การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรม ที่มีต่อมูลนิธิป่อเต็กตึ๊งของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

MEDIA EXPOSURE, KNOWLEDGE, ATTITUDE AND BEHAVIORAL INTENTION TO THE "POH TECK TUNG" FOUNDATION AMONG PEOPLE IN BANGKOK

เตือนจิต พุฒิพงศ์โภไคย และ รศ.แอนนา จุมพลเสถียร
สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง "การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อมูลนิธิป่อเต็กตึ๊งของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร" เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้วิธีการวิจัยโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยเก็บข้อมูลจากประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีอายุระหว่าง ปี 35-18 และรู้จักมูลนิธิป่อเต็กตึ๊งมาอย่างน้อย 6 เดือน จำนวน 330 คน ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับมูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง เป็นอันดับที่ 1 มากที่สุด คือ สื่อโทรทัศน์ อันดับที่ 2 มากที่สุด คือ สื่อหนังสือพิมพ์ ในด้านความรู้เกี่ยวกับมูลนิธิป่อเต็กตึ๊งส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับมูลนิธิป่อเต็กตึ๊งในประเด็น "งานสาธารณกุศลของมูลนิธิป่อเต็กตึ๊งมีหลากหลายด้าน ได้แก่ งานบรรเทาสาธารณภัย งานสังคมสงเคราะห์ ช่วยเหลือคนยากไร้ มอบทุนการศึกษา และหน่วยแพทย์สงเคราะห์ชุมชน" รองลงมาคือ ประเด็นเกี่ยวกับ "มูลนิธิฯ ช่วยเหลือประชาชนทั้งกรุงเทพฯ ต่างจังหวัด และถิ่นทุรกันดารทั่วประเทศ" ในด้านทัศนคติที่มีต่อมูลนิธิฯ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเชิงบวกต่อมูลนิธิป่อเต็กตึ๊งมากที่สุด คือ ประเด็น มูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง เป็น" องค์กรสาธารณกุศลเอกชน ที่มีการช่วยเหลือประชาชนหลากหลายด้าน เช่น งานบรรเทาสาธารณภัย สังคมสงเคราะห์ หน่วยแพทย์สงเคราะห์ชุมชน" และในด้านแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อมูลนิธิฯ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อมูลนิธิป่อเต็กตึ๊งในระดับความตั้งใจมาก จากการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ความสัมพันธ์ระหว่าง การเปิดรับข่าวสาร (ความถี่ จากสื่ออันดับ 1 (ครั้ง/เดือน))สื่อโทรทัศน์ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศคติเกี่ยวกับมูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง ความรู้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อมูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง และทัศนคติมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อมูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง

คำสำคัญ: การเปิดรับข่าวสาร, ความรู้, ทัศนคติ, แนวโน้มพฤติกรรม, มูลนิธิ, ป่อเต็กตึ๊ง, ไต้ฮงกง

Abstract

This is a quantitative research with a survey research format. Data are collected using the questionnaire. Samples consist of 330 people in Bangkok, aged 18-35 years, who have known Poh Teck Tung Foundation for at least six months. The findings show that the majority of the samples are exposed to the foundation mostly through television and newspapers respectively. Their knowledge about the Foundation is mostly about its "public charitable work" in various areas: public relief, social welfare, assistance given to the poor and needy, education grants, and community medical units. This is followed by "the Foundation's assistance to people in Bangkok upcountry, and remote areas throughout Thailand". On the attitude toward the foundation, it is found that the samples have the most positive attitude toward the Foundation in the aspect "the Foundation is a private charity organization that provides assistance to the public in many areas, including public relief, social welfare, and community medical units". The finding about behavioral inclination to the Foundation reveals that the samples regard the Foundation's intention at a high level. The testing of the research hypothesis shows that there is no relation between the exposure and frequency (times/month) with regard to the first media (television) and the attitude toward the Foundation, while there is relation between the knowledge about the Foundation the attitude toward it, and between the attitude and the behavioral intention to the Foundation.

Key words: Exposure, knowledge, attitude, behavioral intention, Foundation, Poh Teck Tung, Tai Hong Kong

* นักศึกษาหลักสูตรวารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

1. บทนำ

มูลนิธิป่อเต็กตึ๊งเป็นองค์กรสาธารณกุศล ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2453 โดยมีรากฐานก่อกำเนิดจากพลังศรัทธาตาม หลักเมตตาธรรมตามแนวจริยวัตรของหลวงปู่ไต้ฮง มุ่งดำรงปณิธานในการทำกุศลสงเคราะห์แก่ผู้ยากไร้และผู้ตายไร้ญาติโดยไม่เลือกชั้นวรรณะ เชื้อชาติ ศาสนา

มีภารกิจหลัก ที่มี และการศึกษา การรักษาพยาบาล งานสังคมสงเคราะห์ ได้แก่ ด้าน 3 โดยไม่เลื โดยเจริญรอยตามองค์หลวงปู่ไต้ฮง รากฐานก่อกำเนิดจากพลังศรัทธาของประชาชนอก เชื้อชาติ ศาสนา ได้เพิ่มพูนบทบาท และศักยภาพ และขยายขอบข่ายงานทั้งด้านสังคมสงเคราะห์ ด้านสวัสดิการสังคมและบรรเทาสาธารณภัย พร้อมพัฒนางานด้านกู้ภัย กู้ชีพ ให้สอดรับกับสังคมปัจจุบัน

ด้านสายสัมพันธ์ระหว่างชาวจีนโพ้นทะเลกับมูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง เริ่มต้นขึ้นเมื่อช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 เริ่มสงบลง ประเทศจีนยังคงมีสงครามกลางเมือง ชาวจีนได้รับความเดือดร้อนอย่างแสนสาหัส ต้องเผชิญกับความอดอยากแร้นแค้นจากภัยพิบัติและภัยจากการสู้รบภายในประเทศ เพื่อให้หลุดพ้นจากความทุกข์ยากเช่นนี้ ช่วง พ.ศ. 2489 - 2490 ชาวจีนจำนวนมากจึงได้อพยพออกนอกประเทศ มาพึ่งพระบรมโพธิสมภารในประเทศไทย การโดยสารทางเรือจากเมืองจีนมายังประเทศไทยในช่วงเวลานั้นไม่ได้สะดวกสบาย บางคนมีเงินไม่มากก็โดยสารเรือหัวแดง (เรือสำเภาที่ทาสีหัวเรือและครึ่งบนของเสากระโดงเป็นสีแดง ที่บ่งบอกว่าเป็นเรือสำเภาจากแต้จิ๋ว) แล่นด้วยแรงลมมรสุม ต้องรอจังหวะ ฤดูกาลและทิศทางลม ระยะทางประมาณ 3,000 กิโลเมตร ใช้ระยะเวลากว่าหนึ่งเดือนจากซัวเถาถึงสยาม แต่ถ้าบางคนมีเงินมากพอก็จะโดยสารเรือฝรั่ง หรือ เรือกลไฟ ซึ่งบรรทุกผู้โดยสารได้หลายร้อยหรือนับพันต่อเที่ยว ที่ใช้ระยะเวลาเดินทางสั้นราว 10 กว่าวัน การเดินทางปลอดภัยมากขึ้น การเดินทางชาวจีนที่อพยพต่างต้องเจอกับสภาวะอิดโรย อดอยาก หิวโหย เมาเรือ การทะเลาะวิวาทและโรคระบาดที่อาจเสียชีวิตได้ขณะนั้น ได้เกิดโรค “ริดสีดวงตา” ระบาดซึ่งรัฐบาลไทยถือเป็นโรคติดต่อร้ายแรง เพราะทำให้ตาบอดได้ เมื่อดังนั้น เมื่อเดินทางมาถึงกรุงเทพฯ ทุกคนจะถูกตรวจโรค ถ้าหมอตรวจพบสักคนสองคนก็จะกักไว้หมดทุกคน ห้ามขึ้นจากเรือ กว่าจะหายทุกคนก็ต้องอยู่นานเป็นเดือน มูลนิธิป่อเต็กตึ๊งนำข้าวต้มร้อนๆ น้ำสะอาด และเวชภัณฑ์ไปช่วยเหลืออย่างต่อเนื่องถึง 400 วัน ดังที่คำกล่าวของ ดร.อุเทน เตชะไพบูลย์ กล่าวว่า “ป่อเต็กตึ๊งเอายา เอาข้าวต้มไปแจกทุกมื้อที่ท่าเรือตรงถนนตก บางทีเรือจอดหลายวัน มันอบจะตาย ก็ทนไม่ไหว เราก็ไปขอเช่าเรือ ขอยืมโกดังโรงสีไฟริมแม่น้ำ เขามียุ้งมีอะไรว่างแถวฝั่งธนฯ ก็ขออนุญาตทางตรวจคนเข้าเมืองย้ายคนไปอยู่ที่นั่น ดูแลให้คลายทุกข์ร้อน ที่โรงพยาบาลโรคติดต่อ เราก็ไปสร้างห้องน้ำห้องท่าไว้ให้ใช้กัน” (กรรณิการ์ ตันประเสริฐ, 2553, น.14-17) นอกจากนี้มูลนิธิฯ ได้ให้ความช่วยเหลือ ค่าธรรมเนียมและใบต่ออายุสำคัญประจำตัวคนต่างด้าวอย่างต่อเนื่องนานถึง 25 ปี รวมทั้งยื่นขอใบอนุญาต ทำงานให้แก่ชาวจีน ประมาณ 80,000 คน ตามที่กรมแรงงานกำหนด ใน พ.ศ. 2516 เป็นประวัติศาสตร์แห่ง

ความผูกพันอีกเรื่องหนึ่ง ที่สะท้อนเป็นแรงศรัทธาบริจาค บนพื้นฐานแห่งความกตัญญู เพื่อจรรโลงส่งเสริมกิจการสาธารณกุศลของมูลนิธิป่อเต็กตึ๊งมากว่า 1 ศตวรรษ สายสัมพันธ์ของชาวจีนและมูลนิธิป่อเต็กตึ๊งจึงผูกสนิทแนบแน่นน้อยคนนักที่จะลืม ข้าวต้มถ้วยแรกจากมูลนิธิป่อเต็กตึ๊งบนผืนแผ่นดินไทย ต่างเล่าขานสืบทอดกันมา...รุ่นต่อรุ่น ...

งานด้านการสื่อสารของมูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง จากการสัมภาษณ์หัวหน้าแผนกประชาสัมพันธ์ถึงการจัดการการสื่อสารทั้งภายในและภายนอก พบว่า แผนกประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย เจ้าหน้าที่จำนวน 5 คน ได้แก่ หัวหน้าแผนกประชาสัมพันธ์ เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ เจ้าหน้าที่บันทึกภาพ เจ้าหน้าที่ฝ่ายศิลป์ และเว็บมาสเตอร์ แผนกประชาสัมพันธ์มูลนิธิฯ มีหน้าที่ วางแผนและควบคุมการดำเนินงานเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร กิจกรรมมูลนิธิฯ ผ่านสื่อต่างๆ ให้ประชาชนและผู้บริจาคได้รับรู้ อาทิ สื่อโทรทัศน์ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อเว็บไซต์ (www.pohtecktung.org) และ สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เช่น เฟสบุคแฟนเพจ (www.facebook.com/atpohtecktung) และทวิตเตอร์ (@Pohtecktung) รวมทั้งสื่อสารภายในองค์กร โดยใช้สื่อต่างๆ เช่น บอร์ดประชาสัมพันธ์และทีวีประชาสัมพันธ์ เป็นต้น เพื่อให้บุคลากรภายในองค์กรได้ทราบถึงกิจกรรมขององค์กร เพื่อให้การประชาสัมพันธ์ข้อมูล กิจกรรม เป็นไปในทิศทางเดียวกัน รวมทั้งสร้าง รักษาสัมพันธภาพกับองค์กรภายนอก ชุมชนต่างๆ รวมทั้งผู้มีส่วนได้เสีย (stakeholders) เพื่อสื่อสารภาพลักษณ์องค์กรให้เป็นไปตามนโยบายของบอร์ดคณะกรรมการมูลนิธิฯ

นอกจากนี้ด้วยภารกิจของมูลนิธิป่อเต็กตึ๊งที่มีลักษณะเฉพาะ มีการปฏิบัติงาน 24 ชั่วโมง แผนกประชาสัมพันธ์ จึงมีการประสานข้อความร่วมมือศูนย์ข่าวประชาสัมพันธ์ ฝ่ายปฏิบัติการในส่วนงานด้านบรรเทาสาธารณภัย เพื่อให้การประชาสัมพันธ์งานของมูลนิธิฯ ครบรอบด้าน

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่า มูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง มีประวัติอันยาวนานกว่า 100 ปี และมีความสัมพันธ์แน่นแฟ้นกับชาวจีนโพ้นทะเล ซึ่งเป็นกลุ่มประชาชนที่มีพื้นฐานบนความเลื่อมใส ศรัทธา เป็นกลุ่มผู้ทราบข่าวสาร วัฒนธรรมองค์กรเป็นอย่างดี เป็นผู้ติดตามข่าวสาร หรือกิจกรรมของมูลนิธิฯ อย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันกลุ่มคนที่เลื่อมใสศรัทธา ที่มีความเกี่ยวข้องกับมูลนิธิฯ โดยตรงลดน้อยลง องค์กรสาธารณกุศล หรือกลุ่มสังคมจิตอาสา มีเพิ่มมากขึ้น เทรนด์การช่วยเหลือสังคมเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย รวมทั้งวิวัฒนาการ เทคโนโลยีการติดต่อสื่อสาร ทำให้ข้อมูลข่าวสารเข้าถึงประชาชนได้อย่างง่ายดาย ทั้งนี้ มูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง ได้พัฒนาช่องทางการสื่อสารตามยุคสมัยอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีข้อสงสัยว่า ประชาชนคนรุ่นใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร มีการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อมูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง เป็นอย่างไร ทราบถึงกิจกรรมงานสาธารณกุศลของมูลนิธิป่อเต็กตึ๊งในด้านต่างๆ หรือไม่ หรือทราบเพียงเฉพาะงานสนับสนุนด้านบรรเทาสาธารณภัยเพียงด้านเดียว รวมทั้งทัศนคติที่มีต่อมูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง กับมูลนิธิอื่นๆ ที่มีลักษณะ

การปฏิบัติงานที่ใกล้เคียงกันเป็นอย่างไร ซึ่งกลุ่มวัยที่ผู้ศึกษากำหนด เป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญ และเป็นผู้สนับสนุนงานสาธารณกุศลของมูลนิธิฯ ในอนาคต หัวข้อการศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อมูลนิธิป่อเต็กตึ๊งของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจ ทั้งนี้ ผลจากการศึกษาที่ได้รับ จะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดนโยบาย เพื่อวางกลยุทธ์การจัดการการสื่อสารให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิผล เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของมูลนิธิฯ สู่สังคมไทยต่อไป

2. วิธีดำเนินการวิจัย

2.1 ประชากร

ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร วัยผู้ใหญ่ตอนต้น (Early Adulthood) ซึ่งมีอายุระหว่าง 18-35 ปี (สุวัฒน์ วัฒนวงศ์.2544,น.37) และรู้จักมูลนิธิป่อเต็กตึ๊งมาอย่างน้อย 6 เดือนที่ผ่านมา

2.2 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง โดยใช้ความน่าจะเป็น (Probability Sampling) และไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) โดยใช้วิธีเลือกตัวอย่างกลุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Cluster Sampling)

ขั้นตอนที่ 1 การเลือกตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling)

แบ่งจำนวนกลุ่มเป้าหมายเป็นชั้นภูมิ (Stratified Sampling) จากเขตกรุงเทพมหานคร 50 เขต ซึ่งแบ่งได้เป็น 6 ชั้นภูมิ (กลุ่มเขต) โดยอาศัยแบ่งตามการบริหารงานของกรุงเทพมหานคร (ศูนย์ข้อมูลกรุงเทพมหานคร. 2558 : ออนไลน์)

ขั้นตอนที่ 2 การเลือกตัวอย่างแบบกลุ่ม (Cluster Sampling)

ในแต่ละชั้นภูมิ (กลุ่มเขต) ประกอบด้วยเขตการปกครองทั้งหมด 50 เขต คัดเลือกเขตการปกครองมา 20% เป็นเขตตัวอย่างจากทั้งหมด 50 เขต ได้ 10 เขตการปกครอง การได้จำนวนเขตการปกครองตัวอย่างในแต่ละชั้นภูมิใช้แบบสัดส่วน (Proportion) ได้จำนวนเขตการปกครองตัวอย่างในแต่ละชั้นภูมิ (กลุ่มเขต) รวมทั้งหมดทุกชั้นภูมิ เป็น 11 เขต

ขั้นตอนที่ 3 การเลือกตัวอย่างแบบตรงตามชนิด (Typical Sampling)

การได้กลุ่มเป้าหมายคนใดถูกเลือกเป็นตัวอย่างนั้น ต้องมีคุณสมบัติ มีอายุอยู่ในช่วง 18-35 ปี และเคยรู้จักมูลนิธิป่อเต็กตึ๊งมาอย่างน้อย 6 เดือนที่ผ่านมา โดยให้ตัวอย่างที่ได้จะกระจายไปตามเพศ อายุ อาชีพ รายได้ และการศึกษา

2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบด้วยคำถามแบบปลายเปิด (Open Ended Question) และ คำถามแบบปลายปิด (Closed Ended Question) โดยมีการแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร วัยผู้ใหญ่ตอนต้น ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา รวม 5 ข้อ โดยแบบสอบถามเป็นลักษณะ Multiple Choices

ส่วนที่2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมูลนิธิป่อเต็กตึ๊งผ่านสื่อต่างๆ ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ช่องทางการเปิดรับข่าวสาร ความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร จะเป็นแบบเลือกตอบและเขียนตอบด้วยตนเอง

ส่วนที่3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความรู้ข่าวสารเกี่ยวกับมูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง ประกอบด้วยความรู้เกี่ยวกับมูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง จำนวน 12 ข้อ จะเป็นแบบเลือกตอบ

ส่วนที่4 เป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อมูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง โดยใช้การวัดแบบ Rating scale

ส่วนที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อมูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง โดยใช้การวัดแบบ Rating scale

ส่วนที่ 6 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เป็นคำถามแบบปลายเปิด (Open Ended Question)

2.4 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ออกแบบแบบสอบถามเพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้ โดยศึกษาแนวทางของคำถามจากแบบทดสอบของงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แนวคิด และทฤษฎีที่ใช้เป็นกรอบแนวความคิดในการศึกษาครั้งนี้ แล้วนำมาประยุกต์ให้เข้ากับสมมติฐานของงานวิจัยที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา ซึ่งจำเป็นต้องคำนึงถึงหลักสำคัญ 2 ประการ คือ ความเที่ยงตรง (Validity) และหาความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถาม

1) การทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ได้แก่ อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญทางด้านระเบียบวิธีวิจัย เป็นผู้พิจารณาตรวจสอบด้านความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) การใช้ภาษา (Wording) และความ

เที่ยงตรงทางด้านโครงสร้าง (Construct Validity) เพื่อขอคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขให้แบบสอบถามมีความชัดเจนและครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้มากที่สุด

2) การหาความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถาม ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามไปทดสอบก่อน (Pre-Test) เพื่อหาค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม ซึ่งการทดสอบหาค่าความน่าเชื่อถือนั้น จะเลือกคำนวณเฉพาะส่วนของแบบสอบถามที่สามารถนำมาตีค่าได้ สำหรับค่าความน่าเชื่อถือที่ใช้ในการศึกษานี้ จะใช้สูตรของวิธีสัมประสิทธิ์แบบอัลฟ่า (α = Alpha Coefficient) ของ Cronbach

คำถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อมูลนิธิป่อเต็กตึ๊งของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครได้ค่าอัลฟ่า เท่ากับ 0.875

คำถามเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อมูลนิธิป่อเต็กตึ๊งของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครได้ค่าอัลฟ่า เท่ากับ 0.933

ในการกำหนดค่าความน่าเชื่อถือนั้น สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ (2546, น.261) ได้กล่าวถึงเรื่องนี้ว่า หากพบค่าความเชื่อมั่นออกมาตั้งแต่ 0.7 กล่าวได้ว่า มีความน่าเชื่อถือได้ค่อนข้างสูง อย่างไรก็ตาม จากผลการทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามในส่วนที่ 4 และในส่วนของความรู้ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรม ได้ค่าความเชื่อมั่นค่าเฉลี่ยเกินกว่า 0.7 จึงถือได้ว่าแบบสอบถามนี้มีความน่าเชื่อถือ และสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลได้

2.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

<u>สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)</u> ใช้ในการแจกแจง ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย(Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) พร้อมนำเสนอข้อมูลรูปแบบตารางประกอบการแปลความหมายเชิงบรรยาย เพื่ออธิบายลักษณะข้อมูลต่างๆ

<u>สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)</u> การหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างสองตัวแปร โดยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) สำหรับการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 1, 2 และ 3

3. ผลการวิจัย

3.1 ลักษณะทางประชากร จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร วัยผู้ใหญ่ตอนต้น (Early Adulthood) ซึ่งมีอายุระหว่าง 18-35 ปี และรู้จักมูลนิธิป่อเต็กตึ๊งมาอย่างน้อย 6 เดือนที่ผ่านมา จำนวน 330 คน พบว่าผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 168 คน (ร้อยละ 50.9) และรองลงมา คือ กลุ่มตัวอย่างเพศชาย มีจำนวน 162 คน (ร้อยละ 49.1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อายุ 18-23 ปี จำนวน 133 คน (ร้อยละ 40.3) รองลงมา คือ อายุ 24 – 29 ปี จำนวน 128 คน (ร้อยละ 38.8) และอันดับสุดท้าย คือ อายุ 30-35 ปีจำนวน 69 คน (ร้อยละ 20.9) ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน / ธนาคาร / ห้างร้าน รองลงมา คือ นักเรียน / นิสิต/ นักศึกษา ส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาท รองลงมา มีรายได้ 5,001 - 10,000 บาท และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี จำนวน 207 คน (ร้อยละ 62.7) รองลงมา มีการศึกษาสูงสุดในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 103 คน (ร้อยละ 31.2) และอันดับสุดท้ายมีการศึกษาสูงสุดในระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 20 คน (ร้อยละ 6.1)

3.2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง ผลการศึกษาจำแนกตามประเภทสื่อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมูลนิธิป่อเต็กตึ๊งผ่านสื่อโทรทัศน์ จำนวน 237 คน (ร้อยละ 71.8) รองลงมา มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมูลนิธิป่อเต็กตึ๊งผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ จำนวน 152 คน (ร้อยละ 46.1) และอันดับสุดท้ายมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมูลนิธิป่อเต็กตึ๊งผ่านสื่ออื่นๆ จำนวน 6 คน(ร้อยละ1.8)

ผลการศึกษาความถี่การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับมูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง ผ่านสื่อประเภทต่างๆ โดยให้เลือกตอบ 3 สื่อที่เปิดรับมากที่สุด 3 สื่อ พบว่า ช่องทางที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง เป็นอันดับที่ 1 มากที่สุด คือ สื่อโทรทัศน์ จำนวน 138 คน (ร้อยละ 60) เลือกเปิดรับเป็นอันดับที่ 2 มากที่สุด คือ สื่อหนังสือพิมพ์ จำนวน 62 คน(ร้อยละ 27) และเลือกเปิดรับเป็นอันดับที่ 3 มากที่สุด คือ สื่อวิทยุ จำนวน 31 คน(ร้อยละ 13)

จากผลการเปิดรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่าง 3 อันดับดังกล่าว ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 1 ผู้วิจัยใช้สื่อเปิดรับข่าวสารทางสื่อโทรทัศน์ในการทดสอบสมมติฐานเท่านั้น โดยผลการศึกษาจำแนกตามความถี่ (ครั้ง/เดือน) ในการเปิดรับผ่านสื่อโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า การเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่างโดยเฉลี่ยเท่ากับ 6.34 ครั้ง/เดือน หรือ 6 ครั้ง/เดือน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 7.014 ครั้งต่อเดือน โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับผ่านสื่อโทรทัศน์ 2 ครั้ง/เดือน จำนวน 33 คน (ร้อยละ 23.9) รองลงมา คือ 3 ครั้ง/เดือน จำนวน 25 คน (ร้อยละ 18.1) และอันดับสุดท้าย คือ 6 ครั้ง/เดือน จำนวน 1 คน (ร้อยละ 0.7) เช่นเดียวกันกับ 7 ครั้ง/เดือน จำนวน 1 คน (ร้อยละ 0.7) 18 ครั้ง/เดือน จำนวน 1 คน(ร้อยละ 0.7) และ 31 ครั้ง/เดือน จำนวน 1 คน(ร้อยละ 0.7)

3.3 ความรู้เกี่ยวกับมูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง

ผลการศึกษาจำแนกตามคะแนนรวมความรู้ทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ความรู้เกี่ยวกับมูลนิธิป่อเต็กตึ๊งของกลุ่มตัวอย่างโดยเฉลี่ยเท่ากับ 5.61 คะแนน (คะแนนเต็ม 12 คะแนน) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 2.192 คะแนน โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้คะแนนมากที่สุด 6 คะแนน จำนวน 67 คน (ร้อยละ 20.3) รองลงมาคือ ได้คะแนน 5 คะแนน จำนวน 55 คน (ร้อยละ 16.7)และอันดับสุดท้ายคือ ได้คะแนน 0 คะแนน จำนวน 6 คน (ร้อยละ 1.8)

โดยกลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับมูลนิธิป่อเต็กตึ๊งที่ถูกต้องมากที่สุดในประเด็น “งานสาธารณกุศลของมูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง มีหลากหลายด้าน ได้แก่ งานบรรเทาสาธารณภัย (กู้ภัย-กู้ชีพ-เก็บศพ) งานสังคมสงเคราะห์ ช่วยเหลือคนยากไร้ มอบทุนการศึกษา และหน่วยแพทย์สงเคราะห์ชุมชน (หน่วยแพทย์เคลื่อนที่)” ซึ่งเป็นข้อความที่ถูกต้อง จำนวน 271 คน (ร้อยละ 83.6) รองลงมาคือ ประเด็น “มูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง ช่วยเหลือประชาชนทั้งกรุงเทพฯ ต่างจังหวัด และถิ่นทุรกันดารทั่วประเทศ” ซึ่งเป็นข้อความที่ถูกต้อง จำนวน 238 คน (ร้อยละ 73.5) และอันดับสุดท้าย คือ ประเด็น “ติดต่อขอความช่วยเหลือ ของมูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง โทร 02-226-4456 และ 1420” ซึ่งเป็นข้อความที่ผิด จำนวน 11 คน (ร้อยละ 3.4)

3.4 ทัศนคติที่มีต่อมูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง

ด้านความรู้สึก/ทัศนคติที่มีต่อมูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง พบว่า โดยภาพรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่มีต่อมูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง (เชิงบวก) วัดระดับความรู้สึกเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ซึ่งหมายถึง โดยที่มีต่อมูลนิธิป่อเต็กตึ๊งมากที่สุด คือ ประเด็น “มูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง เป็นองค์กรสาธารณกุศลเอกชน ที่มีการช่วยเหลือประชาชนหลากหลายด้าน เช่น งานบรรเทาสาธารณภัย สังคมสงเคราะห์ หน่วยแพทย์สงเคราะห์ชุมชน” โดยที่ค่าเฉลี่ยระดับความรู้สึกเท่ากับ 4.25 ซึ่งหมายถึง มีทัศนคติเชิงบวก รองลงมา คือ ประเด็น “มูลนิธิป่อเต็กตึ๊งมีการพัฒนาการให้ความช่วยเหลือประชาชนและสังคมอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นประโยชน์ ประชาชน และผู้ประสบภัยเป็นอย่างดี” โดยที่ค่าเฉลี่ยระดับความรู้สึกเท่ากับ 4.14 ซึ่งหมายถึง มีทัศนคติเชิงบวก และอันดับสุดท้าย คือ ประเด็น “เมื่อมาสักการะหลวงปู่ไต้ฮง (ไต้ฮงกง) หรือมาบริจาคที่มูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง ท่านได้รับการบริการที่ดี-สุภาพ และอำนวยความสะดวกเป็นอย่างดี” โดยที่ค่าเฉลี่ยระดับความรู้สึกเท่ากับ 3.63 ซึ่งหมายถึง มีทัศนคติเชิงบวก

3.5 แนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อมูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง

ผลการศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อมูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง พบว่า โดยภาพรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อมูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง อยู่ที่ค่าเฉลี่ยระดับความตั้งใจที่จะสนับสนุน เข้าร่วมกิจกรรมของมูลนิธิฯ และชักชวนให้ผู้อื่นสนับสนุน เข้าร่วมกิจกรรมของมูลนิธิฯเท่ากับ 3.65 ซึ่งหมายถึง มีความตั้งใจมาก โดยที่แนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อมูลนิธิป่อเต็กตึ๊งที่กลุ่มตัวอย่างตั้งใจมากที่สุด คือ ประเด็น “ระดับความตั้งใจที่จะที่จะสนับสนุนกิจกรรมของมูลนิธิป่อเต็กตึ๊งเมื่อมีโอกาส” โดยที่ค่าเฉลี่ยระดับความตั้งใจเท่ากับ 3.88 ซึ่งหมายถึง มีความตั้งใจมาก รองลงมา คือ ประเด็น “ระดับความตั้งใจที่จะชักชวนให้ผู้อื่นสนับสนุนกิจกรรมของมูลนิธิป่อเต็กตึ๊งเมื่อมีโอกาส” โดยที่ค่าเฉลี่ยระดับความตั้งใจเท่ากับ 3.73 ซึ่งหมายถึง มีความตั้งใจมาก และอันดับสุดท้าย คือ ประเด็น “ระดับความตั้งใจที่จะที่จะเข้าร่วมกิจกรรมหรือเป็นอาสาสมัครของมูลนิธิฯ เมื่อมีโอกาส” โดยที่ค่าเฉลี่ยระดับความตั้งใจเท่ากับ 3.42 ซึ่งหมายถึง มีความตั้งใจมาก

3.6 การทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานการวิจัยนี้ มีการกำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.01 และ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

ความถี่ (ครั้ง/เดือน) ในการเปิดรับข่าวสารจากสื่ออันดับที่ 1 (สื่อโทรทัศน์) มีความสัมพันธ์กับทัศคติเกี่ยวกับมูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 ความรู้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อมูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง ผลการวิจัยพบว่า ความรู้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อมูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง เนื่องจากค่าความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก หมายถึง ความรู้และทัศนคติมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ ถ้าผู้ตอบมีความรู้เกี่ยวกับมูลนิธิป่อเต็กตึ๊งมาก จะมีทัศนคติเกี่ยวกับมูลนิธิป่อเต็กตึ๊งในเชิงบวก และค่าความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับปานกลาง

สมมติฐานการวิจัยที่ 3 ทัศนคติมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อมูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง ผลการวิจัยพบว่าทัศนคติมีความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวกและมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ ถ้าผู้ตอบมีทัศนคติเกี่ยวกับมูลนิธิป่อเต็กตึ๊งในเชิงบวก จะมีแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อมูลนิธิป่อเต็กตึ๊งมาก

4. อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรม ที่มีต่อมูลนิธิป่อเต็กตึ๊งของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการศึกษาให้ข้อค้นพบที่มีความสอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยในอดีต ซึ่งสามารถอภิปรายผลการศึกษาได้ดังนี้

4.1 ความรู้เกี่ยวกับมูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง

ในจำนวนคำถามความรู้เกี่ยวกับมูลนิธิป่อเต็กตึ๊งทั้งหมด ผลการวิจัยพบว่า12 ข้อ มีหลายประเด็นที่มีความน่าสนใจ นั่นคือ ในจำนวน 12 ประเด็น มี 6 ประเด็นที่ผู้รู้เกี่ยวกับมูลนิธิป่อเต็กตึ๊งในจำนวนร้อยละ 50.0 แต่ก็มี 6 ประเด็นเกี่ยวกับมูลนิธิฯ ที่มีผู้รู้ในจำนวนต่ำกว่าร้อยละ 50.0 ได้แก่ ได้แก่ ประเด็น "มูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง มีโรงครัวเคลื่อนที่ ประกอบอาหารแจกจ่ายแก่ประชาชน ในงานต่างๆ และช่วงเกิดภัยพิบัติ" มีผู้มีความรู้ ร้อยละ 44.8 ประเด็น "มูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง มีการส่งคนออกเดินเรี่ยไรเงินบริจาคตามสถานที่ต่างๆ เพื่อหาทุนสนับสนุนกิจกรรมสาธารณกุศล" ซึ่งเป็นประเด็นที่มีผู้เข้าใจผิด และจากการวิจัยในครั้งนี้ มีผู้มีความรู้เกี่ยวกับประเด็นดังกล่าวนี้ ร้อยละ 38.3 ประเด็น "ศาลเจ้าไต้ฮงกง เป็นศาลเจ้าของมูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง" มีผู้มีความรู้ ร้อยละ 28.7ประเด็น "สำนักงานมูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง มีเพียงแห่งเดียวเท่านั้น ตั้งอยู่ที่ ถเขตป้อ เจ้าคำรพ.มปราบ ติดกับสน พลับพลาไชย. (ไม่มีสาขาใดๆ) ใกล้วัดเล่งเน่ยยี่" มีผู้มีความรู้ ร้อยละ 20.4 ประเด็น "มูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง เป็นองค์กรในเครือเดียวกับองค์กรช่วยเหลืออื่นๆ เช่น มูลนิธิร่วมกตัญญู มูลนิธิท่งเซียเซี่ยงตึ๊ง เป็นต้น" ที่มีผู้รู้เพียงร้อยละ 17.0 และ ประเด็น "ติดต่อขอความช่วยเหลือ ของมูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง โทร 02-226-4456 และ 1420" ซึ่งเป็นประเด็นที่มีผู้เข้าใจผิด และจากการวิจัยในครั้งนี้ มีผู้มีความรู้เกี่ยวกับประเด็นดังกล่าวนี้ ร้อยละ 3.4 เท่านั้น

4.2 ทัศนคติที่มีต่อมูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง

ผลการวิจัยพบว่า ค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับทัศนคติในประเด็นต่างๆ อยู่ในเชิงบวก แต่ประเด็นที่น่าสนใจพบว่าประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยทัศนคติน้อยที่สุด 2 อันดับ คือ ประเด็น "เจ้าหน้าที่ของมูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง ให้บริการประชาชนด้วยความสุภาพ" ร้อยละ 3.70และประเด็น "เมื่อมาสักการะหลวงปู่ไต้ฮงและอำนวยความสะดวก สุภาพ-ท่านได้รับการบริการที่ดี หรือมาบริจาคที่มูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง (ไต้ฮงกง) เป็นอย่างดี" ร้อยละ 3.63 จะเป็นประเด็นทัศนคติเกี่ยวกับ การให้บริการของเจ้าหน้าที่และอาสาสมัครของมูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง

4.3 สมมติฐานการวิจัยที่ 1 การเปิดรับข่าวสาร ความถี่ ครั้ง)/เดือน จากสื่ออันดับที่ (1 อสี่) (โทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับทัศคติเกี่ยวกับมูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง

ผลการวิจัยพบว่าความถี่ (ครั้ง/เดือน) ในการเปิดรับข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับทัศคติที่มีต่อมูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง ซึ่งไม่สอดคล้องกับทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร ที่โจเซฟ ที. แคลปเปอร์ (Joseph T. Klapper, 1969,p.49 อ้างถึงใน อรุณรัตน์ ชินวรณ์, 2553 : น.52) กล่าวถึงในส่วนหนึ่งของ "กระบวนการในการเลือกรับข่าวสาร" ซึ่งประกอบด้วย การเลือกเปิดรับ การเลือกให้ความสนใจ การเลือกรับรู้ และตีความหมาย และการเลือกที่จะจดจำ ว่า การเลือกเปิดรับข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่เกี่ยวข้องหลายประการ อาทิ ทัศนคติเดิมของผู้รับสารตามทฤษฎีความไม่ลงรอยของความรู้ความเข้าใจ (Theory of Cognitive Dissonance) เฟสติงเจอร์ (Festinger,1957 อ้างถึงใน ถิรนันท์ อนวัชศิริวงศ์ และ สุกัญญา สมไพบูลย์,2553 : น. 252) กล่าวว่า บุคคลมักจะ

แสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ ทั้งนี้ เพราะการได้รับข่าวสารใหม่ที่ไม่ลงรอยหรือสอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจหรือทัศนคติอยู่เดิมแล้ว

สอดคล้องกับงานวิจัยของ วีระนันท์ นนทะนาคร (2545) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ กับการยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001:2000 ของพนักงานในโรงงานบริษัทเอเชี่ยน ออโต้ พาร์ท จำกัด พบว่าผลจากการวิจัยไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเรื่องระบบคุณภาพจากสื่อมวลชน และสื่อบุคคล กับทัศนคติเรื่องระบบคุณภาพ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสื่อมวลชนยังไม่สามารถสร้างทัศนคติในเรื่องนี้ได้ดี เนื่องจากเสนอสารน้อยไป ไม่มากเพียงพอที่จะสร้างทัศนคติได้ตามต้องการ

จากที่กล่าวมาข้างต้นแสดงให้เห็นว่า มูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง ซึ่งก่อตั้งมาแล้วไม่ต่ำกว่า 104 ปี หากจะกล่าวถึงการรู้จักมูลนิธิฯ ผู้วิจัยได้ศึกษาถึงความรู้เกี่ยวกับมูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง ซึ่งผลการศึกษาอยู่ในระดับมาตรฐาน (จากจำนวนประเด็นทั้งหมด 12 ประเด็น มีผู้รู้ข้อมูลเกี่ยวกับมูลนิธิฯ จำนวนร้อยละ 50 ขึ้นไป จำนวน 6 ประเด็น และ มีผู้รู้ข้อมูลเกี่ยวกับมูลนิธิฯ จำนวนต่ำกว่าร้อยละ 50 จำนวน 6 ประเด็น) โดยผลการวิจัยพบว่า การเกิดทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับมูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง อาจไม่ได้เกิดจากความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่อาจเกิดจากประสบการณ์ที่ประชาชนที่ได้รู้จัก พบเห็น และสั่งสมมา หรือเกิดจากการเลียนแบบหรือรับเอาทัศนคติของผู้อื่นมาเป็นของตน (Allport,1939 อ้างถึงใน สุชา จันทร์เอม,2524,น.80)

4.4 สมมติฐานการวิจัยที่ 2 ความรู้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อมูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง

ผลการวิจัยพบว่า ความรู้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อมูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง เนื่องจากค่าความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก หมายถึง ความรู้และทัศนคติมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ ถ้าผู้ตอบมีความรู้เกี่ยวกับมูลนิธิป่อเต็กตึ๊งมาก จะมีทัศนคติเกี่ยวกับมูลนิธิป่อเต็กตึ๊งในเชิงบวก และค่าความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับ ทฤษฎีความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม (KAP Theory) โดย สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2553, น.118-120) กล่าวว่า ทฤษฎี KAP เป็นทฤษฎี ที่ให้ความสำคัญกับตัวแปร 3 ตัวแปร คือ ความรู้ (knowledge) ทัศนคติ (attitude) และการยอมรับปฏิบัติ (practice) ซึ่งความรู้ในที่นี้ เป็นการรับรู้เบื้องต้น ซึ่งบุคคลส่วนมากจะได้รับผ่านประสบการณ์โดยการเรียนรู้จากการตอบสนองต่อสิ่งเร้า (S-R) แล้วจัดระบบเป็นโครงสร้างของความรู้ที่ผสมผสานกันระหว่างความจำ (ข้อมูล) กับสภาพจิตวิทยา ด้วยเหตุนี้ความรู้จึงเป็นความจำที่สอดคล้องกับสภาพจิตใจของตนเอง ความรู้จึงเป็นกระบวนการภายในที่ผู้อื่นจะรับรู้ได้จากการอนุมานมากกว่าการสังเกตได้โดยตรง อย่างไรก็ตาม ความรู้อาจส่งผลต่อพฤติกรรมการแสดงออกของมนุษย์

และสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องทัศนคติ กล่าวว่า โดยทั่วๆ ไป หมายถึง ความรู้สึกหรือท่าทีของบุคคลที่มีต่อบุคคล วัตถุสิ่งของ หรือสถานการณ์ต่างๆ ความรู้สึกหรือท่าทีนี้จะเป็นไปในทำนอง

ที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยก็ได้ (Allport,1939 อ้างถึงใน สุชา จันทร์เอม ,2524,น.80)

จากที่กล่าวมาข้างต้นแสดงให้เห็นว่า มูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง ซึ่งก่อตั้งมาแล้วกว่า 104 ปี ผลการวิจัยพบว่า สอดคล้องกับทฤษฎีความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม (KAP Theory) โดย สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2553, น.118-120) กล่าวว่า ทฤษฎี KAP เป็นทฤษฎี ที่ให้ความสำคัญกับตัวแปร 3 ตัวแปร คือ ความรู้ (knowledge) ทัศนคติ (attitude) และการยอมรับปฏิบัติ (practice) ความรู้ในที่นี้ เป็นการรับรู้เบื้องต้น ซึ่งบุคคลส่วนมากจะได้รับผ่านประสบการณ์โดยการเรียนรู้จากการตอบสนองต่อสิ่งเร้า (S-R) แล้วจัดระบบเป็นโครงสร้างของความรู้ที่ผสมผสานกันระหว่างความจำ (ข้อมูล) กับสภาพจิตวิทยา ด้วยเหตุนี้ความรู้จึงเป็นความจำที่สอดคล้องกับสภาพจิตใจของตนเอง ลัดดา กิติวิภาต (2525 : น.4) กล่าวว่า อารมณ์หรือความรู้สึกกับความคิดจะมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกัน องค์ประกอบด้านนี้จึงประกอบด้วยการประเมินความรู้สึก ความชอบ หรือการตอบสนองทางอารมณ์ที่มีต่อสิ่งของหรือบุคคล โดยจะออกมาในลักษณะความชอบหรือไม่ชอบ มีความรู้สึกในทางที่ดีหรือไม่ดี นอกจากนี้ จเรศักดิ์ ชูรักษ์ (2550) กล่าวว่า ความรู้ เป็นส่วนที่เป็นความเชื่อของคนที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทั้งที่ชอบและไม่ชอบ ซึ่งหากบุคคลนั้นมีความรู้หรือความคิดว่าสิ่งใดดี ก็มักจะมีทัศนคติดีต่อสิ่งนั้นๆ ด้วย ทั้งนี้ การเปลี่ยนแปลงทัศนคติจะเกิดขึ้นได้ ขึ้นอยู่กับความรู้เป็นสำคัญ เพราะฉะนั้น ความรู้จึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่อาจก่อให้เกิดทัศนคติไปในทางบวกหรือทางลบได้ คือ ถ้าคนมีความรู้ความเข้าใจที่ดี ทัศนคติหรือความคิดเห็นก็มักจะดีตามไปด้วย ดังนั้น หากประชาชนมีความรู้เกี่ยวกับมูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง หรือหากมูลนิธิป่อเต็กตึ๊งมีการสื่อข้อมูลข่าวสารให้ประชาชนเข้าใจในองค์กร อาจก่อให้ ประชาชนเกิดมีทัศนคติตรงตามที่มูลนิธิฯ ประสงค์ได้

4.5 สมมติฐานการวิจัยที่ 3 ทัศนคติมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อมูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง

ผลการวิจัยพบว่าทัศนคติมีความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวกและมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ ถ้าผู้ตอบมีทัศนคติเกี่ยวกับมูลนิธิป่อเต็กตึ๊งในเชิงบวก จะมีแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อมูลนิธิป่อเต็กตึ๊งนระดับมาก และค่าความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับสูงซึ่งสอดคล้องกับ

พิสมัย วิบูลย์สวัสดิ์, วิศิษฐ์ศักดิ์ ไทยทอง, พรพิมล วราวุฒิพุทธพงศ์, แสงสุรีย์ สำอางค์กูล (2528 : น.81-82) กล่าวว่า ทัศนคติเป็นความเชื่อและความรู้สึกเชิงประมาณค่าของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ ซึ่งผ่านเข้ามาในประสบการณ์ของบุคคล ความรู้สึกเชิงประมาณค่านี้เป็นได้ทั้งบวกถึงลบ ทำให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงออกตอบโต้สิ่งต่างๆ

สอดคล้องกับแนวคิดอิทธิพลของทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม ฉลอง ภิรมรัตน์ (2521 : น.45) กล่าวว่า ทัศนคติก่อให้เกิดแรงจูงใจ (Motivation) หมายถึง ภาวะภายในจิตใจของบุคคลที่พร้อมที่จะกระตุ้นนำทางให้พฤติกรรมดำเนินไปตามเป้าหมาย และแรงจูงใจเป็นผู้กำหนดให้เกิดพฤติกรรมที่จะให้ทำหรือละเว้นสิ่งต่างๆ เมื่อบุคคลมีทัศนคติไปทางใด ก็เกิดแรงจูงใจในแนวทางนั้น และจะต้องแสดงออกในด้านพฤติกรรมในแนวเดียวกัน ฉะนั้นการเปลี่ยนทัศนคติไปในทิศทางอื่น ก็อาจทำให้พฤติกรรมถูกเปลี่ยนไปด้วย โดยนักจิตวิทยาเชื่อกันว่า “ทัศนคติเป็นตัวการที่จะกำหนดทิศทางของพฤติกรรม. แต่ทัศนคติมิได้กำหนดเวลาหรือปริมาณให้บุคคลแสดงพฤติกรรมว่าจะต้องทำเร็วหรือทำช้า มากหรือน้อยแค่ไหน “เวลาและปริมาณของพฤติกรรมจะถูกกำหนดโดยแรงจูงใจ” เช่น เมื่อหิวมากก็กำหนดให้รีบไปหาอาหาร เมื่อได้อาหารแล้วจะรับประมาณมากน้อยแค่ไหน ก็ขึ้นอยู่กับความหิวซึ่งเป็นแรงจูงใจ จึงสรุปได้ว่าทัศนคติเป็นนายของพฤติกรรม การทีจะให้คนเปลี่ยนพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง ก็ต้องเปลี่ยนทัศนคติของเขาก่อน

5. ข้อเสนอแนะของการทำวิจัยในครั้งนี้

1. ด้านการเปิดรับข่าวสาร จากผลการวิจัยพบว่า มูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง แม้ว่าจะมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ โดยการเลือกใช้ช่องทางมากมาย ซึ่งบางสื่ออาจเป็นช่องทางที่เข้าถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ในการวิจัยในครั้งนี้ เช่น สื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น แต่จากผลการวิจัยพบว่าประชาชนส่วนใหญ่ยังคงเลือกเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อดั้งเดิมอยู่ คือ สื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และสื่อวิทยุ ดังนั้นหากมูลนิธิฯ ต้องการให้การสื่อสารในรูปแบบอื่นๆ เข้าถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ควรมีการวางแผนการสื่อสาร ทั้งเรื่องเนื้อหา และช่วงเวลา ให้น่าสนใจ และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มได้

2. ด้านความรู้เกี่ยวกับมูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง จากผลการวิจัยพบว่า แม้ว่าจากจำนวนความรู้เกี่ยวกับมูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง ทั้งหมด 12 ข้อ มีผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับมูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง ค่าเฉลี่ยมากกว่าร้อยละ 50 จำนวน 6 ข้อ และจำนวนน้อยกว่าร้อยละยังคงมีหลายประเด็นที่ประชาชนมีความรู้น้อยค่าเฉลี่ยน้อยกว่าร้อยละ 50 จำนวน 6 ข้อ ซึ่งในจำนวนน้อยกว่าร้อยละ 50 ดังกล่าวล้วนมีความสำคัญอย่างยิ่งและอาจส่งผลต่อภาพลักษณ์องค์กรได้ เช่น ประเด็น “มูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง เป็นองค์กรในเครือเดียวกับองค์กรช่วยเหลืออื่นๆ เช่น มูลนิธิร่วมกตัญญู มูลนิธิท่งเซียเซี่ยงตึ๊ง เป็นต้น” ซึ่งแท้จริงแล้วเป็นคนละองค์กรกันโดยสิ้นเชิง และ ประเด็น “มูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง มีการส่งคนออกเดินเรี่ยไรเงินบริจาคตามสถานที่ต่างๆ เพื่อหาทุนสนับสนุนกิจกรรมสาธารณกุศล” โดยข้อเท็จจริงแล้วมูลนิธิป่อเต็กตึ๊งไม่มีการออกเดินเรี่ยไร เว้นแต่การแจ้งความจำนงแก่มูลนิธิฯ ให้เจ้าหน้าที่ของมูลนิธิฯ ไปรับบริจาคยังผู้แจ้งความจำนง ซึ่งแตกต่างจากองค์กรอื่นๆ ที่อาจมีการรับบริจาคในรูปแบบการออกเดินเรี่ยไร ซึ่งมี

ผลกระทบต่อภาพลักษณ์องค์กรโดยตรง ดังนั้น มูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง จึงควรปรับกลยุทธ์การสื่อสาร เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับมูลนิธิฯ แก่ประชาชน เพื่อให้เกิดความเข้าใจอันดี และก่อให้เกิดภาพลักษณ์องค์กรที่ดีต่อไป

3. ด้านทัศนคติเกี่ยวกับมูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง จากผลการวิจัยพบว่า ด้านทัศนคติที่มีต่อการบริการของเจ้าหน้าที่ มูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง แก่ประชาชน และการลงพื้นที่เก็บแบบสอบถาม พบว่า ประเด็นด้านทัศนคติที่มีต่อการให้บริการของมูลนิธิฯ ค่าเฉลี่ยทัศนคติน้อยที่สุด 2 อันดับ คือ ประเด็น “เจ้าหน้าที่ของมูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง ให้บริการประชาชนด้วยความสุภาพ” และประเด็น “เมื่อมาสักการะหลวงปู่ไต้ฮง (ไต้ฮงกง) หรือมาบริจาคที่มูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง ท่านได้รับการบริการที่ดี-สุภาพ และอำนวยความสะดวกเป็นอย่างดี” รวมทั้งมีข้อแนะนำเพิ่มเติมเกี่ยวกับการบริการของเจ้าหน้าที่และอาสาสมัครของมูลนิธิฯ จำนวนหนึ่ง ดังนั้น มูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง ควรมีการประเมิน และพัฒนาการให้บริการของเจ้าหน้าที่และอาสาสมัคร เพื่อก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กรต่อไป

6.ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. จากการทำงานวิจัย เรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อมูลนิธิป่อเต็กตึ๊งของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ)Quantitative Research) ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ)Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม)Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ซึ่งจากการลงพื้นที่จริงพบว่า กลุ่มตัวอย่างช่วงอายุ 30-35 ปี ให้ความร่วมมือ หรือสนใจที่จะให้ข้อมูลในระดับน้อยกว่ากลุ่มอื่นๆ ในการวิจัยครั้งต่อไปอาจต้องมีการปรับเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา หรือวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อเจาะลึกข้อมูลในแต่ละด้านเชิงลึกมากยิ่งขึ้น

2. จากการทำวิจัยในครั้งนี้พบว่า มูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง มีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย และกลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารที่หลากหลายเช่นกัน และในสื่อประชาสัมพันธ์ส่วนของสื่อบุคคล ถึงแม้ว่าจะมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อบุคคลในระดับสูง แต่มีผลต่อข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ซึ่งถือว่ามีความสัมพันธ์กับกลุ่มตัวอย่างโดยตรง ดังนั้น การวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลการสื่อสารเกี่ยวกับสื่อบุคคลกับประชาชนกลุ่มตัวอย่างในครั้งต่อไป

รายการอ้างอิง

หนังสือและบทความในหนังสือ

กมลรัตน์ หล้าสุวงษ์) .2527). *จิตวิทยาสังคม.* มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.

กาญจนา แก้วเทพ. (2542). *การวิเคราะห์สื่อ แนวคิดและเทคนิค.* บริษัท เอดิสัน เพรส โพรดักส์ .จำกัด

กิติมา สุรสนธิ) .2548). *ความรู้ทางการสื่อสาร.* จามจุรีโปรดักส์.

เกษม จันทร์น้อย. (2537). *สื่อประชาสัมพันธ์.* บริษัท นานมีบุ๊ค จำกัด.

ขวัญเรือน กิติวัฒน์ธีราโมกข์ วรลักษณา และ นิติเกษตรสุนทร ภัสวลี ,. (2556). *พฤติกรรม* .มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช *.การสื่อสาร*

ฉลอง ภิรมรัตน์) .2521). *จิตวิทยาสังคม* .ประจักษ์การพิมพ์.

) .อุวรรณโณ ธีระพร2535). *จิตวิทยาสังคม.*จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย .

ธีระพร อุวรรณโณ) .2535). *เจตคติ.*จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย *.การศึกษาตามแนวทฤษฎีหลัก :*

บุญเลิศ ศุภดิลก ,ประสิทธิรัฐสินธุ์ สุชาติ ,อาชวนิจกุล กฤตยา ,จำรัสฤทธิรงค์ อภิชาติ , ศรีราชา เจริญพานิชวนาไ มาลินี ,หนิมพานิช จุมพล ,สวทิตา ส่งศักดิ์ และ โสภาสรรค์ เครือวัลย์ , ราม. (2524). *มนุษย์กับสังคม.*มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช .

ประสิทธิ์ ทองอุ่นโล่ห์ทองคำ ประภากร และ ฉลากบาง วัลนิกา ,สุรียธนาภาส ทัศนา ,.)2542). *พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาคน: โครงการพัฒนาสื่อการศึกษาเพื่อส่งเสริม* .กลุ่มสถาบันราชภัฏภาคตะวันออกเฉียงเหนือ *.การเรียนรู้ด้วยตนเองของนักศึกษา*

ปรมะ สตเวทิน) .2539). *การสื่อสารมวลชน* :กรุงเทพฯ *.กระบวนการและทฤษฎี :*ห้างหุ้นส่วน .จำกัดภาพพิมพ์

ปรมะ สตเวทิน ระวีวรรณ และ เชิดชัย ชวรัตน์ ,ประกอบผล *.หลักและทฤษฎีการสื่อสาร.* .มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พิสมัย วิบูลย์สวัสดิ์ .สำอางค์กูล แสงสุรีย์ และ วราวุฒิพุทธพงศ์ พรพิมล ,ไทยทอง วิศิษฐ์ศักดิ์ ,)2528). *จิตวิทยาสังคมร่วมสมัย.* บริษัท สำนักพิมพ์สยามศึกษา จำกัด.

) .กิติวิภาต ลัดดา 2525). *ทัศนคติทางสังคมเบื้องต้น.*มหาวิทยาลัยรามคำแหง .

สุรกิจบวร ศักดิ์ชัย .) 2545). *จิตวิทยาสังคม: ทฤษฎีและการปฏิบัติการ.*

โสธนะเสถียร สุรพงษ์ .) 2533). *การสื่อสารกับสังคม.*จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย .

สุวัฒน์ วัฒนวงศ์) .2544). *จิตวิทยาเพื่อการฝึกอบรมผู้ใหญ่)Psychology for Training Adult).* .จำกัด เอ็กเปอร์เน็ท บริษัท :กรุงเทพฯ

วิทยานิพนธ์

จันทร์กวี สุทธิพินิจธรรม) .2553). *การรับรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้บริโภคต่ออาหารสร้าง .กรณีศึกษานมถั่วเหลืองยูเอชที เสริมสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร*

ธัญญวรรณ เกิดสมบัติ) .2551). *ความรู้ ทัศนคติ แนวโน้มพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการหยุดเพิ่ม* .(รายงานโครงการเฉพาะบุคคล) *.ความร้อนใส่กรุงเทพฯ* มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, .สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร

ปรีชา เจริญยศ) .2555). *ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับความรู้ ทัศนคติ และ* วิทยานิพนธ์) *.อินทปัญโญ พฤติกรรมของผู้ใช้บริการหอจดหมายเหตุพุทธทาส* .(ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และ สื่อสารมวลชน, สาขาวิชาสื่อสารมวลชน.

ภิญญาภรณ์ เพ็ญภินันท์) .2544). *การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนักรู้ ทัศนคติ และ ของประชาชนในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางปู การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม .จังหวัดสมุทรปราการ*

มนัสพงศ์ พัฒนวิบูลย์) .2553) . *การรับรู้ข่าวสาร และทัศนคติของประชาชนเกี่ยวกับภาพลักษณ์ใน การให้บริการของธนาคารสินเอเชีย จำกัด .(มหาชน)* นิเทศศาสตร์ธุรกิจ , .มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ,บัณฑิตวิทยาลัย

วรอร เมฆสวัสดิ์) .2552). *กลยุทธ์การสื่อสาร การรับรู้ ทัศนคติ และการยอมรับกองทุนพัฒนาชุมชน ตำบลมาบตาพ ของชุมชนรอบโรงไฟฟ้าของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคุด จังหวัดระยอง .ศ.พ ประจำปี2552.*

วาสนา พฤทธิพงศ์สิทธิ์) .2544). *การเปิดรับข่าวสาร ภาพลักษณ์ ความคาดหวัง และความพึงพอใจ และการให้บริการของ ที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร ของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร .สำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร*

สมทรง งามวงษ์) .2550) . *พฤติกรรมการเปิดรับ ความสนใจ และความพึงพอใจ ,ของสำนักความสัมพันธ์ต่างประเทศ ในการประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ .สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ*

สุวพิชญ์ เหลืองประเสริฐ) .2555). *การรับรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการ กิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) ของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 3* .(รายงานโครงการเฉพาะบุคคล) *.ลพบุรี.จ ภาคเหนือ* มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร.

อภิญญา หมั่นดี) .2555). *พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร และทัศนคติที่มีต่อระบบเครือข่าย*

.อินทราเน็ตของพนักงานการประปานครหลวง

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

e-KMUTT) .2557 .(*การรับรู้* สืบค้นเมื่อวันที่ .19 ตุลาคม 2557, จาก http://eu.lib.kmutt.ac.th/elearning/

ราชบัณฑิตยสถาน) .2557.(*พจนานุกรม "มูลนิธิ"*. สืบค้นเมื่อวันที่ 19 ตุลาคม 2557, จาก www.royin.go.th

ศูนย์ข้อมูลกรุงเทพมหานคร.) 2558.(*การบริหารงานของกรุงเทพมหานคร* .สืบค้นเมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม 2558, จาก http://www.bangkok.go.th/