

ความคาดหวังและความพึงพอใจในการสื่อสารภายในกองบัญชาการกองทัพอากาศ
ของข้าราชการกองทัพอากาศ



เรืออากาศตรีหญิง นวพร ภัคดีสงคราม

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์


คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2547

ISBN 974-17-7195-9

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

AIR FORCE OFFICERS' EXPECTANCY AND GRATIFICATION ON THE INTERNAL
COMMUNICATION IN AIR FORCE HEADQUARTER



Pilot Officer Navaporn Pakdeesongkram

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts in Development Communications

Department of Public Relations

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2004

ISBN 974-17-7195-9

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ความคาดหวังและความพึงพอใจในการสื่อสารภายใน
โดย	กองบัญชาการกองทัพอากาศของข้าราชการกองทัพอากาศ
สาขาวิชา	เรืออากาศตรีหญิง นวพร ภัคดีสงคราม
อาจารย์ที่ปรึกษา	นิเทศศาสตรพัฒนการ
	รองศาสตราจารย์ ดร.ธนวดี บุญลือ

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็น
ส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร. พีระ จิรโสภณ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ จาระไน แกลโกศล)

..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร.ธนวดี บุญลือ)

..... กรรมการ
(ดร.วิเชียร เกตุสิงห์)

สถาบันวิจัยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ร.ต.หญิง นวพร ภักดีสงคราม : ความคาดหวังและความพึงพอใจในการสื่อสารภายใน
กองบัญชาการกองทัพอากาศของข้าราชการกองทัพอากาศ. (AIR FORCE OFFICERS'
EXPECTANCY AND GRATIFICATION ON THE INTERNAL COMMUNICATION
IN AIR FORCE HEADQUARTER) อาจารย์ที่ปรึกษา : รศ.ดร.ธนวี บุญลือ ; 106
หน้า. ISBN 974-17-7195-9.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจในการสื่อสาร
ภายในกองบัญชาการกองทัพอากาศของข้าราชการกองทัพอากาศ อันประกอบด้วย การสื่อสาร
ระหว่างบุคคล, การสื่อสารระหว่างกลุ่ม และการสื่อสารผ่านสื่อ เช่น สารข่าวฟ้า หนังสือข่าว
ทหารอากาศ และข่าวประจำวัน โดยผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นข้าราชการกองทัพอากาศ
จำนวน 403 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ผลการวิจัยพบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังในการเปิดรับ
ข่าวสารกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของข้าราชการกองทัพอากาศในระดับต่ำ นั่นคือ กลุ่ม
ตัวอย่างที่มีความคาดหวังเปิดรับข่าวสารสูงจะมีการเปิดรับมาก
2. กลุ่มตัวอย่างมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในระบบสื่อสารกับ
ความคาดหวังในการเปิดรับข่าวสารในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความ
คาดหวังในการเปิดรับข่าวสารมาก จะมีความพึงพอใจในการเปิดรับมาก
3. กลุ่มตัวอย่างมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในระบบสื่อสาร
ภายในกองทัพอากาศกับพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆภายในกองทัพอากาศ
ในระดับต่ำ นั่นคือ กลุ่มตัวอย่างได้เปิดรับข่าวสาร เพราะมีความพึงพอใจในระบบการสื่อสาร

ภาควิชา	การประชาสัมพันธ์	ลายมือชื่อนิสิต
สาขาวิชา	นิเทศศาสตร์พัฒนาการ	ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา
ปีการศึกษา	2547	

4685219928 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATIONS

KEY WORD: INTERNAL COMMUNICATION / EXPECTANCY AND GRATIFICATION

PLT.OFF.NAVAPORN PAKDEESONGKRAM : AIR FORCE OFFICERS'
EXPECTANCY AND GRATIFICATION ON THE INTERNAL COMMUNICATION
IN AIR FORCE HEADQUARTER. THESIS ADVISOR : ASSOC.PROF.
THANAWADEE BOONLUE Ph.D.,106 pp. ISBN 974-17-7195-9.

The main purpose of this research is to study the expectancy and gratification of Air Force officers on internal communication : personal communication, group communication and the print media such as Sarn Chao-Fa, RTAF Daily News and RTAF News. The respondents are 403 Air Force officers. Questionnaires were used to collect the data. Percentage, mean and Pearson's product moment correlation are statistical techniques used for data analysis.

Findings :

1. The expectancy in Air Force information exposure significantly correlates with the exposure to Air Force internal communication.
2. The gratification on the Air Force internal communication significantly correlates with the expectancy in exposure
3. The gratification on the internal communication significantly correlates with the exposure to Air Force internal communication.

Department Public Relations Student's
Field of study Development Communication Advisor's
Academic year 2004

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ข้าราชการกองทัพอากาศทุกท่านที่ได้ให้ความกรุณาช่วยเหลือในการกรอกแบบสอบถาม และติดตามแบบสอบถามได้กลับมาครบตามจำนวนที่ต้องการ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความช่วยเหลือและคำแนะนำที่เป็นประโยชน์ของรองศาสตราจารย์ ดร.ธนวัติ บุญลี้อ อาจารย์ที่ปรึกษา และขอขอบพระคุณ ดร.วิเชียร เกตุสิงห์ และ รองศาสตราจารย์ จาระไน แกลโกศล ที่กรุณาให้คำชี้แนะ รวมทั้งปรับปรุงแก้ไข ให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฌ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	8
ปัญหาคำถามการวิจัย.....	8
สมมติฐานการวิจัย.....	8
ขอบเขตการวิจัย.....	8
นิยามศัพท์ในการวิจัย.....	9
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	10
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
ทฤษฎีการสื่อสาร.....	11
ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับการสื่อสารในองค์การ.....	21
ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์.....	23
ทฤษฎีการแสวงหาข่าวสาร.....	31
ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร.....	36
ทฤษฎีความคาดหวัง.....	41
แนวความคิดความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร.....	42
ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ.....	43
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	44

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	48
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย.....	48
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	48
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	48
รายละเอียดในการศึกษาและเกณฑ์การวัดตัวแปร.....	49
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	51
การตรวจสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ.....	51
การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอข้อมูล.....	52
การประมวลผลข้อมูล.....	53
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	54
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	87
รายการอ้างอิง.....	97
ภาคผนวก.....	100
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	110

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 1	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ.....	55
ตารางที่ 2	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	55
ตารางที่ 3	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา....	56
ตารางที่ 4	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุงาน.....	56
ตารางที่ 5	แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของการเปิดรับข่าวสารของกองทัพอากาศ.....	57
ตารางที่ 6	แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของความสนใจในเนื้อหาของข่าวสารภายในกองทัพอากาศ.....	58
ตารางที่ 7	แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของเหตุผลที่ติดตามข่าวสารภายในกองทัพอากาศ.....	59
ตารางที่ 8	แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารภายในกองทัพอากาศที่มีประสิทธิภาพ.....	60
ตารางที่ 9	แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของความคาดหวังในด้านเนื้อหาของหนังสือสารข่าวฟ้า.....	61
ตารางที่ 10	แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของความคาดหวังในด้านเนื้อหาของหนังสือข่าวทหารอากาศ.....	62
ตารางที่ 11	แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของความคาดหวังในด้านเนื้อหาของข่าวประจำวัน.....	63
ตารางที่ 12	แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของความคาดหวังในเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของกองทัพอากาศ (สื่อสิ่งพิมพ์).....	64
ตารางที่ 13	แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของความคาดหวังในด้านการนำเสนอของสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของกองทัพอากาศ (สื่อสิ่งพิมพ์).....	64
ตารางที่ 14	แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของความคาดหวังในประโยชน์ที่จะได้รับจากหนังสือสารข่าวฟ้า.....	65
ตารางที่ 15	แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของความคาดหวังในประโยชน์ที่จะได้รับจากหนังสือข่าวทหารอากาศ.....	66

ตารางที่ 16	แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของความคาดหวังในประโยชน์ที่จะได้รับจากข่าวประจำวัน.....	67
ตารางที่ 17	แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของความคาดหวังในประโยชน์ที่จะได้รับจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของกองทัพอากาศ (สื่อสิ่งพิมพ์).....	68
ตารางที่ 18	แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของความพึงพอใจในด้านเนื้อหาของหนังสือสารข่าวฟ้า.....	69
ตารางที่ 19	แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของความพึงพอใจในด้านเนื้อหาของหนังสือข่าวทหารอากาศ.....	70
ตารางที่ 20	แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของความพึงพอใจในด้านเนื้อหาของข่าวประจำวัน.....	71
ตารางที่ 21	แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของความพึงพอใจในเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของกองทัพอากาศ (สื่อสิ่งพิมพ์).....	72
ตารางที่ 22	แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของความพึงพอใจในด้านการนำเสนอของสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของกองทัพอากาศ (สื่อสิ่งพิมพ์).....	72
ตารางที่ 23	แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของความพึงพอใจในประโยชน์ที่จะได้รับจากหนังสือสารข่าวฟ้า.....	73
ตารางที่ 24	แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของความพึงพอใจในประโยชน์ที่จะได้รับจากหนังสือข่าวทหารอากาศ.....	74
ตารางที่ 25	แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของความพึงพอใจในประโยชน์ที่จะได้รับจากข่าวประจำวัน.....	75
ตารางที่ 26	แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของความพึงพอใจในประโยชน์ของสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของกองทัพอากาศ (สื่อสิ่งพิมพ์).....	76
ตารางที่ 27	แสดงผลการทดสอบค่าสหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับความคาดหวังในเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ (สื่อสิ่งพิมพ์).....	77
ตารางที่ 28	แสดงผลการทดสอบค่าสหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับความคาดหวังในประโยชน์ของสื่อประชาสัมพันธ์ (สื่อสิ่งพิมพ์).....	78

ตารางที่ 29	แสดงผลการทดสอบค่าสหสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังในเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ (สื่อสิ่งพิมพ์) กับความพึงพอใจในเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ (สื่อสิ่งพิมพ์).....	79
ตารางที่ 30	แสดงผลการทดสอบค่าสหสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังในประโยชน์ของสื่อประชาสัมพันธ์ (สื่อสิ่งพิมพ์) กับความพึงพอใจในเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ (สื่อสิ่งพิมพ์).....	80
ตารางที่ 31	แสดงผลการทดสอบค่าสหสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังในเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ (สื่อสิ่งพิมพ์) กับความพึงพอใจในประโยชน์ของสื่อประชาสัมพันธ์ (สื่อสิ่งพิมพ์).....	81
ตารางที่ 32	แสดงผลการทดสอบค่าสหสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังในประโยชน์ของสื่อประชาสัมพันธ์ (สื่อสิ่งพิมพ์) กับความพึงพอใจในประโยชน์ของสื่อประชาสัมพันธ์ (สื่อสิ่งพิมพ์).....	82
ตารางที่ 33	แสดงผลการทดสอบค่าสหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ (สื่อสิ่งพิมพ์) กับความพึงพอใจในเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ (สื่อสิ่งพิมพ์).....	83
ตารางที่ 34	แสดงผลการทดสอบค่าสหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ (สื่อสิ่งพิมพ์) กับความพึงพอใจในประโยชน์ของสื่อประชาสัมพันธ์ (สื่อสิ่งพิมพ์).....	84
ตารางที่ 35	ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเพียงพอของการสื่อสารภายในกองทัพอากาศ..	85
ตารางที่ 36	ข้อเสนอเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ที่ควรเพิ่มเติม.....	85
ตารางที่ 37	ข้อเสนอแนะสำหรับการปรับปรุงการเผยแพร่ข่าวสารภายในกองทัพอากาศให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น.....	86

สารบัญภาพ

		หน้า
ภาพที่ 1	แบบจำลองของลาสเวลล์.....	17
ภาพที่ 2	แสดงแบบจำลองการสื่อสารของเดวิด เค เบอร์โล.....	18
ภาพที่ 3	แบบจำลองกระบวนการแสวงหาข่าวสารของโดโนฮิวและทีปตัน (Donohew & Tipton).....	35
ภาพที่ 4	แสดงขั้นตอนในการเปิดรับสาร.....	39
ภาพที่ 5	แบบจำลองของทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ.....	42



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในอดีตกิจการบินของไทยเริ่มต้นในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว เมื่อมีชาวต่างประเทศได้นำเครื่องบินมาบินแสดงให้ชาวไทยได้ชมเป็นครั้งแรกเมื่อวันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2454 อันทำให้ผู้บังคับบัญชาาระดับสูงของกองทัพในสมัยนั้น พิจารณาเห็นว่าประเทศไทยจำเป็นต้องมีเครื่องบินไว้เพื่อป้องกันภัยที่จะเกิดแก่ประเทศชาติในอนาคต

ด้วยเหตุนี้กระทรวงกลาโหม จึงได้ตั้ง "แผนกการบิน" ขึ้นในกองทัพบกพร้อมทั้งได้คัดเลือก นายทหารบก 3 คน ซึ่งมีคุณสมบัติเหมาะสมไปศึกษาวิชาการบิน ณ ประเทศฝรั่งเศส อันได้แก่ พันตรีหลวงศักดิ์ศัลยาวิรุณ นายร้อยเอกหลวงอาวุธสิทธิกร และ นายร้อยโท ทิพย์ เกตุทัต ทั้ง 3 ท่านนี้ ในเวลาต่อมาได้รับพระราชทานยศและบรรดาศักดิ์ตามลำดับ คือ พลอากาศโท พระยาเฉลิมอากาศ นาวาอากาศเอก พระยาเวหาสยานศิลปสิทธิ์ และนาวาอากาศเอก พระยาทะยานพิฆาต และกองทัพอากาศได้ยกย่องให้เป็น "บุพการีทหารอากาศ"

ในขณะที่นายทหารทั้งสามกำลังศึกษาวิชาการบินอยู่นั้น ทางราชการได้สั่งซื้อเครื่องบินรวมทั้งมี ผู้บริจาคเงินร่วมสมทบซื้อด้วยเป็นครั้งแรกจำนวน 8 เครื่อง คือเครื่องบินเบรเกต์ ปีก 2 ชั้น จำนวน 4 เครื่อง และเครื่องบินนิเอปอร์ตปีกชั้นเดียว จำนวน 4 เครื่อง อันอาจกล่าวได้ว่าการก่อตั้งทางอากาศของไทยเริ่มต้นจากนักบินเพียง 3 คน และเครื่องบินอีก 8 เครื่องเท่านั้น

การบินของไทยในระยะแรกได้ใช้สนามม้าสระปทุมหรือราชกรีฑาสโมสรในปัจจุบันเป็นสนามบิน แต่ด้วยความไม่สะดวกหลายประการ บุพการีทั้ง 3 ท่าน จึงได้พิจารณาหาพื้นที่ ที่มีความเหมาะสมต่อการบินและได้เลือกเอาตำบลดอนเมืองเป็นที่ตั้งสนามบิน พร้อมทั้งได้ก่อสร้างอาคาร สถานที่โรงเก็บเครื่องบินอย่างถาวรขึ้น เมื่อการโยกย้ายกำลังพลอุปกรณ์ และเครื่องบินไปไว้ยังที่ตั้งใหม่เรียบร้อยแล้ว ในวันที่ 27 มีนาคม 2457 กระทรวงกลาโหมจึงได้มีคำสั่งยกแผนกการบินขึ้นเป็น "กองบินทหารบก" ซึ่งถือได้ว่ากิจการบินของไทยได้วางรากฐานอย่างมั่นคงขึ้นแล้วตั้งแต่ บัดนั้นมา กองทัพอากาศจึงถือเอา วันที่ 27 มีนาคม ของทุกปีเป็น "วันระลึกกองทัพอากาศ"

นับแต่นั้นมาบทบาทของกำลังทางอากาศก็ได้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญและมีการพัฒนาอย่างเป็นลำดับ นับตั้งแต่การเข้าร่วมรบในสงครามโลก ครั้งที่ 1 กับพันธมิตรในยุโรป เมื่อปี 2460 ซึ่งทำให้ชื่อเสียงและเกียรติภูมิของชาติ เป็นที่ยอมรับและยกย่องเป็นอันมาก และทางราชการได้ยกฐานะกองบินทหารบก ขึ้นเป็น "กรมอากาศยานทหารบก"

ในเวลาต่อมา กำลังทางอากาศได้พัฒนาต่อไปอย่างไม่หยุดยั้งและเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศชาติทางด้านต่าง ๆ อันเป็นรากฐานของกิจการหลายอย่างในปัจจุบัน อาทิ การบินขนส่งไปรษณีย์ทางอากาศ การส่งแพทย์และเวชภัณฑ์ทางอากาศ เป็นต้น

ในปี 2465 กระทรวงกลาโหมได้พิจารณาเห็นว่า กำลังทางอากาศมิได้เป็นกำลังเฉพาะในด้านยุทธศาสตร์ทางทหารเท่านั้น แต่มีประโยชน์อย่างกว้างขวาง ต่อกิจการด้านอื่น ๆ อีกด้วย จึงได้แก้ไขการเรียกชื่อจาก กรมอากาศยานทหารบก เป็น "กรมอากาศยาน" และเป็น "กรมทหารอากาศ" ในเวลาต่อมาโดยให้อยู่ในบังคับบัญชาของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงกลาโหม โดยตรง พร้อมทั้งได้มีการกำหนดยศทหารและการเปลี่ยนแปลงเครื่องแบบจากสีเขียวมาเป็นสีเทา ดังเช่นปัจจุบัน

วันที่ 9 เมษายน 2480 กรมทหารอากาศได้ยกฐานะเป็น "กองทัพอากาศ" มี นาวาอากาศเอก พระเวชยันต์รังสฤษฏ์ เป็นผู้บัญชาการทหารอากาศ คนแรก กองทัพอากาศ จึงได้ถือเอา วันที่ 9 เมษายน ของทุกปีเป็น "วันกองทัพอากาศ" กำลังทางอากาศได้พัฒนาไปอย่างมากมาย และได้เป็นกำลังสำคัญใน การปกป้องรักษาอธิปไตยของชาติ อาทิ สงครามกรณีพิพาทอินโดจีนฝรั่งเศสและสงครามมหาเอเซียบูรพา รวมทั้งเข้าร่วมกับกองกำลังสหประชาชาติใน สงครามเกาหลีและร่วมกับพันธมิตรในสงครามเวียดนามจากเครื่องบินใบพัดเพียง 8 เครื่องในอดีต จนมาถึงเครื่องบินไอพ่นที่ทันสมัยในปัจจุบัน

อย่างไรก็ตามกองทัพอากาศมีภารกิจที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติการ จัดระเบียบราชการกระทรวงกลาโหม พ.ศ.2503 ไว้ว่า "กองทัพอากาศมีหน้าที่เตรียมกำลัง กองทัพอากาศและป้องกันราชอาณาจักรมีผู้บัญชาการทหารอากาศ เป็นผู้บังคับบัญชารับผิดชอบ"

โดยในปัจจุบัน กองทัพอากาศมีการจัดส่วนราชการกองทัพอากาศตามพระราช กฤษฎีกาแบ่งส่วนราชการ และกำหนดหน้าที่ของส่วนราชการของกองทัพอากาศ กองบัญชาการ ทหารสูงสุด กระทรวงกลาโหม พ.ศ.2538 โดยจัดกลุ่มหน่วยงานตามภาระหน้าที่เพื่อให้่ายต่อการ ปฏิบัติ ออกเป็น 5 ส่วน คือ

1. ส่วนบัญชาการ มีหน้าที่ปกครองบังคับบัญชาส่วนราชการต่างๆ ข้าราชการและลูกจ้างและปฏิบัติตามภารกิจของกองทัพอากาศ และภารกิจอื่น ๆ ที่ได้มอบหมายให้ส่วนราชการใดๆ โดยเฉพาะ มี ผู้บัญชาการทหารอากาศ เป็นผู้บังคับบัญชารับผิดชอบ ประกอบด้วย

- สำนักงานเลขาธิการกองทัพอากาศ (สลก.ทอ.)
- กรมสารบรรณทหารอากาศ (สบ.ทอ.)
- กรมกำลังพลทหารอากาศ (กพ.ทอ.)
- กรมข่าวทหารอากาศ (ขว.ทอ.)
- กรมยุทธการทหารอากาศ (ยก.ทอ.)
- กรมกิจการพลเรือนทหารอากาศ (กร.ทอ.)
- กรมส่งกำลังบำรุงทหารอากาศ (กบ.ทอ.)
- สำนักงานปลัดบัญชาทหารอากาศ (สปลช.ทอ.)
- กรมจเรทหารอากาศ (จร.ทอ.)
- สำนักงานเทคโนโลยีสารสนเทศทหารอากาศ (สท.ทอ.)

2. ส่วนกำลังรบ ประกอบด้วย กองบัญชาการยุทธทางอากาศ มีหน้าที่เตรียมกำลังทางอากาศ กำลังภาคพื้น และระบบควบคุมการปฏิบัติทางอากาศ ของกองบัญชาการยุทธทางอากาศ ให้พร้อมปฏิบัติการตามที่กองทัพอากาศกำหนด มีผู้บัญชาการกองบัญชาการยุทธทางอากาศ เป็นผู้บังคับบัญชารับผิดชอบ แบ่งส่วนราชการออกเป็น

- กองบัญชาการ
- กองพลบินที่ 1 (พล.บ.1) ประกอบด้วย กองบิน 2 (บน.2), กองบิน 6 (บน.6)
- กองพลบินที่ 2 (พล.บ.2) ประกอบด้วย กองบิน 1 (บน.1), กองบิน 21 (บน.21), กองบิน 23 (บน.23)
- กองพลบินที่ 3 (พล.บ.3) ประกอบด้วย กองบิน 4 (บน.4), กองบิน 41 (บน.41), กองบิน 46 (บน.46)
- กองพลบินที่ 4 (พล.บ.4) ประกอบด้วย กองบิน 7 (บน.7), กองบิน 53 (บน.53), กองบิน 56 (บน.56)
- กรมควบคุมการปฏิบัติทางอากาศ (คปอ.)
- หน่วยบัญชาการอากาศโยธิน (อย.)
- โรงเรียนการบิน (รร.การบิน)

3. ส่วนยุทธบริการ ประกอบด้วย กองบัญชาการสนับสนุนทหารอากาศ มีหน้าที่ดำเนินการเกี่ยวกับการส่งกำลังบำรุงทั้งปวงตามที่กองทัพอากาศกำหนด มีผู้บัญชาการกองบัญชาการสนับสนุนทหารอากาศ เป็นผู้บังคับบัญชารับผิดชอบ แบ่งส่วนราชการออกเป็น

- กองบัญชาการ
- ศูนย์ส่งกำลังบำรุง (ศกบ.)
- กรมช่างอากาศ (ชอ.)
- กรมสื่อสารทหารอากาศ (ส.ทอ.)
- กรมสรรพาวุธทหารอากาศ (สพ.ทอ.)
- กรมอิเล็กทรอนิกส์ทหารอากาศ (อท.ทอ.)
- กรมการลาดตระเวนทางอากาศ (ลวอ.)
- กรมแพทย์ทหารอากาศ (พอ.)
- กรมพลธิการทหารอากาศ (พธ.ทอ.)
- กรมช่างโยธาทหารอากาศ (ชย.ทอ.)
- กรมขนส่งทหารอากาศ (ขส.ทอ.)

4. ส่วนการศึกษา ประกอบด้วย กองบัญชาการฝึกศึกษาทหารอากาศ มีหน้าที่ดำเนินการเกี่ยวกับการฝึกอบรมของกำลังพลของกองทัพอากาศ ตามที่กองทัพอากาศกำหนด มีผู้บัญชาการกองบัญชาการฝึกศึกษาทหารอากาศ เป็นผู้บังคับบัญชารับผิดชอบ แบ่งส่วนราชการออกเป็น

- กองบัญชาการ
- กรมยุทธศึกษาทหารอากาศ (ยศ.ทอ.)
- สถาบันวิชาการทหารอากาศชั้นสูง (สอส.)
- โรงเรียนนายเรืออากาศ (รร.นอ.)

5. ส่วนกิจการพิเศษ ประกอบด้วย

- กรมการเงินทหารอากาศ (กง.ทอ.)
- กรมสวัสดิการทหารอากาศ (สก.ทอ.)
- ศูนย์วิทยาศาสตร์และพัฒนาระบบอาวุธกองทัพอากาศ (ศวอ.ทอ.)
- สำนักงานตรวจบัญชีทหารอากาศ (สตช.ทอ.)
- สำนักงานผู้บังคับทหารอากาศดอนเมือง (สน.ผบ.ดม.)

กองทัพอากาศนอกจากจะมีหน้าที่เตรียมกำลังกองทัพอากาศและป้องกันราชอาณาจักรด้วยการเตรียมกำลังทางอากาศ เพื่อให้การคุ้มครองและรักษาอธิปไตยตลอดจนผลประโยชน์ของชาติแล้ว ในยามปกติกองทัพอากาศยังได้ใช้กำลังทางอากาศเพื่อพัฒนาประเทศทั้งในเรื่องการสนับสนุนโครงการในพระราชดำริและการช่วยเหลือประชาชนที่ประสบสาธารณภัยต่างๆ ได้แก่

1. โครงการฝนหลวง

กองทัพอากาศได้เข้าร่วมในโครงการฝนหลวงมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2515 ด้วยการสนับสนุนอากาศยานให้กับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในการทำฝนหลวงอย่างต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน โดยได้จัดตั้งเป็น "ศูนย์ปฏิบัติการฝนหลวงกองทัพอากาศ" ขึ้น พร้อมทั้งจัดเครื่องบินแบบต่างๆ เข้าร่วมในการปฏิบัติการกิจทำฝนหลวงตลอดมา ในปี พ.ศ. 2539 อันเป็นปีมีมฆามงคลวโรกาสที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงครองราชย์ครบ 50 ปี กองทัพอากาศได้จัดทำโครงการ "เครื่องบินปฏิบัติการกิจฝนหลวงถวายพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว" โดยดัดแปรเครื่องบิน C-47 จำนวน 6 เครื่อง ซึ่งเป็นเครื่องบินเก่าให้มีสมรรถนะและขีดความสามารถในการทำฝนหลวงดียิ่งขึ้น อีกทั้งยังให้สามารถใช้ในการภารกิจการดับไฟป่าได้อีกด้วย โดยเครื่องบินดังกล่าวมีชื่อว่าเครื่องบินลำเลียงแบบ 2 ก หรือ BT-67 ซึ่งในปัจจุบันเครื่องบินของกองทัพอากาศได้ปฏิบัติการกิจการทำฝนหลวงในพื้นที่ต่างๆของประเทศไทยเป็นประจำทุกปี

2. การถ่ายภาพทางอากาศ

ด้วยพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงมีความห่วงใยในความเดือดร้อนของประชาชนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่ต้องประสบกับปัญหาน้ำท่วมอยู่เป็นประจำ รวมถึงปัญหาการจราจรที่ติดขัด ซึ่งนับว่าเป็นความเสียหายที่ส่งผลกระทบต่อประเทศไทยโดยส่วนรวมเช่นกัน ดังนั้นจึงได้ทรงให้ความสนพระทัยในการแก้ไขปัญหาดังกล่าวอย่างต่อเนื่องและเป็นรูปธรรม ซึ่งในการสนับสนุนแนวพระราชดำรินี้ กองทัพอากาศได้จัดเครื่องบินดำเนินการถ่ายภาพทางอากาศทั้งในการแก้ไขปัญหา น้ำท่วมและปัญหาการจราจรติดขัด เพื่อถวายประกอบพระราชวินิจฉัย จันทรงมีพระราชกระแสชมเชยแก่เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานอันนับเป็นพระมหากรุณาธิคุณแก่กองทัพอากาศอย่างหาที่สุดมิได้

3. การช่วยเหลือประชาชน

จากการที่พี่น้องประชาชนต้องประสบกับความเดือดร้อนอันเนื่องมาจากสาธารณภัยต่างๆอยู่เป็นประจำ กองทัพอากาศจึงได้จัดตั้ง "ศูนย์บรรเทาสาธารณภัยกองทัพอากาศ" ขึ้น

เพื่อให้การช่วยเหลือผู้ประสบสาธารณภัยต่างๆ อาทิ อุทกภัย วาตภัย อัคคีภัย แผ่นดินไหว ภัยแล้ง ไฟป่า และภัยหนาว เป็นต้น โดยได้จัดเตรียมกำลังพล วัสดุอุปกรณ์ที่มีอยู่ให้พร้อมปฏิบัติภารกิจ ได้ตลอดเวลา ตั้งแต่ในยามปกติ ทั้งในส่วนกลางและหน่วยของกองทัพอากาศในต่างจังหวัด ทุกจังหวัด

4. การป้องกันและแก้ไขปัญหาโรคเอดส์ของกองทัพอากาศ

คณะกรรมการป้องกันและควบคุมโรคเอดส์แห่งชาติได้กำหนดแนวนโยบายให้ ส่วนราชการต่างๆ เน้นการป้องกันและควบคุมโรคเอดส์ การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเสี่ยงเป็นสำคัญ ซึ่งหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ได้พยายามร่วมมือเพื่อแก้ปัญหาดังกล่าว จนสามารถ หยุดยั้งการแพร่กระจายของโรคเอดส์ได้ในระดับหนึ่ง

กองทัพอากาศเป็นส่วนราชการหนึ่งที่ได้นำเอานโยบายดังกล่าวมากำหนดเป็น แนวทางปฏิบัติให้สอดคล้องกับแผนป้องกันและแก้ไขปัญหาโรคเอดส์นี้ด้วย เพื่อป้องกันและลด ปัญหาการแพร่ระบาดของโรคเอดส์ รวมทั้งให้มีผู้ติดเชื้อเอดส์น้อยที่สุดในกำลังพลทุกระดับของ กองทัพอากาศและครอบครัว เพื่อเป็นการลดผลกระทบทางสังคมจิตวิทยา เศรษฐกิจ และสุขภาพ ของกำลังพลและครอบครัวจากการแพร่ระบาดของโรคเอดส์อีกทางหนึ่ง

5. การป้องกันและปราบปรามยาเสพติดของกองทัพอากาศ

ปัญหาการแพร่ระบาดของยาเสพติดในปัจจุบัน ได้ทวีความรุนแรงมากขึ้นและ ลูกหลานแผ่ขยายเข้าไปในชุมชน สถานที่ราชการ และสถานศึกษา ทำให้เกิดผลกระทบอย่าง ร้ายแรงต่อเศรษฐกิจ สังคม และความมั่นคงของชาติ กองทัพอากาศซึ่งเป็นองค์กรหนึ่งของรัฐ และมีหน่วยงานที่กระจายอยู่ตามฐานที่ตั้งเกือบทั่วประเทศได้ตระหนักถึงภัยของยาเสพติด และได้ ดำเนินมาตรการป้องกันและปราบปรามยาเสพติดให้โทษอย่างต่อเนื่องตลอดมา โดยเฉพาะใน หมู่เยาวชนและทหารกองประจำการ

การปฏิบัติหน้าที่ดังกล่าวของกองทัพอากาศ ทั้งในยามสงบและในยามสงคราม จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องได้รับความร่วมมือและการสนับสนุนจากข้าราชการกองทัพอากาศ ซึ่งต้อง ใช้การติดต่อสื่อสารเป็นสื่อกลางในการสร้างความเข้าใจและเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของข้าราชการ ในหน่วยงานให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เพื่อให้การปฏิบัติตามภารกิจดังกล่าวของกองทัพอากาศ สามารถบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

การสื่อสารในองค์การจึงเป็นกระบวนการที่จำเป็นสำหรับทุกองค์การ เพราะเป็นสื่อ นำความต้องการ ความคิด ความรู้สึกไปสู่ความเข้าใจในเป้าหมายระหว่างบุคคลต่อบุคคล กลุ่มต่อกลุ่ม บุคคลต่อกลุ่มหรือระหว่างองค์กรเข้าด้วยกัน เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่าง สอดคล้องหรือตรงกับวัตถุประสงค์ขององค์การ (อรุณ รักธรรม, 2525 : 217)

จะเห็นได้ว่าการติดต่อสื่อสารในองค์การนั้นมีความสำคัญอย่างยิ่ง ทั้งการสร้าง ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการบริหารงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในองค์การขนาดใหญ่ที่มี สายงานสลับซับซ้อนแตกต่างกันไป และมีบุคลากรที่ปฏิบัติงานร่วมกันเป็นจำนวนมาก จำเป็นต้อง มีระบบการติดต่อสื่อสารที่ดีที่จะช่วยสร้างสัมพันธภาพและความเข้าใจอันดีระหว่างบุคลากรกับ องค์การ ทำให้บรรยากาศภายในองค์การมีสภาพคล่องตัวในอันที่จะดำเนินงานให้บรรลุ ตามเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ดังนั้นการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันระหว่างกองทัพอากาศกับ ข้าราชการจึงมีความสำคัญ เพื่อให้ข้าราชการทุกฝ่ายได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรม ตลอดจนนโยบายการดำเนินงานต่างๆของกองทัพอากาศ เป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่าง สถาบันและกลุ่มเป้าหมายภายในหน่วยงานตามวิธีการประชาสัมพันธ์ภายใน เพื่อความสามัคคี และเป็นอันหนึ่งเดียวกันของสมาชิกในองค์กร ซึ่งจะก่อให้เกิดความร่วมมือในการพัฒนา กองทัพอากาศให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยมีกองประชาสัมพันธ์ กรมกิจการพลเรือนทหาร อากาศ เป็นผู้ทำหน้าที่ วางแผน อำนวยการ ประสานงาน กำกับการ ควบคุม และดำเนินการ เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ของกองทัพอากาศ การแถลงข่าว และการเผยแพร่กิจการ กองทัพอากาศ

ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นที่จะทำการศึกษาการเปิดรับข่าวสารจากสื่อการ ประชาสัมพันธ์ภายในของกองทัพอากาศจากกลุ่มข้าราชการกองทัพอากาศ ในแง่ของการใช้ ประโยชน์และความพึงพอใจที่ข้าราชการได้รับ ตลอดจนจนความต้องการและความคาดหวังของ ข้าราชการที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของกองทัพอากาศ และเพื่อจะได้ทราบถึงความคิดเห็นและ ความต้องการจากผู้รับ เพื่อเป็นแนวทางปรับปรุงให้สอดคล้องกับความต้องการและความคาดหวัง ของผู้รับ และเพื่อให้ผู้รับได้รับประโยชน์และเกิดความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อ ประชาสัมพันธ์ของกองทัพอากาศมากที่สุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารและการเปิดรับข่าวสารของข้าราชการกองทัพอากาศ
2. เพื่อศึกษาความคาดหวังในการเปิดรับข่าวสารของข้าราชการกองทัพอากาศ
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในระบบการสื่อสารของข้าราชการกองทัพอากาศ
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจระบบการสื่อสารของข้าราชการกองทัพอากาศ

ปัญหานำการวิจัย

1. ข้าราชการกองทัพอากาศมีพฤติกรรมการแสวงหาและการเปิดรับข่าวสารของกองทัพอากาศอย่างไร
2. ข้าราชการกองทัพอากาศมีความคาดหวังในการเปิดรับข่าวสารของกองทัพอย่างไรบ้าง
3. ข้าราชการกองทัพอากาศมีความพึงพอใจในระบบสื่อสารของกองทัพตามความคาดหวังเพียงใด
4. ความคาดหวังกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจในระบบสื่อสารมีความสัมพันธ์กันหรือไม่และเป็นความสัมพันธ์ในระดับใด

สมมติฐานการวิจัย

1. ความคาดหวังในการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของข้าราชการกองทัพอากาศ
2. ความพึงพอใจในระบบสื่อสารมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในการเปิดรับข่าวสาร
3. ความพึงพอใจในระบบสื่อสารภายในกองทัพอากาศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆภายในกองทัพอากาศ

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาการเปิดรับข้อมูลข่าวสารความคาดหวังและความพึงพอใจในระบบสื่อสารภายในกองทัพอากาศ อันได้แก่ การสื่อสารระหว่างบุคคล, การสื่อสารระหว่างกลุ่ม และการสื่อสารผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ สารข่าวฟ้า หนังสือข่าวทหารอากาศ และข่าวประจำวันกองทัพอากาศ โดยจะสุ่มเลือกตัวอย่างเพื่อการศึกษาจากประชากรจากกลุ่มต่างๆภายในกองทัพอากาศ

นิยามศัพท์

การประชาสัมพันธ์ภายใน หมายถึง การสื่อสารเพื่อการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลของหน่วยงาน โดยใช้สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่างๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นต้น เพื่อสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มเป้าหมายภายในหน่วยงาน ในงานวิจัยนี้หมายถึงข้าราชการในกองบัญชาการกองทัพอากาศ

ระบบการสื่อสารภายในองค์กร หมายถึง วิธีการและช่องทางเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลภายในที่กองทัพอากาศ ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ให้แก่ข้าราชการในกองบัญชาการกองทัพอากาศ ซึ่งได้แก่ การสื่อสารระหว่างบุคคล ได้แก่ การสื่อสารระหว่างผู้ใต้บังคับบัญชาและผู้บังคับบัญชา โดยผ่านสื่อหรือไม่ผ่านสื่อ เช่น โทรศัพท์ โทรสาร บันทึกรับข้อความ , การสื่อสารระหว่างข้าราชการด้วยกัน , การสื่อสารการประชุม, การสื่อสารผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือสารข่าวฟ้า หนังสือข่าวทหารอากาศ และข่าวประจำวันกองทัพอากาศ

ความคาดหวัง หมายถึง ระดับของการคาดคะเนของข้าราชการในกองบัญชาการกองทัพอากาศเกี่ยวกับเนื้อหา รูปแบบ และวิธีการนำเสนอของสื่อประชาสัมพันธ์ภายในที่ข้าราชการกองทัพอากาศหวังว่าจะได้รับประโยชน์ในการเปิดรับจากสื่อประชาสัมพันธ์ของกองทัพในด้านต่างๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นต้น

ความพึงพอใจที่ได้รับ หมายถึง ระดับของความพึงพอใจที่ข้าราชการในกองบัญชาการกองทัพอากาศได้รับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อในระบบการสื่อสารภายในกองทัพนิติต่างๆ เช่น นิตินิติตปริมาณของเนื้อหา รูปแบบ และวิธีการนำเสนอ รวมทั้งประโยชน์ที่จะได้รับ

การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร หมายถึง การติดตามแสวงหาข่าวสารของกองทัพอากาศจากสื่อต่างๆ ในระบบการสื่อสารภายใน ซึ่งประกอบด้วย ระบบการสื่อสารระหว่างบุคคล, ระหว่างกลุ่ม และการสื่อสารผ่านสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจ เช่น สารข่าวฟ้า หนังสือข่าวทหารอากาศ และข่าวประจำวันกองทัพอากาศโดยพิจารณาในแง่ของสื่อที่เปิดรับ เนื้อหาที่เปิดรับ ปริมาณการเปิดรับ เป็นต้น

พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร หมายถึง การติดตามข่าวสารของกองทัพอากาศจากสื่อต่างๆ ในระบบการสื่อสารภายใน ซึ่งประกอบด้วย ระบบการสื่อสารระหว่างบุคคล, ระหว่างกลุ่ม และการสื่อสารผ่านสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจ เช่น สารข่าวฟ้า หนังสือข่าวทหารอากาศ และข่าวประจำวัน

โดยพิจารณาด้านความถี่ในการเปิดรับ ปริมาณเวลา จำนวนช่องทางที่เปิดรับ และช่วงเวลาที่เปิดรับ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลจากการวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ภายในกองบัญชาการกองทัพอากาศให้เป็นประโยชน์และสอดคล้องกับความต้องการของข้าราชการ
2. ผลจากการวิจัยสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ของกองบัญชาการกองทัพอากาศทั้งในด้านเนื้อหา และรูปแบบการนำเสนอให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีการสื่อสาร

ความหมายของการสื่อสาร

“การสื่อสาร” คือ กระบวนการของการถ่ายทอดสาร (message) จากบุคคลหนึ่งซึ่งเรียกว่า ผู้ส่งสาร (source) ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งเรียกว่า ผู้รับสาร (receiver) โดยผ่านสื่อ (channel)

Rogers ให้ความหมายของการสื่อสารไว้ว่า “การสื่อสาร” คือ กระบวนการที่ความคิดหรือข่าวสารถูกส่งจากแหล่งสารไปยังผู้รับสารด้วยเจตนาจะเปลี่ยนพฤติกรรมบางประการของผู้รับสาร โดยผลของการสื่อสารนี้จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง 3 ประการ คือ

1. เกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ของผู้รับสาร (Knowledge)
2. เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้รับสาร (Attitude)
3. เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมของผู้รับสาร (Practice)

องค์ประกอบของการสื่อสาร

องค์ประกอบสำคัญของการสื่อสาร มี 4 ประการ คือ

1. ผู้ส่งสาร (sender)
2. สาร (message)
3. ช่องทางหรือสื่อ (channel or medium)
4. ผู้รับสาร (receiver)

1. ผู้ส่งสาร

ผู้ส่งสาร คือ บุคคลซึ่งเป็นผู้เริ่มต้นสร้างและส่งสารไปยังผู้อื่น ในการสื่อสารครั้งหนึ่งๆ ผู้ส่งสารจะทำหน้าที่เข้ารหัส (encoding) อันเป็นการแปลสารให้อยู่ในรูปของสัญลักษณ์ที่มนุษย์คิดสร้างขึ้นแทนความคิด ได้แก่ ภาษา และอากัปกริยาท่าทางต่างๆ สารที่ถูกเข้ารหัสแล้วนี้จะถูกผู้ส่งสารส่งไปยังผู้รับสารโดยผ่านทาง การติดต่อทางใดทางหนึ่ง

แต่เนื่องจากการสื่อสารของมนุษย์มีหลายประเภทและหลายระดับ จำนวนของผู้ส่งสารจึงอาจแตกต่างกันไป เช่น ในการอภิปราย ผู้ส่งสารอาจมีจำนวนมากกว่า 1 คน ในการสื่อสารสาธารณะ ผู้ส่งสารอาจไม่ได้ส่งสารในฐานะที่เป็นตัวของตัวเอง แต่ส่งสารในฐานะที่เป็นตัวแทนของหน่วยงานหรือสถาบันใดสถาบันหนึ่ง

ผู้ส่งสารไม่ว่าจะในการสื่อสารประเภทหรือระดับใดก็ตาม ย่อมต้องมีหน้าที่และบทบาทในการสื่อสารที่สำคัญ ได้แก่ การมีวัตถุประสงค์ในการสื่อสารที่ชัดเจน การเป็นผู้มีความรู้ความเข้าใจเพียงพอในเนื้อหาของเรื่องราวที่ตนจะต้องสื่อสารกับผู้อื่น และการเป็นผู้มีความพยายามที่จะเข้าใจความสามารถและความพร้อมในการรับสารของผู้ที่ตนสื่อสารด้วย ตลอดจนการเป็นผู้รู้จักเลือกใช้วิธีการในการสื่อสารให้เหมาะสมกับเรื่อง โอกาส และผู้รับสารของตน

2. สาร

สาร คือ เรื่องราวที่มีความหมายและแสดงออกมาโดยอาศัยภาษาหรือสัญลักษณ์ใดๆ ที่สามารถทำให้เกิดการรับรู้ร่วมกันได้

ความสำคัญของสารที่ถูกส่งมาจากผู้ส่งสาร คือ การทำหน้าที่เร้าให้ผู้รับสารเกิดการรับรู้ความหมาย และมีปฏิกิริยาตอบสนอง

โดยทั่วไปแล้ว สารประกอบด้วยส่วนประกอบสำคัญ 3 ประการ คือ

2.1 รหัสของสาร (message codes)

2.2 เนื้อหาของสาร (message content)

2.3 การจัดสาร (message treatment)

2.1 รหัสของสาร

รหัสของสาร คือ ภาษา หรือสัญลักษณ์ หรือสัญญาณ ที่มนุษย์คิดขึ้นเพื่อใช้แสดงออกแทนความคิดเกี่ยวกับบุคคลและสิ่งต่างๆ เราสามารถแบ่งรหัสของสารออกเป็นประเภทใหญ่ได้ 2 ประเภท คือ

2.1.1 รหัสของสารที่ใช้คำ (verbal message codes)

2.1.2 รหัสของสารที่ไม่ใช้คำ (nonverbal message codes)

รหัสของสารที่ใช้คำ ได้แก่ ภาษาอันเป็นระบบสัญลักษณ์ที่มนุษย์ได้พัฒนาขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ ภาษาทุกภาษาของมนุษย์มีการสร้างขึ้นและถูกพัฒนาสืบทอดมาโดยลำดับเป็นระบบสัญลักษณ์ซึ่งทำให้สารปรากฏขึ้นได้ ส่วนรหัสของสารที่ไม่ใช้คำ ได้แก่ ระบบสัญลักษณ์ สัญญาณ หรือเครื่องหมายใดๆ ก็ตามที่ไม่เกี่ยวข้องกับการใช้ถ้อยคำ เช่น อากัปกริยา ธง ไฟ ฯลฯ ซึ่งมนุษย์ในแต่ละสังคม แต่ละวัฒนธรรมพัฒนาขึ้น และรับรู้ความหมายร่วมกัน อาทิเช่น การพยักหน้า แสดงอาการตอบรับ ธงหรือไฟสัญญาณต่างๆ ก็ล้วนแล้วแต่เป็นรหัสของสารที่ไม่ใช้คำ

2.2 เนื้อหาของสาร

เนื้อหาของสารที่มนุษย์สื่อสารกันนั้นครอบคลุมความรู้และประสบการณ์ของมนุษย์ที่มนุษย์ต้องการที่จะถ่ายทอดแลกเปลี่ยนเพื่อความเข้าใจร่วมกัน เราอาจแบ่งเนื้อหาของสารได้เป็น 2 ประเภท

2.2.1 สารประเภทข้อเท็จจริง ได้แก่ สารที่รายงานให้ทราบถึงความจริงต่างๆ ที่มีอยู่ในโลกทางกายภาพ อันอยู่ในวิสัยที่มนุษย์จะตรวจสอบได้ถึงความแน่นอนถูกต้องของสารนั้น ถ้าพิสูจน์ตรวจสอบแล้ว สารนั้นเป็นจริง สารนั้นก็จัดได้ว่าเป็นสารที่มีคุณภาพ ควรแก่การเชื่อถือ

2.2.2 สารประเภทข้อคิดเห็น ได้แก่ สารที่เกี่ยวกับปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในจิตใจจากการประเมินของผู้ส่งสาร อาจเป็นความรู้สึก แนวคิด ความเชื่อที่บุคคลมีต่อตนเอง ต่อบุคคลอื่น สารประเภทนี้เป็นสารที่ไม่อยู่ในวิสัยที่จะถูกตรวจสอบได้ว่าเป็นจริงหรือไม่ สารประเภทข้อคิดเห็นนี้ ยังสามารถแบ่งได้เป็น

2.2.2.1 ข้อคิดเห็นในเชิงประเมินค่า ได้แก่ สารที่ชี้บ่งลงไปว่าอะไรดีหรือไม่ดี ควรหรือไม่ควร ถูกหรือผิด ฯลฯ

2.2.2.2 ข้อคิดเห็นเชิงแนะนำ ได้แก่ สารที่บอกกล่าวให้ผู้รับสารทราบว่าควรทำอะไร ด้วยขั้นตอนอย่างไรจึงจะได้ผลสมความมุ่งหมาย

2.2.2.3 ข้อคิดเห็นเชิงตั้งข้อสังเกต ได้แก่ สารที่ชี้ให้เห็นลักษณะที่แฝงอยู่ของบุคคล วัตถุ เหตุการณ์ และพฤติกรรมต่างๆ เพื่อให้ผู้รับสารเกิดการพิจารณาอย่างถ่องแท้

2.2.2.4 ข้อคิดเห็นเชิงตัดสินใจ หมายถึง สารที่เป็นข้อเสนอหลักการ ทางเลือก เพื่อการตัดสินใจเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ

2.2.2.5 ข้อคิดเห็นเชิงแสดงอารมณ์ ได้แก่ สารซึ่งแสดงสภาพอารมณ์ ความรู้สึก นิสัยใจคอ ทศนคติ ความกระตือรือร้นของผู้ส่งสาร สารประเภทนี้อาจกินความกว้างขวางมาก ตั้งแต่คำทักทายไปจนถึงภาพเขียนและกวีนิพนธ์ที่เขียนขึ้นแสดงบรรยายความรู้สึกและอารมณ์ต่อสิ่งต่างๆ

2.3 การจัดสาร

สารที่ถูกจัดเตรียมมาอย่างดี ทั้งในเรื่องของการเรียบเรียง ลำดับความ ระดับความยากง่าย รูปแบบการใช้ภาษา จะทำให้สารนั้นมีคุณสมบัติในการสื่อสารได้

3. ช่องทางหรือสื่อ

ในการสื่อสารใดๆก็ตาม ผู้ส่งสารย่อมต้องอาศัยช่องทางหรือสื่อให้ทำหน้าที่นำสารไปยังผู้รับสาร โดยทั่วไปแล้ว สารที่ถูกผู้ส่งถ่ายทอดไปยังผู้รับสารจะเข้าไปสู่ระบบการรับรู้ของมนุษย์โดยผ่านประสาทสัมผัสทางใดทางหนึ่งหรือหลายทาง ได้แก่

1. ทางการเห็น โดยประสาทตา
2. ทางการได้ยิน โดยประสาทหู
3. ทางการได้กลิ่น โดยประสาทจมูก
4. ทางการสัมผัส โดยประสาทกาย
5. ทางการลิ้มรส โดยประสาทลิ้น

ในการสื่อสารระหว่างบุคคล 2 คน ที่อยู่ต่อหน้ากัน สารจะผ่านช่องทางที่เป็นระบบการรับรู้ของมนุษย์โดยผ่านประสาทสัมผัส ไปสู่การรับรู้ของผู้กระทำการสื่อสารทั้ง 2 ฝ่าย แต่ในการสื่อสารสำหรับผู้ที่อยู่ห่างไกลกัน มนุษย์ไม่สามารถใช้ทางติดต่อที่มนุษย์มีอยู่ได้ มนุษย์จึงสร้างสื่อขึ้นมาเป็นเครื่องช่วยให้การติดต่อระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารเป็นไปได้

4. ผู้รับสาร

ในกระบวนการสื่อสาร ผู้ส่งสารมีบทบาทขั้นพื้นฐานอยู่ 2 ประการ คือ

1. การกำหนดรู้ความหมายตามเรื่องราวที่ผู้ส่งสารผ่านสื่ออย่างใดอย่างหนึ่งมาถึงตน
2. การแสดงปฏิกิริยาตอบสนองต่อผู้ส่งสาร

องค์ประกอบทั้ง 4 นี้ มีความสำคัญอย่างยิ่งในการที่จะทำให้การสื่อสารนั้น ประสบผลสำเร็จ ในการศึกษานี้ ผู้วิจัยจะขอเน้นถึงช่องทางการสื่อสาร (Channel) ซึ่งเป็นวิถีทางที่ผู้ส่งสารนำข่าวสารไปยังผู้รับสาร หรือผู้รับสารได้รับสารโดยผ่านช่องทางการสื่อสารหรือสื่อต่างๆ อันได้แก่ (เสถียร เขยประดับ : 2525)

1. ช่องทางที่เป็นสื่อมวลชน คือ ช่องทางที่สามารถทำให้แหล่งสารที่ประกอบด้วยบุคคลคนหนึ่งหรือบุคคลไม่กี่คนสามารถส่งสารไปยังผู้รับเป้าหมายจำนวนมากๆได้เช่น ภาพยนตร์ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ซึ่งคุณลักษณะของช่องทางที่เป็นสื่อมวลชน ได้แก่

- ความสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายจำนวนมากๆได้ในเวลารวดเร็ว
- ความสามารถให้ความรู้และแพร่กระจายข่าวสารได้ดี
- ความสามารถนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ไม่พึงรำลึกได้

2. ช่องทางที่เป็นสื่อระหว่างบุคคล คือ ช่องทางที่เกี่ยวข้องในการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบเผชิญหน้าระหว่างบุคคลสองคน หรือมากกว่า ซึ่งคุณลักษณะของช่องทางที่เป็นสื่อระหว่างบุคคล ได้แก่

- ความสามารถทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบสองทาง ถ้าผู้รับสารไม่เข้าใจสาร ก็สามารถซักถามหรือขอข่าวสารเพิ่มเติมจากผู้ส่งสารได้ในเวลาอันรวดเร็ว ส่วนผู้ส่งสารก็สามารถปรับปรุงแก้ไขข่าวสารที่ส่งออกไปให้ตรงตามความต้องการและความเข้าใจของผู้รับสารได้ในเวลาอันรวดเร็วเช่นกัน

- ความสามารถในการจูงใจบุคคลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติดั้งเดิมที่ยึดถืออยู่ได้

โรเจอร์สและสเวนนิ่ง (Rogers and Svenning, 1969 : 125 อ้างถึงใน ปรมะ สตะเวทิน, 2538 : 162-163) ได้เปรียบเทียบคุณลักษณะของสื่อบุคคลและสื่อมวลชนไว้ ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงการเปรียบเทียบคุณลักษณะของสื่อบุคคลและสื่อมวลชน

คุณสมบัติในการสื่อสาร	สื่อบุคคล	สื่อมวลชน
1. ลักษณะของการสื่อสาร	แบบสองทาง	แบบทางเดียว
2. ความรวดเร็วในการส่งสารไปยังคนจำนวนมาก	ช้า	เร็ว
3. ความถูกต้องของสารเมื่อส่งไปยังคนจำนวนมาก	น้อย	มาก
4. ความสามารถในการเลือกผู้รับสาร	มาก	น้อย
5. ความสามารถในการที่จะจัดการเลือกของผู้รับสาร	มาก	น้อย
6. โอกาสที่จะได้รับการสื่อสารกลับ	มาก	น้อย
7. ผล (effect)	เปลี่ยนทัศนคติผู้รับสาร	เปลี่ยนความรู้ผู้รับสาร

แบบจำลองการสื่อสารขั้นพื้นฐาน

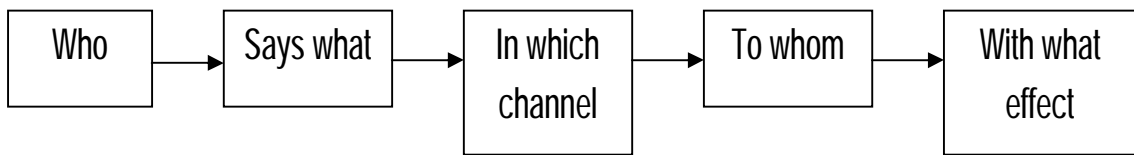
นักทฤษฎีการสื่อสารได้สร้างแบบจำลองขึ้น เพื่อช่วยอธิบายและทำความเข้าใจเกี่ยวกับการสื่อสารเป็นจำนวนมาก เช่น

แบบจำลองตามแนวคิดของลาสเวลล์

ฮาร์โรลด์ ดี ลาสเวลล์ นักรัฐศาสตร์ชาวอเมริกันได้เสนอบทความที่เป็นการเริ่มต้นอธิบายการสื่อสารที่มีคนรู้จักมากที่สุด ในปี พ.ศ.2491 โดยได้เสนอว่า วิธีที่สะดวกที่จะอธิบายการกระทำการสื่อสารก็คือ การตอบคำถามต่างๆ ต่อไปนี้ คือ

- ใคร (who)
- กล่าวอะไร (says what)
- ในช่องทางใด (in which channel)
- ถึงใคร (to whom)
- พร้อมด้วยผลอะไร (with what effect)

ข้อความดังกล่าวนี้เป็นที่รู้จักและอ้างถึงในฐานะที่เป็นแบบจำลองของลาสเวลล์ ซึ่งสามารถเขียนเป็นแบบจำลองในเชิงแผนภูมิได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 แบบจำลองของลาสเวลล์

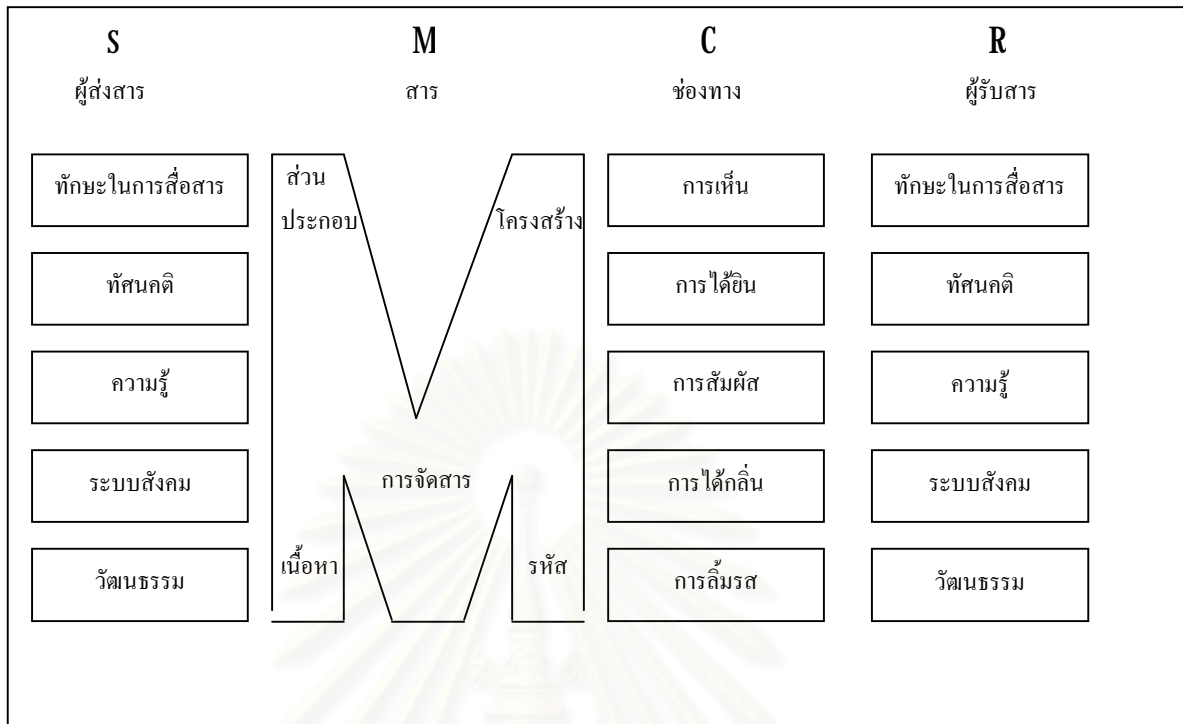
แบบจำลองตามแนวคิดของเบอร์โล

เดวิด เค เบอร์โล ได้เสนอแบบจำลองการสื่อสารไว้ในปี พ.ศ.2503 เบอร์โลอธิบายว่า การสื่อสารประกอบด้วยส่วนประกอบพื้นฐานสำคัญ 6 ประการด้วยกัน คือ

1. แหล่งสาร (communication source)
2. ผู้เข้ารหัส (encoder)
3. สาร (message)
4. ช่องทาง (channel)
5. ผู้ถอดรหัส (decoder)
6. ผู้รับสาร (communication receiver)

แต่การเสนอเป็นแบบจำลองนั้น เบอร์โลได้รวมเอาแหล่งสารและผู้เข้ารหัสเอาไว้ด้วยกันในฐานะของต้นแหล่งสารหรือผู้ส่งสาร และรวมผู้ถอดรหัสกับผู้รับสารไว้ด้วยกัน แบบจำลองของเบอร์โลเป็นที่รู้จักกันดีในชื่อ แบบจำลอง SMCR ของเบอร์โล (Berlo's SMCR Model) ดังปรากฏในภาพต่อไปนี้

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาพที่ 2 แสดงแบบจำลองการสื่อสารของเดวิด เค เบอร์โล

ตามแนวคิดของเบอร์โลนั้น ผู้ส่งสาร คือ บุคคลซึ่งเป็นผู้เริ่มต้นการสื่อสารทำหน้าที่ในการเข้ารหัสสาร ผู้ส่งสารจะทำหน้าที่ในการสื่อสารได้ดีหรือไม่เพียงไรนั้นขึ้นอยู่กับคุณสมบัติในด้านต่างๆ 5 ประการ คือ

1. ทักษะในการสื่อสาร ได้แก่ ความสามารถในการพูด การเขียน และความสามารถในการคิดและการใช้เหตุผล ความสามารถเหล่านี้มีอิทธิพลต่อความสามารถในการเตรียมและการมีส่วนร่วมในการสื่อสาร

2. ทัศนคติ หมายถึง วิธีการที่บุคคลประเมินสิ่งต่างๆ โดยความโน้มเอียงของตนเองเพื่อที่จะเข้าถึงหรือหลีกเลี่ยงสิ่งนั้นๆ ทัศนคติในการสื่อสารมีได้หลายประการ นับตั้งแต่ทัศนคติต่อตนเอง ต่อหัวข้อของการสื่อสาร ทัศนคติต่อผู้รับสาร และทัศนคติต่อสถานการณ์แวดล้อมการสื่อสารในขณะนั้น ซึ่งทัศนคติเหล่านี้จะมีผลโดยตรงต่อการสื่อสาร

3. ความรู้ หมายถึง ความรู้ของผู้ส่งสารในเรื่องและเหตุการณ์ต่างๆ บุคคลหรือกรณีแวดล้อมของสถานการณ์การสื่อสารในครั้งหนึ่งๆ ความรู้เป็นเรื่องสำคัญเพราะความถูกต้องแม่นยำของการสื่อสารขึ้นอยู่กับความรู้เป็นสำคัญ

4. ระบบสังคม ความสำคัญของระบบสังคมต่อผู้ส่งสารก็คือ สังคมจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมกรรมการสื่อสารของบุคคล ทั้งนี้เพราะบุคคลขึ้นอยู่กับกลุ่มทางสังคม ทั้งที่เป็นกลุ่มปฐมภูมิและกลุ่มทุติยภูมิ

5. ระบบวัฒนธรรม หมายถึง ขนบธรรมเนียม ค่านิยม ความเชื่อ ซึ่งเป็นของมนุษย์ในสังคม และเป็นตัวกำหนดที่สำคัญในการสื่อสาร การสื่อสารระหว่างบุคคลต่างวัฒนธรรม อาจประสบความล้มเหลวได้ อันเนื่องมาจากความคิดและความเชื่อที่ไม่เหมือนกันระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร

สำหรับองค์ประกอบของการสื่อสารอย่างที่ 2 ตามแนวคิดของเบอร์โลนีน ได้แก่ สาร ซึ่งเบอร์โลนีนได้อธิบายความหมายไว้ว่า สาร คือ ผลผลิตทางกายภาพที่เป็นจริงอันเกิดจากผลของการเข้ารหัสของผู้ส่งสาร สารหมายรวมถึงถ้อยคำ เสียง การแสดงออกทางสีหน้า อากัปกริยาท่าทาง ซึ่งเราสร้างขึ้นในขณะที่เป็นผู้ส่งสาร ตามความคิดของเบอร์โลนีน สารมีคุณสมบัติ 3 ประการด้วยกัน คือ

1. รหัสของสาร (message code)
2. เนื้อหา (content)
3. การจัดสาร (treatment) อันได้แก่ วิธีการที่ผู้ส่งสารเลือกและจัดเตรียมเนื้อหาของสาร คุณสมบัติเหล่านี้ก็คือ การใช้ภาษา ไวยากรณ์ ศัพท์ ความหมายทั้งโดยตั้งใจและไม่ตั้งใจ รวมทั้งคำถาม คำอุทาน ความคิดเห็นและอิทธิพลต่างๆ ซึ่งทำให้เกิดแก่นสารของการสื่อสารขึ้นมา สารที่ถูกจัดเตรียมอย่างดีจึงจะสามารถก่อให้เกิดการรับรู้ความหมายในผู้รับสารได้

องค์ประกอบต่อมาคือ ช่องทาง ซึ่งถือได้ว่าเป็นพาหนะนำสารไปสู่ผู้รับสาร ตามทศนะของเบอร์โลนีน ทางติดต่อหรือช่องทางที่นำสารไปสู่ประสาทรับรู้ลึกทั้ง 5 ได้แก่

1. การเห็น
2. การได้ยิน
3. การสัมผัส
4. การได้กลิ่น
5. การลิ้มรส

การสื่อสารแบบอยู่ต่อหน้าเป็นการใช้ช่องทางการสื่อสารทั้ง 5 ประการที่กล่าวมา
นี้ประกอบกัน

ลักษณะของกระบวนการของการสื่อสาร

1. การสื่อสารมีลักษณะเป็นกระบวนการ

เพราะการสื่อสารเป็นกิจกรรมที่เปลี่ยนแปลงต่อเนื่องกันจากจุดหนึ่งไปยังอีก
จุดหนึ่ง และดำเนินต่อไปเรื่อยๆ ตลอดเวลา หรืออาจกล่าวได้ว่า การสื่อสารเป็นกระบวนการที่
เคลื่อนที่ไปข้างหน้าเท่านั้น ย้อนกลับมาเหมือนเดิมอีกไม่ได้ เพราะมนุษย์ทำการสื่อสารอยู่ทุกขณะ
การรับรู้ของมนุษย์เกิดขึ้นตลอดเวลาไม่เฉพาะเวลาใดเวลาหนึ่งเท่านั้น

2. การสื่อสารเป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการทางจิตวิทยา

การสื่อสารเป็นกระบวนการที่ไม่ได้เกิดขึ้นโดยตัวของมันเอง แต่มีความเกี่ยวพัน
กับระบบการรับรู้ การคิด การเรียนรู้ การจำ ที่มนุษย์มีต่อสิ่งต่างๆ กระบวนการของการสื่อสารจะ
ประกอบไปด้วยกระบวนการคิดและการใช้ภาษา กระบวนการส่งและรับสาร ตลอดจน
กระบวนการของการแลกเปลี่ยนข่าวสารเพื่อความเข้าใจร่วมกัน

3. การสื่อสารเป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการทางสังคมและ วัฒนธรรม

เพราะมนุษย์อยู่กันเป็นกลุ่ม กลุ่มทางสังคมในระดับต่างๆ จะทำให้มนุษย์มี
สถานภาพและบทบาทที่แตกต่างกัน ระบบค่านิยม ทัศนคติ บรรทัดฐานของกลุ่มจะมีบทบาท
สำคัญในการกำหนดให้เกิดพฤติกรรมการสื่อสารต่างๆ

4. การสื่อสารเป็นกระบวนการซึ่งมีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ของมนุษย์

กระบวนการสื่อสารเกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมทางกายภาพ อันมีผลกำหนด
พฤติกรรมของการสื่อสารและผลของการสื่อสาร การสื่อสารในสถานการณ์และสภาพแวดล้อมที่
ต่างกัน จะทำให้พฤติกรรมการสื่อสารและผลของการสื่อสารต่างกัน

ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับการสื่อสารในองค์การ

การสื่อสารในองค์การ คือ กระบวนการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างบุคคลทุกระดับ ทุกหน่วยงาน โดยมีความสัมพันธ์กันภายใต้สภาพแวดล้อม บรรยากาศขององค์การ ซึ่งสามารถปรับเปลี่ยนไปได้ตามกาลเทศะ บุคคล ตลอดจนสาระเรื่องราวและวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร (กริช สืบสนธิ์ 2537 : 64)

Katz และ Khan (อ้างถึงใน กริช สืบสนธิ์, 2525 : 15-16) เห็นว่าการติดต่อสื่อสารในหน่วยงานเป็นการถ่ายทอดข่าวสาร การแลกเปลี่ยนข่าวสาร และการตีความข่าวสารในองค์การ

ส่วน Greenbaum (อ้างถึงใน กริช สืบสนธิ์, 2525 : 15-16) เห็นว่าการติดต่อสื่อสารในองค์การมีหน้าที่ในการสร้าง การประสานงาน และสร้างกิจกรรมต่างๆ อันเป็นประโยชน์แก่หน่วยงาน

Bernard (อ้างถึงใน พะยอม วงศ์สารศรี, 2531 : 5) เป็นผู้เริ่มต้นให้ความสำคัญกับการติดต่อสื่อสารในองค์การ เขาเห็นว่าการติดต่อสื่อสารจะเป็นสื่อกลาง (means) ที่เชื่อมโยงความสัมพันธ์ของบุคคลต่างๆ ในองค์การให้เข้าเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และอาจช่วยให้ปฏิบัติงานสำเร็จตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์การได้

อรุณ รักรธรรม (2525 : 493) กล่าวว่า การสื่อสารในองค์การเป็นสื่อนำความต้องการความคิดความรู้สึก ไปสู่ความเข้าใจในเป้าหมายระหว่างบุคคลต่อบุคคล กลุ่มต่อกลุ่ม บุคคลต่อกลุ่ม หรือระหว่างองค์การเข้าด้วยกันเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างสอดคล้องหรือตรงกับวัตถุประสงค์ขององค์การ

สมยศ นาวิการ และ ผุสดี รุมาคม (2520 : 459-460) กล่าวว่า การสื่อสารในองค์การเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างอิทธิพลต่อบุคคลและกลุ่ม เพื่อที่จะให้มีการปฏิบัติตามแบบของพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง จึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการประสานงานและการปฏิบัติหน้าที่ทางบริหารทุกอย่าง

Myers และคณะ (1982 : 7) กล่าวถึงความสำคัญของการสื่อสารในองค์การว่า อาจพิจารณาได้ 3 ลักษณะด้วยกัน คือ

1. การสื่อสารทำให้เกิดความหมาย คนเรียนรู้ความหมายของสิ่งต่างๆได้จากการสื่อสาร การที่บุคคลมีความเข้าใจความหมาย ก็เพราะคนใช้สัญลักษณ์ในการสื่อสารเหมาะสมกับข้อมูลและเหตุการณ์ที่ต้องการ

2. การสื่อสารทำให้คาดคะเนความคิดกันได้ นอกจากการสื่อสารจะทำให้บุคคลเข้าใจความหมายกันได้แล้ว ยังทำให้สองฝ่ายคาดคะเนในการกระทำหรือความคิดกันได้โดยการเรียนรู้จากประสบการณ์ที่เกิดจากรูปแบบการสื่อสาร

3. การสื่อสารทำให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลกัน ในรูปแบบต่างๆเพื่อสร้างความเข้าใจระหว่างกัน

นอกจากนี้ เสนาะ ตีเยวาร์ และคณะ (2521 : 216) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการสื่อสารในองค์การว่ามี 2 ประการ คือ

1. เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานได้ทราบข่าวสารที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานของเขา
2. เพื่อเสริมสร้างทัศนคติที่ดี ซึ่งจะช่วยให้ส่งเสริมให้เกิดการประสานงานระหว่างฝ่ายต่างๆ ให้มีการทำงานที่ดี และช่วยให้เกิดความพอใจในการทำงานด้วย

จากนิยามความหมายและความสำคัญของการสื่อสารในองค์การที่กล่าวมา จะเห็นได้ว่าการสื่อสารเป็นตัวเชื่อมกิจกรรมต่างๆระหว่างหน่วยงานในองค์การในฐานะที่เป็นเครื่องมือในการทำงาน การดำเนินกิจกรรมทุกชนิดขององค์การต้องอาศัยการสื่อสารเป็นสื่อกลางเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของบุคคลต่างๆภายในองค์การให้เข้าใจเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เพราะการทำให้คนมีความคิดความเข้าใจที่เหมือนกันหรืออย่างเดียวกันย่อมจะทำให้การดำเนินงานในด้านต่างๆเป็นไปด้วยดีมีประสิทธิภาพตรงกับวัตถุประสงค์ขององค์การ ดังนั้นความสำเร็จหรือความล้มเหลวขององค์การส่วนหนึ่งจึงขึ้นอยู่กับระบบการติดต่อสื่อสารภายในองค์การ

พฤติกรรมการสื่อสารในองค์การ

การสื่อสารในองค์การมี 3 ระดับ คือ

1. การสื่อสารจากผู้บังคับบัญชาไปยังพนักงานหรือที่เรียกว่า การสื่อสารจากบนลงล่าง

2. การสื่อสารจากพนักงานไปยังผู้บังคับบัญชาหรือที่เรียกว่า การสื่อสารจากล่างขึ้นบน

3. การสื่อสารระหว่างพนักงานในระดับเดียวกันในการจัดการและการบริหารงาน แต่ละองค์การย่อมมีความแตกต่างกันออกไป

ส่วนวัฒนธรรมในองค์การประเภทระบบราชการ ซึ่งได้แก่ องค์การและการจัดการที่ยึดการแบ่งสายงานตามยศ ชั้น มีการกำหนดสายการบังคับบัญชา อำนาจหน้าที่ไว้อย่างชัดเจน เน้นความเชี่ยวชาญตามตำแหน่งหน้าที่ จะไม่มีใครทำอะไรตามใจตัวเองได้ ทุกอย่างจะมีกฎเกณฑ์ ข้อบังคับ พยายามป้องกันการเล่นพรรคเล่นพวก หรือที่เรียกว่าระบบอุปถัมภ์

ในองค์การเช่นนี้ ค่านิยมและความเชื่อ ตลอดจนขนบธรรมเนียม จะค่อยถูกปลูกฝังลงไปในตัวสมาชิก มีการถ่ายทอด ให้ทุกคนเข้าใจกฎเกณฑ์ การปฏิบัติและการลงโทษ องค์การที่จะช่วยให้เข้าใจได้ง่ายคือ หน่วยงานของรัฐมักจะใช้ระบบนี้ ฝ่ายบริหารพยายามสื่อสารกับพนักงานเป็นลายลักษณ์อักษร ขณะที่พนักงานเองก็มักจะเรียกร้องคำสั่ง การสั่งงาน การเตือน เป็นภาษาเขียนเพื่อเก็บไว้เป็นหลักฐาน จึงกลายเป็นค่านิยมหรือความเชื่อในการจับผิด การสร้างเกราะป้องกันตนเองในการทำงาน บุคลากรส่วนใหญ่จะเป็นคนปกป้องตนเองไม่ยอมรับความผิดพลาด ไม่ค่อยฟังใครนอกจากผู้บังคับบัญชาขึ้นตรงและทำงานตามตัวหนังสือกำหนด

ความเชื่อในความละเอียด ความถูกต้อง ทำให้เกิดค่านิยมใหม่ คือ ข้าน้อยไม่เป็นไร ความถูกต้องเป็นสิ่งสำคัญ ระบบนี้จึงค่อนข้างจะเป็นอุปสรรคในการสร้างค่านิยมให้บุคลากรเห็นคุณค่าของเวลาที่เสียไป เรื่องจึงกลายเป็นว่าความล่าช้าเป็นธรรมเนียมในการทำงาน อย่างไรก็ตามระบบนี้ไม่ใช่ระบบที่ไร้ค่า เพราะส่วนดีของระบบนี้คือ ความมีเหตุมีผลในการแบ่งและจัดงานมีความมั่นคง หากปรับหรือสร้างค่านิยมเสริมเพื่อแก้ไขจุดอ่อนต่างๆ ด้วยความเข้าใจ อันถูกต้องก็จะเป็นระบบที่มีประสิทธิภาพได้เช่นกัน (อ้างถึงใน กริช สืบสนธิ์, 2537 : 119-120)

ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

คำว่า การประชาสัมพันธ์ ตรงกับภาษาอังกฤษว่า Public Relations ถ้าจะพิจารณาจากศัพท์ระหว่างภาษาไทยและภาษาอังกฤษแล้ว จะเห็นว่า

Public	ประชา	หมู่คน	กลุ่มคน
Relations	สัมพันธ์	การผูกพัน	เกี่ยวโยง

วิชาการประชาสัมพันธ์จึงเป็นวิชาที่ว่าด้วยการเกี่ยวข้องกับผูกพันกับหมู่คน หรือความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงาน สถาบัน กับกลุ่มประชาชนเป้าหมาย

มีผู้ให้ความหมายหรือนิยามของการประชาสัมพันธ์แตกต่างกันไปตามทัศนะและมุมมองของนักวิชาการและนักวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์ เช่น

Cuttlip และ Center (1978 : 16) ให้คำจำกัดความการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า การประชาสัมพันธ์เป็นความพยายามที่มีการวางแผนล่วงหน้า เพื่อสร้างอิทธิพลต่อความคิดเห็นของประชาชน โดยอาศัยหลักการที่ดีและการกระทำอย่างมีความรับผิดชอบด้วยวิธีการสื่อสารสองทางในอันที่จะสร้างความเข้าใจซึ่งกันและกัน

สถาบันการประชาสัมพันธ์แห่งสหราชอาณาจักร (The British Institute of Public Relations) ให้ความหมายว่าการประชาสัมพันธ์ หมายถึงการกระทำที่มีการวางแผนอย่างรอบคอบเพื่อรักษาไว้ซึ่งความเข้าใจอันดีระหว่างองค์การและประชาชน (อ้างถึงใน Wilcox และคณะ, 1986 : 5)

สำหรับนักวิชาการและนักวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย ได้อธิบายความหมายของการประชาสัมพันธ์ในหลายลักษณะ ดังนี้

การประชาสัมพันธ์ คือ วิธีการของสถาบันอันมีแผนการและการกระทำที่ดี ต่อเนื่องกันในอันที่จะสร้างหรือยังให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชน เพื่อให้สถาบันและกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องมีความรู้ความเข้าใจ และให้ความสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกัน อันจะเป็นประโยชน์ให้สถาบันนั้นๆ ดำเนินงานไปได้ผลดีสมความมุ่งหมาย โดยมีประชาปฏิบัติเป็นแนวบรรทัดฐานสำคัญด้วย (สะอาด ต้นศุภผล, 2507 : 167)

การประชาสัมพันธ์ คือกิจกรรมที่ปฏิบัติต่อเนื่องตามแผนที่วางไว้ เพื่อเสริมสร้างความเชื่อถือศรัทธาในบุคคลและสถาบัน (ประจวบ อินอืด, 2520 : 30)

การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การปฏิบัติทุกวิถีทางอย่างมีแผนการต่อประชาชนหรือกลุ่มชนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง เพื่อให้กลุ่มชนนั้นมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องราวและก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีต่อกันในที่สุด (อุทัย หิรัญโต, 2520 : 4)

การประชาสัมพันธ์เป็นการดำเนินงานอย่างมีแผนโดยอาศัยการสื่อสารสองวิถี เพื่อโน้มน้าวมหาชนให้เข้าใจและยอมรับนโยบายและการปฏิบัติงานของสถาบันที่เกี่ยวข้อง (บุญเลิศ ศุภดิลก, 2523 : 218)

การประชาสัมพันธ์เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องผูกพันกับหมู่คน หรือความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงาน สถาบัน กลุ่มประชาชน (วิรัช ลธิรัตนกุล, 2529 : 5)

การประชาสัมพันธ์เป็นเรื่องของความพยายามที่มีการวางแผนล่วงหน้า ที่จะสร้างอิทธิพลเหนือความรู้สึกนึกคิดของกลุ่มประชาชน ให้เกิดทัศนคติที่ดี เกิดสัมพันธภาพที่ดีต่อหน่วยงานและองค์การต่างๆ เพื่อที่จะนำไปสู่ความร่วมมือและความช่วยเหลือต่อไปในอนาคต (เสรี วงษ์มณฑา, 2530 : 3)

การประชาสัมพันธ์ที่ดี หมายถึง วิธีการของสถาบันหรือหน่วยงานที่ดำเนินงานอยู่บนพื้นฐานของความจริง โดยมีแผนการดำเนินงานที่ถูกต้อง และการกระทำต่อเนื่องกันไป ในการที่จะสร้างหรือก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีของบุคคลหรือสถาบันกับกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้มีความรู้ความเข้าใจ และสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกัน อันจะเป็นประโยชน์ให้สถาบันนั้นสามารถดำเนินงานไปได้ด้วยดีสมความมุ่งหมาย มีการดำเนินงานในระบบบุคคลวิถี โดยมีประชาคมติเป็นแนวบรรทัดฐาน (ชาคริต จุลกะเสวี, 2531 : 12)

การประชาสัมพันธ์คือ กิจกรรมขององค์การที่ทำต่อเนื่องอย่างมีแผน มีประชาคมติเป็นแนวบรรทัดฐาน เพื่อให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายเกิดความนิยมชมชอบ ความเลื่อมใสศรัทธา ความเข้าใจอันดี และความไว้นับถือเชื่อใจ (ระเด่น ทักษณา, 2531 : 56)

พรทิพย์ วรกิจโกคาทร (2533 : 5-8) แสดงทัศนะถึงการประชาสัมพันธ์ว่าต้องมีคุณลักษณะสำคัญดังนี้

1. เป็นการทำงานที่มีจุดมุ่งหมาย เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างสถาบันกับประชาชน
2. เป็นการทำงานที่มีการวางแผนสุ่มรอบคอบ และมีการติดตามประเมินผล
3. เป็นการทำงานในรูปของการสื่อสารซึ่งเป็นการสื่อสารสองทางและเป็นการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ

4. เป็นการทำงานที่ต้องการมีอิทธิพลทางความคิด และทัศนคติของประชาชน
กลุ่มเป้าหมาย

5. เป็นการทำงานที่ต่อเนื่องและหวังผลระยะยาว

โดยสรุป ความหมายของการประชาสัมพันธ์ที่เข้าใจได้ง่ายๆ คือ วิธีการสื่อสาร
อย่างมีแบบแผน เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างองค์การหรือหน่วยงานกับสาธารณชน อันจะ
นำมาซึ่งความเชื่อถือศรัทธาและนำไปสู่ความร่วมมือและการสนับสนุนการดำเนินงานขององค์การ
หรือหน่วยงาน จะเห็นได้ว่าความหมายของการประชาสัมพันธ์ดังกล่าวนี้ มุ่งถึงการสร้างความ
เข้าใจอันดีระหว่างสถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง และเป็นกระบวนการสัมพันธ์ 2 ทาง โดย
มุ่งเน้นถึงการยอมรับความร่วมมือของกลุ่มบุคคลที่มีต่อการปฏิบัติงานขององค์การด้วย

ประเภทและลักษณะของกิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์

วิจิตร อวระกุล (2522 : 44-49) ได้อธิบายถึงประเภทของการประชาสัมพันธ์พอสรุป
ได้ว่าการประชาสัมพันธ์นั้นแบ่งออกเป็น 3 ประเภท โดยได้แบ่งให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการ
ประชาสัมพันธ์ คือ

1. การประชาสัมพันธ์ภายใน
2. การประชาสัมพันธ์ภายนอก
3. การประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจ

การประชาสัมพันธ์ภายใน

การประชาสัมพันธ์ภายใน ก็คือการสร้างความเข้าใจอันดีและความสัมพันธ์อันดี
กับกลุ่มเป้าหมายภายในสถาบันหรือหน่วยงานนั่นเอง จุดประสงค์ที่ต้องมีการดำเนินการ
ประชาสัมพันธ์ภายในก็เพื่อประโยชน์ในการช่วยเหลือหรือส่งเสริมสนับสนุนการบริหารงานของ
หน่วยงานหรือสถาบัน โดยทั่วไปมักดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อช่วยในการบริหารงานดังนี้

1. เพื่อเรียกร้องความร่วมมือ ร่วมใจ ความนิยมเลื่อมใส เชื่อถือ ศรัทธาจาก
ผู้ร่วมงาน เจ้าหน้าที่ พนักงาน เพื่อจะได้แก้ไขปรับปรุงบริหารและการดำเนินงานให้ถูกต้องตรงกับ
ความต้องการของบุคลากร
2. เพื่อสร้างและรักษาสัมพันธ์ภาพอันดีระหว่างฝ่ายบริหารกับพนักงาน และ
เพื่อส่งเสริมพัฒนาทัศนคติในการทำงานที่ดีและถูกต้องของเจ้าหน้าที่ พนักงาน

3. เพื่อเพียรพยายามที่จะลดความตึงเครียด ชัดแย้ง ความไม่เข้าใจในบรรยากาศของการทำงาน ตลอดจนให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างการทำงานกับการพักผ่อนหย่อนใจ บันทึกลง เพื่อให้การบริหารบริการ และดำเนินงานเป็นไปด้วยความราบรื่น
4. เพื่อเป็นการให้ข่าวสารให้ความรู้ความเข้าใจแก่พนักงาน เพื่อเจ้าหน้าที่จะได้มีความรู้ความเข้าใจในนโยบาย วัตถุประสงค์ ระเบียบปฏิบัติ และเรียกร้องให้เกิดกำลังใจ ได้นำใจสนับสนุนการปฏิบัติงานตามระเบียบด้วยความร่วมมือ เต็มใจ
5. เพื่อพัฒนาและรักษาคุณภาพระดับการติดต่อสื่อสารภายในองค์การให้ทั่วถึงอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการให้ได้ว่าซึ่งข่าวสาร เหตุผลและคำอธิบาย การแสดงต่อต่อความคิดเห็น ปฏิกริยา ปัญหา และความรู้สึกในด้านต่างๆทั้งภายใน และภายนอกหน่วยงาน
6. เป็นการสร้างและบำรุงขวัญของการทำงาน ทำให้เกิดความราบรื่นในการบริหารงาน
7. เพื่อพัฒนาให้เกิดความสำนึกว่าองค์การนั้นเป็นศูนย์รวมของทุกคน และทุกคนต้องเป็นตัวแทนที่ดีขององค์การในการประพฤติ ปฏิบัติ บริการต่อชุมชน ตลอดจนความรู้สึกว่ามีส่วนร่วมในการบริหารดำเนินการของหน่วยงาน ส่งเสริมให้ทุกคนได้มีโอกาสแสดงหรือเสนอความคิดเห็น ข้อเสนอแนะในการสร้างสรรค์ เพื่อปรับปรุงวิธีปฏิบัติงานและการดำเนินงาน

การประชาสัมพันธ์ภายนอก

การประชาสัมพันธ์ภายนอกเป็นการสร้างความเข้าใจอันดีและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มเป้าหมายภายนอกสถาบัน หรือหน่วยงานอันได้แก่ ประชาชนโดยทั่วไป หรือส่วนราชการ หรือหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง

การดำเนินการประชาสัมพันธ์ภายนอกเพื่อวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1. เพื่ออธิบาย ชี้แจง ให้กลุ่มเป้าหมายได้ทราบเรื่องราวความเป็นจริง
2. เพื่อเป็นการบอกกล่าว เพื่อเป็นการแถลงข่าว เล่าเรื่องราว ความเป็นไปให้กลุ่มเป้าหมายทราบ
3. เพื่อเผยแพร่ แจ้งความ ประกาศ
4. เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง

5. เพื่อให้เกิดความเข้าใจในเรื่องที่ประชาชนยังเคลือบแคลงสงสัย ซึ่งยังขาดความรู้ ความเข้าใจ ฯลฯ เพื่อเป็นการสื่อสารสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน
6. เพื่อเป็นการให้การศึกษา เพื่อประชาชนจะได้เกิดความเฉลียวฉลาด เป็นการยกระดับความรู้ความเข้าใจให้สูงขึ้น
7. เพื่อการชักจูงใจ เพื่อสนับสนุนการดำเนินงาน
8. เพื่อให้หน่วยงานได้บริการ ตระหนักในภาระหน้าที่และความถูกต้อง บริการแก่สังคมได้ถูกต้อง เหมาะสมตามความมุ่งหมาย และวัตถุประสงค์ของหน่วยงานตามความต้องการของสังคมและประชาชน
9. เพื่อให้เกิดความเชื่อถือไว้วางใจ เพื่อขจัดความเคลือบแคลงสงสัย 'ไม่รู้' เพื่อให้เกิดความราบรื่นของการดำเนินงาน
10. เพื่อให้ประชาชนเกิดความเลื่อมใสศรัทธาในสถาบันในเรื่องจริยธรรม ศีลธรรม ความถูกต้อง ไม่หลอกลวง ไม่ฉวยโอกาส ฯลฯ

การประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจ

การประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจนี้ จัดให้มีขึ้นเพื่อให้เหมาะสมตรงตามลักษณะของวัตถุประสงค์เฉพาะกิจ เช่น ในกรณีที่มีการชุมนุมประท้วง หรือในกรณีที่ม็องเฉพาะกิจขึ้น ก็จำเป็นต้องตั้งหน่วยงานประชาสัมพันธ์ขึ้น

สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์จะได้รับความสำเร็จหรือมีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่างเข้าด้วยกัน ปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดอย่างหนึ่งคือสื่อซึ่งจะเป็นพาหนะหรือตัวกลางนำสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร

เมื่อกล่าวถึงสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์นั้น สามารถจัดแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ (Scott M. Cutlip, Allen H. Center และ Glen M. Broom, 1985 : 332-384)

1. สื่อที่เป็นการสื่อสารภายใน (Internal Communication Media)
 - ครอบคลุมถึง
 - สื่อสิ่งพิมพ์
 - สื่อคำพูด

- จินตภาพ (The Image) ซึ่งหมายถึงการเสนอสไลด์ ภาพยนตร์ การแสดง
สินค้า การแสดงนิทรรศการ
- 2. สื่อมวลชน ซึ่งครอบคลุมถึงวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และ
ภาพยนตร์

จะเห็นได้ว่าสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์มีหลายชนิด แต่ละชนิดก็มีลักษณะเฉพาะตัวที่แตกต่างกันไป ดังนั้น หากนักประชาสัมพันธ์รู้จักเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์อย่างเหมาะสมแล้ว ย่อมนำไปสู่ความสำเร็จของงานประชาสัมพันธ์นั้นอย่างแน่นอน

ลดาวัลย์ ยมจินดา (2527 : 151-157) ได้กล่าวถึงการเลือกสื่อประชาสัมพันธ์ว่า จะต้องคำนึงถึงข้อพิจารณาในเรื่องต่อไปนี้

1. กลุ่มเป้าหมาย
2. เรื่องหรือข่าวสารที่จะเผยแพร่
3. วัตถุประสงค์ของโครงการประชาสัมพันธ์
4. วัตถุประสงค์ในการเลือกสื่อ
5. ระยะเวลาที่ใช้ในการผลิตสื่อ
6. งบประมาณ
7. ลักษณะของสื่อแต่ละชนิด

ส่วน สะอาด ตันศุภผล (2500 : 134) ได้ให้ข้อพิจารณาในการเลือกสื่อไว้ดังนี้

1. พิจารณากลุ่มประชาชน
2. พิจารณานโยบายที่จะเผยแพร่
3. พิจารณางบประมาณที่จะใช้จ่าย
4. พิจารณานบุคคลดำเนินงานและอุปกรณ์
5. พิจารณากาลเทศะและสถานที่

นอกจากนี้ ประจวบ อินอืด (2525 : 9-11) ยังให้หลักการสำคัญ 3 ประการในการพิจารณาตัดสินใจเลือกสื่อประชาสัมพันธ์ คือ

1. แผนประชาสัมพันธ์ (Plan) ต้องศึกษาว่างานประชาสัมพันธ์นั้นมีวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายอะไร

2. ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย (Target Group) เป็นการกำหนดประชาชนกลุ่มเป้าหมายว่าคือใคร อยู่ที่ไหน มีระดับการศึกษาอย่างไร เพื่อที่จะได้กำหนดสื่อให้เหมาะสม

3. งบประมาณ (Budget) ซึ่งเปรียบเสมือนขอบเขตความสามารถของการประชาสัมพันธ์นั้น

จากข้อพิจารณาของนักวิชาการดังกล่าว จะเห็นได้ว่าตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสื่อของนักประชาสัมพันธ์อยู่หลายตัวแปร คือ วัตถุประสงค์ เนื้อหา ผลจากการวิจัย เวลา งบประมาณ ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย และคุณสมบัติของสื่อ

แต่หากจะพิจารณาจากผู้รับสารในการเลือกเปิดรับข่าวสารจากสื่อแต่ละประเภทนั้น พอจะสรุปได้ว่าผู้รับสารจะเลือกเปิดรับข่าวสารจากสื่อตามคุณสมบัติดังนี้ (พรทิพย์ วรกิจโกศาทร, 2530 : 6-7)

1. เลือกสื่อที่สามารถจัดหาได้ (Availability) คือสื่อที่จะเปิดรับโดยผู้รับสารนั้นจะต้องไม่ใช่สื่อที่หาได้ยากนัก

2. เลือกสื่อที่สอดคล้อง (Consistency) กับความรู้ ความนิยม ความเชื่อและทัศนคติของคน

3. เลือกสื่อที่ตนสะดวก (Convenience) ในปัจจุบันมีสื่อที่สามารถเปิดรับข่าวสารได้จำนวนมากหลายชนิด ผู้รับสารจะไม่เปิดรับข่าวสารจากทุกสื่อ แต่จะเลือกเฉพาะที่ตนเองสะดวกในการจัดหาเป็นหลัก

4. เลือกสื่อตามความเคยชิน (Accustomedness) ปกติจะมีผู้รับสารกลุ่มหนึ่งที่จะไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการรับข่าวสารของตนแม้จะมีสื่อใหม่

5. ลักษณะเฉพาะของสื่อ คุณลักษณะของสื่อเอง เช่น มีภาพ มีเสียง มีแสง หรือมีเทคนิคใหม่ๆก็อาจสร้างความสนใจแก่ผู้รับสารได้

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าการเลือกและใช้สื่อ มักมีวิธีการแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับประเภทของผู้รับ (Type of Audience) ลักษณะของข่าวสาร (Message) และขั้นตอนในกระบวนการยอมรับของผู้รับสาร (Recipient's Stage in Adoption Process) หากเลือกและใช้สื่อแต่ละประเภทไม่เหมาะสมแล้ว ความสำเร็จของโครงการนั้นอาจเป็นไปได้ยากในการส่งข่าวสาร

เพื่อการประชาสัมพันธ์ ย่อมต้องอาศัยสื่อเป็นเครื่องช่วยนำเนื้อหาข่าวสารไปยังผู้รับให้เกิดความเข้าใจชัดเจนถูกต้อง แต่การจะใช้สื่ออะไร อย่างไร ให้บังเกิดผลตามความต้องการนั้นไม่ใช่เรื่องง่าย ๆ ต้องทำความเข้าใจกับสื่อเหล่านั้นให้ดีเสียก่อน และจำเป็นต้องเรียนรู้ถึงธรรมชาติและหน้าที่ของสื่อแต่ละชนิด เพื่อวางแผนการใช้สื่อให้เหมาะสม (อนันต์ธนา อังกินันท์, 2524 : 40)

ความสำคัญของสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละชนิด

เอกสารสิ่งพิมพ์ เป็นสื่อการประชาสัมพันธ์ที่มีลักษณะพิเศษในตัว 4 ประการคือ (สุพิน ปัญญาภัก, 2529 : 68-81)

1. เป็นที่เชื่อถือได้ เพราะเป็นรูปเล่ม สามารถจับต้องได้ ทำให้เกิดเป็นหลักฐานให้คนเชื่อถือได้ดี
2. สร้างความเข้าใจ เพราะผู้อ่านสามารถอ่านได้อย่างช้าๆ อ่านหลายจบจะได้ทำให้เกิดความคิดและเข้าใจเรื่องราวต่างๆ ได้อย่างลึกซึ้ง
3. ให้ความจำ เพราะเมื่อมีการอ่านทบทวนหลายครั้ง ก็ทำให้เกิดความเข้าใจได้ดี โดยเฉพาะตัวเลขหรือรายละเอียดที่สลบซับซ้อน
4. เก็บรักษาไว้ได้นาน เอกสารสิ่งพิมพ์ได้เปรียบสื่อประเภทอื่น เนื่องจากสามารถเก็บรักษาไว้ได้นานเป็นร้อยเป็นพันปี สามารถนำมาค้นคว้าอ้างอิงหรือนำมาอ่านทบทวนได้ตลอดไป

ดังนั้นเอกสารสิ่งพิมพ์จึงเป็นสื่อที่เอื้อประโยชน์แก่การประชาสัมพันธ์อย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำมาใช้ให้เกิดความเข้าใจ ความประทับใจ และความจำ

ทฤษฎีการแสวงหาข่าวสาร (Information Seeking Theory)

การแสวงหาข่าวสาร คือ กิจกรรมที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งกระทำเพื่อให้ได้มาซึ่งสารสนเทศข้อมูลและข่าวสารที่จะสนองความต้องการของตนทั้งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับความสนใจส่วนตัว หน้าที่การงาน และการเรียนรู้ พฤติกรรมเช่นนี้เริ่มขึ้นเมื่อบุคคลนั้นต้องการรู้ ศึกษาและวิเคราะห์เรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง และพบว่าความรู้ที่ตนมีอยู่นั้นไม่เพียงพอ จึงต้องการความรู้เพิ่มเติม

ชาร์ลส แอตคิน (Charles Atkin (1978) อ้างถึงใน พีระ จิระโสภณ, 2529) กล่าวว่า บุคคลจะเลือกรับข่าวสารใดจากสื่อมวลชนนั้นขึ้นอยู่กับ การคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่าง ผลรางวัลตอบแทน (Reward value) การลงทุนลงแรง (Expenditures) และพันธะผูกพัน (Liabilities) ที่จะตามมา ถ้าผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับ เช่น การได้รับข่าวสาร หรือ ความบันเทิงตามที่ต้องการสูงกว่าการลงทุนลงแรง เช่น การต้องลงทุนซื้อหาเพื่อให้ได้มาหรือการ ต้องใช้ความพยายามที่จะรับรู้ หรือทำความเข้าใจแล้ว บุคคลย่อมแสวงหาข่าวสารนั้น (Information Seeking) แต่ถ้าผลประโยชน์ที่ได้รับน้อยกว่าการลงทุนลงแรง บุคคลก็อาจจะเฉยเมยต่อข่าวสารนั้น (Information Avoidance) ในบางครั้งถ้าหากว่าความพยายามที่จะหลีกเลี่ยงหรือไม่รับข่าวสารต้อง ลงทุนลงแรงมากกว่าการรับข่าวสารนั้น บุคคลอาจจะต้องยอมรับข่าวสารนั้นทั้งที่ไม่เต็มใจ (Information Yielding) เช่น การที่เรายอมรับโฆษณาที่ซ้ำๆกันในโทรทัศน์ก็เนื่องจากเราไม่ยอม เปลี่ยนแปลงไปช่องรายการอื่น หรือเพราะว่าเปลี่ยนแปลงไปช่องรายการทีวีอื่นก็พบแต่โฆษณาก็เลยทำให้ จำต้องชมทั้งๆที่ไม่ชอบ

ชาร์ลส แอตคิน (Charles Atkin) ชี้ให้เห็นว่า การแสวงหาข่าวสารหรือความ ต้องการสื่อสารมวลชนของปัจเจกบุคคลนั้น คือ ต้องการได้รับข่าวสาร (Information) และความ บันเทิง (Entertainment)

ความต้องการข่าวสารนั้นเกิดจากความไม่รู้หรือไม่แน่ใจ (Uncertainty) ของปัจเจกบุคคลที่มาจาก

1. การมองเห็นความไม่สอดคล้องกันระหว่างระดับความรู้ของปัจเจกบุคคล ขณะนั้น กับระดับความต้องการที่อยากรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายนอก (Extrinsic Uncertainty) ยิ่งเป็นเรื่องที่สำคัญก็ยิ่งอยากมีความรู้ความแน่ใจสูง
2. การมองเห็นความไม่สอดคล้องกันระหว่างความรู้ที่มีอยู่ของปัจเจกบุคคลนั้น กับความรู้ตามเป้าหมายที่ต้องการ ซึ่งกำหนดโดยระดับความสนใจส่วนบุคคลของปัจเจกบุคคลนั้น ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Intrinsic Uncertainty)

นอกจากนี้ เซนและเฮอร์นอน (Chen and Herson, 1982) ซึ่งทำการศึกษาเรื่อง ความต้องการข่าวสารของประชาชนในนิวอิงแลนด์ได้กล่าวว่า ในการแสวงหาข่าวสารของบุคคล แหล่งของข่าวสารเป็นสิ่งจำเป็นต่อการที่จะค้นหาข่าวสารที่ตนสนใจ และได้ทำการจัดกลุ่มแหล่ง ข่าวสารออกเป็น 3 กลุ่มดังนี้

1. บุคคล ได้แก่ ความคิดและประสบการณ์ของตนเอง เพื่อนและญาติ
2. สถาบัน ได้แก่ คนที่ทำงานในร้านค้า บริษัท หรือองค์กรธุรกิจ บุคคลในวิชาชีพ ผู้นำศาสนา เจ้าหน้าที่ของรัฐ โรงเรียน ห้องสมุด หน่วยงานบริการสังคม
3. สื่อ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร หนังสือ โทรทัศน์ วิทยุ หรือสื่อรูปแบบอื่นๆ

สวณิต ยมาภัยและวีรวรรณ ประกอบผล (2528) ได้กล่าวไว้ว่า คนเราจะแสวงหาข่าวสาร (Information Seeking) ตามที่ต้องการได้อย่างไร เนื่องจากในปัจจุบันมีข่าวสารที่เผยแพร่ ออกสู่สาธารณชนมากมายในรูปแบบต่างๆ จนกลายเป็นเรื่องยุ่งยากต่อผู้รับสารในอันที่จะค้นหาข่าวสารให้ตรงกับความต้องการของตน งานวิจัยเกี่ยวกับผลของสื่อซึ่งรวบรวมโดย แคลปเปอร์ (Klapper, 1960) ได้สรุปว่า คนเรามีแนวโน้มที่จะเปิดรับข่าวสารจากสื่อหรือเลือกใช้สื่อบางชนิดที่มีการเผยแพร่ข่าวสารที่ตรงกับทัศนคติหรือความสนใจของตนเอง

วิลเบอร์ ชแรมม์ (Wilbur Schramm) ได้กล่าวถึงหลักทั่วไปของการเลือกข่าวสารว่าขึ้นอยู่กับการใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least effort) และผลที่จะได้รับ (Promise of reward) ซึ่งตั้งเป็นสูตรว่า

สิ่งที่คาดหวัง (Expectation of reward)

การเลือกรับข่าวสาร = $\frac{\text{สิ่งที่คาดหวัง (Expectation of reward)}}{\text{ความพยายามที่จะได้มา (Effort required)}}$

จากสูตรที่กำหนดโดย ชแรมม์ (Schramm) นี้จะเห็นได้ว่าบุคคลมีแนวโน้มที่จะเลือกรับข่าวสารที่ใช้ความพยายามน้อย เช่น ข่าวสารที่อยู่ใกล้ตัวหรือเป็นประโยชน์ต่อตนเองและหาได้ง่าย แต่สูตรนี้ในบางครั้งก็ยังมีตัวแปรอื่นที่จะต้องนำมาพิจารณาอีก เช่น ประสบการณ์ ภูมิหลัง ความสามารถ สภาวะแวดล้อมในด้านต่างๆ ฯลฯ

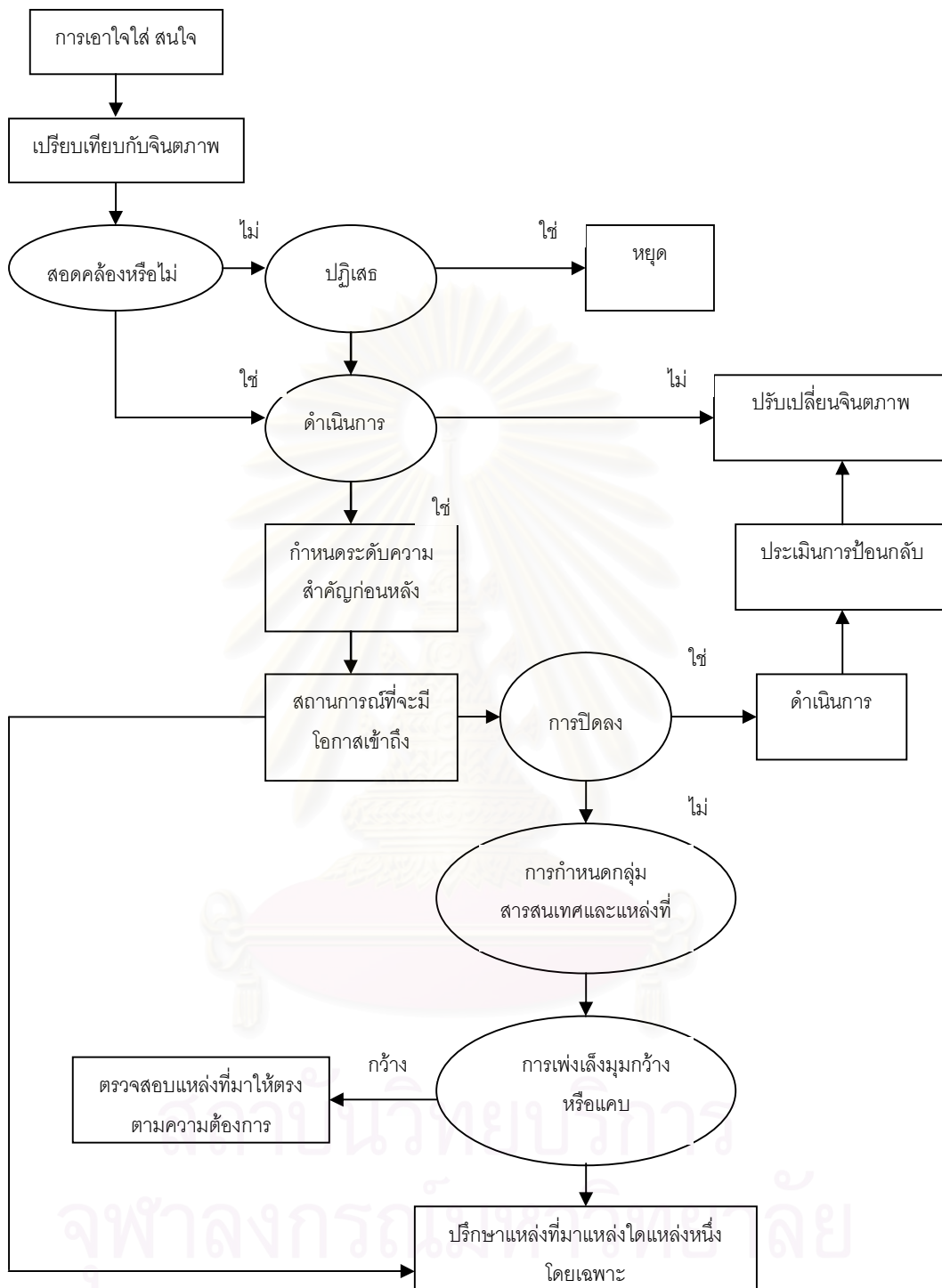
ในบรรดานักการสื่อสารที่ศึกษาถึงวิธีการแสวงหาข่าวสารของบุคคลนั้น โดโนฮิว และทิปตัน (Donohew and Tipton, 1978) ก็ได้ให้ความสนใจกับเรื่องนี้และได้สร้างแบบจำลองที่อธิบายถึงกระบวนการแสวงหาข่าวสารของบุคคลไว้ (ดังแสดงในภาพที่ 3) โดยมีจุดเริ่มจากการที่บุคคลเกิดความสนใจข่าวสารแล้วนำมาเปรียบเทียบกับความรู้สึกในจิตใจของตนเอง ถ้าข่าวสารนั้นสอดคล้องกับทัศนคติของตนก็จะติดตามค้นหารายละเอียดต่อไป แต่ถ้าข่าวสารนั้นขัดแย้งกับความคิดหรือทัศนคติของตน บุคคลจะเลิกให้ความสนใจหรือหันเหความสนใจไปรับข่าวสารอื่น ในอีกกรณีหนึ่งถ้าบุคคลได้ทบทวนเนื้อหาของข่าวสารอีกครั้งหนึ่งและเห็นว่าเป็นเรื่องที่มีความเป็นไปได้ที่จะสอดคล้องกับทัศนคติก็อาจจะกลับมาให้ความสนใจต่อข่าวสารนั้น อาจจะต้องปรับความคิด

ที่แตกต่างจากทัศนคติเดิมที่มีอยู่บ้าง ซึ่งเป็นการปรับเปลี่ยนความรู้สึกนึกคิดและจิตใจของตนให้สามารถดำรงอยู่ได้ภายใต้สถานการณ์หรืออิทธิพลของข่าวสารที่ตนปฏิเสธนั้น

สำหรับกรณีที่บุคคลมีความคิดเห็นสอดคล้องกับข่าวสารนั้น ก็จะมีการจัดลำดับความสำคัญก่อนหลังและพยายามเข้าถึงเพื่อการรับข่าวสาร เมื่อได้รับข่าวสารนั้นมาแล้ว อาจจะมีการกระทำเกิดขึ้น 2 ลักษณะ คือ ถ้ายอมรับข่าวสารก็จะนำไปประเมินกับผลประโยชน์ที่จะได้รับซึ่งจะนำไปสู่การปรับเปลี่ยนจินตภาพของเขา แต่ถ้าไม่ยอมรับข่าวสารที่ได้มาก็อาจจะแสวงหาข่าวสารจากแหล่งอื่นเพิ่มเติม จนเมื่อได้รับข่าวสารจากแหล่งอื่นแล้ว ตนเองยอมรับจึงจะนำไปประเมินกับผลประโยชน์ที่จะได้รับและไปสู่การปรับเปลี่ยนจินตภาพหรือข่าวสารนั้นอาจช่วยเสริมหรือตอกย้ำทัศนคติที่มีอยู่เดิมให้หนักแน่นยิ่งขึ้น ดังที่ได้แสดงไว้ในแบบจำลองกระบวนการแสวงหาข่าวสารของโดโนฮิว และทิปตัน (Donohew and Tipton)



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาพที่ 3 แบบจำลองกระบวนการแสวงหาข่าวสารของโดโนฮิวและทีปตัน (Donohew & Tipton)

ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร

เหตุผลในการที่มนุษย์เลือกสนใจหรือตั้งใจรับข่าวสารอย่างไรจากสื่อใดนั้น นักวิชาการหลายท่านมีความเห็นสอดคล้องกัน ดังนี้

Riley and Flowerman (1951) มีความเห็นว่าแรงจูงใจที่ต้องการเป็นที่ยอมรับของสมาชิกภายในสังคม จะเป็นสิ่งที่ช่วยกำหนดความสนใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆ เพื่อสนองความต้องการของตน **Merton, Wright** และ **Waples** มีความเห็นตรงกันว่าผู้รับข่าวสารจะเลือกรับข่าวสารจากสื่อใดนั้น ย่อมเป็นไปตามบทบาทและสถานภาพในสังคมของผู้รับสารและเหตุผลในการรับสาร

ข่าวสารเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับกิจกรรมต่างๆ ในชีวิตของมนุษย์ มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องอาศัยการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้ และประสบการณ์ซึ่งกันและกัน ข่าวสารจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจของมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมนุษย์เกิดความไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใด ความต้องการข่าวสารก็จะยิ่งเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น (วุฒิชัย จำนำง, 2523 : 3)

Colin Cherry (1978 : 17) กล่าวว่า การสื่อสารของมนุษย์กระทำเพื่อแบ่งปันข่าวสารกันนั่นเอง และการแบ่งปันข่าวสารระหว่างกันนี้จะก่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกันซึ่งจะนำไปสู่การตัดสินใจและกระทำกิจกรรมที่ประสานสอดคล้องกัน

Charles K. Atkin (1973 : 208) กล่าวว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากย่อมมีหูมีตากว้างไกลมีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อม และเป็นคนที่ทันสมัยทันเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย

เกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารนี้ **Schramm (1973)** ให้ความคิดเห็นว่า ข่าวสารที่เข้าถึงความสนใจของผู้รับสารได้มาก จะมีแนวทางทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ลักษณะของผู้รับสาร (Characteristics of Audience)

กล่าวโดยทั่วไปแล้ว บุคคลย่อมมีลักษณะนิสัยและพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อมวลชนแตกต่างกันไป ทั้งนี้พิจารณาจากเหตุผลพื้นฐานที่สำคัญ คือ บุคคลมีความแตกต่างกันทั้งทางด้านสรีระ ภูมิหลัง และสภาพแวดล้อม ดังนี้ (Schramm, 1962)

1. การศึกษา จากการศึกษาพบว่าผู้ที่มีการศึกษาดีจะหาประโยชน์จากการสื่อสารต่างๆเพื่อเพิ่มพูนความรู้ของตนมากขึ้น และจะอ่านหนังสือเป็นจำนวนมาก
2. การเศรษฐกิจ ผู้ที่มีฐานะทางเศรษฐกิจดีจะให้ความสนใจในการอ่านหนังสือ นิตยสารมาก และชอบบทบรรณาธิการหรือเรื่องราวเกี่ยวกับกิจการบ้านเมือง ปัญหาทางสังคม เศรษฐกิจ และวิทยาการ จากการศึกษาพบว่า ผู้มีฐานะทางเศรษฐกิจดีประมาณ 90 % นิยมอ่าน นิตยสาร
3. วัย ผู้มีอายุมากขึ้น นิยมรับสารที่เป็นทางการมากกว่าการรับสารประเภทบันเทิง และสนใจการบ้านการเมืองอย่างจริงจังกว่าผู้ที่มีอายุน้อย เช่น นิยมฟังรายการข่าวทางวิทยุ ฟังรายการอภิปรายทางศาสนา การตอบปัญหา ในขณะที่เด็กวัยรุ่นชอบฟังเพลงป๊อปปูล่า ฯลฯ
4. เพศ เพศหญิงสนใจอ่านหรือฟังหรือชมรายการแม่บ้านและรายการบันเทิง ขณะที่เพศชายนิยมกีฬาทุกชนิด ฯลฯ
5. ศาสนา ในสังคมเดียวกันอาจมีผู้นับถือศาสนาต่างกัน การเสนอเรื่องราว อันเป็นการขัดแย้งทางศาสนาจึงเป็นสิ่งที่พึงละเว้น
6. ที่อยู่อาศัย ผู้รับสารในแต่ละท้องถิ่น ในแต่ละภาค ในแต่ละประเทศ ย่อมมีความสนใจในบางสิ่งบางอย่างต่างกัน เพราะการดำเนินชีวิตแตกต่างกัน
7. ทัศนคติ ความเชื่อ และแนวความคิดของแต่ละบุคคลย่อมมีความเห็นต่อสิ่งใด สิ่งหนึ่งแตกต่างกันไป

ดังนั้น การทำความเข้าใจถึงลักษณะของผู้รับสาร หรือผู้ฟัง ผู้ชม ผู้อ่าน จะช่วยให้ผู้ส่งสารได้พิจารณาเลือกสารให้เหมาะสมกับลักษณะของกลุ่มเป้าหมายที่ผู้ส่งสารประสงค์จะให้สารไปถึงและมีประสิทธิผลสมความตั้งใจ

องค์ประกอบที่สำคัญของการสื่อสารที่สำคัญยิ่งประการหนึ่ง คือ ผลของการสื่อสาร ซึ่งเกิดหลังจากการสื่อสารทุกครั้ง มักจะเกิดผลในเรื่องต่าง ๆ เป็นการก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้รับสาร ผลของการสื่อสารจะเป็นอย่างไรนั้น ขึ้นอยู่กับตัวผู้รับสารเป็นสำคัญ ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อองค์ประกอบในเรื่องตัวผู้รับสารที่สำคัญประการ

หนึ่ง คือ กระบวนการเลือกสรร (Selective Process) ของมนุษย์ การศึกษาการเปิดรับสารที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทางด้านต่าง ๆ ประกอบด้วย การเปิดรับสาร 2 ลักษณะคือ

1. การเปิดรับสารจากสื่อมวลชน โดยที่ผู้รับสารมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่าการบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชน จะช่วยตอบสนองความต้องการของเขาได้ ซึ่งจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือเปลี่ยนลักษณะนิสัย และพฤติกรรมบางอย่างได้ โดยที่การเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้นจะขึ้นอยู่กับความต้องการ หรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง เพราะบุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์ และความตั้งใจในการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนที่แตกต่างกันไป การเปิดรับสารมีขั้นตอนดังนี้

1.1 การเลือกรับหรือการเลือกใช้ (Selective Exposure)

เป็นการเลือกขั้นแรกในการเลือกช่องทางการสื่อสารของมนุษย์ ทั้งนี้ตามทักษะและความชำนาญในการรับรู้และเข้าใจข่าวสารของคน ซึ่งมีความแตกต่างกันไปในแต่ละคนนั้น บางคนถนัดที่จะเขียนมากกว่าพูด หรือบางคนถนัดที่จะฟังมากกว่าอ่าน สิ่งเหล่านี้จะเป็นตัวกำหนดในการเลือกเปิดรับหรือใช้สื่อของมนุษย์ จะสังเกตได้ว่าคนบางคนชอบดูโทรทัศน์มากกว่าอ่านหนังสือ หรือชอบฟังวิทยุมากกว่าอ่านหนังสือ เป็นต้น

1.2 การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention)

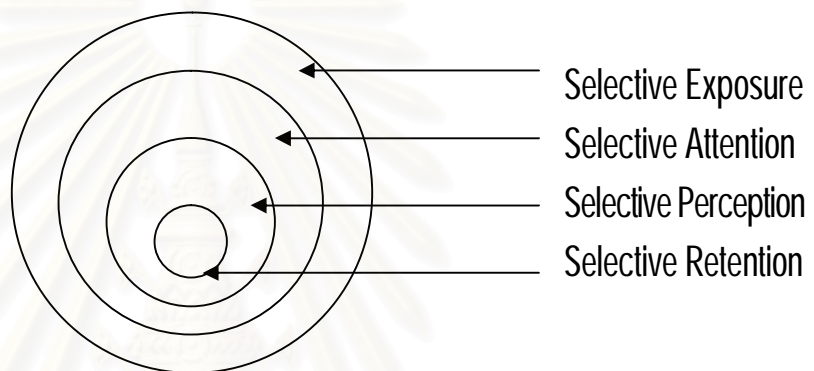
ผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักจะเลือกตามความคิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจ หรือทัศนคติที่มีอยู่เดิมแล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจที่เรียกว่า **Cognitive Dissonance** ดังนั้น การลดหรือหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าวได้ก็ต้องแสวงหาข่าวสารหรือเลือกสรรเฉพาะข่าวที่สอดคล้องกับความคิดของตน

1.3 การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation)

หลังจากการเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว ผู้รับสารจะเลือกรับรู้และตีความข่าวสารที่ได้รับแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ทัศนคติ ความต้องการ ความหวัง แรงจูงใจ สภาวะร่างกาย หรือสภาวะอารมณ์ในขณะนั้น ดังนั้น ในบางครั้งผู้รับสารอาจจะบิดเบือนข่าวสารเพื่อให้สอดคล้องกับทัศนคติ และความเชื่อของตนเองด้วย

1.4 การเลือกจดจำ (Selective Retention)

เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความต้องการ ทัศนคติของตนเอง และจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ หรือเรื่องที่ขัดแย้ง เรื่องที่ขัดกับความคิดเห็นของตนเองได้ง่าย ดังนั้น การเลือกจดจำเนื้อหาของข่าวสารที่ได้รับจึงเท่ากับเป็นการช่วยเสริมให้ทัศนคติ หรือความเชื่อของผู้รับสารมั่นคงยิ่งขึ้น และเปลี่ยนแปลงได้ยากขึ้น ซึ่งส่วนนี้อาจนำไปใช้ในการสนับสนุนเมื่อเกิดความรู้สึกที่ขัดแย้งและสิ่งที่ไม่สบายใจขึ้น



แผนภาพที่ 4 แสดงขั้นตอนในการเปิดรับสาร

ผู้รับข่าวสารมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและข่าวสารตามแบบเฉพาะของแต่ละคนแตกต่างกันไป แรงผลักดันที่ทำให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งได้มีการเลือกรับสื่อที่นั้นเกิดจากปัจจัยพื้นฐานหลายประการดังนี้ (ชวรัตน์ ชิดชัย, 2523)

1. ความเหงา เป็นเหตุผลทางจิตวิทยาโดยตรงที่ว่า ปกติคนเราย่อมไม่ชอบที่จะอยู่ตามลำพัง เนื่องจากเกิดความรู้สึกสับสน วิตกกังวล หวาดกลัว และการเฝินเฉยจากสังคม จึงชอบหรือพยายามที่จะรวมกลุ่มเพื่อสังสรรค์กับผู้อื่นเท่าที่โอกาสจะอำนวยได้ เมื่อไม่สามารถติดต่อสังสรรค์กับบุคคลได้โดยตรง สิ่งที่ดีที่สุดคือ การอยู่กับสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ในการสื่อสาร

2. ความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่าง ๆ ซึ่งเป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์ ดังนั้น สื่อมวลชนจึงถือเอาความอยากรู้อยากเห็นเป็นหลักสำคัญอย่างหนึ่งในการเสนอข่าวสาร ปกติมนุษย์จะอยากรู้อยากเห็นโดยเริ่มจากสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวที่สุด ไปจนถึงสิ่งที่อยู่ห่างตัวเองมากที่สุดตามลำดับ ทั้งนี้มีใช้เพราะว่าสิ่งเหล่านั้นจะมีผลกระทบต่อตนเองทั้งทางตรงและทางอ้อมเท่านั้น

แต่เป็นความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งที่เกิดขึ้นในแง่ต่างๆ เช่น สาเหตุของเหตุการณ์ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์นั้น รวมทั้งผลกระทบซึ่งอาจเกิดขึ้นกับตนเองหรือผู้อื่นด้วย

3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง โดยพื้นฐานมนุษย์เป็นผู้เห็นแก่ตัว ในฐานะที่เป็นผู้รับข่าวสารจึงต้องแสวงหาและใช้ข่าวสารบางอย่างที่จะใช้เป็นประโยชน์แก่ตนเอง เพื่อช่วยให้ความคิดของตนเองบรรลุผล เพื่อให้ข่าวสารที่ได้มาเสริมสร้างบารมี เพื่อให้ได้ข่าวสารที่จะช่วยให้ตนเองได้รับความสะดวกสบาย รวมทั้งให้ได้ข่าวสารที่ทำให้ตนเองเกิดความสนุกสนานบันเทิง

4. ลักษณะเฉพาะของสื่อมวลชนโดยทั่วไป นอกจากองค์ประกอบเกี่ยวกับอายุ เพศ การศึกษา สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม หรือองค์ประกอบอื่นที่ไม่สามารถเห็นเด่นชัด เช่น ทักษะ ทักษะ ความคาดหวัง ความกลัว ฯลฯ จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้สื่อและสื่อมวลชน แต่ละอย่างมีลักษณะเฉพาะที่ผู้รับข่าวสารแต่ละคนสื่อแต่ละชนิดมีลักษณะเฉพาะตัวแตกต่างกันไปทำให้ผู้รับข่าวสารแต่ละคนแสวงหา และได้ประโยชน์จากแต่ละสื่อไม่เหมือนกัน ทั้งนี้เพราะผู้รับข่าวสารแต่ละคนย่อมหันเข้าหาลักษณะเฉพาะอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการ และทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ

2. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล สื่อบุคคล หมายถึง ตัวบุคคลที่นำพาข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลหนึ่งโดยอาศัยการติดต่อระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ที่จะมีปฏิกริยาโต้ตอบระหว่างกัน ในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใด ๆ เกิดการยอมรับในสารที่เสนอออกไปหรือจะทำการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพที่สุด เพื่อให้มีการยอมรับสารนั้น ควรที่จะใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลนี้จะมีประโยชน์มากในกรณีที่ผู้ส่งสารหวังผลให้ผู้รับเกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับทัศนคติและพฤติกรรมในการรับสาร นอกจากนี้ ยังเป็นวิธีช่วยให้ผู้รับสารมีความเข้าใจกระจ่างชัดและตัดสินใจรับสารได้อย่างมั่นใจขึ้น ซึ่งการสื่อสารระหว่างบุคคลแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

2.1 การติดต่อโดยตรง (Direct Contact)

เป็นการเผยแพร่ข่าวสาร เพื่อสร้างความเข้าใจ หรือชักจูงโน้มน้าวใจกับประชาชนโดยตรง แต่มีข้อจำกัดคือ ต้องใช้สื่อบุคคลเป็นจำนวนมาก สิ้นเปลืองเวลา ค่าใช้จ่ายและแรงงานในการเผยแพร่ข่าวสาร

2.2 การติดต่อโดยกลุ่ม (Group Contact of Community Public)

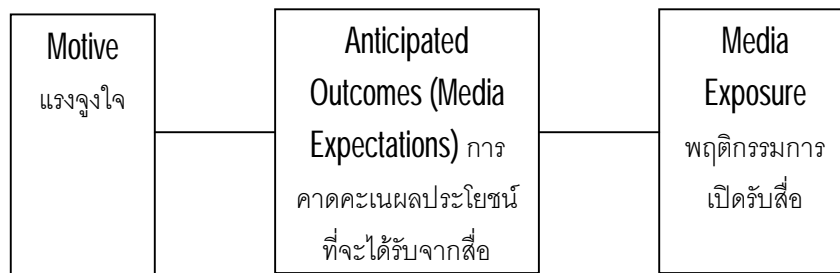
กลุ่มจะมีอิทธิพลต่อบุคคลส่วนรวม โดยที่กลุ่มต่าง ๆ จะช่วยให้การสื่อสารของบุคคลบรรลุเป้าหมายได้ เช่น การประชุมสัมมนาก็คือการจัดกลุ่มคนที่มีความสนใจร่วมกัน ตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปให้สนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็น มีปฏิริยาโต้ตอบกัน ซึ่งจะมีส่วนช่วยในการตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธข่าวสารได้

ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory)

ทฤษฎีความคาดหวัง เป็นทฤษฎีที่พัฒนามาจากทฤษฎีพฤติกรรม และแรงจูงใจ (Action/Motivation Perspective) คือเน้นการใช้สื่อว่าเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมาย และเหตุผลตามหลักการที่ (Alfred Schutz, 1972) นักสังคมวิทยาได้เสนอแนวทฤษฎีเชิงโครงสร้าง (Structural Approach) (อ้างใน ยุบล เบญจรงค์กิจ, 2534 : 91) ว่าพฤติกรรมของมนุษย์ล้วนแล้วแต่เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นโดยตั้งใจ เนื่องจากก่อนมนุษย์จะลงมือทำอะไรจะต้องวาดภาพไว้ในใจก่อนแล้วว่านี้คือสิ่งที่ตนต้องการจะกระทำ นักวิชาการสื่อสารจึงได้นำแนวทฤษฎีนี้มาใช้กับพฤติกรรมการเปิดรับสารของมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานการณ์ที่การใช้สื่อมีลักษณะเกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมาย และผู้รับสารสามารถอธิบายทางเลือกของเขาได้

แนวทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจมีพื้นฐานหลักอยู่ 3 ประการ คือ

1. พฤติกรรมของมนุษย์นั้นเป็นอิสระ ไม่เพียงแต่มีอิสระที่จะเลือกแสดงพฤติกรรมต่างๆได้เท่านั้น หากแต่ยังมีอิสระที่จะให้ความหมายส่วนตัวกับพฤติกรรมและประสบการณ์ต่างๆได้ กล่าวคือไม่จำเป็นต้องมีความคิดเห็นเหมือนกับคนอื่นๆ
2. แม้ว่าจะมีแรงจูงใจบางอย่างอยู่ภายในมนุษย์ แต่เราควรเลือกศึกษาเฉพาะพฤติกรรมที่ผู้รับสารสามารถอธิบายความหมาย และวัตถุประสงค์ที่แสดงพฤติกรรมนั้นๆออกมา
3. สิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งสำหรับแนวทฤษฎีนี้คือ อนาคตที่ผู้รับสารมองเห็น นั่นคือผู้รับสารสามารถคาดการณ์ได้ว่าหากพฤติกรรมเช่นนี้เกิดขึ้น จะมีสิ่งใดเกิดขึ้นตามมาบ้างในอนาคต ด้วยเหตุนี้คำว่า ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory) จึงถูกนำมาใช้กับแนวทฤษฎีนี้ เมื่อได้นำเอามาใช้ศึกษาเกี่ยวกับผู้รับสารและพฤติกรรมการสื่อสาร



ภาพที่ 5 แบบจำลองของทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ (ยุบล เบญจรงค์กิจ, 2534)

ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร (Communication Satisfaction)

Evans (1962 : 772-782) กล่าวถึงความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารว่า คือ ความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับ (Information Satisfaction) เพราะข่าวสารต่างๆที่ได้รับนั้น ผู้ปฏิบัติงานสามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจ และการวางแผนปฏิบัติงานต่างๆให้สำเร็จลุล่วงไปได้

สำหรับ Redding (1972 : 429) กล่าวว่า ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร หมายถึงระดับของความพึงพอใจที่บุคลากรภายในองค์กรนั้นมีต่อข่าวสารต่างๆที่มีอยู่ในสภาพแวดล้อมของการติดต่อสื่อสารโดยส่วนรวมของพวกเขา โดยพิจารณาจากข่าวสารที่มีอยู่นั้น ว่าสามารถที่จะตอบสนองความต้องการข่าวสารของบุคลากรภายในองค์กรนั้นหรือไม่ อย่างไร และข่าวสารนั้นมาจากใคร มีวิธีการรับและเผยแพร่ข่าวสารอย่างไรบ้าง

ในทัศนะของ สมยศ นาวิกการ (2527 : 103) ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร ขึ้นอยู่กับสิ่งที่บุคคลได้มาเปรียบเทียบกับสิ่งที่บุคคลต้องการ ถ้าหากว่าการติดต่อสื่อสารเป็นไปตามความต้องการความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารจะเกิดขึ้น

ส่วน Wiio, Downs, Hazen และ Beckstrom (อ้างถึงใน สมยศ นาวิกการ, 2527 : 103-104) มีความเห็นว่าปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารเกี่ยวข้องกับความเพียงพอของข่าวสาร ช่องทางที่ใช้ในการเผยแพร่ข่าวสาร คุณภาพของสื่อกลางที่ใช้ในการเผยแพร่ข่าวสาร ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน และความพึงพอใจในการทำงาน

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารในองค์กรเป็นเรื่องของความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับ ว่าสอดคล้องกับความต้องการของบุคลากรภายในองค์กรหรือไม่ ถ้าข่าวสารที่บุคลากรได้รับสอดคล้องกับความต้องการ บุคลากรขององค์กรก็จะเกิดความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร ข่าวสารที่มีอยู่ภายในองค์กรจึงนับว่ามีความสำคัญมาก เพราะ

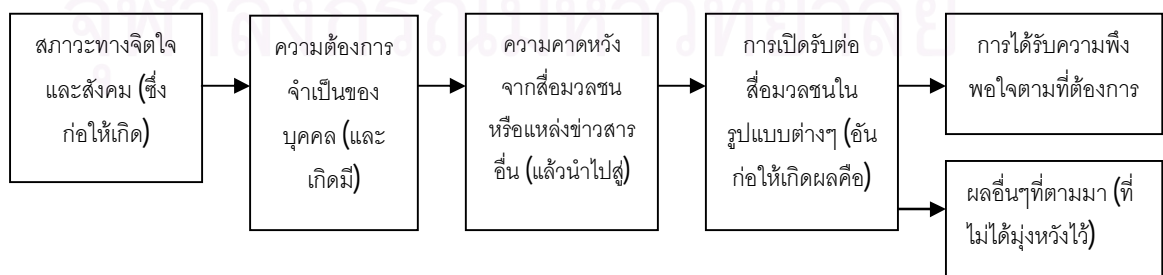
นอกจากจะเป็นสิ่งที่สร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับบุคลากรขององค์กรแล้ว ยังเป็นสิ่งที่บุคลากรสามารถนำไปใช้ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน การวางแผน การตัดสินใจ และการสร้างเป้าหมายขององค์กร

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Theory)

แนวความคิดเรื่องการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชน (The uses and the Gratifications) เป็นการเน้นความสำคัญของกลุ่มผู้รับสาร ในฐานะผู้กระทำการสื่อสาร คือ ผู้รับสารเป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่างๆ และเลือกรับเนื้อหาข่าวสารเพื่อสนองความต้องการของตนเอง การศึกษาในแนวนี้เป็นการศึกษาที่เน้นในด้านการศึกษาผู้รับสาร (Audience Analysis) เนื่องจากผู้รับสารเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญของกระบวนการสื่อสารของมนุษย์ มีความสำคัญต่อความสัมฤทธิ์ผลในการสื่อสาร เพราะการสื่อสารจะสัมฤทธิ์ผลเพียงใดนั้นย่อมขึ้นอยู่กับการที่ผู้รับสารสามารถรับสารและเข้าใจในสารนั้นได้มากน้อยเพียงใด

แคทซ์ และคณะ (Katz E. and Others, 1974) ได้ให้คำอธิบายในแบบแผนในเรื่องของการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชนของบุคคลผู้รับสารดังนี้ “แนวทางการศึกษาการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจคือ การศึกษาผู้รับสารเกี่ยวกับ (1) สภาวะทางสังคมและจิตใจ ซึ่งก่อให้เกิด (2) ความต้องการจำเป็นของบุคคล และเกิดมี (3) ความคาดหวังจากสื่อมวลชนหรือแหล่งข่าวสารอื่นๆ แล้วนำไปสู่ (4) การเปิดรับสื่อมวลชน ในรูปแบบต่างๆ กัน อันก่อให้เกิดผลคือ (5) การได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการ และ (6) ผลอื่นๆ ที่ตามมา ซึ่งอาจจะไม่ใช่ผลที่ตั้งเจตนาไว้ก็ได้”

องค์ประกอบต่างๆ เกี่ยวกับแนวความคิดในเรื่องการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชนตามที่กล่าวมาอาจแสดงให้เห็นได้ในรูปแบบจำลองดังนี้



แบบจำลองการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจนี้ เป็นแบบจำลองซึ่งได้กำหนดขึ้นมาเพื่ออธิบายถึงกระบวนการรับสาร ในการสื่อสารมวลชน และเพื่ออธิบายถึงการใช้สื่อสารมวลชน โดยปัจเจกบุคคลหรือกลุ่มบุคคลซึ่งแสดงให้เห็นว่า การเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้นขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง บุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์ มีความตั้งใจซึ่งมีความต้องการในการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนเพื่อสนองความพึงพอใจของตนเองด้วยเหตุผลต่าง ๆ กัน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปิยนุช เกตกะโกมล (2540) ได้ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร อันประกอบด้วย วารสาร SC&C Today, จุลสาร SC&C Update, บอร์ดประชาสัมพันธ์ภายใน, วารสาร Thaicom News, วารสาร Together we build the future, วารสาร Phonelink Family, วารสาร INT Sight และจุลสาร Yellow Tips โดยผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานของกลุ่มชินวัตรจำนวน 400 คน ผลวิจัยพบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31-35 ปี และ 36-46 ปี มีการเปิดรับข่าวสารมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20-25 ปี อย่างไรก็ตามกลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ, ระดับการศึกษา, ลักษณะงาน, อายุงาน และค่างาน (Job Grade) แตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
2. กลุ่มตัวอย่างที่มีค่างาน (Job Grade) แตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์ข่าวสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีค่างาน (Job Grade) 1-7 มีการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีค่างาน (Job Grade) 8 ขึ้นไป อย่างไรก็ตามกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ, เพศ, ระดับการศึกษา, ลักษณะงาน และอายุงานแตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
3. กลุ่มตัวอย่างที่มีค่างาน (Job Grade) แตกต่างกันมีความพึงพอใจในปริมาณเนื้อหาจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่ม

ตัวอย่างที่มีค่างาน (Job Grade) 1-7 มีความพึงพอใจในปริมาณเนื้อหาจากสื่อประชาสัมพันธ์ ภายในมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีค่างาน (Job Grade) 8 ขึ้นไป อย่างไรก็ตามกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ, เพศ, ระดับการศึกษา, ลักษณะงาน และอายุงานแตกต่างกันมีความพึงพอใจในปริมาณเนื้อหาจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. กลุ่มตัวอย่างมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน เท่ากับ .6470 ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ในระดับสูง และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือกลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับข่าวสารมาก ก็จะมีการใช้ประโยชน์ข่าวสารมาก

จรัสศรี หาญสมวงศ์ (2533) ได้ศึกษาความแตกต่างระหว่างความคิดเห็น ความคาดหวัง และความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อวิทยุบนรถประจำทางทั่วไปขององค์การขนส่งมวลชน แห่งกรุงเทพฯ คลื่นพิเศษ F.M. SCA จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา โดยทำการสุ่มตัวอย่างจากประชาชนที่ใช้บริการรถประจำทาง ชสมก. เป็นประจำ จำนวน 200 คน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้โดยสารเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็น ความคาดหวัง และความพึงพอใจไม่แตกต่าง ในทางตรงกันข้ามพบว่า ผู้โดยสารที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน จะมีความคิดเห็น ความคาดหวัง และความพึงพอใจแตกต่างกัน เช่นเดียวกับผู้โดยสารที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีความคิดเห็น ความคาดหวัง และความพึงพอใจแตกต่างกันด้วย สำหรับผู้โดยสารที่มีรายได้ต่างกันั้น พบว่า ความคิดเห็น ความคาดหวัง และความพึงพอใจของผู้มีรายได้ต่างกันมีความสัมพันธ์กับอายุและอาชีพ กล่าวคือ ผู้มีความคาดหวังต่ำ และความพึงพอใจต่ำเป็นผู้มีอายุมาก และ/หรือมีอาชีพรับราชการ ซึ่งมีรายได้มั่นคงแน่นอน ขณะที่ผู้มีความคาดหวังสูง และความพึงพอใจสูงเป็นผู้มีอายุน้อย และ/หรือมีอาชีพรับจ้าง ซึ่งมีรายได้น้อย และไม่แน่นอน

นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้โดยสารที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่างกัน โดยเฉพาะผู้โดยสารที่มีระดับการศึกษาสูง ความพึงพอใจจะขึ้นอยู่กับตัวบุคคลนั้นสูง (Self Individual) เนื่องจากผู้โดยสารที่มีการศึกษาสูงมีโอกาสเปิดรับข่าวสารจากสื่อมากกว่า 1 สื่อ การยอมรับข่าวสารจากรายการวิทยุคลื่นพิเศษ F.M. SCA ของผู้มีการศึกษาสูงจะต่ำกว่าผู้มีการศึกษาน้อย เพราะผู้มีการศึกษาสูงส่วนใหญ่จะมีรายได้เพียงพอที่จะแสวงหาความพึงพอใจต่อการรับข่าวสารจากสื่ออื่น หรือความบันเทิงจากแหล่งอื่นได้ ซึ่งแตกต่างจากผู้มีรายได้น้อย คนเหล่านี้จึงมีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อวิทยุบนรถประจำทางสูง

ลินา ลิมอภิชาติ (2536) ได้ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความคาดหวัง และความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารของนักศึกษาและบุคลากรจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยรามคำแหง 5 ชนิด คือ หนังสือพิมพ์ข่าวรามคำแหง, เสียงตามสาย, เอกสารข่าวประชาสัมพันธ์, วิทยุการศึกษา มร. และโทรทัศน์การศึกษา มร. โดยสุ่มตัวอย่างจากนักศึกษา และบุคลากรจำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า

- กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน 5 ชนิดในระดับต่ำกว่าปานกลางเล็กน้อย สื่อประชาสัมพันธ์ภายในที่เปิดรับบ่อยที่สุดเรียงตามลำดับ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ข่าวรามคำแหง, เอกสารข่าวประชาสัมพันธ์, เสียงตามสาย, โทรทัศน์การศึกษา มร. และวิทยุการศึกษา มร.

- กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยความคาดหวังในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน 5 ชนิด ในระดับค่อนข้างมาก เรียงตามลำดับ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ข่าวรามคำแหง, เอกสารข่าวประชาสัมพันธ์, เสียงตามสาย, โทรทัศน์การศึกษา มร. และวิทยุการศึกษา มร.

- กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน 5 ชนิด ในระดับสูงกว่าปานกลางเล็กน้อย ค่อนข้างมาก เรียงตามลำดับ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ข่าวรามคำแหง, เอกสารข่าวประชาสัมพันธ์, เสียงตามสาย, โทรทัศน์การศึกษา มร. และวิทยุการศึกษา มร.

- กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ 5 ชนิดแตกต่างกัน โดยกลุ่มบุคลากรมีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์สูงกว่าทุกกลุ่ม รองลงมาได้แก่ กลุ่มนักศึกษาที่ศึกษาด้วยตนเอง และกลุ่มนักศึกษาที่มาฟังคำบรรยาย

- กลุ่มนักศึกษากับกลุ่มบุคลากรมีความคาดหวังและความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ทั้ง 5 ชนิด ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

- ความคาดหวังในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ทั้ง 5 ชนิดของกลุ่มนักศึกษาและบุคลากรไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับ แต่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ โดยความคาดหวังในการเปิดรับสื่อเสียงตามสายมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจสูงสุด และความคาดหวังในการเปิดรับสื่อวิทยุการศึกษา มร. มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่ำสุด

สุวิมล อังศุสิงห์ (2539) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางประชากรและสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม กับพฤติกรรมการรับสารจากสื่อสิ่งพิมพ์ภายใน และความพึงพอใจในการสื่อสารของพนักงานฝ่ายสินค้าและไปรษณีย์ภัณฑ์ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามีทั้งสิ้น 286 คน ผลการวิจัยพบว่า

- สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมด้านระดับตำแหน่งมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับสารจากสื่อสิ่งพิมพ์ภายใน แต่ปัจจัยทางประชากรด้าน อายุ สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ด้านระดับการศึกษา อายุงาน และประเภทของงานไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับสารจากสื่อสิ่งพิมพ์ภายใน
- ปัจจัยทางประชากรและสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการสื่อสาร
- พฤติกรรมการรับสารจากสื่อสิ่งพิมพ์ภายในมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการสื่อสาร

วันทนี แสนภักดี (2533) ได้ศึกษาความคาดหวัง ความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อมวลชนและความต้องการทางการเมืองของนักศึกษาวิทยาลัยครูพระนครศรีอยุธยา เป็นการศึกษาความแตกต่างและความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการการรับรู้ทางการเมืองจากสื่อมวลชน ความคาดหวัง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และความพึงพอใจของนักศึกษาวิทยาลัยครูพระนครศรีอยุธยา พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และความต้องการการรับรู้ทางการเมืองมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาคาดหวังและความพึงพอใจในการสื่อสารภายในกองบัญชาการกองทัพอากาศของข้าราชการกองทัพอากาศ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยกำหนดแนวทางและขั้นตอนของการดำเนินงานวิจัยในส่วนที่เกี่ยวข้องกับประชากร กลุ่มตัวอย่าง ตัวแปร การวัดตัวแปร เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล การทดสอบเครื่องมือ การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล ไว้ดังต่อไปนี้

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ข้าราชการกองทัพอากาศ ทั้งข้าราชการชั้นสัญญาบัตรและชั้นประทวน ซึ่งรับราชการในหน่วยงานต่างๆ ในกองทัพอากาศ (ไม่สามารถระบุจำนวนประชากรโดยละเอียดได้ เนื่องจากเป็นความลับของทางราชการ)

กลุ่มตัวอย่าง

ขนาดและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างกำหนดดังนี้

1. ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง กำหนดโดยใช้ตารางของ Taro Yamane (1973:1089) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % ความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน
2. การเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบจัดสัดส่วน (Quota Sampling) ซึ่งในที่นี้เก็บข้อมูลจากหน่วยงานภายในกองบัญชาการกองทัพอากาศ จำนวน 10 หน่วยงาน และสุ่มตัวอย่างในแต่ละหน่วยงานตามสัดส่วนของจำนวนบุคลากรในแต่ละหน่วยงาน

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

- กำหนดตามสมมติฐานแต่ละข้อดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ความคาดหวังในการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของข้าราชการกองทัพอากาศ

ตัวแปรต้น : ความคาดหวังในข้อมูลข่าวสารจากระบบการสื่อสารภายในกองทัพ

ตัวแปรตาม : พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากระบบการสื่อสารภายในกองทัพ

สมมติฐานที่ 2 ความพึงพอใจในระบบสื่อสารมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในการเปิดรับข่าวสาร

ตัวแปรต้น : ความคาดหวังในข้อมูลข่าวสารจากระบบการสื่อสารภายในกองทัพ

ตัวแปรตาม : ความพึงพอใจในระบบการสื่อสารภายในกองทัพ

สมมติฐานที่ 3 ความพึงพอใจในระบบสื่อสารภายในกองทัพอากาศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆภายในกองทัพอากาศ

ตัวแปรต้น : การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆภายในกองทัพอากาศ

ตัวแปรตาม : ความพึงพอใจในระบบสื่อสารภายในกองทัพอากาศ

รายละเอียดในการศึกษาและเกณฑ์การวัดตัวแปร

รายละเอียดในการศึกษามีดังต่อไปนี้

1. ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง จะศึกษาในเรื่อง เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ โดยทำการวัดข้อมูลในระดับมาตรานามบัญญัติ (Nominal Scale)

2. การเปิดรับข่าวสารของข้าราชการกองทัพอากาศจากสื่อบุคคลและสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน โดยดูปริมาณความถี่ หรือความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อและประเภทเนื้อหาที่เปิดรับ ทำการวัดข้อมูลแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยเป็นการวัดในระดับอันตรภาค (Interval Scale)

3. ความคาดหวังในด้านเนื้อหา รูปแบบ วิธีการนำเสนอและประโยชน์ของสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน ทำการวัดข้อมูลแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยเป็นการวัดในระดับอันตรภาค (Interval Scale)

4. ความพึงพอใจในด้านเนื้อหา รูปแบบ วิธีการนำเสนอและประโยชน์ของสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน ทำการวัดข้อมูลแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยเป็นการวัดในระดับอันตรภาค (Interval Scale)

เกณฑ์การวัดตัวแปร กำหนดไว้ดังนี้

1.	ความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร		
	เปิดรับข้อมูลข่าวสารเป็นประจำ	5	คะแนน
	เปิดรับข้อมูลข่าวสารค่อนข้างบ่อย	4	คะแนน

เปิดรับข้อมูลข่าวสารบ้างเป็นบางครั้ง	3	คะแนน
นานๆถึงเปิดรับข้อมูลข่าวสาร	2	คะแนน
ไม่เคยเปิดรับข่าวสารชนิดได้เลย	1	คะแนน

การพิจารณาปริมาณการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน กำหนดไว้
ดังนี้

คะแนน 1	มีการเปิดรับข่าวสารน้อยมาก
คะแนน 2	มีการเปิดรับข่าวสารค่อนข้างน้อย
คะแนน 3	มีการเปิดรับข่าวสารปานกลาง
คะแนน 4	มีการเปิดรับข่าวสารค่อนข้างมาก
คะแนน 5	มีการเปิดรับข่าวสารมาก

2. ระดับความคาดหวังในการสื่อสารภายในกองทัพอากาศ

มากที่สุด	5	คะแนน
มากพอสมควร	4	คะแนน
ปานกลาง	3	คะแนน
น้อย	2	คะแนน
น้อยที่สุด	1	คะแนน

3. ระดับความพึงพอใจในการสื่อสารภายในกองทัพอากาศ

มากที่สุด	5	คะแนน
มากพอสมควร	4	คะแนน
ปานกลาง	3	คะแนน
น้อย	2	คะแนน
น้อยที่สุด	1	คะแนน

โดยผู้วิจัยได้ตั้งเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยที่มีเกณฑ์การให้คะแนน
เป็น 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00	หมายถึง	มากที่สุด/สูงมาก
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49	หมายถึง	มาก/สูง
ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49	หมายถึง	ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49	หมายถึง	น้อย/ต่ำ
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49	หมายถึง	น้อยที่สุด/ต่ำมาก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่สร้างขึ้นโดยการศึกษาค้นคว้าจากตำราและเอกสารต่างๆ รวมทั้งจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบบสอบถามที่สร้างขึ้นในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยคำถามชนิดปลายปิด และคำถามชนิดปลายเปิด โดยมีเนื้อหาของแบบสอบถามดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง
- ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารของกองทัพอากาศ
- ตอนที่ 3 ความคาดหวังที่คาดว่าจะได้รับจากการเปิดรับข่าวสารของกองทัพอากาศ
- ตอนที่ 4 ความพึงพอใจที่ได้รับจากการเปิดรับข่าวสารของกองทัพอากาศ
- ตอนที่ 5 เป็นคำถามปลายเปิด ที่เปิดโอกาสให้กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารภายในของกองทัพอากาศ

การตรวจสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ

1. ตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามที่ได้เรียบเรียงแล้ว ไปทดลองใช้กับผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อหาข้อบกพร่องของคำถาม และปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ความเหมาะสมของภาษา (Wording) และความชัดเจนของข้อความ

2. ทดสอบความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ โดยนำแบบสอบถามที่ได้แก้ไขแล้วไปทดลองใช้กับข้าราชการที่ไม่ได้อยู่ในกลุ่มที่เลือก จำนวน 30 คน แล้วนำคำตอบในแบบสอบถามมาคำนวณหาค่าความเชื่อถือได้ โดยคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha) ตามวิธีของ Cronbach (วิเชียร เกตุสิงห์, 2534 : 116)

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left(1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right)$$

k คือ จำนวนข้อ

V_i คือ ความแปรปรวนของคะแนนในแต่ละข้อ

V_t คือ ความแปรปรวนของคะแนนรวมในแต่ละข้อ

ผลจากการคำนวณค่าความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ เป็นที่ยอมรับได้ โดยค่าความเชื่อมั่นของแต่ละตอนมีดังนี้

การเปิดรับข่าวสาร = 0.78

ความคาดหวัง = 0.88

ความพึงพอใจ = 0.89

การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็นขั้นตอนดังนี้

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา เพื่ออธิบายข้อมูลด้านลักษณะประชากร, ประเภทของสื่อที่เปิดรับ, ความถี่ในการเปิดรับ, ความคาดหวังต่อการสื่อสารภายในกองทัพอากาศ และความพึงพอใจในการสื่อสารภายในกองทัพอากาศ โดยการหาค่าร้อยละ และคะแนนเฉลี่ย แล้วนำเสนอข้อมูลด้วยตารางแจกแจงความถี่

2. การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานของการวิจัย ใช้สถิติดังนี้

2.1 การทดสอบสมมติฐานข้อ 1 - 3 โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน(Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) ในการวิเคราะห์เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นกับตัวแปรตาม คือระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับความคาดหวังจากการเปิดรับข่าวสาร ความคาดหวังจากการเปิดรับข่าวสารกับความพึงพอใจในระบบการสื่อสาร และ การเปิดรับข่าวสารกับความพึงพอใจในระบบการสื่อสาร ทั้งนี้ ได้กำหนดการแปลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ดังนี้

ค่าสหสัมพันธ์ต่ำ = 0.01 - 0.39

ค่าสหสัมพันธ์ปานกลาง = 0.40 - 0.59

ค่าสหสัมพันธ์สูง = 0.60 - 1.00

การประมวลผลข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลและตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์เรียบร้อยแล้ว นำไปประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) เพื่อคำนวณค่าสถิติต่างๆที่ต้องการใช้ในการวิจัย



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจในการสื่อสารภายใน
กองทัพอากาศของข้าราชการกองทัพอากาศได้เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการแจกแจงลักษณะทางประชากร อันได้แก่ อายุ เพศ ระดับ
การศึกษา และอายุงาน โดยใช้คำร้อยละ

ตอนที่ 2 ผลการแจกแจงการเปิดรับข่าวสาร ความคาดหวัง และความพึงพอใจใน
การสื่อสาร

ตอนที่ 3 การหาค่าสหสัมพันธ์

3.1 ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังในการเปิดรับข่าวสารกับ
พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของข้าราชการกองทัพอากาศ

3.2 ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในระบบสื่อสารกับความ
คาดหวังในการเปิดรับข่าวสาร

3.3 ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในระบบสื่อสารกับพฤติกรรมการ
การเปิดรับข่าวสาร

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะการปรับปรุงการ
เผยแพร่ข่าวสารภายในกองทัพอากาศให้มีประสิทธิภาพ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 403 คน วิเคราะห์โดยใช้ค่าร้อยละ

ตารางที่ 1

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20-30	107	26.6
31-40	122	30.3
41-50	105	26.1
51-60	69	17.1
รวม	403	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาครั้งนี้ กลุ่มที่มีจำนวนมากที่สุด คือ ช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี มีจำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3 รองลงมาคือช่วงอายุ 20-30 ปี ซึ่งมีจำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.6 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.1 และ ช่วงอายุ 51-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 2

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	258	64
หญิง	145	36
รวม	403	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาครั้งนี้มีจำนวน 403 คน ประกอบด้วย เพศชาย จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 64 เพศหญิง จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36

ตารางที่ 3
แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	111	27.5
ปริญญาตรี	269	66.7
ปริญญาโท	21	5.2
ปริญญาเอก	-	-
ไม่ตอบ	2	0.5
รวม	403	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวนสูงสุด คือ 269 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมาคือระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท มีจำนวนน้อย คือ 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2

ตารางที่ 4
แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุงาน

อายุงาน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1ปี - 5 ปี	98	24.3
6 - 10 ปี	62	15.4
11 - 15 ปี	46	11.4
16 - 20 ปี	194	48.1
ไม่ตอบ	3	0.7
รวม	403	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นข้าราชการที่มีอายุงาน 16-20 ปี มีจำนวนมากที่สุด คือ 194 คน คิดเป็นร้อยละ 48.1 รองลงมาได้แก่ข้าราชการที่มีอายุงาน 1 - 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.3 ส่วนข้าราชการที่มีอายุงาน 11-15 ปี มีเพียงส่วนน้อย คือ 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.4

ตอนที่ 2 แสดงร้อยละและค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสาร ความคาดหวัง และความพึงพอใจในการสื่อสาร

ตารางที่ 5

แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของการเปิดรับข่าวสารของกองทัพอากาศจําแนกตามรูปแบบการสื่อสาร

รูปแบบการสื่อสาร	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย \bar{X}	ความหมาย
การประชุม	14.6	32.5	33.7	14.6	4.5	3.38	ปานกลาง
ผู้บังคับบัญชา	9.9	42.4	40	6	1.7	3.53	สูง
เพื่อนร่วมงาน	6.9	29.3	50.6	9.9	3.2	3.27	ปานกลาง
บันทึกข้อความ	6	24.1	46.4	20.1	3.5	3.09	ปานกลาง
สารข่าวฟ้า	1	23.8	46.2	25.3	3.7	2.93	ปานกลาง
ข่าวประจำวัน	4	20.8	39.7	26.8	8.7	2.85	ปานกลาง
ข่าวทหารอากาศ	1.5	20.1	43.2	27.5	7.7	2.80	ปานกลาง
อักษรวิ้ง	0.2	3.2	14.4	33.5	48.6	1.73	ต่ำ

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่าบุคลากรในกองทัพอากาศมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากผู้บังคับบัญชาในระดับสูงเพียงรูปแบบเดียว ที่มีการเปิดรับในระดับปานกลาง ได้แก่ การประชุม, เพื่อนร่วมงาน, บันทึกข้อความ, สารข่าวฟ้า, ข่าวประจำวัน และข่าวทหารอากาศ และเปิดรับในระดับต่ำ คือ อักษรวิ้ง

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 6
แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของความสนใจในเนื้อหาของข่าวสารภายในกองทัพอากาศ

ประเภทเนื้อหาที่สนใจ	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3	อันดับ 4	อันดับ 5	ค่าเฉลี่ย \bar{x}	ความ หมาย
กิจกรรมของกองทัพอากาศ	19.1	15.9	19.9	15.6	12.2	2.62	ปานกลาง
การเรียนรู้ในหลักสูตรต่างๆ และการสอบชิงทุน	8.4	11.9	8.7	13.2	10.7	1.53	ต่ำ
ความรู้-วิชาการทาง การทหารและด้านอื่นๆ	6.5	9.4	22.8	16.9	8.2	1.80	ต่ำ
สิทธิและสวัสดิการของ ข้าราชการ	38.7	20.6	8.9	12.4	4.7	3.32	ปานกลาง
กฎระเบียบ ข้อบังคับ และ วิธีปฏิบัติต่างๆ	13.4	23.8	18.6	11.4	15.9	2.57	ปานกลาง
ข่าวสารการโยกย้าย ข้าราชการ	9.9	8.4	15.1	10.4	13.6	1.63	ต่ำ
ปกิณกะ บันเทิง กีฬา นันทนาการ	1.7	4.2	5	8.4	13.2	0.70	ต่ำมาก
ความคิดเห็นหรือทัศนะ จากกรมต่างๆ	1.2	2	5.2	4.2	9.4	0.48	ต่ำมาก
ความรู้ทั่วไปที่ไม่เกี่ยวข้อง กับกองทัพอากาศ	3	4.5	4	12.4	10.4	0.80	ต่ำมาก

จากตารางที่ 6 พบว่าข้าราชการกองทัพอากาศให้ความสนใจในเนื้อหาของข่าวสารด้านสิทธิและสวัสดิการของข้าราชการ, กิจกรรมของกองทัพอากาศ และกฎระเบียบ ข้อบังคับ และวิธีปฏิบัติต่างๆ ในระดับปานกลาง ข้าราชการในกองทัพอากาศไม่ค่อยสนใจ ความรู้หรือวิชาการทางการทหารรวมทั้งข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้องกับกองทัพ หรือที่ไม่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานของตน เช่น ข้อมูลบันเทิงต่างๆ ซึ่งไม่เกี่ยวข้องกับการทำงาน สอดคล้องกับผลการวิจัยอื่นๆ ทั่วไปที่คนมักสนใจสิทธิและสวัสดิการต่างๆ เพราะเป็นประโยชน์แก่ตัวเอง การให้ความสนใจกฎระเบียบ ข้อบังคับและกิจกรรมของกองทัพจะทำให้มีส่วนร่วมและปฏิบัติตามได้ถูกต้อง

ตารางที่ 7

แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของเหตุผลที่ติดตามข่าวสารภายในกองทัพอากาศ

เหตุผลในการติดตามข่าวสาร	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3	อันดับ 4	อันดับ 5	ค่าเฉลี่ย \bar{x}	ความหมาย
เพื่อรับทราบข่าวสารเหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นภายในกองทัพอากาศ	46.4	19.9	13.6	10.7	3.5	3.77	สูง
เพื่อทราบกฎระเบียบ ข้อบังคับ และวิธีปฏิบัติต่างๆ	14.9	34.7	13.4	16.9	7.7	2.95	ปานกลาง
เพื่อเพิ่มพูนความรู้ทางด้านวิชาการ	9.7	12.4	26.6	13.2	15.4	2.19	ต่ำ
เพื่อเป็นการฆ่าเวลา	3.2	4.5	4.5	3.7	3.2	0.58	ต่ำมาก
เพื่อเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ	3.5	5	6.9	4.7	13.9	0.81	ต่ำมาก
เพื่อทราบความคิดเห็นของบุคคลอื่น	2.2	3	8.9	13.9	15.1	0.93	ต่ำมาก
เพื่อรับรู้สิ่งที่เป็นประโยชน์กับตนเอง	17.4	12.7	21.8	22.8	13.6	2.62	ปานกลาง
เพื่อความรู้อุปตัว	3.5	9.2	11.2	15.4	25.8	1.44	ต่ำมาก

จากตารางที่ 7 พบว่าเหตุผลอันดับแรกที่ข้าราชการติดตามข่าวสารภายในของกองทัพอากาศ คือ เพื่อรับทราบข่าวสารเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในกองทัพอากาศ เหตุผลในอันดับต่อมาซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง คือ เพื่อทราบกฎระเบียบ ข้อบังคับ และวิธีปฏิบัติต่างๆ และเพื่อรับรู้สิ่งที่เป็นประโยชน์กับตนเอง ในระดับต่ำ คือ เพื่อเพิ่มพูนความรู้ทางด้านวิชาการ และในระดับต่ำมาก ได้แก่ เพื่อความรู้อุปตัว, เพื่อทราบความคิดเห็นของบุคคลอื่น, เพื่อเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ และ เพื่อเป็นการฆ่าเวลา ดังนั้นจึงควรเสนอสาระที่ข้าราชการต้องการมากขึ้นในเรื่องข่าวสารเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในกองทัพอากาศ, กฎระเบียบ ข้อบังคับ และวิธีปฏิบัติ และข้อมูลที่เป็นประโยชน์กับผู้รับสาร

ตารางที่ 8
แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารภายในกองทัพอากาศที่มี
ประสิทธิภาพ

การสื่อสารภายใน	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3	อันดับ 4	อันดับ 5	ค่าเฉลี่ย \bar{x}	ความหมาย
การสื่อสารระหว่างบุคคลที่เป็น การสื่อสารผ่านสื่อ	32.3	23.8	21.6	6.9	5.7	3.41	ปานกลาง
การสื่อสารระหว่างบุคคลที่เป็น การสื่อสารกันโดยตรงไม่ผ่านสื่อ	22.8	23.3	26.6	10.7	5	3.13	ปานกลาง
การสื่อสารระหว่างกลุ่ม เช่น การประชุม	23.6	26.1	25.3	10.7	5.5	3.25	ปานกลาง
หนังสือสารข่าวฟ้า	5.5	8.2	11.7	26.3	24.6	1.72	ต่ำ
หนังสือข่าวทหารอากาศ	5.5	7.4	6.7	17.1	29	1.40	ต่ำมาก
ข่าวประจำวันทหารอากาศ	12.2	7.4	9.9	22.6	16.6	1.82	ต่ำ
อักษรวิ้ง	2.2	4.2	3.2	1.5	5.7	0.46	ต่ำมาก

จากตารางที่ 8 แสดงให้เห็นว่าในบรรดาการสื่อสารภายในของกองทัพอากาศทั้ง 7 ชนิด กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในระดับปานกลาง คือ การสื่อสารระหว่างบุคคลที่เป็นการสื่อสารผ่านสื่อ, การสื่อสารระหว่างกลุ่ม เช่น การประชุม และ การสื่อสารระหว่างบุคคลที่เป็นการสื่อสารกันโดยตรงไม่ผ่านสื่อ ส่วนการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในระดับต่ำ ได้แก่ ข่าวประจำวันทหารอากาศ และหนังสือสารข่าวฟ้า การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในระดับต่ำที่สุด ได้แก่ หนังสือข่าวทหารอากาศ และ อักษรวิ้ง ดังนั้นจึงควรปรับปรุงระบบการสื่อสารทุกรูปแบบให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น เพราะวิธีการสื่อสารที่มีอยู่ในปัจจุบัน มีประสิทธิภาพในระดับปานกลางถึงน้อยที่สุด

ตารางที่ 9

แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของความคาดหวังในด้านเนื้อหาของหนังสือสารชาว์ฟ้า

เนื้อหา	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด หรือไม่ คาดหวัง เลย	ค่าเฉลี่ย X	ความหมาย
กิจกรรมของ กองทัพอากาศ	24.3	23.6	41.9	6	4.2	3.58	สูง
ข่าวการเรียนใน หลักสูตรต่างๆและการ สอบชิงทุน	16.9	16.6	42.9	18.6	5	3.22	ปานกลาง
ความรู้วิชาการทาง การทหารและด้านอื่นๆ	17.4	23.8	41.2	14.1	3.5	3.37	ปานกลาง
สิทธิและสวัสดิการของ ข้าราชการ	30.5	25.8	30.5	7.9	5.2	3.68	สูง
กฎระเบียบ ข้อบังคับ และวิธีปฏิบัติต่างๆ	21.8	23.8	37.5	13.9	3	3.48	ปานกลาง
ข่าวสารการโยกย้าย ข้าราชการ	14.9	21.1	38.5	16.9	8.7	3.17	ปานกลาง
ปณิธาน บันเทิง กีฬา นันทนาการ	18.4	20.3	41.9	14.1	5.2	3.33	ปานกลาง
กิจกรรมของกรมต่างๆ	17.1	28.8	42.2	8.7	3.2	3.48	ปานกลาง
ความรู้ทั่วไปที่ไม่ เกี่ยวข้องกับ กองทัพอากาศ	11.9	24.8	42.4	10.9	9.9	3.18	ปานกลาง

จากตารางที่ 9 แสดงให้เห็นว่า ข้าราชการกองทัพอากาศมีความคาดหวังในเนื้อหาในเรื่องสิทธิและสวัสดิการของข้าราชการ และกิจกรรมของกองทัพอากาศในระดับสูง รองลงมาในระดับปานกลาง คือด้านกฎระเบียบ ข้อบังคับและวิธีปฏิบัติต่างๆและกิจกรรมของกรมต่างๆ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ตามด้วยความรู้วิชาการทางการทหารและด้านอื่นๆ, ปณิธาน บันเทิง กีฬา นันทนาการ, ข่าวการเรียนในหลักสูตรต่างๆ และการสอบชิงทุน, ความรู้ทั่วไปที่ไม่เกี่ยวข้องกับกองทัพอากาศ และข่าวสารการโยกย้ายข้าราชการ

ตารางที่ 10

แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของความคาดหวังในด้านเนื้อหาของหนังสือข่าวทหารอากาศ

เนื้อหา	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุดหรือไม่คาดหวังเลย	ค่าเฉลี่ย \bar{X}	ความหมาย
กิจกรรมของกองทัพอากาศ	16.1	21.3	47.6	9.7	5.2	3.33	ปานกลาง
ข่าวการเรียนในหลักสูตรต่างๆและการสอบชิงทุน	12.9	17.4	44.2	16.6	8.9	3.09	ปานกลาง
ความรู้วิชาการทางการทหารและด้านอื่นๆ	22.6	25.8	35.5	10.9	5.2	3.50	สูง
สิทธิและสวัสดิการของข้าราชการ	26.1	30	31.3	8.7	4	3.66	สูง
กฎระเบียบ ข้อบังคับ และวิธีปฏิบัติต่างๆ	25.1	26.8	35.2	10.9	2	3.62	สูง
ข่าวสารการโยกย้ายข้าราชการ	9.9	23.1	37.5	18.6	10.9	3.02	ปานกลาง
ปกิณกะ บันเทิง กีฬานันทนาการ	11.4	26.6	38.2	17.6	6.2	3.19	ปานกลาง
กิจกรรมของกรมต่างๆ	11.7	24.8	46.7	13.2	3.7	3.28	ปานกลาง
ความรู้ทั่วไปที่ไม่เกี่ยวข้องกับกองทัพอากาศ	14.6	24.1	42.2	13.4	5.7	3.29	ปานกลาง

จากตารางที่ 10 แสดงให้เห็นว่า ข้าราชการกองทัพอากาศมีความคาดหวังในเนื้อหาในเรื่องสิทธิและสวัสดิการของข้าราชการ, กฎระเบียบ ข้อบังคับและวิธีปฏิบัติต่างๆ และความรู้วิชาการทางการทหารและด้านอื่นๆ ในระดับสูง รองลงมาในระดับปานกลาง คือด้านกิจกรรมของกองทัพอากาศ, ความรู้ทั่วไปที่ไม่เกี่ยวข้องกับกองทัพอากาศ, กิจกรรมของกรมต่างๆ, ปกิณกะ บันเทิง กีฬานันทนาการ, ข่าวการเรียนในหลักสูตรต่างๆและการสอบชิงทุนและข่าวสารการโยกย้ายข้าราชการ

ตารางที่ 11

แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของความคาดหวังในด้านเนื้อหาของข่าวประจำวัน

เนื้อหา	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุดหรือไม่คาดหวังเลย	ค่าเฉลี่ย \bar{X}	ความหมาย
กิจกรรมของกองทัพอากาศ	24.6	19.6	35.7	11.4	8.7	3.40	ปานกลาง
ข่าวการเรียนในหลักสูตรต่างๆและการสอบชิงทุน	23.8	17.6	31.5	16.6	10.4	3.28	ปานกลาง
ความรู้วิชาการทางการทหารและด้านอื่นๆ	11.2	20.1	38.7	18.1	11.9	3.00	ปานกลาง
สิทธิและสวัสดิการของข้าราชการ	27.8	19.9	28.5	12.7	11.2	3.40	ปานกลาง
กฎระเบียบ ข้อบังคับ และวิธีปฏิบัติต่างๆ	18.9	19.4	33.5	18.6	9.7	3.19	ปานกลาง
ข่าวสารการโยกย้ายข้าราชการ	18.1	21.3	30.5	14.9	15.1	3.12	ปานกลาง
ปณิธาน บันเทิง กีฬา นันทนาการ	10.7	20.1	40	20.3	8.9	3.03	ปานกลาง
กิจกรรมของกรมต่างๆ	14.6	18.9	42.9	14.9	8.7	3.16	ปานกลาง
ความรู้ทั่วไปที่ไม่เกี่ยวข้องกับกองทัพอากาศ	10.9	20.1	42.2	13.4	13.4	3.02	ปานกลาง

จากตารางที่ 11 แสดงให้เห็นว่า ข้าราชการกองทัพอากาศมีความคาดหวังในเนื้อหาในเรื่องต่างๆจากข่าวประจำวันในระดับปานกลางทั้งหมด โดยมีความคาดหวังเนื้อหาในด้านสิทธิและสวัสดิการของข้าราชการและกิจกรรมของกองทัพอากาศสูงสุด รองลงมา คือข่าวการเรียนในหลักสูตรต่างๆและการสอบชิงทุนตามด้วยกฎระเบียบ ข้อบังคับและวิธีปฏิบัติต่างๆ, กิจกรรมของกรมต่างๆ, ข่าวสารการโยกย้ายข้าราชการ, ความรู้วิชาการทางการทหารและด้านอื่นๆ บันเทิง กีฬา นันทนาการ ส่วนเนื้อหาที่มีความคาดหวังต่ำที่สุด คือ ความรู้ทั่วไปที่ไม่เกี่ยวข้องข้องกับกองทัพอากาศ

ตารางที่ 12
แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของความคาดหวังในเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของ
กองทัพอากาศ (สื่อสิ่งพิมพ์)

สื่อประชาสัมพันธ์	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
สารข่าวฟ้า	3.39	ปานกลาง
ข่าวทหารอากาศ	3.33	ปานกลาง
ข่าวประจำวัน	3.18	ปานกลาง

จากตารางที่ 12 สรุปรวมความคาดหวังในเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของกองทัพอากาศ (สื่อสิ่งพิมพ์) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังในด้านเนื้อหาของสื่อสิ่งพิมพ์ ทั้ง 3 ชนิด ในระดับปานกลางทั้งหมด โดยสารข่าวฟ้าได้รับความคาดหวังมากที่สุด รองลงมา คือ ข่าวทหารอากาศ และ ข่าวประจำวัน

ตารางที่ 13
แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของความคาดหวังในด้านการนำเสนอของสื่อประชาสัมพันธ์
ภายในของกองทัพอากาศ (สื่อสิ่งพิมพ์)

สื่อประชาสัมพันธ์ภายใน	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
						\bar{X}	
สารข่าวฟ้า	20.8	32	40.9	5	1.2	3.66	สูง
หนังสือข่าวทหารอากาศ	13.4	31.5	43.7	9.9	1.5	3.45	ปานกลาง
ข่าวประจำวันกองทัพอากาศ	18.6	18.4	42.9	12.7	7.4	3.28	ปานกลาง

จากตารางที่ 13 แสดงให้เห็นว่ารูปแบบการนำเสนอของสารข่าวฟ้าได้รับการคาดหวังในระดับสูง ส่วนรูปแบบการนำเสนอของหนังสือข่าวทหารอากาศ และข่าวประจำวันกองทัพอากาศได้รับความคาดหวังในระดับปานกลาง

ตารางที่ 14

แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของความคาดหวังในประโยชน์ที่จะได้รับจากหนังสือสารข่าวฟ้า

ประเภทของประโยชน์ที่คาดหวัง	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุดหรือไม่คาดหวังเลย	ค่าเฉลี่ย \bar{X}	ความหมาย
เพื่อนำไปใช้ในการปรับตัวให้สอดคล้องกับนโยบายของกองทัพอากาศ	14.6	25.3	44.9	10.4	4.7	3.35	ปานกลาง
เพื่อทราบข่าวความเคลื่อนไหวภายในกองทัพอากาศ	23.6	30.5	37.7	6	2.2	3.67	สูง
เพื่อเพิ่มพูนความรู้ความสามารถเพื่อนำมาใช้ในหน้าที่การงาน	18.9	28	36	13.9	3.2	3.45	ปานกลาง
เพื่อผ่อนคลายความเครียด	14.4	22.3	43.7	13.9	5.7	3.26	ปานกลาง
เพื่อให้มีข้อมูลไปพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนร่วมงาน	13.4	22.1	44.2	13.6	6.7	3.22	ปานกลาง
เพื่อรับทราบเกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆที่ทางกองทัพอากาศจัดขึ้น	21.8	27.8	41.9	6.2	2.2	3.61	สูง
เพื่อรับทราบสิ่งที่เป็นประโยชน์สำหรับตนเอง	26.3	23.6	38.7	7.9	3.5	3.61	สูง

ตารางที่ 15

แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของความคาดหวังในประโยชน์ที่จะได้รับจากหนังสือข่าวทหารอากาศ

ประเภทของประโยชน์ที่คาดหวัง	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุดหรือไม่คาดหวังเลย	ค่าเฉลี่ย X	ความหมาย
เพื่อนำไปใช้ในการปรับตัวให้สอดคล้องกับนโยบายของกองทัพอากาศ	16.1	26.1	39.7	13.6	4.5	3.36	ปานกลาง
เพื่อทราบข่าวความเคลื่อนไหวภายในกองทัพอากาศ	18.1	28	35.2	14.4	4.2	3.41	ปานกลาง
เพื่อเพิ่มพูนความรู้ความสามารถเพื่อนำมาใช้ในหน้าที่การงาน	26.1	21.8	34.2	14.6	3.2	3.53	สูง
เพื่อผ่อนคลายความเครียด	11.2	31.3	35.2	15.9	6.5	3.25	ปานกลาง
เพื่อให้มีข้อมูลไปพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนร่วมงาน	13.6	21.3	43.7	13.9	7.4	3.20	ปานกลาง
เพื่อรับทราบเกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆที่ทางกองทัพอากาศจัดขึ้น	13.9	27.8	45.7	10.4	2.2	3.41	ปานกลาง
เพื่อรับทราบสิ่งที่เป็นประโยชน์สำหรับตนเอง	22.3	23.1	42.7	8.4	3.5	3.52	สูง

ตารางที่ 16

แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของความคาดหวังในประโยชน์ที่จะได้รับจากข่าวประจำวัน

ประเภทของประโยชน์ที่คาดหวัง	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุดหรือไม่คาดหวังเลย	ค่าเฉลี่ย X	ความหมาย
เพื่อนำไปใช้ในการปรับตัวให้สอดคล้องกับนโยบายของกองทัพอากาศ	18.6	18.4	36.5	15.1	11.4	3.18	ปานกลาง
เพื่อทราบข่าวความเคลื่อนไหวภายในกองทัพอากาศ	31	24.6	28.8	7.9	7.7	3.63	สูง
เพื่อเพิ่มพูนความรู้ความสามารถเพื่อนำมาใช้ในหน้าที่การงาน	18.9	23.3	31.8	16.1	9.9	3.25	ปานกลาง
เพื่อผ่อนคลายความเครียด	8.7	21.1	36.5	17.1	16.6	2.88	ปานกลาง
เพื่อให้มีข้อมูลไปพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนร่วมงาน	17.4	18.9	39	13.4	11.4	3.17	ปานกลาง
เพื่อรับทราบเกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆที่ทางกองทัพอากาศจัดขึ้น	27.3	20.8	36	9.4	6.5	3.53	สูง
เพื่อรับทราบสิ่งที่เป็นประโยชน์สำหรับตนเอง	27.5	19.4	33	12.4	7.7	3.47	ปานกลาง

จากตารางที่ 14 - 16 แสดงให้เห็นว่า ประโยชน์จากสารข่าวฟ้า หนังสือข่าวทหารอากาศ และข่าวประจำวัน ที่ได้รับความคาดหวังในระดับสูง จาก 2 ใน 3 ตาราง ได้แก่ เพื่อทราบข่าวความเคลื่อนไหวภายในกองทัพอากาศ เพื่อรับทราบเกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆที่ทางกองทัพอากาศจัดขึ้น และเพื่อรับทราบสิ่งที่เป็นประโยชน์สำหรับตนเอง ส่วนประโยชน์ที่ได้รับความคาดหวังในระดับปานกลางของสื่อทั้ง 3 ชนิด ได้แก่ เพื่อนำไปใช้ในการปรับตัวให้สอดคล้องกับนโยบายของกองทัพอากาศ เพื่อผ่อนคลายความเครียด และเพื่อให้มีข้อมูลไปพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนร่วมงาน

ตารางที่ 17

แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของความคาดหวังในประโยชน์ที่จะได้รับจากสื่อประชาสัมพันธ์
ภายในของกองทัพอากาศ (สื่อสิ่งพิมพ์)

สื่อประชาสัมพันธ์	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
	X	
สารข่าวฟ้า	3.45	ปานกลาง
ข่าวทหารอากาศ	3.38	ปานกลาง
ข่าวประจำวัน	3.30	ปานกลาง

จากตารางที่ 17 สรุปรวมค่าเฉลี่ยของความคาดหวังในประโยชน์ที่จะได้รับจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของกองทัพอากาศ (สื่อสิ่งพิมพ์) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังในประโยชน์ที่จะได้รับจากสื่อประชาสัมพันธ์ทั้ง 3 ชนิด ในระดับปานกลาง โดยกลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังในสารข่าวฟ้ามากที่สุด รองลงมาคือ ข่าวทหารอากาศ และข่าวประจำวัน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 18

แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของความพึงพอใจในด้านเนื้อหาของหนังสือสารชาวฟ้า

เนื้อหา	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด หรือไม่ คาดหวัง เลย	ค่า เฉลี่ย \bar{X}	ความหมาย
กิจกรรมของ กองทัพอากาศ	11.9	32.8	45.2	7.4	2.7%	3.44	ปานกลาง
ข่าวการเรียนใน หลักสูตรต่างๆและการ สอบชิงทุน	7.4	19.4	51.1	10.9	11.2	3.01	ปานกลาง
ความรู้วิชาการทาง การทหารและด้านอื่นๆ	6.7	23.8	50.6	15.1	3.7	3.15	ปานกลาง
สิทธิและสวัสดิการของ ข้าราชการ	15.6	28.8	40.9	11.2	3.5	3.42	ปานกลาง
กฎระเบียบ ข้อบังคับ และวิธีปฏิบัติต่างๆ	13.2	26.6	46.4	11.7	2.2	3.37	ปานกลาง
ข่าวสารการโยกย้าย ข้าราชการ	9.9	19.9	43.7	16.9	9.7	3.03	ปานกลาง
ปณิธาน บันเทิง กีฬา นันทนาการ	10.7	22.6	48.1	15.6	3	3.22	ปานกลาง
กิจกรรมของกรมต่างๆ	8.7	30.3	48.4	8.7	4	3.31	ปานกลาง
ความรู้ทั่วไปที่ไม่เกี่ยว ข้องกับกองทัพอากาศ	6.2	26.6	45.7	18.6	3	3.14	ปานกลาง

ตารางที่ 19

แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของความพึงพอใจในด้านเนื้อหาของหนังสือข่าวทหารอากาศ

เนื้อหา	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด หรือไม่ คาดหวัง เลย	ค่า เฉลี่ย X	ความหมาย
กิจกรรมของกองทัพอากาศ	10.2	26.6	47.9	11.2	4.2	3.27	ปานกลาง
ข่าวการเรียนในหลักสูตร ต่างๆและการสอบชิงทุน	4.2	18.4	45.4	21.3	10.4	2.84	ปานกลาง
ความรู้วิชาการทาง การทหารและด้านอื่นๆ	13.6	27	43.2	12.7	3.5%	3.35	ปานกลาง
สิทธิและสวัสดิการของ ข้าราชการ	13.2	27.8	44.2	11.7	3.2	3.36	ปานกลาง
กฎระเบียบ ข้อบังคับและ วิธีปฏิบัติต่างๆ	13.2	26.3	47.1	11.4	2	3.37	ปานกลาง
ข่าวสารการโยกย้าย ข้าราชการ	6.7	20.1	39.7	23.1	10.4	2.90	ปานกลาง
ปณิธาน บันเทิง กีฬา นันทนาการ	11.7	28	38.7	19.1	2.5	3.27	ปานกลาง
กิจกรรมของกรมต่างๆ	6.2	25.8	49.9	15.6	2.5	3.18	ปานกลาง
ความรู้ทั่วไปที่ไม่เกี่ยว ข้องกับกองทัพอากาศ	11.4	29.5	40.7	15.9	2.5	3.32	ปานกลาง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 20
แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของความพึงพอใจในด้านเนื้อหาของข่าวประจำวัน

เนื้อหา	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุดหรือไม่คาดหวังเลย	ค่าเฉลี่ย X	ความหมาย
กิจกรรมของกองทัพอากาศ	17.4	23.1	37.5	15.6	6.5	3.29	ปานกลาง
ข่าวการเรียนในหลักสูตรต่างๆและการสอบชิงทุน	12.4	18.1	43.7	14.6	11.2	3.06	ปานกลาง
ความรู้-วิชาการทางการทหารและด้านอื่นๆ	8.4	17.4	43.9	23.6	6.7	2.97	ปานกลาง
สิทธิและสวัสดิการของข้าราชการ	18.1	19.9	42.9	13.4	5.7	3.31	ปานกลาง
กฎระเบียบ ข้อบังคับและวิธีปฏิบัติต่างๆ	11.2	21.3	38	23.1	6.5	3.08	ปานกลาง
ข่าวสารการโยกย้ายข้าราชการ	11.2	18.4	38	21.6	10.9	2.97	ปานกลาง
ปณิธาน บันเทิง กีฬา นันทนาการ	6.7	17.1	46.7	18.9	10.7	2.90	ปานกลาง
กิจกรรมของกรมต่างๆ	9.7	21.8	41.7	21.1	5.7	3.09	ปานกลาง
ความรู้ทั่วไปที่ไม่เกี่ยวข้องกับการกองทัพอากาศ	8.9	22.1	38.5	19.9	10.7	2.99	ปานกลาง

จากตารางที่ 18 - 20 แสดงให้เห็นว่า ข้าราชการกองทัพอากาศมีความพึงพอใจในเนื้อหาของข่าวสารกีฬา หนังสือข่าวทหารอากาศ และข่าวประจำวัน ในระดับปานกลางทั้งหมด แสดงว่ายังต้องมีการปรับปรุงด้านเนื้อหาของสื่อทั้ง 3 ชนิดอีกมาก เพื่อให้ข้าราชการเกิดความพึงพอใจ

ตารางที่ 21
แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของความพึงพอใจในเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของ
กองทัพอากาศ (สื่อสิ่งพิมพ์)

สื่อประชาสัมพันธ์	ค่าเฉลี่ย \bar{x}	ความหมาย
สารข่าวฟ้า	3.23	ปานกลาง
ข่าวทหารอากาศ	3.21	ปานกลาง
ข่าวประจำวัน	3.07	ปานกลาง

จากตารางที่ 21 สรุปรวมค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของกองทัพอากาศ (สื่อสิ่งพิมพ์) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ ทั้ง 3 ชนิด ในระดับปานกลาง โดยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในเนื้อหาของสารข่าวฟ้ามากที่สุด รองลงมาคือ ข่าวทหารอากาศ และข่าวประจำวัน

ตารางที่ 22
แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของความพึงพอใจในด้านการนำเสนอของสื่อประชาสัมพันธ์
ภายในของกองทัพอากาศ (สื่อสิ่งพิมพ์)

สื่อประชาสัมพันธ์ภายใน	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย \bar{x}	ความหมาย
สารข่าวฟ้า	14.6	39	37.7	6.9	1.7	3.58	สูง
หนังสือข่าวทหารอากาศ	13.2	26.3	45.9	11.2	3.5	3.34	ปานกลาง
ข่าวประจำวันกองทัพอากาศ	9.2	22.3	43.7	13.2	11.7	3.04	ปานกลาง

จากตารางที่ 22 แสดงให้เห็นว่ารูปแบบการนำเสนอที่ได้รับความนิยมพึงพอใจในระดับสูง ได้แก่ สารข่าวฟ้า ส่วนหนังสือข่าวทหารอากาศ และข่าวประจำวันกองทัพอากาศได้รับความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 23

แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของความพึงพอใจในประโยชน์ที่จะได้รับจากหนังสือสารข่าวฟ้า

ประเภทของประโยชน์ที่ พึงพอใจ	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่สุด หรือไม่ คาดหวัง เลย	ค่า เฉลี่ย X	ความ หมาย
เพื่อนำไปใช้ในการปรับตัว ให้สอดคล้องกับนโยบาย ของกองทัพอากาศ	11.2	35.7	39.2	11.2	2.7	3.41	ปานกลาง
เพื่อทราบข่าวความเคลื่อนไหว ภายในกองทัพอากาศ	18.1	32.3	37.7	8.4	3.5	3.53	สูง
เพื่อเพิ่มพูนความรู้ ความสามารถเพื่อนำมาใช้ ในหน้าที่การงาน	13.4	28.8	42.2	9.9	5.5	3.36	ปานกลาง
เพื่อผ่อนคลายความเครียด	9.4	25.3	40.9	18.6	5.7	3.14	ปานกลาง
เพื่อให้มีข้อมูลไปพูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับ เพื่อนร่วมงาน	10.2	27.5	41.9	16.9	3.5	3.24	ปานกลาง
เพื่อรับทราบเกี่ยวกับ กิจกรรมต่างๆที่ทาง กองทัพอากาศจัดขึ้น	12.4	37.7	38.5	7.7	3.7	3.47	ปานกลาง
เพื่อรับทราบสิ่งที่เป็น ประโยชน์สำหรับตนเอง	15.4	31.8	40.9	9.4	2.5	3.48	ปานกลาง

ตารางที่ 24

แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของความพึงพอใจในประโยชน์ที่จะได้รับจากหนังสือข่าวทหารอากาศ

ประเภทของประโยชน์ที่ พึงพอใจ	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่สุด หรือไม่ คาดหวัง เลย	ค่า เฉลี่ย X	ความ หมาย
เพื่อนำไปใช้ในการปรับตัว ให้สอดคล้องกับนโยบาย ของกองทัพอากาศ	12.2	31	41.4	12.4	3	3.37	ปานกลาง
เพื่อทราบข่าวความเคลื่อนไหว ภายในกองทัพอากาศ	10.9	31	39.7	16.4	2	3.33	ปานกลาง
เพื่อเพิ่มพูนความรู้ ความสามารถเพื่อนำมาใช้ ในหน้าที่การงาน	14.4	28	44.7	6.7	6.2	3.38	ปานกลาง
เพื่อผ่อนคลายความเครียด	9.4	32	38.7	15.4	4.5	3.27	ปานกลาง
เพื่อให้มีข้อมูลไปพูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับ เพื่อนร่วมงาน	9.2	27	44.4	14.6	4.7	3.21	ปานกลาง
เพื่อรับทราบเกี่ยวกับ กิจกรรมต่างๆที่ทาง กองทัพอากาศจัดขึ้น	9.9	28	43.9	13.2	5	3.25	ปานกลาง
เพื่อรับทราบสิ่งที่เป็น ประโยชน์สำหรับตนเอง	15.6	34.5	33	14.4	2.5	3.46	ปานกลาง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 25

แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของความพึงพอใจในประโยชน์ที่จะได้รับจากข่าวประจำวัน

ประเภทของประโยชน์ที่พึงพอใจ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุดหรือไม่คาดหวังเลย	ค่าเฉลี่ย X	ความหมาย
เพื่อนำไปใช้ในการปรับตัวให้สอดคล้องกับนโยบายของกองทัพอากาศ	12.7	22.3	39.7	18.4	6.9	3.15	ปานกลาง
เพื่อทราบข่าวความเคลื่อนไหวภายในกองทัพอากาศ	19.6	24.1	38.2	12.7	5.5	3.40	ปานกลาง
เพื่อเพิ่มพูนความรู้ความสามารถเพื่อนำมาใช้ในหน้าที่การงาน	14.1	17.9	40.2	17.9	9.9	3.08	ปานกลาง
เพื่อนคลายความเครียด	6.7	17.6	41.2	23.8	10.7	2.86	ปานกลาง
เพื่อให้มีข้อมูลไปพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนร่วมงาน	13.4	20.8	39	18.1	8.7	3.12	ปานกลาง
เพื่อรับทราบเกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆที่ทางกองทัพอากาศจัดขึ้น	18.1	23.1	40.7	11.4	6.7	3.34	ปานกลาง
เพื่อรับทราบสิ่งที่เป็นประโยชน์สำหรับตนเอง	15.6	21.1	42.9	14.6	5.7	3.26	ปานกลาง

จากตารางที่ 23 - 25 แสดงให้เห็นว่า ข้าราชการกองทัพอากาศมีความพึงพอใจในประโยชน์จากสารข่าวฟ้า หนังสือข่าวทหารอากาศ และข่าวประจำวันในระดับปานกลางเป็นส่วนใหญ่ แสดงว่ายังต้องมีการปรับปรุงอีกมาก เพื่อให้ข้าราชการได้รับประโยชน์จากสื่อทั้ง 3 ชนิด และเกิดความพึงพอใจมากขึ้น

ตารางที่ 26

แสดงค่าเฉลี่ยและร้อยละของความพึงพอใจในประโยชน์ของสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน
ของกองทัพอากาศ (สื่อสิ่งพิมพ์)

สื่อประชาสัมพันธ์	ค่าเฉลี่ย \bar{x}	ความหมาย
สารข่าวฟ้า	3.38	ปานกลาง
ข่าวทหารอากาศ	3.32	ปานกลาง
ข่าวประจำวัน	3.17	ปานกลาง

จากตารางที่ 26 สรุปรวมค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในประโยชน์ของสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของกองทัพอากาศ (สื่อสิ่งพิมพ์) กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในประโยชน์ของสื่อประชาสัมพันธ์ทั้ง 3 ชนิด ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจในประโยชน์ของสารข่าวฟ้ามากที่สุด รองลงมาคือ ข่าวทหารอากาศ และข่าวประจำวัน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 4 การหาค่าสหสัมพันธ์

ตารางที่ 27

ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับความคาดหวังในเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ (สื่อสิ่งพิมพ์)

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับความคาดหวังในเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์	n	r	p
สารข่าวฟ้า	403	.200**	.000
ข่าวทหารอากาศ	403	.308**	.000
ข่าวประจำวัน	403	.234**	.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($p < .01$)

จากตารางที่ 27 แสดงว่าพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความคาดหวังในเนื้อหาของสารข่าวฟ้า, ข่าวทหารอากาศ และ ข่าวประจำวัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งหมายความว่า ถ้ามีความคาดหวังในเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ต่ำ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารก็จะน้อยลงไปด้วย จึงเป็นไปตามสมมติฐาน ข้อที่ 1 อย่างไรก็ตาม ค่าสหสัมพันธ์ต่ำทั้ง 3 สื่อ จึงเป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำเท่านั้น

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 28

ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับความคาดหวังในประโยชน์ของสื่อประชาสัมพันธ์ (สื่อสิ่งพิมพ์)

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับความคาดหวังในประโยชน์ของสื่อประชาสัมพันธ์	n	r	p
สารข่าวฟ้า	403	.190**	.000
ข่าวทหารอากาศ	403	.265**	.000
ข่าวประจำวัน	403	.201**	.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($p < .01$)

จากตารางที่ 28 แสดงว่าพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความคาดหวังในประโยชน์ของสารข่าวฟ้า, ข่าวทหารอากาศ และ ข่าวประจำวัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งหมายความว่า ถ้ามีความคาดหวังในประโยชน์ของสื่อประชาสัมพันธ์ต่ำ การเปิดรับข่าวสารจะมีน้อยลงไปด้วย อย่างไรก็ตาม ค่าสหสัมพันธ์ต่ำทั้ง 3 สื่อ จึงเป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำเท่านั้น

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 29

ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังในเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ (สื่อสิ่งพิมพ์) กับ
ความพึงพอใจในเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ (สื่อสิ่งพิมพ์)

ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังใน เนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ กับความ พึงพอใจในเนื้อหาของสื่อ ประชาสัมพันธ์	n	r	p
สารข่าวฟ้า	403	.651**	.000
ข่าวทหารอากาศ	403	.590**	.000
ข่าวประจำวัน	403	.724**	.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($p < .01$)

จากตารางที่ 29 แสดงให้เห็นว่าความคาดหวังในเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ทั้ง 3 ชนิด มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในเนื้อหา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งหมายความว่า ข่าวราชการที่มีความคาดหวังสูงก็จะมี ความพึงพอใจมาก อย่างไรก็ตาม ค่าสหสัมพันธ์ของความคาดหวังและความพึงพอใจสูงทั้ง 3 สื่อ จึงเป็นความสัมพันธ์ในระดับสูง ผลการวิเคราะห์เป็นไปตามสมมติฐานที่ 2

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 30

ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังในประโยชน์ของสื่อประชาสัมพันธ์ (สื่อสิ่งพิมพ์) กับ
ความพึงพอใจในเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ (สื่อสิ่งพิมพ์)

ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังใน ประโยชน์ของสื่อประชาสัมพันธ์ กับ ความพึงพอใจในเนื้อหาของสื่อ ประชาสัมพันธ์	n	r	p
สารข่าวฟ้า	403	.666**	.000
ข่าวทหารอากาศ	403	.657**	.000
ข่าวประจำวัน	403	.720**	.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($p < .01$)

จากตารางที่ 30 แสดงให้เห็นว่าความคาดหวังในประโยชน์ของสื่อประชาสัมพันธ์ ทั้ง 3 ชนิด มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในเนื้อหา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งหมายความว่า ถ้ามีความคาดหวังสูง ความพึงพอใจก็จะสูงตามไปด้วย อย่างไรก็ตาม ค่าสหสัมพันธ์สูงทั้ง 3 สื่อ จึงเป็นความสัมพันธ์ในระดับสูง

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 31

ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังในเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ (สื่อสิ่งพิมพ์)
กับความพึงพอใจในประโยชน์ของสื่อประชาสัมพันธ์ (สื่อสิ่งพิมพ์)

ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังใน เนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ กับความ พึงพอใจในประโยชน์ของสื่อ ประชาสัมพันธ์	n	r	p
सारชาวฟ้า	403	.674**	.000
ข่าวทหารอากาศ	403	.583**	.000
ข่าวประจำวัน	403	.673**	.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($p < .01$)

จากตารางที่ 31 แสดงให้เห็นว่าความคาดหวังในเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ทั้ง 3 ชนิด มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในประโยชน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 หมายความว่า ข่าวราชการที่มีความคาดหวังสูงก็จะมีคามพึงพอใจมาก อย่างไรก็ตาม ค่าสหสัมพันธ์สูงทั้ง 3 สื่อ จึงเป็นความสัมพันธ์ในระดับสูง

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 32

ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังในประโยชน์ของสื่อประชาสัมพันธ์ (สื่อสิ่งพิมพ์)
กับความพึงพอใจในประโยชน์ของสื่อประชาสัมพันธ์ (สื่อสิ่งพิมพ์)

ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังใน ประโยชน์ของสื่อประชาสัมพันธ์ กับ ความพึงพอใจในประโยชน์ของสื่อ ประชาสัมพันธ์	n	r	p
สารข่าวฟ้า	403	.745**	.000
ข่าวทหารอากาศ	403	.700**	.000
ข่าวประจำวัน	403	.750**	.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($p < .01$)

จากตารางที่ 32 แสดงให้เห็นว่าความคาดหวังในประโยชน์ของสื่อประชาสัมพันธ์ ทั้ง 3 ชนิด มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในประโยชน์ที่ได้รับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงให้เห็นว่า ถ้ามีความคาดหวังสูงก็จะมี ความพึงพอใจสูงตามไปด้วย อย่างไรก็ตาม ค่าสหสัมพันธ์สูงทั้ง 3 สื่อ จึงเป็นความสัมพันธ์ในระดับสูง

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 33

ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ (สื่อสิ่งพิมพ์)
กับความพึงพอใจในเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ (สื่อสิ่งพิมพ์)

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกา เปิดรับข่าวสารกับความพึงพอใจใน เนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์	n	r	p
สารข่าวฟ้า	403	.187**	.000
ข่าวทหารอากาศ	403	.237**	.000
ข่าวประจำวัน	403	.148**	.003

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($p < .01$)

จากตารางที่ 33 แสดงว่าพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ
ความพึงพอใจในเนื้อหาของสารข่าวฟ้า, ข่าวทหารอากาศ และ ข่าวประจำวัน อย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งหมายความว่า ถ้ามีความพึงพอใจในเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ต่ำ การ
เปิดรับข่าวสารจะมีน้อยลงด้วย ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 3 อย่างไรก็ตาม ค่าสหสัมพันธ์อยู่ใน
ระดับต่ำถึงต่ำมาก จึงเป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำเท่านั้น

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 34

ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ (สื่อสิ่งพิมพ์)
กับความพึงพอใจในประโยชน์ของสื่อประชาสัมพันธ์ (สื่อสิ่งพิมพ์)

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการ เปิดรับข่าวสารกับความพึงพอใจใน ประโยชน์ของสื่อประชาสัมพันธ์	n	r	p
สารข่าวฟ้า	403	.211**	.000
ข่าวทหารอากาศ	403	.202**	.000
ข่าวประจำวัน	403	.221**	.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($p < .01$)

จากตารางที่ 34 แสดงว่าพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ
ความพึงพอใจในประโยชน์ของสารข่าวฟ้า, ข่าวทหารอากาศ และ ข่าวประจำวัน อย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งหมายความว่า ถ้ามีความพึงพอใจในประโยชน์ของสื่อประชาสัมพันธ์ต่ำ
การเปิดรับข่าวสารจะมีน้อยลงไปด้วย อย่างไรก็ตาม ค่าสหสัมพันธ์ต่ำทั้ง 3 สื่อ จึงเป็น
ความสัมพันธ์ในระดับต่ำเท่านั้น

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 5 เป็นคำถามปลายเปิดที่ให้กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารภายในกองทัพอากาศ

ตารางที่ 35

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเพียงพอของการสื่อสารภายในกองทัพอากาศ

ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
มีเพียงพอ	115	28.5
ไม่เพียงพอ	133	33
ไม่ตอบ	155	38.5
รวม	403	100

จากตารางที่ 35 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างทั้ง 403 คน มีความเห็นว่าการสื่อสารภายในกองทัพอากาศยังไม่เพียงพอ 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33 และเห็นว่ามีเพียงพอ 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 และไม่แสดงความคิดเห็น 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5

ตารางที่ 36

ข้อเสนอเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ที่ควรเพิ่มเติม

สื่อประชาสัมพันธ์ที่ควรเพิ่มเติม	ความถี่	ร้อยละ
1. สื่อ intranet	97	24
2. บอร์ดประชาสัมพันธ์	20	5
3. ข่าวแจก แผ่นพับ	16	4
4. ไม่แสดงความคิดเห็น	270	67
รวม	403	100

จากตารางที่ 36 กลุ่มตัวอย่าง 97 คน เห็นว่าสื่อประชาสัมพันธ์ที่ควรเพิ่มเติมมากที่สุด คือ สื่อ intranet รองลงมา คือ บอร์ดประชาสัมพันธ์ (20 คน) ข่าวแจกแผ่นพับ (16 คน) โดยมีผู้ไม่แสดงความคิดเห็นมากที่สุด 270 คน

ตารางที่ 37

ข้อเสนอแนะสำหรับการปรับปรุงการเผยแพร่ข่าวสารภายในกองทัพอากาศให้มีความมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ	ความถี่	ร้อยละ
1. ความรวดเร็วทันเหตุการณ์	104	25.8
2. การแจกจ่ายสื่อประชาสัมพันธ์ให้ทั่วถึง	65	16.1
3. ปรับปรุงด้านเทคนิคการออกอากาศของเสียงตามสายเพื่อให้ได้ยินอย่างทั่วถึงและชัดเจน	53	13.2
4. ปรับปรุงรูปแบบการนำเสนอให้น่าสนใจยิ่งขึ้น	34	8.4
5. ไม่แสดงความคิดเห็น	147	36.5
รวม	403	100

จากตารางที่ 37 กลุ่มตัวอย่างส่วนมาก (ร้อยละ 25.8) เห็นว่าควรปรับปรุงการเผยแพร่ข่าวสารให้รวดเร็วทันเหตุการณ์มากที่สุด รองลงมา คือ แจกจ่ายสื่อประชาสัมพันธ์ให้ทั่วถึง (ร้อยละ 16.1) ควรปรับปรุงด้านเทคนิคการออกอากาศของเสียงตามสายเพื่อให้ได้ยินอย่างทั่วถึงและชัดเจน (ร้อยละ 13.2) และปรับปรุงรูปแบบการนำเสนอให้น่าสนใจยิ่งขึ้น (ร้อยละ 8.4) โดยมีผู้ไม่แสดงความคิดเห็นมากที่สุด (ร้อยละ 36.5)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจในการสื่อสารภายในกองทัพอากาศของข้าราชการกองทัพอากาศ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสนใจในข่าวสาร การเปิดรับข่าวสาร ความคาดหวัง ความพึงพอใจในระบบการสื่อสารของกองทัพอากาศ และรูปแบบการสื่อสารแบบอื่นๆ โดยเน้นที่สื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งได้แก่ หนังสือสารข่าวฟ้า, หนังสือข่าวทหารอากาศ และ ข่าวประจำวันทหารอากาศ โดยศึกษาจากข้าราชการกองทัพอากาศ จำนวน 403 คน การคัดเลือกข้าราชการกองทัพอากาศใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอนและแบบจัดสัดส่วน

การวิจัยเรื่องนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โปรแกรม SPSS/PC เพื่อหาค่าสถิติพื้นฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

1. การวิเคราะห์โดยค่าสถิติพื้นฐาน เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของข้าราชการกองทัพอากาศ การเปิดรับข่าวสาร ความคาดหวังในเนื้อหา การจัดรูปแบบและประโยชน์ของสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน (สื่อสิ่งพิมพ์) ความพึงพอใจในเนื้อหา การจัดรูปแบบและประโยชน์ของสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน (สื่อสิ่งพิมพ์)

2. การทดสอบสมมติฐาน 3 สมมติฐาน

1. การวิเคราะห์โดยค่าสถิติพื้นฐาน

- 1.1 ลักษณะทั่วไปของข้าราชการกองทัพอากาศ

ข้าราชการกองทัพอากาศที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 403 คน เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มากที่สุด ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอายุงานระหว่าง 16-20 ปี มากที่สุด

1.2 การเปิดรับข่าวสาร

ข้าราชการกองทัพอากาศมีการเปิดรับข่าวสารภายในกองทัพอากาศจากผู้บังคับบัญชามากที่สุด (สื่อบุคคล) มากกว่าสื่อประชาสัมพันธ์อื่นๆ ได้แก่ การประชุม เพื่อนร่วมงาน และอักษรวิ้ง

สำหรับข่าวสารที่ข้าราชการกองทัพอากาศให้ความสนใจมากที่สุด ได้แก่ ข่าวสารด้านสิทธิและสวัสดิการของข้าราชการ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในกลุ่ม รองลงมา ได้แก่ กิจกรรมของกองทัพอากาศ และกฎระเบียบ ข้อบังคับ และวิธีปฏิบัติต่างๆ สำหรับข่าวสารที่ข้าราชการกองทัพอากาศให้ความสนใจน้อยที่สุดในกลุ่ม ได้แก่ ความคิดเห็นหรือทัศนยะจากกรมต่างๆ

ส่วนเหตุผลที่ข้าราชการกองทัพอากาศติดตามข่าวสารภายในของกองทัพอากาศเป็นอันดับแรก คือ เพื่อรับทราบข่าวสารเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในกองทัพอากาศ รองลงมา คือ เพื่อทราบกฎระเบียบ ข้อบังคับ และวิธีปฏิบัติต่างๆ และเหตุผลที่ระบุน้อยที่สุดที่ข้าราชการกองทัพอากาศติดตามข่าวสารภายในของกองทัพอากาศ คือ เพื่อเป็นการฆ่าเวลา

สำหรับความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารภายในของกองทัพอากาศนั้น ข้าราชการกองทัพอากาศมีความเห็นว่าการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดในกลุ่ม ได้แก่ การสื่อสารระหว่างบุคคลที่เป็นการสื่อสารผ่านสื่อ รองลงมา คือ การสื่อสารระหว่างกลุ่ม เช่น การประชุม และข้าราชการกองทัพอากาศเห็นว่าการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพน้อยที่สุด ได้แก่ อักษรวิ้ง

1.3 ระดับความคาดหวังจากการเปิดรับข่าวสาร

ข้าราชการกองทัพอากาศมีความหวังในเนื้อหาของสารข่าวฟ้าในระดับปานกลาง รองลงมาคือ ข่าวทหารอากาศ และ ข่าวประจำวัน

สำหรับความคาดหวังในด้านรูปแบบการนำเสนอ นั้น สารข่าวฟ้าเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่ได้รับความคาดหวังในระดับสูง รองลงมาเป็นความคาดหวังในระดับปานกลาง ได้แก่ ข่าวทหารอากาศ และข่าวประจำวัน

ส่วนความคาดหวังในประโยชน์ของสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน ข้าราชการกองทัพอากาศมีความคาดหวังในสารข่าวฟ้าในระดับปานกลาง รองลงมา คือ ข่าวทหารอากาศ และข่าวประจำวัน

1.4 ระดับความพึงพอใจจากการเปิดรับข่าวสาร

ข้าราชการกองทัพอากาศมีความพึงพอใจเนื้อหาของสารข่าวฟ้าในระดับปานกลาง รองลงมา ได้แก่ ข่าวทหารอากาศ และข่าวประจำวัน

ส่วนความพึงพอใจในด้านรูปแบบการนำเสนอ ข้าราชการกองทัพอากาศมีความพึงพอใจสารข่าวฟ้าในระดับมาก รองลงมา คือ ข่าวทหารอากาศ และข่าวประจำวัน

สำหรับความพึงพอใจในประโยชน์ของสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน ข้าราชการกองทัพอากาศมีความพึงพอใจสารข่าวฟ้าในระดับปานกลาง รองลงมาคือ ข่าวทหารอากาศ และข่าวประจำวัน

2. ผลการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

2.1 ความคาดหวังในการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของข้าราชการกองทัพอากาศ

2.1.1 จากการทดสอบด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังในการเปิดรับข่าวสารกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร พบว่า ความคาดหวังในการเปิดรับข่าวสารและพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์เชิงบวก ที่ระดับนัยสำคัญ .01 จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานข้อที่ 1 แต่ความสัมพันธ์ที่พบเป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ลักษณะความสัมพันธ์ดังกล่าวจึงเป็นส่วนน้อยเท่านั้น

2.2 ความพึงพอใจในระบบสื่อสารมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในการเปิดรับข่าวสาร

2.2.1 จากการทดสอบด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในระบบสื่อสารกับความคาดหวังในการเปิดรับข่าวสาร พบว่า ความพึงพอใจในระบบสื่อสารและความคาดหวังในการเปิดรับข่าวสาร มีความสัมพันธ์เชิงบวก ที่ระดับนัยสำคัญ .01 จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานข้อที่ 2 โดยความสัมพันธ์ที่พบเป็นความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

2.3 ความพึงพอใจในระบบสื่อสารภายในกองทัพอากาศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆภายในกองทัพอากาศ

2.3.1 จากการทดสอบด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในระบบสื่อสารภายในกองทัพอากาศกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร พบว่า ความพึงพอใจในระบบสื่อสารและพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์เชิงบวก ที่ระดับนัยสำคัญ .01 จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานข้อที่ 3 แต่ความสัมพันธ์ที่พบเป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ลักษณะความสัมพันธ์ดังกล่าวจึงเป็นส่วนน้อยเท่านั้น

3. การวิเคราะห์คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับการสื่อสารภายในกองทัพอากาศ

3.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในที่ควรเพิ่มเติม

ข้าราชการกองทัพอากาศต้องการให้มีการนำสื่อ **intranet** มาใช้ ซึ่งมากเป็นอันดับที่ 1 รองลงมา ได้แก่ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ข่าวแจกและแผ่นพับ

3.2 ข้อเสนอแนะการปรับปรุงการเผยแพร่ข่าวสารภายในกองทัพอากาศให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

เพื่อให้เผยแพร่ข่าวสารภายในกองทัพอากาศมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ข้าราชการกองทัพอากาศเสนอให้ปรับปรุงการนำเสนอข่าวสารให้รวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ การแจกจ่ายสื่อประชาสัมพันธ์ให้ทั่วถึง

อภิปรายผล

การเปิดรับข่าวสารภายในกองทัพอากาศ

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ข้าราชการกองทัพอากาศมีการเปิดรับข่าวสารภายในกองทัพอากาศจากผู้บังคับบัญชามากที่สุด (ส่วนบุคคล) มากกว่าสื่อประชาสัมพันธ์อื่นๆ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะระบบงานราชการที่ข้าราชการชั้นผู้น้อยจะต้องปฏิบัติตามคำสั่งของผู้บังคับบัญชาเป็นอันดับแรก จึงต้องให้ความสนใจต่อการรับนโยบายหรือข้อมูลอื่นๆจากผู้บังคับบัญชามากที่สุด นอกจากนั้นอาจเป็นเพราะการสื่อสารผ่านส่วนบุคคลจะสามารถทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบสองทาง ถ้าผู้รับสารไม่เข้าใจสาร ก็สามารถซักถามหรือขอข่าวสารเพิ่มเติมจากผู้ส่งสารได้ในเวลาอันรวดเร็ว ส่วนผู้ส่งสารก็สามารถปรับปรุงแก้ไขข่าวสารที่ส่งออกไปให้ตรงตามความต้องการและความเข้าใจของผู้รับสารได้ในเวลาอันรวดเร็วเช่นกัน นอกจากนี้แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารใน

องค์กร ระบุว่า การสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดในการบรรลุเป้าหมายขององค์กร

นอกจากนั้น แชรम्म(Schramm, 1954) ยังได้กล่าวถึงเหตุผลในการเลือกเปิดรับสื่อว่า ขึ้นอยู่กับความต้องการของแต่ละบุคคล สภาพแวดล้อม และความจำเป็นของตน โดยบุคคลย่อมจะเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least Effort) และได้ประโยชน์ตอบแทนดีที่สุด (Promise of Reward) โดยความพยายามน้อยที่สุดอาจหมายถึงความพร้อม ความสะดวก ซึ่งข้าราชการอาจมีความสะดวกในการรับข้อมูลข่าวสารต่างๆจากผู้บังคับบัญชาตามสายการบังคับบัญชามากกว่าจากสื่ออื่นๆในกองทัพอากาศ

ในเรื่องของการเปิดรับข่าวสารนั้น พบว่า ข้าราชการกองทัพอากาศ มีการเปิดรับข่าวสารในเรื่องสิทธิและสวัสดิการของข้าราชการมากที่สุด ส่วนเหตุผลที่ข้าราชการติดตามข่าวสารภายในของกองทัพอากาศเป็นอันดับแรก คือ เพื่อรับทราบข่าวสารเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในกองทัพอากาศ ซึ่งอาจอธิบายได้ว่า ข้าราชการเลือกเปิดรับและติดตามข่าวสารดังกล่าว เพราะเป็นประโยชน์ใช้สอยของตนเอง (Self Aggrandizement) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชวรัตน์ เชิดชัย, (2523) กล่าวคือ โดยพื้นฐานมนุษย์เป็นคนเห็นแก่ตัว ในฐานะเป็นผู้รับสารจึงต้องการแสวงหา และใช้ข่าวสารบางอย่างที่จะใช้เป็นประโยชน์แก่ตนเอง เพื่อช่วยให้ความคิดของตนบรรลุผล เพื่อให้ข่าวสารที่ได้มาเสริมสร้างบารมี เพื่อให้ได้ข่าวสารที่จะช่วยให้ตนเองได้รับความสะดวกสบาย รวมทั้งให้ได้ข่าวสารที่ทำให้ตนเองเกิดความสุขสานบันเทิง นอกจากนี้ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารยังเกิดจากความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่างๆ ซึ่งเป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์ โดยปกติมนุษย์จะอยากรู้อยากเห็นโดยเริ่มจากสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวที่สุดไปจนถึงสิ่งที่อยู่ไกลตัวมากที่สุดตามลำดับ ทั้งนี้มิใช่เพราะว่า สิ่งเหล่านั้นจะมีผลกระทบต่อตนเองทั้งทางตรง และทางอ้อมเท่านั้น แต่เป็นความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งที่เกิดขึ้นในแง่ต่างๆ เช่น สาเหตุของเหตุการณ์ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์นั้น รวมทั้งผลกระทบซึ่งอาจจะเกิดขึ้นกับตนเองหรือผู้อื่นด้วย

ความคาดหวังจากการเปิดรับข่าวสาร

จากการวิจัย พบว่า ข้าราชการกองทัพอากาศมีความคาดหวังในสารข่าวฟ้ามากที่สุดทั้งในด้านเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ และประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ รองลงมาคือ ข่าวทหารอากาศ และ ข่าวประจำวัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสารข่าวฟ้า เป็นวารสารที่มีเนื้อหาค่อนข้างหลากหลาย เช่น ภาพข่าวกิจกรรมของกองทัพอากาศ, เกร็ดความรู้ต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด

เกี่ยวกับการเปิดรับสารจากสื่อมวลชน โดยที่ผู้รับสารมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่า การบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชน จะช่วยตอบสนองความต้องการของเขาได้ ซึ่งจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือเปลี่ยนลักษณะนิสัย และพฤติกรรมบางอย่างได้ โดยที่การเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้น จะขึ้นอยู่กับความต้องการ หรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง เพราะบุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์และความตั้งใจในการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนที่แตกต่างกันไป

ความพึงพอใจจากการเปิดรับข่าวสาร

จากการวิจัย พบว่า ข้าราชการกองทัพอากาศมีความพึงพอใจในเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ และประโยชน์ของสารข่าวฟ้าสูงที่สุด รองลงมา ได้แก่ ข่าวทหารอากาศ และข่าวประจำวัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ สารข่าวฟ้าเป็นวารสารที่ไม่เน้นเฉพาะข่าวสารเพียงอย่างเดียว และเป็นวารสารที่มีการจัดรูปเล่มน่าอ่าน และมีเนื้อหาที่ค่อนข้างหลากหลาย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการสื่อสาร ที่ว่า ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารในองค์การ เป็นเรื่องของความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับว่าสอดคล้องกับความต้องการของบุคลากรภายในองค์การหรือไม่ ถ้าข่าวสารที่บุคลากรได้รับสอดคล้องกับความต้องการ บุคลากรขององค์การก็จะเกิดความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร ข่าวสารที่มีอยู่ภายในองค์การจึงนับว่ามีความสำคัญมาก เพราะนอกจากจะเป็นสิ่งที่สร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับบุคลากรขององค์การแล้ว ยังเป็นสิ่งที่บุคลากรสามารถนำไปใช้ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน การวางแผน การตัดสินใจ และการสร้างเป้าหมายขององค์การ

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ความคาดหวังในการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของข้าราชการกองทัพอากาศ

จากผลการวิจัย พบว่า ความคาดหวังในการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของข้าราชการกองทัพอากาศ ซึ่งหมายความว่า ข้าราชการที่มีความคาดหวังในการเปิดรับข่าวสารสูงจะมีการเปิดรับข่าวสารมาก ทั้งนี้ อาจอธิบายได้จากทฤษฎีความคาดหวัง ที่นักสังคมวิทยาได้เสนอแนวทฤษฎีเชิงโครงสร้าง (Structural Approach) (อ้างใน ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534 : 91) ว่าพฤติกรรมของมนุษย์ล้วนแล้วแต่เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นโดยตั้งใจ เนื่องจากก่อนมนุษย์จะลงมือทำสิ่งใดจะต้องวาดภาพไว้ในใจก่อนแล้วว่านี้คือสิ่งที่ตนต้องการจะ

กระทำ นักวิชาการสื่อสารจึงได้นำแนวทฤษฎีนี้มาใช้กับพฤติกรรมการเปิดรับสารของมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานการณ์ที่การใช้สื่อมีลักษณะเกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมาย และผู้รับสารสามารถอธิบายทางเลือกของเขาได้ ในที่นี้ ข้าราชการกองทัพอากาศได้เปิดรับข่าวสาร เพราะมีความต้องการในด้านต่างๆ จึงเกิดมีความคาดหวังในการเปิดรับข่าวสารทั้งในด้านเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอและประโยชน์ที่จะได้รับ ทั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ลีนา ลิมอภิชาติ (2536) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความคาดหวังและความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารของนักศึกษาและบุคลากรจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยรามคำแหง 5 ชนิด คือ หนังสือพิมพ์ข่าวรามคำแหง เสียงตามสาย เอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ วิทยุการศึกษา มร. และโทรทัศน์การศึกษา มร. โดยสุ่มตัวอย่างจากนักศึกษา และบุคลากรจำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน 5 ชนิดในระดับต่ำกว่าปานกลางเล็กน้อย สื่อประชาสัมพันธ์ภายในที่เปิดรับบ่อยที่สุดเรียงตามลำดับ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ข่าวรามคำแหง เอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ เสียงตามสาย โทรทัศน์การศึกษา มร. และวิทยุการศึกษา มร. โดยมีค่าเฉลี่ยความคาดหวังในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน 5 ชนิด ในระดับค่อนข้างมาก เรียงตามลำดับ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ข่าวรามคำแหง เอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ เสียงตามสาย โทรทัศน์การศึกษา มร. และวิทยุการศึกษา มร. และมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน 5 ชนิด ในระดับสูงกว่าปานกลางเล็กน้อย เรียงตามลำดับ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ข่าวรามคำแหง เอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ เสียงตามสาย โทรทัศน์การศึกษา มร. และวิทยุการศึกษา มร. นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างยังมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ 5 ชนิด แตกต่างกัน โดยกลุ่มบุคลากรมีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์สูงกว่าทุกกลุ่ม รองลงมาได้แก่ กลุ่มนักศึกษาที่ศึกษาด้วยตนเอง และกลุ่มนักศึกษาที่มาฟังคำบรรยาย โดยกลุ่มนักศึกษากับกลุ่มบุคลากรมีความคาดหวังและความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ทั้ง 5 ชนิด ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนความคาดหวังในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ทั้ง 5 ชนิดของกลุ่มนักศึกษาและบุคลากรไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับ แต่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ โดยความคาดหวังในการเปิดรับสื่อเสียงตามสายมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจสูงสุด และความคาดหวังในการเปิดรับสื่อวิทยุการศึกษา มร. มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่ำสุด

สมมติฐานข้อที่ 2 ความพึงพอใจในการเปิดรับสารมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในการเปิดรับข่าวสาร

จากผลการวิจัย พบว่า ความพึงพอใจในการเปิดรับสารมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในการเปิดรับข่าวสาร ซึ่งหมายความว่า ข่าวสารที่มีความคาดหวังในการเปิดรับข่าวสารมาก จะมีความพึงพอใจในการเปิดรับมากในเชิงบวก ทั้งนี้ อาจอธิบายได้จากแนวคิดของ สมยศ นาวิกาน (2527 : 103) ซึ่งระบุว่าความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารขึ้นอยู่กับสิ่งที่บุคคลได้มาเปรียบเทียบกับสิ่งที่บุคคลต้องการ ถ้าหากว่าการติดต่อสื่อสารเป็นไปตามความต้องการ ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารจะเกิดขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ จรัสศรี หาญสมวงศ์ (2533) ได้ศึกษาความแตกต่างระหว่างความคิดเห็น ความคาดหวัง และความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อวิทยุบนรถประจำทางทั่วไปขององค์การขนส่งมวลชนแห่งกรุงเทพฯ คลื่นพิเศษ F.M. SCA จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา โดยทำการสุ่มตัวอย่างจากประชาชนที่ใช้บริการรถประจำทาง ขสมก. เป็นประจำ จำนวน 200 คน ผลการวิจัยพบว่า ผู้โดยสารเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็น ความคาดหวัง และความพึงพอใจไม่แตกต่างกันตรงกันข้ามพบว่า ผู้โดยสารที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน จะมีความคิดเห็น ความคาดหวัง และความพึงพอใจแตกต่างกัน เช่นเดียวกับผู้โดยสารที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีความคิดเห็น ความคาดหวัง และความพึงพอใจแตกต่างกันด้วย สำหรับผู้โดยสารที่มีรายได้ต่างกันั้น พบว่า ความคิดเห็น ความคาดหวัง และความพึงพอใจของผู้มีรายได้ต่างกันมีความสัมพันธ์กับอายุและอาชีพ กล่าวคือ ผู้มีความคาดหวังต่ำ และความพึงพอใจต่ำเป็นผู้มีอายุมาก และ/หรือมีอาชีพรับราชการ ซึ่งมีรายได้มั่นคงแน่นอน ขณะที่ผู้มีความคาดหวังสูง และความพึงพอใจสูงเป็นผู้มีอายุน้อย และ/หรือมีอาชีพรับจ้าง ซึ่งมีรายได้ไม่แน่นอน นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้โดยสารที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่างกัน โดยเฉพาะผู้โดยสารที่มีระดับการศึกษาสูง ความพึงพอใจจะขึ้นอยู่กับตัวบุคคลนั้น เนื่องจากผู้โดยสารที่มีการศึกษาสูงมีโอกาสดเปิดรับข่าวสารจากสื่อมากกว่า 1 สื่อ การยอมรับข่าวสารจากรายการวิทยุคลื่นพิเศษ F.M. SCA ของผู้มีการศึกษาสูงจะต่ำกว่าผู้มีการศึกษาน้อย เพราะผู้มีการศึกษาสูงส่วนใหญ่จะมีรายได้เพียงพอที่จะแสวงหาความพึงพอใจต่อการรับข่าวสารจากสื่ออื่น หรือความบันเทิงจากแหล่งอื่นได้ ซึ่งแตกต่างจากผู้มีรายได้ไม่แน่นอน คนเหล่านี้จึงมีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อวิทยุบนรถประจำทางสูง

สมมติฐานข้อที่ 3 ความพึงพอใจในระบบการสื่อสารภายใน กองทัพอากาศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆภายใน กองทัพอากาศ

จากผลการวิจัย พบว่า ความพึงพอใจในระบบการสื่อสารภายในกองทัพอากาศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆภายในกองทัพอากาศ ซึ่งหมายความว่า ข้าราชการที่เปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆมาก แสดงว่ามีความพึงพอใจในระบบการสื่อสารภายในกองทัพอากาศมาก ในที่นี้ ข้าราชการกองทัพอากาศที่เปิดรับข่าวสาร เพราะมีความพึงพอใจในระบบการสื่อสาร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุวิมล อังศุสิงห์ (2539) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางประชากรและสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม กับพฤติกรรมการรับสารจากสื่อสิ่งพิมพ์ภายใน และความพึงพอใจในการสื่อสารของพนักงานฝ่ายสินค้าและไปรษณีย์ภัณฑ์ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามีทั้งสิ้น 286 คน ผลการวิจัยพบว่า สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมด้านระดับตำแหน่งมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับสารจากสื่อสิ่งพิมพ์ภายใน แต่ปัจจัยทางประชากรด้าน อายุ สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ด้านระดับการศึกษา อายุงาน และประเภทของงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับสารจากสื่อสิ่งพิมพ์ภายใน ขณะที่ปัจจัยทางประชากรและสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการสื่อสาร และพฤติกรรมการรับสารจากสื่อสิ่งพิมพ์ภายในมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการสื่อสาร

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ควรจัดลำดับความสำคัญของเนื้อหา โดยพิจารณาจากความต้องการของข้าราชการ ซึ่งเนื้อหาที่ข้าราชการมีการเปิดรับมากที่สุด คือ เนื้อหาเกี่ยวกับสิทธิและสวัสดิการของข้าราชการ รองลงมาคือ กิจกรรมภายในกองทัพอากาศ
2. เนื่องจากผลการทดสอบสมมติฐานแสดงให้เห็นว่า ความคาดหวังมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับ ดังนั้น ถ้าต้องการให้ข้าราชการเปิดรับข่าวสารมากขึ้น ควรจะพัฒนาสื่อต่างๆให้สนองความคาดหวัง ถ้าเป็นไปตามความคาดหวัง ระดับการเปิดรับก็จะสูงขึ้น โดยสิ่งที่ข้าราชการกองทัพอากาศคาดหวังสูงมีดังนี้ ข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิและสวัสดิการของข้าราชการ กิจกรรมของกองทัพอากาศ ความรู้วิชาการทางการทหารและด้านอื่นๆ และกฎระเบียบ ข้อบังคับ และวิธีปฏิบัติต่างๆ

3. เมื่อเปิดรับแล้ว เป็นไปตามที่คาดหวัง ก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจ ดังนั้นต้องพิจารณาปรับปรุงประเด็นที่ความพึงพอใจยังต่ำอยู่ ได้แก่ ข้าราชการเรียนในหลักสูตรต่างๆและการสอบชิงทุน และ ปกติกะ บันเทิง กีฬา นันทนาการ ก็ต้องปรับปรุงจุดนั้น เพื่อให้สามารถตอบสนองความพึงพอใจได้มากขึ้น

4. ในเรื่องการเพิ่มสื่อประชาสัมพันธ์ภายในนั้น เพื่อเป็นการสนองความต้องการของข้าราชการที่มีความรู้ความสามารถในการใช้ Information Technology ควรเพิ่มสื่อ intranet เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน ตามที่ได้ระบุความต้องการมา ซึ่งทำให้ข้าราชการได้รับความสะดวกสบายในการเปิดรับข่าวสาร โดยไม่ต้องรอสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากหน่วยงานกลาง ซึ่งอาจแจกจ่ายได้ไม่ทั่วถึง อีกทั้งสื่อ intranet ยังมีภาพที่สวยงามและมีเสียง

5. การปรับปรุงประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน นอกจากความครอบคลุมของสื่อแล้ว ยังควรพิจารณาเนื้อหาให้มีความทันสมัยทันต่อเหตุการณ์ และข่าวสารควรมีความทันสมัย ตามความต้องการของข้าราชการกองทัพอากาศ

นอกจากนี้ สื่อประชาสัมพันธ์ภายในแต่ละฉบับควรเสนอข้อมูลข่าวสารที่กระชับ เลือเฉพาะข้อมูลข่าวสารที่มีประโยชน์ต่อข้าราชการ และจัดทำให้ตรงเวลา

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นข้าราชการกองทัพอากาศในภาพรวม ไม่ได้มีการแบ่งกลุ่มข้าราชการชั้นสัญญาบัตรและชั้นประทวน จึงควรจะมีการแบ่งกลุ่มข้าราชการชั้นสัญญาบัตรและชั้นประทวน เพื่อที่จะได้รับทราบความคาดหวังและความพึงพอใจของข้าราชการแต่ละกลุ่ม ซึ่งอาจมีความแตกต่างกัน.

2. ควรสำรวจเรื่องหัวข้อหรือประเด็นที่ข้าราชการสนใจอยากให้นำลงในสื่อสิ่งพิมพ์ของกองทัพอากาศ เพื่อจะได้สนองความต้องการด้านข่าวสารได้อย่างเต็มที่

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กริช สืบสนธิ์. การสื่อสารในองค์การ. กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526.

กริช สืบสนธิ์. วัฒนธรรมและพฤติกรรมสื่อสารในองค์การ. กรุงเทพมหานคร :

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.

จรัสศรี หาญสมวงศ์. การศึกษาความแตกต่างของความคิดเห็น ความคาดหวัง และความพึงพอใจ

ของผู้โดยสารถี่มีต่อวิทยุบนรถประจำทางทั่วไปขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ

คลื่น เอฟ.เอ็ม.เอส.ซี.เอ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.

ชวรัตน์ ชิดชัย. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร : บริษัทกรพิมพ์, 2527.

ชาคริต จุลกะเสวี. กิจกรรมพิเศษเพื่อการประชาสัมพันธ์ควรจัดทำอย่างไรดี. นานาทศนะเกี่ยว

กับการประชาสัมพันธ์, กรุงเทพมหานคร : สหมิตรกรพิมพ์, 2531.

บุญเลิศ ศุภดิถก. การประชาสัมพันธ์. เอกสารการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์การประปา

ส่วนภูมิภาค คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,

2523.

ปรมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.

ประจวบ อินฮืด. ศัพท์านุกรมสื่อสารมวลชน. พระนคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 520.

ปิยนุช เกตทะโกมล. การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์การ

ขนาดใหญ่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย, 2540.

พยอม วงศ์สารศรี. องค์การและการจัดการ. คณะวิทยาการจัดการ วิทยาลัยครูสวนดุสิต, 2531.

พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์

ประกายพริก, 2536.

ยุบล เบญจรงค์กิจ. การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.

ระเด่น ทักษณา. ความสำเร็จของการประชาสัมพันธ์ต้องพบกันครึ่งทาง. นานาทศนะเกี่ยว

กับการประชาสัมพันธ์, กรุงเทพมหานคร : สหมิตรกรพิมพ์, 2531.

- ลดาวัลย์ ยมจินดา. การใช้เครื่องมือสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : กิ่งจันทร์
การพิมพ์, 2527.
- ลีนา ลีหมอกชาติ. ความคาดหวังและความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์
ภายในมหาวิทยาลัยรามคำแหงของนักศึกษาและบุคลากร. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.
- วันतीय แสนภักดี. ความคาดหวัง ความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อมวลชนและความต้องการทางการ
เมือง ของนักศึกษาวิทยาลัยครูพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.
- วิจิตร อวระกุล. การประชาสัมพันธ์ : หลักและแนวปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, 2522.
- วิรัช ลีรัตนกุล. การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2529.
- วุฒิชัย จำนง. พฤติกรรมการตัดสินใจ. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ไอเดียนสโตร, 2523.
- สมยศ นาวิการ. การติดต่อสื่อสารขององค์กร. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัย
ธรรมศาสตร์, 2527.
- สะอาด ต้นศุภผล. การประชาสัมพันธ์. พระนคร : มงคลการพิมพ์, 2500.
- สุพิน ปัญญามาก. การประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ ความคิดจากประสบการณ์.
วารสารศาสตร์เล่มที่ 61 (มิถุนายน 2529).
- สุวิมล อังศุสิงห์. พฤติกรรมการรับสารจากสื่อสิ่งพิมพ์ภายใน และความพึงพอใจในการสื่อสารของ
พนักงานฝ่ายสินค้าและไปรษณีย์ภัณฑ์ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน).
วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- เสนาะ ดิยาวี และคณะ. การบริหาร. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัย
ธรรมศาสตร์, 2521.
- เสรี วงษ์มณฑา. จิตวิทยาในการสื่อสาร. วารสารธรรมศาสตร์ ปีที่ 9 เล่มที่ 4 เมษายน-
มิถุนายน 2523.
- อนันต์ธนา อังกินันท์. การผลิตและการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร :
มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2524.
- อรุณ วัชรธรรม. ทฤษฎีองค์การสมัยใหม่ การบริหารองค์กร. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, 2525.
- อุทัย หิรัญโต. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์
ไอเดียนสโตร, 2520.

ภาษาอังกฤษ

Atkin, Charles K. Anticipated Communication and Mass Media Information Seeking.

Public Opinion Quarterly, New York : Free Press, 1973.

Colin, Cherry. On Human Communication : A Review, A Survey and Criticism.

New York :Holt, Rinehart and Winston, 1960.

Cutlip, Scott M., Center, Allen H., and Broom, Glen M. Effective Public Relations. 6th

edition. New Jersey : Prentice-Hall, 1985.

Evans, John W. "Alienation and Learning in a Hospital Setting". American Sociology

Review. December 1962.

Katz, Ek. Gurevitch, M., and Haas, H. On the Use of Mass Media for Important Things

American Sociological Review 38 (1973) : 164-181. cited in A.S. Tan. Mass

Communication Theories and Research. 2nd edition. New York : Macillan

Publishing Company. 1986. p.237.

Klapper, Joseph T. The Effect of Mass Communication. New York : The Free Press,

1960.

Myers, Michele Tolela and Myers, Gail E. Managing by Communication : An

Organizational Approach. Tokyo : Mc Graw-Hill Kogakusha, Ltd., 1982.

Redding, C.W. Communication within the Organization. New York : Industrial

Communication Council, 1972.

Riley and Flowerman, Group Relations as a Variable in Communication Research.

American Sociological Review 16 (1951)

Rogers, Everette M. Communication Strategies for Family Planning. New York :The Free

Press, 1973.

Schramm, W. Mass Media and National Development. Stanford University and

UNESCO, 1973.

Wilcox, Dennis L, Phillip H. Ault and Warren K. Agee. Public Relations : Strategies and

Tactics. New York : Harper and Row Publisher, 1986.



ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบสอบถาม

การวิจัยเรื่อง "ความคาดหวังและความพึงพอใจในการสื่อสารภายในกองทัพอากาศของข้าราชการกองทัพอากาศ"

แบบสอบถามมี 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของกองทัพอากาศ

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคาดหวังที่คาดว่าจะได้รับการเปิดรับข่าวสารของกองทัพอากาศ

ตอนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจที่ได้รับการเปิดรับข่าวสารของกองทัพอากาศ

ตอนที่ 5 เป็นคำถามที่ให้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารภายในกองทัพอากาศ



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 1 เป็นคำถามทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร

โปรดทำเครื่องหมาย **ü** ลงในช่องที่ตรงกับข้อความที่ถูกต้องที่สุด

1. อายุ ปี
2. เพศ ชาย หญิง
3. ระดับการศึกษา

<input type="radio"/> ม.3/ม.6/ปวช.	<input type="radio"/> ปริญญาโท
<input type="radio"/> ปวท./ปวส./อนุปริญญา	<input type="radio"/> ปริญญาเอก
<input type="radio"/> ปริญญาตรี	
4. สังกัด.....
5. ท่านทำงานในกองทัพอากาศมาเป็นเวลา.....ปี

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกาารเปิดรับข่าวสารของกองทัพอากาศ
โปรดทำเครื่องหมาย **ü** ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

1. ความมากน้อยของวิธีการที่ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารของกองทัพอากาศ

ข้อ	วิธีการที่ได้รับข้อมูล	ระดับของความมากน้อย				
		5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
1	การประชุม					
2	ผู้บังคับบัญชา					
3	เพื่อนร่วมงาน					
4	บันทึกข้อความ					
5	สารข่าวฟ้า					
6	ข่าวประจำวัน					
7	ข่าวทหารอากาศ					
8	อักษรวิ้ง					

2. เนื้อหาของข่าวสารภายในกองทัพอากาศต่อไปนี้ ท่านให้ความสนใจติดตามในด้านใดมากที่สุด
และด้านใดรองลงมา (โปรดใส่หมายเลข 1-5 อันดับแรก หน้าคำตอบตามลำดับความสนใจ)

- ___ 1. กิจกรรมของกองทัพอากาศ
- ___ 2. การเรียนในหลักสูตรต่างๆและการสอบชิงทุน
- ___ 3. ความรู้-วิชาการทางการทหารและด้านอื่นๆ
- ___ 4. สิทธิและสวัสดิการของข้าราชการ
- ___ 5. กฎระเบียบ ข้อบังคับและวิธีปฏิบัติต่างๆ
- ___ 6. ข่าวสารการโยกย้ายข้าราชการ
- ___ 7. ปกฉกษะ บันเทิง กีฬา นันทนาการ
- ___ 8. ความคิดเห็นหรือทัศนคติจากกรมต่างๆ
- ___ 9. ความรู้ทั่วไปที่ไม่เกี่ยวข้องกับกองทัพอากาศ
- ___ 10. อื่นๆ (โปรดระบุ)

3. เหตุผลที่ท่านติดตามข่าวสารภายในกองทัพอากาศต่อไปนี้ ข้อใดมีความสำคัญมากที่สุด และข้อใดสำคัญรองลงมา (โปรดเรียงลำดับโดยใส่หมายเลข 1-5 อันดับแรก หน้าคำตอบตามลำดับความสำคัญ)

- 1. เพื่อรับทราบข่าวสารเหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นภายในกองทัพอากาศ
- 2. เพื่อทราบกฎระเบียบ ข้อบังคับและวิธีปฏิบัติต่างๆ
- 3. เพื่อเพิ่มพูนความรู้ทางวิชาการ
- 4. เพื่อเป็นการฆ่าเวลา
- 5. เพื่อเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ
- 6. เพื่อทราบความคิดเห็นของบุคคลอื่น
- 7. เพื่อรับรู้สิ่งที่เป็นประโยชน์กับตนเอง
- 8. เพื่อความรู้รอบตัว
- 9. อื่นๆ (โปรดระบุ)

4. ท่านคิดว่าการสื่อสารภายในของกองทัพอากาศประเภทใดที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด (โปรดใส่หมายเลข 1-5 ตามลำดับประเภทการสื่อสารที่ท่านคิดว่ามีประสิทธิภาพมากที่สุด)

- 1. การสื่อสารระหว่างบุคคลที่เป็นการสื่อสารผ่านสื่อ เช่นบันทึกข้อความ
- 2. การสื่อสารระหว่างบุคคลที่เป็นการสื่อสารกันโดยตรงไม่ผ่านสื่อ
- 3. การสื่อสารระหว่างกลุ่ม เช่น การประชุม
- 4. หนังสือสารข่าวฟ้า
- 5. หนังสือข่าวทหารอากาศ
- 6. ข่าวประจำวันทหารอากาศ
- 7. อักษรวิ่ง

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคาดหวังที่คาดว่าจะได้รับจากการเปิดรับข่าวสารของ
กองทัพอากาศ

โปรดวงกลมล้อมรอบตัวเลขตามความคาดหวังที่ท่านคาดว่าจะได้รับจากเปิดรับข่าวสารของ
กองทัพอากาศ

(แนวการตอบ : ถ้าคาดหวังมากที่สุด ให้วงกลมหมายเลข 5 ในช่องนั้นๆ
ถ้าคาดหวังมากพอสมควร ให้วงกลมหมายเลข 4 ในช่องนั้นๆ
ถ้าคาดหวังปานกลาง ให้วงกลมหมายเลข 3 ในช่องนั้นๆ
ถ้าคาดหวังน้อย ให้วงกลมหมายเลข 2 ในช่องนั้นๆ
ถ้าคาดหวังน้อยที่สุดหรือไม่คาดหวังเลย ให้วงกลมหมายเลข 1 ในช่องนั้นๆ

**3.1 ความคาดหวังหรือความต้องการในด้านเนื้อหาภายในสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของ
กองทัพอากาศ (สื่อสิ่งพิมพ์)**

ความคาดหวังหรือความต้องการ ในด้านเนื้อหา	สื่อสิ่งพิมพ์		
	สารข่าวฟ้า	ข่าวทหารอากาศ	ข่าวประจำวัน
1. กิจกรรมของกองทัพอากาศ	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
2. ข่าวการเรียนในหลักสูตรต่างๆและ การสอบชิงทุน	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
3. ความรู้-วิชาการทางการทหารและ ด้านอื่นๆ	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
4. สิทธิและสวัสดิการของข้าราชการ	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
5. กฎระเบียบ ข้อบังคับและวิธีปฏิบัติ ต่างๆ	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
6. ข่าวสารการโยกย้ายข้าราชการ	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
7. ปกตินะ บันเทิง กีฬา นันทนาการ	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
8. กิจกรรมของกรมต่างๆ	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
9. ความรู้ทั่วไปที่ไม่เกี่ยวข้องกับ กองทัพอากาศ	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
10. อื่นๆ (โปรดระบุ)	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5

3.2 ความคาดหวังในการจัดรูปเล่มหรือการนำเสนอของสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของ กองทัพอากาศ (สื่อสิ่งพิมพ์)

สื่อประชาสัมพันธ์ภายใน กองทัพอากาศ (สื่อสิ่งพิมพ์)	ระดับความคาดหวัง				
	5 (มากที่สุด)	4 (มาก)	3 (ปานกลาง)	2 (น้อย)	1 (น้อยที่สุด)
1. สารข่าวฟ้า					
2. หนังสือข่าวทหารอากาศ					
3. ข่าวประจำวันกองทัพอากาศ					

3.3 ความคาดหวังในประโยชน์ที่จะได้รับจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของกองทัพอากาศ (สื่อสิ่งพิมพ์)

ความคาดหวังหรือความต้องการ ในด้านเนื้อหา	สื่อสิ่งพิมพ์		
	สารข่าวฟ้า	ข่าวทหารอากาศ	ข่าวประจำวัน
1. เพื่อนำไปใช้ในการปรับตัวให้ สอดคล้องกับนโยบายของกองทัพอากาศ	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
2. เพื่อให้ทราบข่าวความเคลื่อนไหว ภายในกองทัพอากาศ	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
3. เพื่อเพิ่มพูนความรู้ความสามารถ เพื่อนำมาใช้ในหน้าที่การงาน	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
4. เพื่อผ่อนคลายความเครียด	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
5. เพื่อให้มีข้อมูลไปพูดคุยแลกเปลี่ยน ความคิดเห็นกับเพื่อนร่วมงาน	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
6. เพื่อรับทราบเกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆ ที่ทางกองทัพอากาศจัดขึ้น	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
7. เพื่อรับทราบสิ่งที่เป็นประโยชน์ สำหรับตัวท่านเอง	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
8. อื่นๆ (โปรดระบุ).....	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5

ตอนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจที่ได้รับจากการเปิดรับข่าวสารของกองทัพอากาศ

4.1 ท่านมีความพึงพอใจในเนื้อหาที่ได้รับจากการเปิดรับข่าวสารของกองทัพอากาศมากน้อยเพียงใด (แนวการตอบ : เหมือนกับตอนที่ 3)

ความพึงพอใจในด้านเนื้อหา	สื่อสิ่งพิมพ์														
	สารข่าวฟ้า					ข่าวทหารอากาศ					ข่าวประจำวัน				
1. กิจกรรมของกองทัพอากาศ	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
2. ข่าวการเรียนในหลักสูตรต่างๆและการสอบชิงทุน	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
3. ความรู้วิชาการทางการทหารและด้านอื่นๆ	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
4. สิทธิและสวัสดิการของข้าราชการ	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
5. กฎระเบียบ ข้อบังคับและวิธีปฏิบัติต่างๆ	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
6. ข่าวสารการโยกย้ายข้าราชการ	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
7. ปกตินกะ บันเทิง กีฬา นันทนาการ	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
8. กิจกรรมของกรมต่างๆ	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
9. ความรู้ทั่วไปที่ไม่เกี่ยวข้องกับกองทัพอากาศ	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
10. อื่นๆ (โปรดระบุ)	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5

4.2 ความพึงพอใจในการจัดรูปแบบหรือการนำเสนอของสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของกองทัพอากาศ (สื่อสิ่งพิมพ์)

สื่อประชาสัมพันธ์ภายในกองทัพอากาศ (สื่อสิ่งพิมพ์)	ระดับความพึงพอใจ				
	5 (มากที่สุด)	4 (มาก)	3 (ปานกลาง)	2 (น้อย)	1 (น้อยที่สุด)
1. สารข่าวฟ้า					
2. หนังสือข่าวทหารอากาศ					
3. ข่าวประจำวันกองทัพอากาศ					

4.3 ความพึงพอใจในประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของกองทัพอากาศ (สื่อสิ่งพิมพ์)

ความพึงพอใจในประโยชน์ที่ได้รับ จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน ของกองทัพอากาศ	สื่อสิ่งพิมพ์														
	สารข่าวฟ้า					ข่าวทหารอากาศ					ข่าวประจำวัน				
1. เพื่อนำไปใช้ในการปรับตัวให้ สอดคล้องกับนโยบายของกองทัพอากาศ	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
2. เพื่อให้ทราบข่าวความเคลื่อนไหว ภายในกองทัพอากาศ	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
3. เพื่อเพิ่มพูนความรู้ความสามารถ เพื่อนำมาใช้ในหน้าที่การงาน	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
4. เพื่อผ่อนคลายความเครียด	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
5. เพื่อให้มีข้อมูลไปพูดคุยแลกเปลี่ยน ความคิดเห็นกับเพื่อนร่วมงาน	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
6. เพื่อรับทราบเกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆ ที่ทางกองทัพอากาศจัดขึ้น	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
7. เพื่อรับทราบสิ่งที่เป็นประโยชน์ สำหรับตัวท่านเอง	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
8. อื่นๆ (โปรดระบุ).....	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 5 เป็นคำถามที่ให้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารภายในกองทัพอากาศ

1. ท่านคิดว่าการสื่อสารภายในกองทัพอากาศทั้งสื่อบุคคลและสื่อสิ่งพิมพ์เพียงพอหรือไม่ ในการเผยแพร่ข่าวสารแก่ข้าราชการกองทัพอากาศ หากยังไม่เพียงพอ โปรดเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. ท่านมีข้อเสนอแนะอย่างไรสำหรับการปรับปรุงการเผยแพร่ข่าวสารภายในกองทัพอากาศให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

.....

.....

.....

.....

.....

.....

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

เรืออากาศตรีหญิง นวพร ภัคดีสงคราม เกิดเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม พ.ศ.2520 สำเร็จ
การศึกษาศิลปศาสตรบัณฑิต จากคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ในปี พ.ศ.2544
ปัจจุบันรับราชการตำแหน่งนายทหารปฏิบัติการจิตวิทยา แผนกปฏิบัติการจิตวิทยา กองกิจการ
พลเรือน กรมกิจการพลเรือนทหารอากาศ กองบัญชาการกองทัพอากาศ



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย