็น ร้อยละ 20.00 เรืออากาศเอก-เรืออากาศตรี จำนวน 71 นาย คิดเป็น ร้อยละ 17.75 และพลอากาศเอก-พลอากาศตรี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.80 มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานไม่เกิน 5 ปี จำนวน 107 คน คิดเป็น ร้อยละ 26.75 รองลงมา มีระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 21 ปีขึ้นไป จำนวน 103 คน คิดเป็น ร้อยละ 25.75 ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 6-10 ปี จำนวน 96 คน คิดเป็น ร้อยละ 24.00 ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 11-15 ปี จำนวน 78 คน คิดเป็น ร้อยละ 19.50 และมีระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 16-20 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็น ร้อยละ 4.00 มีตำแหน่งงานระดับเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการ จำนวน 248 คน คิดเป็น ร้อยละ 62.00 รองลงมาระดับนายทหารปฏิบัติการ จำนวน 88 คน คิดเป็น ร้อยละ 22.00 และท้ายสุดระดับหัวหน้าขึ้นไป จำนวน 64 คน คิดเป็น ร้อยละ 16.00

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของข้าราชการกองทัพอากาศ ตามประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์นั้น อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 โดยสื่อบุคคลมีพฤติกรรมเปิดรับสูงที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 ในส่วนพฤติกรรมการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของข้าราชการกองทัพอากาศอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 โดยข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมมีพฤติกรรมการรับรู้สูงที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 ในส่วนการใช้ประโยชน์ของข้าราชการกองทัพอากาศอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 โดยพฤติกรรมการใช้ประโยชน์ของข้าราชการกองทัพอากาศในด้านข้อมูลข่าวสารทั่วไปสูงที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 ในส่วนของการมีส่วนร่วมของข้าราชการกองทัพอากาศอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 โดยพฤติกรรมการมีส่วนร่วมของข้าราชการกองทัพอากาศด้านการมีส่วนร่วมรับผลประโยชน์สูงที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14

ผลทดสอบสมมติฐาน

1. สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากร ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับชั้นยศ ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ตำแหน่งงาน ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์แตกต่างกันหรือไม่

ผลการทดสอบจากงานวิจัยพบว่า ลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับชั้นยศ ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และตำแหน่งงาน ที่แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ที่แตกต่างกัน เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 ยกเว้นเพียงตัวแปรด้านระดับการศึกษาเพียงตัวแปรเดียวที่ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์

2. สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ของข้าราชการกองทัพอากาศ

ผลการทดสอบจากงานวิจัยเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์กับการรับรู้ของข้าราชการกองทัพอากาศ พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของข้าราชการกองทัพอากาศ มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก โดยสามารถเรียงลำดับประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อการรับรู้ของข้าราชการกองทัพอากาศตามลำดับ ดังนี้ 1) สื่อกิจกรรม 2) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ 3) สื่อสิ่งพิมพ์ 4) สื่อบุคคล 5) สื่อออนไลน์ 6) สื่อมวลชน

3. สมมติฐานที่ 3 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ของข้าราชการกองทัพอากาศ

ผลการทดสอบจากงานวิจัยเรื่องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ของข้าราชการกองทัพอากาศ พบว่า การรับรู้ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ของข้าราชการกองทัพอากาศความสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก โดยสามารถเรียงลำดับการใช้ประโยชน์ของข้าราชการกองทัพอากาศจากการรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้ตามลำดับ ดังนี้ 1) ด้านกิจกรรม 2) ด้านการปฏิบัติงาน 3) ด้านข่าวสารทั่วไป

4. สมมติฐานที่ 4 การใช้ประโยชน์ของข้าราชการกองทัพอากาศมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของข้าราชการกองทัพอากาศ

ผลการทดสอบจากงานวิจัยเรื่องการใช้ประโยชน์ของข้าราชการกองทัพอากาศมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของข้าราชการกองทัพอากาศ พบว่า การใช้ประโยชน์ของข้าราชการกองทัพอากาศมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของข้าราชการกองทัพอากาศ มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง โดยสามารถเรียงลำดับการใช้ประโยชน์ของข้าราชการกองทัพอากาศจากการมีส่วนร่วมของข้าราชการกองทัพอากาศ ได้ตามลำดับ ดังนี้ 1) ด้านข้อมูลกิจกรรม 2) ด้านข้อมูลปฏิบัติงาน 3) ด้านข้อมูลข่าวสารทั่วไป

สรุปและอภิปรายผล

1. ลักษณะทางประชากร การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารของข้าราชการกองทัพอากาศ

1.1 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของข้าราชการกองทัพอากาศ จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของข้าราชการกองทัพอากาศอยู่ในระดับมาก ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์จากสื่อบุคคลมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.03 อาจกล่าวได้ว่าการสื่อสารโดยตรงระหว่างคนสองคนที่มีปฏิสัมพันธ์กันแบบเผชิญหน้า โดยใช้ประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ การมองเห็น การได้ยิน การได้กลิ่น การสัมผัส ตลอดจนการลิ้มรส ซึ่งมีการเห็นหน้าพูดคุย มีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน และมีปฏิกิริยาตอบสนองแบบปัจจุบันทันที พัชนี เชยจรรยา (2534) ได้อธิบายถึงสถานการณ์ของการสื่อสารในการสื่อสารระหว่างบุคคลไว้ดังนี้ คือ เป็นสถานการณ์ของการสื่อสารที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารส่งสัญญาณเพื่อติดต่อสื่อสารกันในวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งอาจจะเป็นการสนทนาระหว่างคน 2 คน หรือกับกลุ่มย่อยในลักษณะของการเผชิญหน้า (Face to Face) ได้แก่ การพูดคุยกับเพื่อนร่วมงาน การอภิปรายในกลุ่มประชุม เป็นต้น โดยที่ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารจะสื่อสารได้อย่างอิสระเป็นตัวของตัวเอง มักจะเป็นการสื่อสารด้วยเรื่องที่เป็นส่วนตัว ช่องทางการสื่อสารแบบเผชิญหน้าสามารถทำให้ทราบปฏิกิริยาสะท้อนกลับ และทราบถึงผลของการสื่อสารได้ทันที และยังสอดคล้องกับ Klapper (1960) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์

เมื่อพิจารณาแยกย่อยเป็นรายสื่อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของข้าราชการด้านสื่อบุคคล อย่างเพื่อนร่วมงาน อยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 4.13 อาจกล่าวได้ว่า สื่อบุคคล (Personal Media) เป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพเป็นอย่างมากสำหรับการสื่อสารในองค์กร เป็นการสื่อสารที่เห็นหน้ากัน เป็นการสื่อสารที่เปิดโอกาสให้ผู้สื่อสารมีปฏิกิริยาโต้ตอบกันได้โดยตรง ในเวลาที่รวดเร็ว สื่อบุคคลเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพสูงในการจูงใจและการโน้มน้าวใจ การสนทนาของเพื่อนร่วมงาน จึงส่งผลต่อพฤติกรรมการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของข้าราชการมากขึ้น เพราะเป็นสื่อที่เข้าถึงได้ง่าย รวดเร็ว ทำให้ข้าราชการสามารถเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบที่ตนเองต้องการได้ ขึ้นอยู่กับลักษณะพฤติกรรมของแต่ละบุคคล และส่งผลให้ข้าราชการเกิดความพึงพอใจในการใช้หรือเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ภายในได้มากขึ้น เพื่อให้การรับรู้ข่าวสารและความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์นำไปสู่การกระตุ้นให้ข้าราชการเกิดการมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เกิดขึ้นในองค์กรต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับ แนวคิดของ กิติมา สุรสนธิ (2533) ได้กล่าวว่า บุคคลจะไม่รับข่าวสารทุกอย่างที่ผ่านมาสู่ตนทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนที่คิดว่ามีประโยชน์ต่อตน ข่าวสารที่หลั่งไหลผ่านเข้ามาไปยังบุคคลจะถูกคัดเลือกตลอดเวลา ข่าวสารที่น่าสนใจมีประโยชน์และเหมาะสมตามความนึกคิดของผู้รับสารจะเป็นข่าวสารที่ก่อให้เกิดความสำเร็จในการสื่อสาร

1.2 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของข้าราชการกองทัพอากาศ จากผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของข้าราชการกองทัพอากาศอยู่ในระดับมาก โดยการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน และการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

ด้านข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ค่าเฉลี่ย 3.73 อาจกล่าวได้ว่า ข้าราชการจะมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน กิจกรรมต่าง ๆ และข่าวสารทั่วไป ของกองทัพอากาศ เนื่องจากข้าราชการจะมีความสนใจข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาแยกย่อย พบว่า การรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน ประเภทประกาศ/ระเบียบ/คำสั่ง มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

โดยค่าเฉลี่ย สูงสุดเท่ากับ 4.13 อาจกล่าวได้ว่าประกาศ/ระเบียบ/คำสั่ง เป็นสิ่งสำคัญและข้อบังคับที่ข้าราชการกองทัพอากาศควรทราบและนำไปปฏิบัติ ซึ่งสอดคล้องกับ ปัทมาพร ส้มไทย (2558) ศึกษาการเปิดรับสื่อ ความคาดหวัง และความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พบว่า พนักงานมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในระดับมาก

1.3 การใช้ประโยชน์ของข้าราชการกองทัพอากาศ จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์ของข้าราชการกองทัพอากาศ อยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารทั่วไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 อาจกล่าวได้ว่า ข้าราชการได้รับประโยชน์จากสื่อซึ่งขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของตัวข้าราชการแต่ละคน ย่อมมีวัตถุประสงค์มีความตั้งใจและความต้องการใช้ประโยชน์จากสื่อแตกต่างกัน เพื่อมาสนองความพึงพอใจของตนเองด้วยเหตุผลที่ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ McQuail (1972) กล่าวว่า การใช้ประโยชน์นั้น ผู้ใช้งานจะตระหนักถึงความต้องการของตนเอง และความบันเทิงที่เฉพาะเจาะจงเป็นสำคัญ ดังนั้น การใช้ประโยชน์จากสื่อจะขึ้นอยู่กับแรงจูงใจและความต้องการของแต่ละบุคคล ซึ่งมีความแตกต่างกันไปตามชนิดและกิจกรรมที่แต่ละบุคคลต้องการ นอกจากนี้ความเพลิดเพลินจะเป็นตัวชี้วัดที่ทำให้ผู้รับสารได้รับประโยชน์จากการใช้สื่อ

เมื่อพิจารณาแยกย่อย พบว่า การใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารทั่วไป ทำให้ทันต่อเหตุการณ์มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 อาจกล่าวได้ว่า ข้าราชการต้องการข้อมูลข่าวสารทั่วไปที่รวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์ ทำให้ข้าราชการเกิดความรู้ใหม่ เพิ่มทักษะและสามารถนำไปใช้ในการทำงานของข้าราชการได้ ซึ่งสอดคล้องกับ Shade, Kornfield and Oliver (2015) ได้กล่าวว่าการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจเป็นการมุ่งเน้นศึกษาในสิ่งที่ผู้รับสารกระทำต่อสื่อมากกว่าการศึกษาสิ่งที่สื่อกระทำต่อผู้รับสาร การใช้ประโยชน์จากสื่อของผู้รับสารเป็นแรงจูงใจที่ทำให้เกิดองค์ความรู้ ความต้องการ และประโยชน์ เช่น การที่บุคคลใช้สื่ออินเทอร์เน็ตแสวงหาข้อมูล เพื่อความสะดวกสบาย ความบันเทิง และการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล โดยมีแรงจูงใจเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ส่งผลกระทบต่อการใช้สื่อ

1.4 การมีส่วนร่วมของข้าราชการกองทัพอากาศ จากผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมของข้าราชการกองทัพอากาศอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนใหญ่มีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14 อาจกล่าวได้ว่า ข้าราชการมีส่วนร่วมในด้านต่าง ๆ เช่น มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น ตัดสินใจด้านการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ มีส่วนร่วมในการได้รับผลประโยชน์ตลอดจนการประเมินของกองทัพอากาศ ซึ่งสอดคล้องกับ สุธี วรประดิษฐ์ (2553) มองว่าการมีส่วนร่วมเกิดจากจิตใจที่ต้องการเข้าร่วมในกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง ซึ่งการมีส่วนร่วมต้องคำนึงถึงความแตกต่างส่วนบุคคล ลักษณะทางเศรษฐกิจ รวมไปถึงการได้รับข้อมูลข่าวสาร

เมื่อพิจารณาแยกย่อย พบว่า การมีส่วนร่วมด้านการมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น/ตัดสินใจ ในระดับหน่วยงานขนาดย่อย (เช่น ระดับแผนก) การมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นด้านนโยบายมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 อาจกล่าวได้ว่า กองทัพอากาศเปิดโอกาสให้ข้าราชการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นด้านนโยบายต่าง ๆ ของกองทัพอากาศ อีกทั้งยังสามารถแสดงความคิดเห็นหรือตัดสินใจในด้านกิจกรรมต่าง ๆ รวมไปถึงสวัสดิการต่าง ๆ ของข้าราชการด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นลินรัตน์ พิพัฒน์รังสรรค์ (2553) ศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมต่อพนักงานทุกระดับต่อกิจกรรมทางสังคมขององค์กรธุรกิจ บริษัทไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) พบว่า พนักงานเห็นด้วยกับแนวทางและนโยบายเรื่ององค์กรเปิดโอกาสให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมทางสังคมทุกกิจกรรม และควรสื่อสารเรื่องการจัดกิจกรรมให้พนักงานอย่างสม่ำเสมอ

2. สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากร ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับชั้นยศ ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ตำแหน่งงาน ที่แตกต่างกัน มีผลต่อ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน

ตาราง แสดงลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน

ลักษณะทางประชากร	$\bar{X}$	SD.	t-test	F-test	Sig
เพศชาย	3.38	0.68	-0.042	-	0.016*
อายุ 18-20 ปี	3.926	0.568	-	3.753	0.005*
ระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.547	0.765	-	1.348	0.261
ระดับชั้นยศ จ่าอากาศเอก-จ่าอากาศตรี	3.681	0.506	-	2.542	0.039*
ระยะเวลาปฏิบัติงาน 20 ปี ขึ้นไป	3.298	0.591	-	2.713	0.030*
ตำแหน่งงาน ระดับเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการ	3.531	0.699	-	4.323	0.014*

จากผลการวิจัยพบว่า ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับชั้นยศ ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ตำแหน่งงานที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน ยกเว้นเพียงระดับการศึกษา ดังนั้น จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 เพียงบางส่วน ซึ่งอภิปรายการวิจัยได้ดังนี้

1) เพศแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของกองทัพอากาศแตกต่างกัน โดยเฉพาะเพศชาย อาจเป็นเพราะข้าราชการทหารอากาศโดยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ส่งผลให้มีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องของความคิด ค่านิยม และทัศนคติกับข้าราชการทหารอากาศที่เป็นเพศหญิง จึงส่งผลให้พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ

ประชาสัมพันธ์ของกองทัพอากาศของหญิงและชายแตกต่างกันด้วย ซึ่งสอดคล้องกับ ปรมะ สตะเวทิน (2546) ที่กล่าวว่า เพศหญิงและเพศชายต่างกันมากในเรื่องของความคิดค่านิยม และทัศนคติ สอดคล้องกับงานวิจัย อรญา สมตน (2555) ที่ศึกษาพบว่า เพศที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้ประโยชน์จากการรับชมรายการตลาดสดสนามเป้าแตกต่างกัน ซึ่งจากผลวิจัยครั้งนี้ พบว่า ข้าราชการกองทัพอากาศกลุ่มเพศหญิง (ค่าเฉลี่ย 3.60) มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ สูงกว่ากลุ่มเพศชาย (ค่าเฉลี่ย 3.38)

2) อายุแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของกองทัพอากาศแตกต่างกัน อาจกล่าวได้ว่า อายุและช่วงวัยมีความสนใจและความต้องการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน ช่วงอายุที่มีความสนใจส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วง 18-20 ปี เป็นช่วงวัยของการเริ่มต้นทำงานและมองหาความก้าวหน้า จึงมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของกองทัพอากาศมากที่สุด เนื่องจากว่าข่าวสารบางอย่างที่เปิดรับอาจใช้ให้เป็นประโยชน์แก่ตัวข้าราชการเอง และเพื่อช่วยให้ความคิดของตนบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตนเองต้องการ สอดคล้องกับ พรทิพย์ วรกิจโภคาทร (2529) ที่ได้กล่าวถึงการเปิดรับสื่อของผู้รับสารมีลักษณะการเลือกสื่อที่ตนสะดวกโดยแต่ละบุคคลมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัย ทีม ติ้งสมชัยศิลป์ (2553) ที่ศึกษาพบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อบริเวณสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส ซึ่งจากผลวิจัยในครั้งนี้ พบว่า กลุ่มอายุ 18-20 ปี มีความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์สูงกว่า กลุ่มอายุ 41-50 ปี, กลุ่มอายุ 51-60 ปี และกลุ่มอายุ 21-30 ปี มีความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์สูงกว่ากลุ่มอายุ 31-40 ปี, กลุ่มอายุ 41-50 ปี และกลุ่มอายุ 51-60 ปี

3) ระดับชั้นยศแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของกองทัพอากาศแตกต่างกัน อาจกล่าวได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี ระดับชั้นยศ จ่าอากาศเอก-จ่าอากาศตรี เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของกองทัพอากาศมาก เนื่องจากเป็นข้าราชการที่บรรจุเข้าใหม่ จึงมีความสนใจที่จะเปิดรับข่าวสารมากเพื่อที่จะได้เป็นประโยชน์ต่อตนเอง โดยผลวิจัยพบว่า ชั้นยศจ่าอากาศเอก-จ่าอากาศตรี มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ สูงกว่า ชั้นยศนาวาอากาศเอก-นาวาอากาศตรี และชั้นยศเรืออากาศเอก-เรืออากาศตรี

4) ระยะเวลาในการปฏิบัติงานแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของกองทัพอากาศแตกต่างกัน กล่าวได้ว่า ระยะเวลาในการปฏิบัติงานในกองทัพอากาศมีผลกับการเปิดรับข่าวสารของกองทัพอากาศ เนื่องจากข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่ประชาสัมพันธ์ล้วนเป็นข้อมูลเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานหรือพัฒนาตนเอง บางครั้งก็เป็นข้อมูลด้านเทคโนโลยีใหม่ ๆ ของกองทัพอากาศ ซึ่งข้าราชการจะต้องรับรู้ข่าวสารใหม่ตลอดเวลา สอดคล้องกับ ศิริพร สอนไชยา (2557) ระยะเวลาในการทำงาน (Work Experience) ระยะเวลาในการทำงานของพนักงานภายในองค์กร หรือความเชี่ยวชาญที่เกิดจากการปฏิบัติงานมาเป็นเวลานาน สอดคล้องกับงานวิจัย อรญา สมตน (2555) ที่ศึกษาพบว่า ประสบการณ์การทำงานที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการใช้ประโยชน์จากการรับชมรายการตลาดสดสนามเป้าแตกต่างกัน ซึ่งจากผลวิจัยครั้งนี้ พบว่า กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานไม่เกิน 5 ปี กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานจำนวน 5-10 ปี และกลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานจำนวน 11-15 ปี มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์สูงกว่ากลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงาน 20 ปี ขึ้นไป

5) ตำแหน่งแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของกองทัพอากาศแตกต่างกัน อาจกล่าวได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการจะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของกองทัพอากาศอยู่ในระดับมาก เนื่องจากเป็นระดับที่จะต้องปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายจากผู้บังคับบัญชา และการตั้งใจทำงานให้ออกมาเรียบร้อยนั้น ส่งผลโดยตรงต่อผลงาน การเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่ง และความก้าวหน้าของระดับเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการสอดคล้องกับแนวคิดของศิริพร สอนไชยา (2557) ที่ได้อธิบายถึงคุณสมบัติเฉพาะของตนโดยมีความแตกต่างกันในแต่ละบุคคลไว้ว่า คุณสมบัติเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อผู้รับสารในการทำการสื่อสารตำแหน่งงานเป็นกลุ่มหน้าที่ความรับผิดชอบซึ่งจะมอบหมายให้บุคคลหนึ่งปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัย ชลหทัย ไวริยะพิทักษ์ (2561) ศึกษาการเปิดรับสื่อ ทัศนคติและการมีส่วนร่วมในนโยบายส่งเสริมสุขภาพดีของบุคลากรภายในสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) พบว่า บุคลากรภายใน สสส. ที่ดำรงตำแหน่งแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัย อรญา สมตน (2555) ที่ศึกษาพบว่า ตำแหน่งงานที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้ประโยชน์จากการรับชมรายการตลาดสดสนามเป้าแตกต่างกัน ซึ่งจากผลวิจัยครั้งนี้พบว่า ข้าราชการกองทัพอากาศกลุ่มตำแหน่งงานระดับเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์สูงกว่า กลุ่มตำแหน่งงานระดับนายทหารปฏิบัติการ

ในส่วนของลักษณะประชากรด้านระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

6) ระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของกองทัพอากาศไม่แตกต่างกัน อาจกล่าวได้ว่า ไม่ว่าข้าราชการจะจบการศึกษาระดับไหนก็ตามจะมีความสนใจในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งสิ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุธิรา สุวรรณเบญจกุล (2556) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความรู้ทัศนคติและแนวโน้มพฤติกรรมต่อศูนย์สังคีตศิลป์ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ผลทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะทางประชากรที่ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (ครั้งต่อเดือน) ผ่านสื่อ 3 อันดับแรก ได้แก่ สื่อโปสเตอร์ สื่อบุคคล และสื่อหนังสือพิมพ์ไม่แตกต่างกัน

3. สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ของข้าราชการกองทัพอากาศ

จากผลการวิจัย พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้ของข้าราชการกองทัพอากาศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยผลวิจัยพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ของข้าราชการกองทัพอากาศ จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 2 อาจกล่าวได้ว่า ข้าราชการกองทัพอากาศมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของกองทัพอากาศอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะสื่อบุคคลที่มีการทำข่าวสารเกี่ยวกับกองทัพอากาศผ่านสื่อบุคคล ดังนั้นเมื่อได้รับสารเดียวกัน ผู้รับสารสองคนอาจให้ความสนใจและรับรู้สารเดียวกันแตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัย พลอยชนก วงศ์ภัทรไพศาล และธีรวันท์ โอภาสบุตร (2562) ศึกษาการเปิดรับสื่อและข่าวสารประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลศรีธัญญา พบว่า การเปิดรับสื่อและข่าวสารประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์

ต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลศรีธัญญา โดยผลวิจัยในครั้งนี้ พบว่า สื่อกิจกรรมมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ของข้าราชการกองทัพอากาศสูงสุดรองลงมา สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ และสื่อมวลชน

4. สมมติฐานที่ 3 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของข้าราชการกองทัพอากาศมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ของข้าราชการกองทัพอากาศ

จากผลการวิจัย พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของข้าราชการกองทัพอากาศมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้ประโยชน์ของข้าราชการกองทัพอากาศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ 3 อาจกล่าวได้ว่า ถ้ามีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของข้าราชการกองทัพอากาศอยู่ในระดับมาก ก็จะทำให้ข้าราชการสามารถนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ โดยเฉพาะข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการปฏิบัติงานประเภทประกาศ/ระเบียบ/คำสั่ง ซึ่งเป็นข้อบังคับที่ข้าราชการกองทัพอากาศควรทราบและนำไปปฏิบัติ อย่างไรก็ดี ถ้าข้าราชการกองทัพอากาศมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมากเท่าใด ก็จะทำให้เกิดประโยชน์กับข้าราชการเองมากเท่านั้น สอดคล้องกับแนวคิดของ อรอนงค์ สวัสดิ์บุรี (2555) กล่าวว่าการสื่อสารภายในองค์กรนำไปสู่การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกับบุคคลภายในองค์กรผ่านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่ช่วยพัฒนาความคิดใหม่ ๆ ภายในองค์กร และสอดคล้องกับ Burgoon, Hunsacker, and Dawson (1994) กล่าวว่า ความแตกต่างในสภาพแวดล้อมอารมณ์ความรู้สึกของผู้รับรู้ ความต่างในค่านิยม เป้าหมาย และทัศนคติภายในตัวผู้รับรู้ ส่งผลให้เกิดความแตกต่างในการรับรู้ความจริงของแต่ละบุคคล โดยผลวิจัยครั้งนี้พบว่า การรับรู้ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ของข้าราชการกองทัพอากาศ โดยด้านกิจกรรมมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ของข้าราชการกองทัพอากาศสูงสุด รองลงมา ด้านการปฏิบัติงาน และด้านข่าวสารทั่วไป

5. สมมติฐานที่ 4 การใช้ประโยชน์ของกองทัพอากาศมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของข้าราชการกองทัพอากาศ

จากผลการวิจัย พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ประโยชน์ของข้าราชการกองทัพอากาศมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมของข้าราชการกองทัพอากาศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 4 อาจกล่าวได้ว่าการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารในกองทัพอากาศอยู่ในระดับมาก แต่การมีส่วนร่วมของข้าราชการอยู่ในระดับปานกลาง อาจจะขึ้นอยู่กับความพึงพอใจ ความต้องการวัตถุประสงค์ของข้าราชการโดยเฉพาะการมีส่วนร่วมรับผลประโยชน์ ซึ่งถ้าการมีส่วนร่วมของข้าราชการกองทัพอากาศได้รับประโยชน์ในด้านการประชาสัมพันธ์งานต่าง ๆ ด้านนโยบายที่เป็นประโยชน์ต่อตัวข้าราชการ ด้านสวัสดิการของข้าราชการที่จะได้รับกิจกรรมต่าง ๆ ที่ตัวข้าราชการเองสนใจ ตลอดจนด้านการเงินของตัวข้าราชการเอง ก็จะทำให้ข้าราชการเกิดการมีส่วนร่วมเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ชลหทัย ไวริยะพิทักษ์ (2561) ศึกษาการเปิดรับสื่อ ทัศนคติและการมีส่วนร่วมในนโยบายส่งเสริมสุขภาพดีของบุคลากรภายในสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) พบว่า การเปิดรับสื่อทัศนคติการใช้ประโยชน์และการมีส่วนร่วมของบุคลากร สสส. มีความสัมพันธ์ในทางบวก โดยผลวิจัยในครั้งนี้พบว่า การใช้ประโยชน์มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของข้าราชการกองทัพอากาศ โดยด้านข้อมูลกิจกรรมมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของข้าราชการกองทัพอากาศสูงสุด รองลงมา ด้านข้อมูลปฏิบัติงาน และด้านข้อมูลข่าวสารทั่วไป

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการศึกษาหาปัจจัยหรือตัวแปรอื่น ๆ เพิ่มเติม เพื่อที่จะได้ข้อมูลนำมาเปรียบเทียบในประเด็นต่าง ๆ ของข้าราชการกองทัพอากาศ เพื่อที่จะได้นำข้อมูลและผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนากองทัพอากาศให้เป็นกองทัพเพื่อประชาชนและทันต่อเหตุการณ์และยุคสมัยต่อไป

2. วิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์ การสังเกต เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของข้าราชการกองทัพอากาศ เพื่อทราบทัศนคติ ความคิดเห็น ที่สามารถสะท้อนมาจากข้าราชการในเชิงลึกอย่างแท้จริง ซึ่งจะเป็นผลประโยชน์ต่อหน่วยงานต่อไป

3. เนื่องจากกองทัพอากาศ เป็นหน่วยงานที่มีการทำงานทั้งกระจายไปทั่วทั้งประเทศ ในหลายภูมิภาค จึงควรมีการศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการรับรู้ข่าวสารประชาสัมพันธ์ภายในของแต่ละภูมิภาคของข้าราชการกองทัพอากาศ เพื่อเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ของกองทัพอากาศในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

กิติมา สุรสนธิ. (2533). *ความรู้ทางการสื่อสาร.* กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ชลหทัย ไวริยะพิทักษ์. (2561). *การเปิดรับสื่อ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในนโยบายการส่งเสริมการมีสุขภาพดีของบุคลากรภายในสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส)* (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

ไชเยศ ชนะกุล. (2558). *รูปแบบการสื่อสารภายใน ความพึงพอใจต่อการสื่อสาร ภายใน ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน การประปาส่วนภูมิภาค* (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์และสารสนเทศมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ทีม ติ้งสมชัยศิลป์. (2553). *พฤติกรรมการเปิดรับสื่อโฆษณาบริเวณสถานีและขบวนรถไฟฟ้าบีทีเอส* (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ธัญมน ก่ำแสง. (2558). *การมีส่วนร่วมของบุคลากรในการดำเนินงานมาตรฐานในสถานสงเคราะห์คนพิการ* (วิทยานิพนธ์สังคมสงเคราะห์ศาสตร์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

นลินรัตน์ พิพัฒน์รังสรรค์. (2553). การมีส่วนร่วมของพนักงานทุกระดับต่อกิจกรรมทางสังคมขององค์กรธุรกิจ กรณีศึกษาบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน). *วารสารวิจัย มสด สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 6*(1), 82-91

ปรมะ สตะเวทิน. (2546). *หลักนิเทศศาสตร์.* กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.

ปัทมาพร ส้มไทย. (2558). *การเปิดรับสื่อ ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์* (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พรทิพย์ วรกิจโภคาทร. (2529). “การจัดทำแผนงานประชาสัมพันธ์.” ใน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, สาขาวิชานิเทศศาสตร์ (บ.ก.), *เอกสารการสอนชุดวิชาการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ (หน่วยที่ 5).* นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

พลอยชนก วงศ์ภัทรไพศาล และธีรวันท์ โอภาสบุตร. (2562). การเปิดรับสื่อและข่าวสารประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลศรีธัญญา. *วารสารนิเทศสยามปริทัศน์, 18*(2).

พัชนี เชยจรรยา. (2534). *เอกสารการสอนชุดวิชา 13321 การเขียนเพื่อการสื่อสารธุรกิจ.* นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

วิเชียร เกตุสิงห์. (2537). *คู่มือการวิจัย การวิจัยเชิงปฏิบัติ* (พิมพ์ครั้งที่ 2). ม.ป.ท.

ศิริพร สอนไชยา. (2557). *ปัจจัยด้านพฤติกรรมและการมีส่วนร่วมที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการทำงานของบริษัทกรุงเทพประกันชีวิต จำกัด* (มหาชน) (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

สุธิรา สุวรรณเบญจกุล. (2556). *พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมต่อศูนย์สังคีตศิลป์ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน).* มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุธี วรประดิษฐ์. (2553). *การมีส่วนร่วมของชุมชนงานสารสนเทศสำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยจังหวัดตราด.* ตราด: สำนักงานการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยจังหวัดตราด.

อรญา สมตน. (2555). *พฤติกรรมการเปิดรับชม ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ของเจ้าหน้าที่ฝ่ายข่าว ททบ.5 ที่มีต่อรายการตลาดสดสนามเป้า* (ปริญญานิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

อรอนงค์ สวัสดิ์บุรี. (2555). *พฤติกรรมการสื่อสารในองค์กร*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Bloom, B. S. (1971). *Hand Book on Formative and Summative Evaluation of Student Learning*. New York: McGraw-Hill.

Burgoon, M., Hunsacker, F., & Dawson, E. (1994). *Human Communication.* Thousand Oaks: Sage.

Klapper, J. T. (1960). *The Effects of Mass Communication.* Illinois: Free Press.

McQuail, D. (1972). *McQuail's Mass Communication Theory.* London: Sage.

Shade, D. D., Kornfield, S., & Oliver, M. B. (2015). The Uses and Gratifications of Media Migration: Investigating the Activies, Motivations, and Predictors of Migration Behaviors Originating in Entertainment Television. *Journal of Broadcasting & Electronic Media Research, 59*(2), 318-341.